ДЕВЕЛОПМЕНТ В СЕТЯХ

МНОГИЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ РАЗВИВАЮТ СОБСТВЕННЫЕ ТОРГОВЫЙ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ СЕГМЕНТЫ. ОДНИ – ЧТОБЫ ЗАПОЛНИТЬ ПЛОЩАДИ В СВОИХ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ (ТЦ). ДРУГИЕ ДИВЕРСИФИЦИРУЮТ РАБОТУ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРИБЫЛИ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РИСКОВ МЕЖДУ АРЕНДНЫМ БИЗНЕСОМ И РИТЕЙЛОМ. АНАЛИТИКИ РАСХОДЯТСЯ В ОЦЕНКЕ ПЕРСПЕКТИВ СОЗДАНИЯ ДЕВЕЛОПЕРАМИ СОБСТВЕННЫХ СЕТЕЙ. С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ТАКАЯ ПОЛИТИКА ПРОТИВОРЕЧИТ МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ, С ДРУГОЙ – ПОЗВОЛЯЕТ ХЕДЖИРОВАТЬ ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ. АННА ЧЕРНИКОВА

ТРЕНДЫ КРИЗИСА В условиях экономического кризиса девелоперы, столкнувшись, с одной стороны, с резким падением спроса на офисные, торговые и складские комплексы, а с другой – со сложностями финансирования, вынуждены были останавливать стройки «до лучших времен». Точное число замороженных проектов в стране эксперты установить затрудняются, ведь решение о приостановке строительства может принять только инвестор, а информация, распространяемая самими компаниями, всегда крайне противоречива. Между тем известно, что доля Центрально-Черноземного банка Сбербанка РФ на рынке финансирования девелоперских проектов макрорегиона составляет более 80%, а в самой организации неоднократно подчеркивали, что все площадки, которые начали финансировать, доведут до стадии запуска. Таким образом, бизнес в макрорегионе оказался явно в лучшей ситуации, чем российский в целом.

Отраслевые аналитики выделяют на рынке два интересных тренда – развитие девелоперами собственных сетей или заключение франчайзинговых договоров с известными брендами. Некоторые участники рынка работали в таком направлении и раньше. Но, как считает Дмитрий Жиляков из компании «Финансовый и организационный консалтинг», именно «развитие собственных сетей – тот источник доходов, который позволяет девелоперам относительно безболезненно пережить кризис, дождаться возобновления устойчивого роста клиентской базы и, как следствие, роста прибыли от основной деятельности». По его мнению, у такой стратегии неоспоримый плюс – диверсификация бизнеса, снижение зависимости от одной сферы предпринимательства. Главный же ее минус господин Жиляков видит в отвлечении ресурсов на раскрутку магазинов при отсутствии гарантированной прибыли.

«До кризиса открытие девелоперскими компаниями собственных магазинов не было массовым явлением. К такой практике как инструменту хеджирования финансовых рисков и получения дополнительной прибыли все-таки прибегали единицы из участников рынка. Но в нынешних условиях таких примеров стало, по моим наблюдениям, явно больше. Открытие собственных магазинов теперь дополнительная, а в некоторых случаях даже основная мера наполняемости торговых площадей, спасение всего проекта строительства торговых комплексов, – утверждает господин Жиляков. – Впрочем, если объект уже функционирует, то необходимость в ней отпадает. Девелоперы, как правило, банально идут на снижение арендных ставок, чтобы привлечь торговых операторов».

С ним согласен и Максим Клягин из управляющей компании «Финам Менеджмент». «Спад уровня спроса со стороны потенциальных арендаторов, испытывающих сложности на фоне падения платежеспособности конечного потребителя и, как следствие, рост доли вакантных площадей, очевидно, мотивировали участников рынка к развитию собственных ритейл-проектов», – утверждает эксперт. На его взгляд, такая стратегия во многом является вынужденной, но зачастую, с учетом складывавшейся конъюнктуры рынка, вполне оправданной и целесообразной. «Фактически в некоторых случаях она позволяет сохранять сбалансированный пул востребованных покупателем арендаторов и не сокращать ассортимент предложения ТЦ, что в противном случае могло бы в целом негативно отразиться на его трафике», – подчеркнул господин Клягин.

СПАД УРОВНЯ СПРОСА СО СТОРОНЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ АРЕНДАТОРОВ, ИСПЫТЫВАЮЩИХ СЛОЖНОСТИ НА ФОНЕ ПАДЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ, МОТИВИРОВАЛИ УЧАСТНИКОВ РЫНКА К РАЗВИТИЮ СОБСТВЕННЫХ РИТЕЙЛ-ПРОЕКТОВ

ОЛЕГ ХАРСЕЕВ

НА МЕСТЕ СНЕСЕННОГО УНИВЕРМАГА «РОССИЯ» В ВОРОНЕЖЕ ОТКРОЕТСЯ ВТОРАЯ ОЧЕРЕДЬ «ЦЕНТРА ГАЛЕРЕИ ЧИЖОВА», ГДЕ ПОЯВИТСЯ МНОГО МАГАЗИНОВ, ПРИНАДЛЕЖАЩИХ ДЕВЕЛОПЕРУ

«ГРАД» НЕ ИЩЕТ АРЕНДАТОРОВ ДЛЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Ярким примером во многом вынужденного отказа от привлеченных арендаторов в развлекательный сегмент являются планы Воронежской девелоперской компании по развитию строящегося сити-парка «Град» общей площадью 209 тыс. кв. м в Рамонском районе, пригороде областного центра. Его открытие ожидается в 2010 году. В развлекательную составляющую «Града» на более чем 40 тыс. кв. м, как ожидается, войдут крытый парк аттракционов, океанариум, детский досуговый центр, мультиплекс, ледовый комплекс-курорт, скейтпарк, боулинг, точки общественного питания. Проект реализуется предприятиями группы Евгения Хамина. За создание развлекательного сегмента (более 2 млрд рублей) отвечает «Планета развлечений», рекреационно-парковой зоны (порядка 180 млн) – «Планета спорт», а за комплекс общественного питания (около 250 млн) – «Ресторанс групп». Разработан даже специальный бренд Star&Mlad.

По заверению самого Евгения Хамина, решение о самостоятельной реализации проекта и последующем собственном управлении было принято по ряду причин. Во-первых, рынок развлечений в России находится в ранней стадии своего развития, в стране подобные масштабные проекты не были реализованы, соответственно, и сетевые операторы на рынке не представлены. Во-вторых, концепция «Града» создавалась для жителей города и региона с учетом их потребностей, в то время как все сетевые проекты «грешат» штампованными концепциями и стандартными решениями. «Поэтому о подборе сетевого оператора не могло быть и речи», – заявил господин Хамин. Бизнесмен признает, что на рынке существуют эффективные операторы отдельных видов развлечений, но подчеркивает, что приглашение даже таких компаний в силу их разрозненности было бы ошибкой как с точки зрения концепции, так и результативности управления. «Развлекательная часть является основополагающим элементом концепции „Града“. Традиционно крупные объекты развлечений – мощнейшее ядро притяжения посетителей для торговых центров. С другой стороны, трафик, формируемый торговой зоной, значительно, мы надеемся, увеличит его эффективность», – резюмировал Евгений Хамин.

Известно, что в торговую часть «Града» зайдут крупнейший мировой ритейлер в формате спортивных гипермаркетов сеть Decathlon, продуктовый ритейлер Auchan и DIY-сеть Leroy Merlin. Все операторы французские, к тому же в каждом из них есть доля у семьи Мелье, которая де-факто стала одним из стратегических партнеров сити-парка. Эксперты отмечают уникальность стройки, осуществляемой бизнесменами Евгением Хаминым и его партнером владельцем холдинга «Мебель Черноземья» Николаем Послухаевым, как проекта регионального значения и указывают на определенную логику их действий.