

ЗАБЫТЫЕ МИЛЛИОНЫ

В 200 МАЛЫХ ГОРОДАХ РОССИИ (НАСЕЛЕНИЕ ОТ 50 ДО 150 ТЫС. ЧЕЛОВЕК) ПРОЖИВАЕТ БОЛЕЕ 16 МЛН ГРАЖДАН. ОГРОМНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК, СОПОСТАВИМЫЙ ПО ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ С АВСТРАЛИЕЙ ИЛИ КАЗАХСТАНОМ. ОДНАКО ПОКА ВОЛНА СОЗДАНИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ НЕ ДОКАТИЛАСЬ ДО РУССКОЙ ПРОВИНЦИИ. БИЗНЕСМЕНЫ БОЯТСЯ РАБОТАТЬ В МАЛЕНЬКИХ ГОРОДАХ, ГДЕ ЦЕНА ОШИБКИ СЛИШКОМ ВЫСОКА. ОНИ ПРЕДПОЧИТАЮТ ОСВАИВАТЬ КРУПНЫЕ ГОРОДА, ГДЕ ПОКА БОЛЬШЕ ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ МАНЕВРА. КОМПАНИИ, ПРАВИЛЬНО ОЦЕНИВШИЕ ПОТЕНЦИАЛ «ЗАБЫТОЙ» РОССИИ, ИМЕЮТ ШАНСЫ ЗАНЯТЬ ПЕРВЫМИ ПУСТУЮЩУЮ РЫНОЧНУЮ НИШУ И ПОЛУЧИТЬ НЕМАЛУЮ ПРИБЫЛЬ.

Текст: Александр ПЫПИН | Фото: Екатерина ОРЛОВСКАЯ

Средний размер российского города — 90 тыс. человек. Однако про такие населенные пункты обладателям капиталов известно крайне мало. Да и в представлении простых россиян они все еще ассоциируются с депрессией и вымиранием. Эти мифы имеют под собой основание. Общая численность населения малых городов России сократилась с конца 80-х гг. на 10%, а некоторых из них — на треть. В Воркуте с прилегающими поселками осталось 140 тыс. человек, а еще 15 лет назад было 215! Магадан покинули за 15 лет 20 тыс. человек. Население росло только в городах Кавказа и нефтедобывающих регионов, в Ханты-Мансийске оно почти удвоилось.

Доходы жителей провинции сейчас в 2–3 раза ниже средних по стране, многие градообразующие предприятия развалены и только начинают оживать, уровень социальной поддержки населения снизился в несколько раз, особенно после того, как большинство предприятий переложило социальные заботы на плечи местных властей.

Уровень развития коммунальной инфраструктуры, благоустройства малых городов невысок. По данным Института географии РАН, канализацией обеспечено только 79% жилой площади, а горячим водоснабжением еще меньше — около 68%. Бюджеты малых городов дотационны, а произошедшая в последние годы централизация налоговых потоков только усугубила финансовую зависимость провинции от благорасположения и капризов областных и федеральных властей. Крупные города последние десятилетия буквально высасывали соки из малых. Происходила миграция трудоспособного молодого населения, которое в поисках лучшей доли уез-

жало на «большую землю» — и это на фоне естественной депопуляции и старения населения. Численность населения пенсионного возраста превысила в ряде малых городов критическое значение в 30%. В городах с таким «диагнозом» строить торговый центр согласится только отчаянный оптимист. Однако только темные тона не создают полной картины. В отличие от городов-миллионников, схожих по многим показателям, уровень социально-экономического развития малых городов отличается порой на порядок, а значит, и потенциал для становления в них современных торговых форматов различен. Сравнивая, например, Нефтеюганск и Элисту по доходам населения, обороту розничной торговли, да и по менталитету, трудно поверить, что эти города находятся в одной стране. В многообразии малых городов есть административные центры регионов (Горно-Алтайск, Элиста, Кызыл, Ханты-Мансийск), города-порты (Туапсе, Салехард), туристические центры (Кисловодск, Минеральные Воды, Пятигорск, Анапа, Суздаль, Ессентуки, Пушкин), города шахтеров (Воркута, Междуреченск, Киселевск, Ленинск-Кузнецкий), города нефтяников (Альметьевск, Новокуйбышевск, Нефтеюганск, Лянтор, Новый Уренгой, Ноябрьск, Ухта, Мегион, Когалым), города металлургов (Серов, Невьянск), города энергетиков (Воткинск), центры лесопереработки (Лесосибирск, Кондопога), добычи полезных ископаемых (Губкин, Асбест, Мончегорск, Бокситогорск, Соликамск), закрытые города и наукограды (Саров, Железногорск, Северск, Снежинск, Обнинск, Новоуральск), города средней полосы и юга России, выполняющие функции социального, хозяйственного,



ТЦ «ИДЕЯ»

МНОГИЕ МАЛЫЕ ГОРОДА СМОГЛИ СОХРАНИТЬ УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ЗА СЧЕТ БЛИЗОСТИ К КРУПНЫМ СОБРАТЬЯМ

административного обслуживания сельскохозяйственных территорий (Россошь, Шуя, Ковров, Верея).

Малые города в силу своих размеров часто являются монофункциональными, а порой и целенаправленно создавались именно в таком качестве, как, например, центр переработки ядерных материалов в Железногорске (Красноярский край) и другие узкоспециализированные промышленные центры. В условиях рыночной экономики они сильно зависят от спроса на производимый ими продукт. Выросли цены на нефть — жизнь в городах нефтяников становится более комфортной. Закрываются угольные шахты — с ними разоряются и шахтерские городки. В казино под названием «глобальная экономика» банк пока сорвали такие малые города, как Нефтеюганск, Ханты-Мансийск, Ухта, Новый Уренгой, Ноябрьск, Анапа, Туапсе, Геленджик, Альметьевск. В аутсайдерах ходят Воркута, Магадан, Элиста, Россошь, Елец.

Наибольшие потери в ходе интеграции из плановой экономики в глобальную понесли города, удаленные от крупных центров и магистралей, деятельность которых не связана с добычей и переработкой полезных ископаемых. Многие малые города смогли сохранить удовлетворительный уровень развития за счет близости к крупным собратьям, порой превратившись из самодостаточных образований с высоким промышленным потенциалом в спальные районы крупных городов, что особенно заметно на примере Московской области. Город Дзержинский после сокращения в четыре раза персонала на градообразующем предприятии спасла от вымирания только близость к Москве, куда и устроились работать тысячи жителей. Во многих

городах-спутниках действующие градообразующие предприятия сохранились, так как они часто являются производственными звеньями компаний крупных городов (Новочебоксарск — Чебоксары, Кстово — Нижний Новгород). В ряде крупных агломераций начался процесс субурбанизации — проектируются новые малые города. В той же Московской области таких напланировано уже с десяток, причем торговые центры в них «встроены» априори.

ВРЕМЯ ОТКРЫВАТЬ

Нельзя сказать, что малые города совсем обделены вниманием. Многие торговые сети, особенно продовольственные, спрос на товар которых неизбежен, давно опутывают их. Пока в основном это не крупные форматы с площадью 200–400 кв.м — магазины у дома, дискаунтеры «Магнита», «Копейки», «Пятерочки», небольшие франчайзинговые магазины сетей «Техносила», «Эльдорадо», «Монро», SELA, «Эксперт». Активно осваивают малые города сети сотовой связи — «Евросеть», «Связной», «Диксис», «Цифроград», парфюмерии и косметики — «Л'Этуаль», книжных магазинов — «Книгомир», бытовой техники — *Domo* и «Линия Тока», спорттоваров — «Спортландия». В пригородах крупных агломераций активно развиваются и сети супермаркетов. Так, в Свердловской области открыты супермаркеты «Кировский», «Купец», «Монетка», в Кемеровской области размещают магазины «Кора» и «Поляна», в Нижегородской области — «Перекресток» и *Spaг*.

Крупные форматы торговли представлены в провинции пока только продовольственными гипермаркетами и мага- >



ТРК «ГРИВВИЧ»

СТРОЯЩИМ ВБЛИЗИ РЕГИОНАЛЬНОГО ЦЕНТРА ЕСТЬ НА ЧТО ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ, ГДЕ ПОДСМОТРЕТЬ И С КОГО ВЗЯТЬ ПРИМЕР

НАЗВАНИЕ	ГОРОД	НАСЕЛЕНИЕ	ГОД ВВОДА ОБЪЕКТА В СТРОИ	ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ, КВ. М	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, КВ. М	КОЛ-ВО УРОВНЕЙ	ОПЕРАТОРЫ
ПРОЕКТ <i>FINSTAR PROPERTIES</i>	Ухта	103 000	2010	33 500	24 100	3	Гипермаркет продовольственный, гипермаркет электроники, магазины косметики, одежды, обуви, детских товаров, ресторанный дворик
«КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ» («РАМО»)	Анапа	50 000	2010	40 000	30 000	2	«Домашний мир», «М.видео», «Фабрика Обуви», Bata, «Иль де Ботэ», Guess, New Yorker, Sela, Benetton, Mango, Ostin, Gas, Mexx, Oggi, Timberland, Макдоналдс, ресторанный дворик, боулинг, кинотеатр, бильярд, детский развлекательный центр
«ИНТЕРИО» («РОСТ-РИТЕЙЛ»)	Кингисепп	50 000	2010	20 000	н/д	н/д	н/д
«ВЕРТОЛЕТ»	Новый Уренгой	117 000	2007	н/д	н/д	2	«Техносила», «Спортландия», Benetton, «Ив Роше»
ПРОЕКТ «СИБИНТЕЛ»	Тобольск	100 000	н/д	25 000	н/д	н/д	н/д
«АПРЕЛЬ» («ДОМИНИОН-М»)	Обнинск	100 000	2009	13 803	7412	н/д	н/д
«СПОРТМАСТЕР»	Пятигорск	13 9000	2009	13 200	14 600	н/д	н/д
«ЗЕРКАЛО»	Бор	77 000	2008	н/д	н/д	3	Eurospar, Domo, «Белый Ветер Цифровой»
«АТРИУМ»	Губкин	86 000	2007	н/д	н/д	3	«Вестер», «Мир подарков», «Центр-Обувь», «Цвет диванов», «Маркиза», Sela, «Евросеть», кафе и детская игровая комната
«ПАНОРАМА»	Альметьевск	141 000	2007	23 100	14 960	3	«Перекресток», «М.видео», кинотеатр, фуд-корт, «Иль де Ботэ», «Бюстье», «Милавица», Adidas, Reebok, Sprandy, Vaop, «Евросеть», «Связной», Dixis, Sela, Salamander, Freestyle
«КАЛИНА» («КУЗБАССКАПИТАЛ-ИНВЕСТ»)	Топки	30 000	2008	10 000	н/д	2	Гипермаркет «Поляна», «Евросеть», «Эльдорадо», «Мелодия здоровья», бильярд, фуд-корт, «Монро»

ИСТОЧНИК: ИССЛЕДОВАНИЕ АВТОРА

ТАБЛИЦА 1. ПРИМЕРЫ ДЕЙСТВУЮЩИХ И ПЛАНИРУЕМЫХ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В МАЛЫХ ГОРОДАХ РОССИИ

ИСТОЧНИК: ПРОЕКТ «ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ УСТРОЙСТВО РОССИИ»

В ТОМ ЧИСЛЕ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЙОНАМ:

ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА, ТЫС. ЧЕЛ.	ВСЕГО	СЕВЕРНЫЙ	СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ + КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛ.	ВОЛГО-ВЯТСКИЙ	ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНЫЙ	ПОВОЛЖСКИЙ	СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	УРАЛЬСКИЙ	ЗАПАДНО-СИБИРСКИЙ	ВОСТОЧНО-СИБИРСКИЙ	ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ
50-100	159	4	7	37	8	6	13	27	29	11	12	5

ТАБЛИЦА 2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА МАЛЫХ ГОРОДОВ ПО ТЕРРИТОРИИ РОССИИ НА НАЧАЛО 2007 Г.

зинами стройматериалов. Курская сеть гипермаркетов «Линия» запустила объекты в малых городах Черноземья, красноярская «Алпи» осваивает Красноярский край и Кемеровскую область, «Карусель» – Ленинградскую область, «Магнит» – Краснодарский край. «Стройарсенал» открывает магазины в небольших городах Поволжья и Урала.

Получается, что наиболее смело к освоению малых рынков сейчас подходят региональные сети, которым местный менталитет понятней, да и нужно искать новые рынки под натиском федеральных сетей, вторгающихся в их родные ареалы. Региональные сети порой ведут себя агрессивно, используя тактику выжженной земли. Так, в небольшом Ачинске работают гипермаркет «Алпи» площадью 24 тыс.кв.м и еще три магазина этой сети

по 1300 кв.м. Несладко пришлось рынкам и в городе Грязи (70 тыс. чел.), где открылся гипермаркет «Линия». Все больше сетей постепенно подходит к новым рубежам – освоению городов с населением от 100 тыс. чел., хотя еще пару лет назад в это трудно было поверить. В 2007 г. «Мир» открылся в Кисловодске. В 2008 г. «Техносила» начала программу развития в стотысячниках – с открытия магазина в 2 тыс.кв.м в Новокуйбышевске. У сети «Мосмарт» на сегодняшний день нижний порог количества населения как раз составляет 100 тыс. чел. В сети «Мир» подчеркивают, что сейчас все крупные игроки начали активно осваивать города от 100 тыс. жителей с платежеспособным спросом, малой степенью насыщения рынка и низкой конкуренцией. С меньшими по численности городами сложнее. В России и больших городов предостаточно, поэтому, как >

Реклама

НАЗВАНИЕ	ГОРОД
«ТЕХНОСИЛА»	Нефтекамск, Ленинск-Кузнецкий, Горно-Алтайск, Пятигорск, Воркута, Ноябрьск, Новокуйбышевск
ДОМО	Кирово-Чепецк, Арзамас, Павлово, Новотроицк, Заречный, Ишимбай, Мелеуз, Нефтекамск, Альметьевск, Бугульма, Елабуга, Жигулевск, Когалым, Тобольск, Лянтор, Ялуторовск, Димитровград
SELA	Альметьевск, Анапа, Кронштадт, Саров, Апатиты, Кузнецк, Арзамас, Кызыл, Североуральск, Ахтубинск, Серов, Ачинск и др.
«ЧУДОДОМ»	Железногорск
«ВЕСТЕР»	Губкин, Балтийск, Советск, Черняховск
«СТРОЙАРСЕНАЛ ТРЕСТ_СКМ»	Нефтекамск, Качканар, Чайковский, Березовский, Серов, Соликамск, Тобольск, Новоуральск, Североуральск
«РИГЛА»	Лянтор, Ноябрьск, Югра
«АЛПИ»	Ачинск, Железногорск, Зеленогорск, Канск, Белово, Мариинск, Лесосибирск, Юрга, Киселевск
«ЛИНИЯ»	Железногорск, Губкин, Грязи, Елец
«КАРУСЕЛЬ»	Выборг
«БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ»	Бор
«ПАТЭРСОН»	Альметьевск, Александров, Кисловодск, Новокуйбышевск, Каменск-Шахтинский, Димитровград
«ИНТЕРСПОРТ»	Ханты-Мансийск, Пятигорск, Георгиевск, Туапсе, Котлас, Выборг, Альметьевск
«М.ВИДЕО»	Альметьевск, Ханты-Мансийск
«СПОРТЛАНДИЯ»	Ханты-Мансийск, Заречный, Новый Уренгой, Югорск, Кызыл, Саяногорск, Альметьевск, Нефтекамск, Бузулук, Вольск, Мончегорск, Салехард, Котлас, Кириши, Тихорецк
«ИЛЬ ДЕ БОТЭ»	Альметьевск
«БАНАНА-МАМА»	Пятигорск, Чайковский
«ПЕРЕКРЕСТОК»	Альметьевск, Волжск, Арзамас, Бор, Выкса, Дзержинск
«ЗБ'Б»	Нефтекамск, Октябрьский, Бор, Кстово
«РИВ ГОШ»	Пятигорск
«Л`ЭТУАЛЬ»	Альметьевск, Арзамас, Ачинск, Белово, Буденновск, Воркута, Воткинск, Геленджик, Димитровград, Ессентуки, Железногорск, Заринск, Киселевск, Ковров, Когалым, Ленинск-Кузнецкий, Магадан, Междуреченск, Муром, Нефтеюганск, Новоуральск, Новый Уренгой, Ноябрьск, Первоуральск, Пятигорск, Рубцовск, Салехард, Сарапул, Североморск, Тимашевск, Тобольск, Туапсе, Усть-Илимск, Ухта, Ханты-Мансийск, Чайковский, Черкесск, Югорск
«МИР»	Кисловодск
«ПОЛЯНА»	Белово
«КОРА»	Белово, Березовский, Киселевск, Ленинск-Кузнецкий, Осинники
«МОНЕТКА»	Лянтор, Нефтеюганск, Ханты-Мансийск, Качканар, Первоуральск, Ревда, Серов, Копейск
«КИРОВСКИЙ»	Первоуральск, Верхняя Пышма, Березовский, Новоуральск, Качканар, Серов, Невьянск
«МОНРО»	Искитим, Киселевск, Лысьва, Нефтекамск, Междуреченск, Сарапул, Воткинск
«КНИГОМИР»	Алексин, Альметьевск, Белово, Бердск, Бор, Северск, Соликамск, Юрга и т. д.

ТАБЛИЦА 3. ПРИМЕРЫ ОТКРЫТИЯ СЕТЕВЫХ МАГАЗИНОВ В МАЛЫХ ГОРОДАХ РОССИИ

ИСТОЧНИК: ИССЛЕДОВАНИЕ АВТОРА

говорят в «Мире», в городах с населением менее 100 тыс. жителей представлены только региональные сети. Это не касается сетей, предлагающих услуги связи. Так, «Связной» рассматривает города с численностью населения от 30 тыс. человек. «Если есть градообразующие и, самое главное, функционирующие предприятия, то мы найдем своего покупателя», — отмечают в компании.

Наибольший интерес торговые сети проявляют к городам, входящим в крупные агломерации: плотность населения в них выше, с трудоустройством у местных жителей меньше проблем, и товар до них везти ближе. Спросом, несмотря на логистические сложности, пользуются города нефтяников на Севере, в Татарстане, Башкортостане. Особенно выделяется на общем фоне нефтяная столица Татарстана — Альметьевск, где уже работают «Патэрсон», «Перекресток», «М.видео», «Иль де Ботэ». На Севере выставкой достижений крупнейших сетей постепенно становится 50-тысячный Ханты-Мансийск, где уже реализовали свои амбиции «М.видео», «Монетка», «Интерспорт», «Спортландия».

К будущим «хитам продаж» относятся и места в городах, входящих в полицентрические агломерации, где нет абсолютно доминирующего города, но привлекательно высокая плотность населения. Например, в агломерации Кавказских

Минеральных Вод, образованной малыми городами Ессентуки, Минеральные Воды, Пятигорск и другими, суммарно проживает около 700 тыс. человек. Здесь уже работают магазины «Мир», «Рив Гош», «Гроссарт», строит гипермаркет «Спортмастер», огромный проект ТЦ (160 тыс.кв.м) между Пятигорском и Минеральными Водами реализует компания «Рамо». Постепенно осваиваются и малые города агломераций Новокузнецка, Набережных Челнов, а в более отдаленном будущем — Иркутска, Тулы. В густо заселенном Причерноморье на фоне понятной только нескольким людям в стране стратегии подготовки Сочи к Олимпиаде торговые сети осторожно начинают, а пока начали активно осваивать другие черноморские города: Анапу, Туапсе, Геленджик. Наиболее сиротливыми остаются аграрные города средней полосы, юга и Поволжья, а также далекие города Сибири и Дальнего Востока. Торговать по современным стандартам там пока либо невыгодно, либо слишком дорого и долго везти товар.

ЛИНИЯ ВОДОРАЗДЕЛА

Из 200 малых российских городов сейчас меньше половины по уровню социально-экономического развития готовы воспринять полноценный торгово-развлекательный центр. Как показывают наши расчеты, при среднем доходе

ТОРГОВО-СЕРВИСНЫЙ ЦЕНТР В МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ «ГОРОД СТОЛИЦ»



© 2012-2013. Фото: www.stroygazeta.net

СООБЩЕСТВО РОССИИ
www.capitalgroup.ru



CAPITAL GROUP
Real Estate Development

+7 (495) 786 66 66

RETAIL@CAPITALGROUP.RU

ДОХОДЫ ЖИТЕЛЕЙ ПРОВИНЦИИ СЕЙЧАС В 2-3 РАЗА НИЖЕ СРЕДНИХ ПО СТРАНЕ, МНОГИЕ ГРАДООБРАЗУЮЩИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ РАЗВАЛЕНЫ И ТОЛЬКО НАЧИНАЮТ ОЖИВАТЬ, УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ НАСЕЛЕНИЯ СНИЗИЛСЯ В НЕСКОЛЬКО РАЗ.



ТИП АРЕНДАТОРА	АРЕНДУЕМАЯ ПЛОЩАДЬ, КВ.М	ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ АРЕНДАТОРЫ
СУПЕРМАРКЕТ	1800	«Вестер», «Перекресток»
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	1200	«Эльдорадо», «Техносила», «Мир», «Эксперт», «Техношок», «Doto», «Линия Тока»
СОТОВАЯ СВЯЗЬ	50	«Связной», «Евросеть»
АПТЕКА	60	«Ригла»
ПАРФЮМЕРИЯ И КОСМЕТИКА	300	«Л'Этуаль», «Иль де Ботэ»
ХИМЧИСТКА	150	Местные
БЫТОВЫЕ УСЛУГИ	40	Местные
ТУРИСТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО	50	Местные
ПАРИКМАХЕРСКАЯ	60	Местные
СПОРТЗАЛ	300	Местные
БОУЛИНГ	600	Местные
КИНОТЕАТР	600	«Центрфильм», «Кронверк Синема»
МАГАЗИН ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА	300	«Чудомаг»
ЦВЕТЫ	20	Местные
ДЕТСКАЯ ОДЕЖДА	200	«Банана-Мама»
ДЕТСКИЕ ИГРУШКИ	100	«Банана-Мама»
МАГАЗИН ОБУВИ	150	«Монро»
МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН	1000	«Шатура»
ТОВАРЫ ДЛЯ РЕМОНТА	1500	«Стройарсенал»
УНИВЕРМАГ ОДЕЖДЫ	700	«Фамилия»
МУЖСКИЕ КОСТЮМЫ	50	Michelin, Henderson, «Большевичка»
МОЛОДЕЖНАЯ И ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА	50	Sela, Oggi, BGN, «Бюстье», «Милавица»
СВАДЕБНЫЙ САЛОН	50	Местные
АТЕЛЬЕ	100	Местные
ТОВАРЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	50	Местные
ПОДАРКИ	50	«Красный Куб»
ХОББИ, ОХОТА И РЫБОЛОВСТВО	50	Местные
КАФЕ	80	Местные
РЕСТОРАН	200	Местные
САД И ОГОРОД	300	Местные
КНИГИ, КАНЦТОВАРЫ, БИБЛИОТЕКА	200	«Книгомир»
СПОРТИНВЕНТАРЬ	250	«Спортландия», «Интерспорт»
СПОРТОДЕЖДА	100	Adidas, Reebok, Baon
ТКАНИ	50	Местные
АВТОЗАПЧАСТИ	80	Местные
АВТОМОЙКА	100	Местные
МУЛЬТИМЕДИА	60	Местные
ИНТЕРНЕТ-КАФЕ, КОМПЬЮТЕРНЫЙ КЛУБ	80	Местные
ЭЛЕКТРОНИКА И КОМПЬЮТЕРЫ	150	«Белый Ветер Цифровой»
ДЕТСКАЯ ИГРОВАЯ КОМНАТА	100	Местные
ОТДЕЛЕНИЕ БАНКА	80	Сбербанк
ПРЕССА	25	Местные
ЦЕРКОВНАЯ ЛАВКА	25	Местные
МИНИ-РЫНОК	200	Местные
ВСЕГО	11660	

ТАБЛИЦА 4. ВОЗМОЖНЫЙ СОСТАВ АРЕНДАТОРОВ ДЛЯ ТЦ В МАЛОМ ГОРОДЕ

на душу населения выше 15000 рублей в месяц ТРЦ площадью 15 тыс.кв.м в городе с населением 100 тыс. чел. окупится с высокой долей вероятности за 5-7 лет после открытия. При меньших доходах ТЦ может оказаться не окупаем в разумные сроки. Пока достаточно «богатых» населенных пунктов из рассматриваемых не наберется и трети, но число таких городов с каждым годом будет расти. При сохранении темпов развития российской экономики через 3-4 года даже в беднейших из них проекты площадью 15-20 тыс.кв.м смогут окупиться за 6-8 лет. Расчет, проведенный для двух малых городов-стотысячников с различающимся в три раза уровнем дохода населения — Ельца и Нефтеюганска, показал, что торговый центр-монополист, открытый в конце 2009 г., в Ельце окупится к 2016 г., а в Нефтеюганске и того быстрее — к 2013 г. В зоне благоприятной для развития торговых центров, уже через 2-3 года окажется подавляющее большинство малых городов — не только «богатейшие» малыши, но и рядовые города средней полосы, Поволжья, юга страны. Но даже для той части городов, где назрело строительство торговых центров, пока еще не появился девелопер, который решится построить сеть из 50-100 типовых ТЦ, при этом сформировав пул постоянных арендаторов. Нет готовности к тому, чтобы управлять строительством, а затем и работой сразу десятков проектов, разбросанных по огромной территории. Проще построить один стотысячник, чем десять десятилетиями. «У нас порог — не меньше 30 000 квадратов... Для города в 100 тыс. жителей это много», — признаются в компании HC&MG. Малые города осваиваются по остаточному принципу — до многих из них руки у крупных профессиональных девелоперов дойдут только через 3-4 года. Отпугивают предпринимателей не только риски, но и ритм и образ жизни провинции, мало меняющиеся с течением времени. К тому же на «большую землю» после десятилетия забвения там смотрят с обидой, и то, что приносится извне, может восприниматься как минимум настороженно. Районы малых городов больше похожи на большие села, над которыми нелепо нависает многоэтажная застройка — впрочем, такие города зачастую из сел и выросли. Здесь велика роль натурального хозяйства, а центром притяжения и обмена информацией служит центральный рынок, где наряду с вокзальной площадью самое выгодное место для строительства торгового центра. Так, к примеру, уже поступили в городе Бор (70 тыс. чел.), где ТЦ «Зеркало» возник на месте рынка. Новое законодательство о рынках, требующее к 2010 г. перевести их под крышу, подстегнет строительство торговых площадей, однако не все из них будут соответствовать понятию «торговый центр». Несмотря на обособленность и замкнутость, постепенно малые города втягиваются в круг глобальной цивилизации — их жители смотрят по телевизору ту же рекламу товаров и услуг, что и жители столицы. Играет роль и быстрое развитие коммуникационных услуг — сотовой связи, интернета, благодаря чему провинция все более интегрируется в единое информационное пространство и формирует стандартные потребительские запросы. Это особенно заметно среди молодежи, которая быстрее

ИСТОЧНИК: ИССЛЕДОВАНИЕ АВТОРА

	Г. ЕЛЕЦ	Г. НЕФТЕЮГАНСК
ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В 2007 Г., МЛРД РУБ	6,2	17,3
ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В 2010 Г., МЛРД РУБ., ПРОГНОЗ	10,7136	29,8944
ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ ТЦ, КВ.М	15000	15000
АРЕНДУЕМАЯ ПЛОЩАДЬ ТЦ, КВ.М	12000	12000
ПРОЦЕНТ АРЕНДОВАННОЙ ПЛОЩАДИ, %	100%	100%
СРЕДНЯЯ АРЕНДНАЯ СТАВКА, РУБ./КВ.М В ГОД (ВКЛЮЧАЯ ЭКСПЛУАТАЦИЮ И МАРКЕТИНГ) В 2010 Г.	13392	29894,4
СТОИМОСТЬ ЭКСПЛУАТАЦИИ ТЦ В 2010 Г., РУБ./КВ.М	3456	4320
РАЗМЕР СОБСТВЕННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ, %	30%	30%
СОБСТВЕННЫЕ ВЛОЖЕННЫЕ СРЕДСТВА, РУБ.	157500000	180000000
СТОИМОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА 1 КВ.М (ПОД КЛЮЧ), РУБ.	35000	40000
ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА, РУБ.	525000000	600000000
СТАВКА ПО ДОЛГОСРОЧНОМУ РУБЛЕВОМУ КРЕДИТУ	17%	17%
ЕЖЕГОДНАЯ ИНДЕКСАЦИЯ АРЕНДНОЙ СТАВКИ И СТОИМОСТИ ДОП. УСЛУГ	10%	10%
ЕЖЕГОДНАЯ ИНДЕКСАЦИЯ СТОИМОСТИ ЭКСПЛУАТАЦИИ	15%	15%
СРОК ОКУПАЕМОСТИ С МОМЕНТА ОТКРЫТИЯ В 2010 Г.	7 лет — 2016 г.	4 года — 2013 г.

ТАБЛИЦА 5. СРАВНЕНИЕ ОКУПАЕМОСТИ АНАЛОГИЧНЫХ ТЦ В НЕФТЕЮГАНСКЕ И ЕЛЬЦЕ

всего адаптируется к современным ТЦ и привыкает проводить там досуг. Однако торговому центру нужны не только потребители, но и обслуживающий персонал. Качество кадров в провинции невысокое (лучшие уже уехали в крупные города), что сказывается и на качестве работы ТЦ, оснащаемого сложными техническими системами, и на качестве строительства. В результате оторванности малых городов от производств стройматериалов, технических систем, современной строительной базы стоимость строительства в них может оказаться достаточно высокой, как и стоимость дальнейшего обслуживания. Чем дальше ТЦ от большого города, тем сложнее его создавать. Строящим вблизи регионального центра есть на что ориентироваться, где подсмотреть и с кого взять пример. Они будут иметь дело с более подготовленными потребителями, которые уже понимают, что к чему, а их привычка делать важные покупки только «в городе» постепенно уйдет. Проще вести и переговоры с арендаторами: порой результативней один раз свозить их в город и показать проект, чем вести долгую переписку. Проблемы с привлечением арендаторов обусловлены тем, что на далеком расстоянии компании предлагают работать по франчайзингу, а найти в маленьком городе десяток предпринимателей, способных купить франшизы для заполнения полноценного ТРЦ, непросто. Сомнения вызывают перспективы работы заведений питания — жители провинции привыкли готовить сами и есть дома. Но ситуация уже не так катастрофична, как пару лет назад. Сформировалась достаточно большая «каста» арендаторов, которых работа в ТЦ малых городов не пугает. «Когда в малом городе открываются современные ТЦ, мы стараемся войти в них. Там, где уже успели открыться, наблюдаем положительную тенденцию и по посещаемости, и по обороту, который выше, нежели в *street retail* того же города», — признаются в компании «Связной».

СТАТЬ ЭПИЦЕНТРОМ

Развлекательная составляющая трудно прогнозируема. Кинопоказ в малых городах был разрушен, и его предстоит восстанавливать. Впрочем, как показывает практика больших городов, в них уже плотность кинозалов достигла одного на 30 тыс. чел. Поэтому трехзальный кинотеатр в малом городе при правильной ценовой политике вполне может функционировать, что видно и по первым примерам в горо-

дах Подмосковья. Боулинг-клубы уже давно работают во многих малых городах, даже в Магадане. Дополнительные дивиденды торговому центру принесет учет местных традиций. В Элисте вполне уместными будут магазины конной упряжи или шахматный клуб, в средней полосе и Сибири — церковная лавка, магазины для охотников и рыболовов, в туристических центрах — магазины спортивного инвентаря. Полноценный ТРЦ вряд ли обойдется без того, чтобы нести заметную социальную нагрузку, стать частью культурной >

Реклама

АРЕНДУЕМ
ТОРГОВЫЕ
ПЛОЩАДИ

от 150 кв.м.

РИВ ГОШ
парфюмерия и косметика

ДЛЯ ОТКРЫТИЯ
МАГАЗИНОВ
НА ТЕРРИТОРИИ
РОССИИ

контактное лицо:
Салфиров Евгений
тел. (812) 718 75 75 (доб. 105)
факс: (812) 718 75 76
моб. +7 911 828 45 55
e-mail: salfirov@parfum.spb.ru
www.rivegauche.ru

НАИБОЛЬШИЙ ИНТЕРЕС ТОРГОВЫЕ СЕТИ ПРОЯВЛЯЮТ К ГОРОДАМ, ВХОДЯЩИМ В КРУПНЫЕ АГЛОМЕРАЦИИ, — ПЛОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ В НИХ ВЫШЕ, С ТРУДОУСТРОЙСТВОМ У МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ МЕНЬШЕ ПРОБЛЕМ, И ТОВАР ДО НИХ ВЕЗТИ БЛИЖЕ.



➤ инфраструктуры города. Книжный магазин можно совместить с библиотекой, спортивный зал предоставлять в малопосещаемые часы для занятий местной школы, зоомагазин превратить в мини-зоопарк, продавать дешевые абонементы в кинозалы для школьников, как это было в советское время, а магазин мультимедиа совместить с интернет-кафе. Подобная политика не только «привяжет» будущих потребителей и сделает ТЦ, заменивший разрушенную социальную инфраструктуру, центром городского досуга, но и повысит качество жизни в городе в целом, снизив отток молодежи из него. Несмотря на явные риски, не только локальные, но и сетевые девелоперы уже заинтересовались строительством ТЦ в малых городах. В первую очередь осваиваются густозаселенные районы и пригороды, хотя постепенно география расширяется. Так, компания «Интерيو Групп» записала в свои планы пригород Санкт-Петербурга — Кингисепп,

«КузбассКапиталИнвест» — город Топки Кемеровской области. У *Finstar Properties* в списках значатся Подольск, Лыткарино и Ухта, девелоперское подразделение «Техносилы» нацелилось на Ковров, «Сибинтел» — на Тобольск и другие северные города, «Многофункциональные центры» — на Златоуст и Фролово. Повышенный интерес — к пятидесяти тысячной Анапе: здесь строится ТРЦ компании «Рамо» и запланирован ТЦ компании *HC&MG* — вся надежда на туристов. Конкуренция возникнет и в Обнинске, которым занимаются «Русский дом» и «Доминион-М». Каким может быть ТЦ в малом городе, уже можно посмотреть в Альметьевске, где построен полноценный торговоразвлекательный центр «Панорама» площадью 23 тыс. кв. м с неплохими сетевыми арендаторами, с кинотеатром и кафе. Пока таких примеров единицы — время освоения провинции только наступает...



МАКСИМ КАРБАСНИКОВ, директор отдела торговой недвижимости *Jones Lang LaSalle*

В 2005–2007 гг. ДЕВЕЛОПЕРЫ и ретейлеры активно осваивали в первую очередь города-миллионники. Сейчас началось интенсивное освоение городов с населением от 250 тыс. чел. С проектами в малых городах (около 100 тыс.) пока к нам приходили всего один раз, до них девелоперы в массовом порядке «доберутся» не раньше чем через 2–3 года. В то же время появится ощутимый спрос на площади и со стороны ретейлеров. Пока им хватает работы на более крупных потребительских рынках: городов с населением более 250 тыс. чел. в России около 80. Тем более что в большинстве малых городов доходы населения сейчас не обеспечивают необходимый платежеспособный спрос. Исключение составляют города Московской области, где значительная часть граждан работает в столице и получает высокие доходы. В целом же процесс создания торговых центров в малых городах будет логичным продолжением развития российского потребительского рынка (во Франции, к примеру, уже приходится один гипермаркет на 50 тыс. чел., вводятся и торго-

вые центры в городах с населением около 100 тыс.).



ИРИНА ЗАДОРНИКОВА, ведущий консультант, член правления агентства «Магазин Магазинов»

ЕСЛИ РЕЧЬ ИДЕТ О НЕБОЛЬШИХ городах, то в ТЦ торговой площадью до 20 тыс. кв. м необходимо «вместить» максимальный выбор товаров и услуг, т.к. зачастую он является единственным и должен предоставить все необходимое потребителю. В этом случае у покупателя появится потребность в цивилизованных форматах торговли. Пока жители малых городов привыкли делать покупки на рынках или выезжать за ними в крупные города. Наиболее успешное расположение ТЦ — привокзальная площадь. При таком расположении в торговую зону объекта попадают жители пригорода. Крупный ТЦ станет центром проведения досуга для жителей города. Состав арендаторов — супермаркет, магазины товаров повседневного спроса, галерея магазинов одежды, обуви, товаров для детей, рестораны, возможно, кинотеатр. Наш опыт работы в малых городах говорит о том, что рынок еще не готов к развитию фуд-корта в таких ТЦ. Связано это с тем, что сети

предпочитают не входить с одной концепцией в удаленный от управления и контроля проект, а местные предприниматели не готовы покупать франшизу.



ПЕТР МАЛАРЕЦКИ, заместитель генерального директора по развитию федеральной сети «Вестер»

В 2007 г. СЕТЬ «ВЕСТЕР» ОТКРЫЛА супермаркет общей площадью 2,3 тыс. кв. м в ТЦ «Атриум» в Губкине с населением 90 тыс. чел. Благодаря активной разработке полезных ископаемых Курской магнитной аномалии город имеет хороший уровень социально-экономического развития. При 1 300 кв. м торговой площади мы имеем товарооборот около 7000 USD на кв. м в год. Помимо прочего, мы оборудовали там и собственную пекарню. На сегодняшний момент города с населением 70–90 тыс. чел. являются очень перспективными для освоения. При правильном подходе к выбору места и оценке потенциала города у розничной сети есть прекрасная возможность запустить прибыльный и востребованный жителями объект. Сейчас под пристальное изучение сети «Вестер» попадают и малые города, расположенные на Украине, — это Борислав, Дрогобыч, Борисполь. **М**