

экономика региона

Торговый нецентр

Рынок региональных торговых центров остается ненасыщенным, особенно в малых городах. В 2017 году эксперты прогнозируют рост спроса на торговые площади в городах с населением до 300–500 тыс. человек.

— конъюнктура —

Движение в регионы

С 2014 года в России отмечалось ежегодное снижение инвестиций в коммерческую недвижимость. Однако в 2016 году рынок показал рост. По оценкам аналитиков компании Knight Frank, по итогам прошлого года инвестиции в этот сегмент выросли на 61%. «Россия остается лидером по темпам роста предложения торговых площадей в Европе, несмотря на очевидную тенденцию к снижению темпов нового строительства за последние три года», — отмечает Татьяна Дивина, старший директор отдела исследований Cushman & Wakefield.

Однако прогнозы на 2017 год не столь оптимистичны. По данным компании CBRE, в 2017 году объем ввода новых качественных торговых площадей в России снизится почти на треть и составит около 586 тыс. кв. м. При этом внимание девелоперов смещается в сторону регионов. «Рынок региональных торговых центров остается ненасыщенным», — считает Михаил Рогожин, управляющий директор отдела торговых помещений CBRE в регионах России. Как отмечает генеральный директор ОАО «Инпром Эстейт» Игорь Коновалов, среди крупных городов Юга с точки зрения строительства торговых площадей наиболее перспективен Ростов-на-Дону. «Для современного города норматив обеспеченности качественными коммерческими площадями составляет не менее 500 кв. м на 1 тыс. жителей. По этому показателю Ростов-на-Дону отстает от многих городов-миллионников», — считает Игорь Коновалов.

Небольшой формат

Еще одна тенденция на рынке строительства торговой недвижимости — интерес девелоперов к строительству торгово-развлекательных комплексов в городах с населением до 300–500 тыс. человек. Аналитики CBRE отмечают, что в 2017 году на 50% увеличится ввод торговых площадей в городах с численностью населения 100–300 тыс. человек. Так, в обзоре рынка торговой недвижимости CBRE в регионах отмечается, что только четыре проекта, запланированных к строительству в 2017 году, относятся к городам-миллионикам. Остальные семь будут реализо-

ваны в городах с низкой обеспеченностью торговыми площадями, так как девелоперы ищут новые города для строительства торговых центров. Среди городов, обладающих высоким потенциалом развития ритейла с точки зрения населения и уровня доходов эксперты CBRE выделяют Хабаровск, Читу, Киров, Ноябрьск, Махакалу, Якутск и др.

Илья Володько, генеральный директор MACON Realty Group, считает, что потенциал для развития ТРК в малых и средних городах достаточно высокий — главным образом, по причине отсутствия конкуренции. «Несмотря на то что в таких городах платежеспособность населения, как правило, ниже, чем в крупных, один качественный проект в сфере торгово-развлекательной недвижимости может обеспечить рынок спросом», — считает эксперт.

«Один качественный торговый центр в городе с населением до 500 тыс. человек способен заменить три-четыре рядовых торговых центра с похожими либо невыразительными концепциями», — считает также Дан Полонский, генеральный директор ЗАО «Торговый комплекс „Горизонт“». — Изучив портрет аудитории, ее пристрастия, привычки и особенности в каждом таком городе, можно предельно точно и поэтому клиентоцентрично сформировать пул арендаторов, который будет релевантен покупательной способности населения и востребован в течение длительного времени (например, хороший продуктовый ритейлер, известный спортивный оператор и т. д.).

В феврале 2017 года на Российском инвестиционном форуме в Сочи было подписано соглашение о строительстве торгово-развлекательного центра площадью 22,5 тыс. кв. м в Новочеркаске. Общий объем инвестиций в проект составит около 800 млн руб. Реализация ТРЦ в Новочеркаске станет не только первым таким проектом, но и предоставит возможность трудоустройства 400 жителям города. «Открытие одноэтажного корпуса ТРЦ площадью 9 тыс. кв. м, большую часть площади которого займет магазин торговой сети „О’Кей“, запланировано на период с июля по сентябрь 2017 года, а строительство второго этапа — трехэтажного корпуса на 13,5 тыс. кв. м — завершится в 2018 году», — отметили в пресс-службе губернатора Ростовской области.

Компания «Инпром Эстейт» планирует построить торгово-развлекательный комплекс в Волгодонске. «Волгодонск — самый молодой город Ростовской области, ему чуть больше 60 лет. Здесь проживало много молодых людей. В городе есть один ТРЦ площадью 15 тыс. кв. м. Он неконкурентоспособен по отношению к ростовским ТЦ, таким как „Горизонт“, „Мега“, „Рио“, „Золотой Вавилон“, поэтому большая часть горожан ездит в Ростов за покупками», — рассказал Игорь Коновалов. — Если посмотреть на Европу, Азию, Америку, на развитые страны, то увидим, что в каком-нибудь городе Жирона, который в два раза меньше, чем Волгодонск, есть несколько торговых центров площадью свыше 40 тыс. кв. м, а в Волгодонске — ни одного. Безусловно, такое положение вещей надо менять». Объем инвестиций в проект в Волгодонске может составить до 2 млрд руб. Однако параметры инвестиций могут быть скорректированы, так как решение о выделении участка земли еще пока не принято. Кроме того, многое будет зависеть от дальнейшей экономической и политической конъюнктуры. «В благополучном сценарии мы хотели бы начать стройку в следующем году и за 2,5–3 года завершить работы», — рассказал Игорь Коновалов.

Факторы риска

По мнению Дана Полонского, риски реализации проектов ТРЦ при условии грамотно проработанной концепции сведены к минимуму. Вместе с тем он отмечает, что потенциальным конкурентом таким ТРЦ в регионах может выступать интернет-торговля.

Илья Володько среди потенциальных рисков и проблемных моментов в реализации подобных проектов отмечает сложности в привлечении крупных и известных федеральных арендаторов, стратегия многих из которых не предполагает выход на рынки небольших городов.

С этим согласен и Игорь Коновалов, по словам которого далеко не все международные и российские сети готовы войти в малые города. Большинство из них нацелены на города-миллионники с высокой покупательской способностью, лучшим трафиком и, соответственно, лучшими показателями выручки на 1 кв. м.

Не только покупки

Строительство современного торгово-развлекательного центра для небольшого города — это не только коммерческий, но и важный социальный проект. «В качестве плюсов открытия ТРЦ в небольших городах можно отметить практическую реализацию концепции „третьего места“ Рэя Ольденбурга. Это потребность людей в местах, которые не являются ни домом, ни работой, но позволяют им собираться вместе — от кофеен и до магазинов — и проводить время приятно и с пользой», — отмечает Дан Полонский.

Специфика торгово-развлекательного центра в том, что это не только место, где можно приобрести необходимые товары, но и место досуга и времяпровождения, считает Игорь Коновалов. В крупных городах есть много объектов культуры: театры, выставочные и концертные залы. В малых городах, в том же Таганроге, Волгодонске, Шахтах, Новочеркаске, мест, где можно провести культурный досуг, недостаточно. Так, в портфеле проектов «Инпром Эстейт» уже есть успешный пример строительства торгово-развлекательного комплекса в небольшом городе — это ТРЦ «Мармелад» в Таганроге. Не последнюю роль в его успехе сыграло

то, что в торговом центре проводятся очень много мероприятий. «Мы потратили 1,6 млрд руб. на реализацию этого проекта. Вложенные средства пока не окупились (проекту всего три года). При этом мы довольны, как работает объект: заполняемость — 100%, стабильно привлекает покупательский трафик», — комментирует Игорь Коновалов. — Растет не только за счет широкой линейки известных брендов, разнообразия ассортимента товаров и услуг. В ТРЦ представлена культурная и развлекательная составляющая. Люди приходят не только за покупками, но и с целью качественно провести досуг. За год в таганрогском ТРЦ „Мармелад“ проведено более тысячи различных мероприятий для детей и взрослых, особо подчеркну: в основном эти мероприятия бесплатные для посещения всеми категориями населения».

Эксперты отмечают, что, прежде чем строить торговый объект в небольшом городе, выполняется колоссальный объем подготовительных работ. Проводятся предварительные переговоры с будущими арендаторами, запускается широкомасштабная рекламная кампания. Нужно убедить общественность, законодательную и административную власть, что новый ТЦ будет по-

лезен городу. При этом в условиях архаичности уклада жизни малых городов, их провинциальной ментальности сделать это непросто. Например, планируя строительство в Волгодонске, компания «Инпром Эстейт» столкнулась с активным сопротивлением местных предпринимательских структур, которые имеют собственную староформатную коммерческую недвижимость. «Естественно, они опасаются конкуренции и не хотят, чтобы в город кто-то заходил», — объясняет Игорь Коновалов. — Мы не единственные, кто с этим столкнулся. Например, „Магнит“, когда строил свои гипермаркеты в Волгодонске, тоже был встречен весьма недружелюбно». В итоге компании пришлось провести презентацию проекта перед расширенным составом Волгодонской городской думы, представителями администрации и общественности и подробно рассказать о преимуществах такого крупного объекта для небольшого города. Качественный ТРЦ способен не только улучшить качество жизни людей, но и создать новые рабочие места, обеспечить поступление налогов и заставить капиталы, которые сейчас вывозят в другие, более крупные, города, работать на благо местных жителей.

Алина Андреева,
Наталья Гордеева



Строительство современного торгово-развлекательного центра для небольшого города – это не только коммерческий, но и важный социальный проект

Бизнес кооперируется с вузами

— стратегия —

«Участие в мероприятиях учебных заведений дает нам возможность знакомиться с наиболее активными и талантливыми студентами, многие из которых в дальнейшем становятся частью нашей команды», — уточняет она. По данным Бесариона Мехи, сейчас у ДГТУ насчитывается 170 стратегических предприятий-партнеров. «Нередко после стажировки перспективному, с точки зрения работодателя, студенту предлагается работа на предприятии в свободное от учебы время или же последующее трудоустройство. По наш взгляд, самым эффективным решением кадрового вопроса в компании является заключение договоров на целевую подготовку студентов, лучшим образом зарекомендовавших себя на производственной практике. Благодаря чему студент получает дополнительную именную стипендию от предприятия и гарантированное место работы после окончания университета», — рассказывает он.

Спецпрограммы для кадрового резерва

Большинство компаний не ограничиваются стажировками и развивают специальные программы для сотрудничества с вузами. Директор «ИноСтудио» Максим Болотов сообщает, что компания осуществляет спонсорство мероприятий в университетах, проводит мастер-классы, участвует в учебно-методической работе. «При этом мы постоянно ищем новые формы, которые были бы полезны и вузу, и нам. Мы открыли в ЮФУ научно-исследовательскую лабораторию мобильной и веб-разработки Scipo. В рамках этого проекта раз в семестр делаем открытые образовательные циклы по самым популярным на-

правлениям разработки программного обеспечения. Также на базе лаборатории организовываем различные практики студентов с дополнительным обучением, через которые прошли уже более сотни будущих специалистов», — говорит он. Денис Радионов рассказывает, что у «Ростсельмаша» действует специально созданная программа «Кадры для отрасли», целями которой являются поддержка студентов, обучающихся на инженерных должностях, а также выплаты именных стипендий лучшим студентам. Он уточняет, что с помощью данной программы компания формирует для себя кадровый резерв. По словам директора Института компьютерных технологий и информационной безопасности (ИКТИБ) ЮФУ Геннадия Веселова, представители IT-компаний Таганрога проводят семинары и мастер-классы для студентов в рамках недели академической мобильности. «Таганрогские компании охотно выступают спонсорами, а их сотрудники входят состав жюри Открытой олимпиады ЮФУ по программированию. Также мы имеем устойчивые связи с компаниями Ростовской области, Краснодарского края, Воронежской области, Екатеринбурга и Москвы. Нашими партнерами являются IBM, Microsoft и SAP», — рассказывает он. Региональный директор социальной сети для инвесторов eTogo в России и СНГ Павел Салас говорит, что совместно со Сбербанком была запущена образовательная программа «Как меняется мир инвестиций? MoneyManagement 2.0 — Новые правила управления капиталом». «Цель совместной программы — задать тон новому поколению инвесторов, которых необходимо научить следить за трендами и управлять рисками. В дальнейшем курс будет читаться во всех ведущих ре-

гиональных вузах, что отвечает текущему курсу по финансовой грамотности ЦБ», — уточняет он.

Сейчас компании не просто предоставляют базу для прохождения студентами производственной практики и спецпрограммы, но и сами становятся активными потребителями научно-технических разработок вузов и предлагаемого здесь дополнительного образования. Бесарион Мехи сообщает, что сейчас ученые ДГТУ занимаются разработкой автоматизированного комплекса для реабилитации пациентов, перенесших операции на коленных и тазобедренных суставах. «Также региональное экспертное управление университета проводило мониторинг качества строительных материалов и конструкций при строительстве стадиона и аэропорта в Ростове. В прошлом году была разработана схема маршрутной сети общественного транспорта в городе», — уточняет он.

Сразвитием сотрудничества вузов и предприятий изменяются требования и к выпускникам: по мнению экспертов, с каждым годом растет потребность в специалистах смежных областей. Марк Гойхман отмечает, что современным предприятиям необходимы специалисты, имеющие знания и навыки не только в конкретной специальности. «Например, в нанотехнологиях есть запрос на работников с квалификацией на пересечении техники, химии, физики. В сфере финансов все меньше требуются сотрудники только с экономической подготовкой. Нужно разбираться, например, в компьютерных системах, обработке гигантских баз данных», — говорит он. Представители компаний заявляют о нехватке кадров в технических и инженерных специальностях. Бесарион Мехи говорит, что трудовой рынок Ростовской области перенасыщен юристами, экономистами и менеджерами. «Наше-

му региону нужны специалисты для реального производства, области не хватает техников, инженеров, работников аграрно-промышленного комплекса», — добавляет он.

Приоритет в IT-сфере

Одной из приоритетных отраслей для работы станет IT-сфера. Геннадий Веселов говорит, что сейчас ИКТИБ активно привлекает ведущих сотрудников IT-компаний к процессу разработки и экспертизе основных образовательных программ и рабочих программ профильных дисциплин: «Степень вовлеченности ра-



В 2016 году филиал АКБ «ФОРА-БАНК» (АО) в г. Ростов-на-Дону существенно увеличил показатели: рост — от 30% до 100%. Высокие темпы сохраняются и сейчас, в год 25-летия банка. По словам управляющего филиалом, руководителя дирекции по ЮФО и СКФО Сергея Бондаренко, они продолжают кредитовать реальный сектор, совершенствовать сервис и расширять сеть.

— 2017-й, юбилейный для ФОРА-БАНКА год, встретили с хорошими результатами, — подчеркнул Сергей Бондаренко. — За предыдущие 12 месяцев прирост факторингового портфеля составил у нас 100%. Актуальность факторинга растет, особенно среди местных производителей — поставщиков розничных сетей. Двоем увеличили кредитование предприятий МСБ, которые все чаще стали занимать на пополнение оборотных средств и на инвестиционные цели. На юге России

ботодателей в этот процесс растет с каждым годом. Представители таганрогских IT-компаний входят в состав экзаменационных комиссий по дисциплинам, соответствующим их профилю деятельности. Сейчас не менее 10% преподавателей Института являются одновременно руководителями и ведущими специалистами IT-компаний».

С развитием технологий меняются и качественные требования к специалистам: быстрое изменение инноваций, продуктов ведет к устареванию прошлых знаний в течение несколько лет. Марк Гойхман от-

мечает, что в связи с этим нужны работники, нацеленные на постоянное переобучение, восприимчивые к инновациям. «Это пока мало проявляется в России из-за длительного кризиса и рецессии, санкций, затруднения инвестиций. В России в условиях кризиса назревшие изменения — сильный вызов, но в предстоящие годы в случае решения локальных проблем выхода из рецессии экономика радикально повернется к данным требованиям к работникам и к их подготовке», — резюмирует эксперт.

Елена Лукашова

«За 25 лет изменилось многое, но сохранилось главное»

ФОРА-БАНК продолжает и здесь занимать активную позицию, поддерживать реальный сектор. А общий прирост кредитного портфеля — около 30%.

Кроме того, в 2016 году расширяли розничную сеть: открыли два офиса в Краснодаре, по одному в Ростове и Армавири.

— Будете ли продолжать эту работу в 2017 году?

— Конечно. Так, в апреле открыли офис в одном из крупных спальных районов Ростова. Есть виды на Сочи, Ставрополь, другие города Юга. ФОРА-БАНК традиционно силен в услугах для населения, например в валютнообменных операциях, денежных переводах. Тщательно выбираем локации и приходим туда, где наши услуги необходимы. И такой подход себя оправдывает: все наши подразделения успешны.

— Но вы также развиваете и дистанционные каналы обслуживания?

— В «Стратегии 15–18», в соответствии с которой работает ФОРА-БАНК, заложено и развитие сети, и совершенствование дистанционных каналов. Эти процессы идут параллельно. Мы понимаем, как дорого время клиента. Поэтому те или иные операции переводим в удаленный доступ.

— В этом году ФОРА-БАНКу 25 лет. Насколько сильно он изменился и насколько еще намерен измениться?

— За 25 лет банк сильно преобразился: и технически, и интеллектуально. Сегодня это высокотехнологичное финансовое учреждение, соответствующее абсолютно всем требованиям и нормам. Однако главное осталось неизменным. Как и 25 лет назад, ФОРА-БАНК полностью ориентирован на клиентов. За каждым из них видят живого человека. Это позволяет банку быть для клиентов не жестким кредитором, а надежным партнером, даже другом.

Кстати, о дружбе. В честь 25-летия ФОРА-БАНК выступил генеральным партнером серии легкоатлетических пробежек в восьми крупных городах РФ. Для всех желающих участие бесплатное. Первый — Ростовское кольцо-2017 — собрал почти 2,5 тыс. бегунов из 16 регионов, стал настоящим спортивным праздником. Даже дождь не помешал хорошему настроению участников (многие в 38 км) и их стремлению к победе. Между прочим, главный принцип пробега — движение к заветной цели — полностью соответствует и бизнес-стратегии ФОРА-БАНКА.



Реклама 18+