



как правило, на крупных транспортных узлах», — поясняет госпожа Малахатко. Собственники действующих ТРЦ сосредоточились на повышении качества своих объектов, в том числе расширении за счет ввода новых очередей («Времена года», «Метрополис», «Белая Дача аутлет» и ряд других объектов). Крупные проекты продолжают развивать только профессиональные девелоперы, и только те, которые к концу 2014 года, когда начался кризис, были в разгаре разработки. Например, у Епка в этом году возвращается на рынок после редевелопмента «Каширская плаза» площадью 72 тыс. кв. м. В следующем году ожидается выход ТЦ «Саларис» (105 тыс. кв. м) и «Остров мечты» (120 тыс. кв. м) — оба были заявлены в первой половине 2014 года.

Потенциал для строительства крупных торговых комплексов (площадью более 100 тыс. кв. м) остается на востоке и северо-востоке Москвы, где по-прежнему нет больших современных торговых центров. «Но в основном современный рынок девелопмента стремится к multifunctional проектам относительно небольшой площади. Выгоднее всего строить объекты на 15–25 тыс. кв. м на транспортных узлах», — считает Марина Малахатко.

По словам руководителя отдела риэл-консалтинга компании JLL Полины Жилкиной, скачкообразное снижение среднего размера торговых центров, заявленных на этот и будущий годы, — статистическое. «Значительную долю в структуре новых проектов 2018–2019 годов занимают районные ТЦ небольшого формата на месте бывших кинотеатров, которые реализует компания ADG group (39 объектов совокупной площадью 324 тыс. кв. м)», — напоминает госпожа Жилкина, добавляя, что на 2020 год девелоперы заявили девять крупных объектов в Москве. «Если сроки их выхода на рынок будут соблюдены, показатель среднего размера введенных торговых центров снова вырастет», — резюмирует эксперт.

Динамика среднего размера торгового центра за десять лет — с первого квартала 2008 года по первый квартал 2018 года — свидетельствует о том, что

у девелоперов есть склонность уменьшать новые объекты. «За указанный период торговые центры стали в среднем на 40% меньше», — обращает внимание Марина Малахатко.

Помимо дефицита подходящих площадок для строительства крупных объектов, строительство небольших торговых центров для жителей в пределах района востребовано в Москве. «Объекты street retail не справляются с удовлетворением нужд повседневного спроса с учетом выросших потребительских требований, а ездить в крупные торговые центры после учебы или работы для большинства неудобно», — отмечает директор по развитию департамента торговой недвижимости Cushman & Wakefield Ольга Ясько.

ADG group пока единственный девелопер, который пытается заработать на этой тенденции. Генеральный директор компании «Региондewelопмент» Ольга Вальчук объясняет невы-

сокую активность других участников рынка в этом сегменте инертностью. «Сейчас большинство „районников“ функционируют на основе устаревшей модели пассивного трафика. У них очень слабая маркетинговая поддержка и некачественный пул арендаторов», — считает госпожа Вальчук.

Ольга Ясько говорит, что подбор арендаторов — одна из основных сложностей работы в формате районного торгового центра. С одной стороны, небольшая площадь объекта позволяет быстрее его заполнить. «Но торговые центры районного (5–15 тыс. кв. м) и специализированного (7,5–25 тыс. кв. м) формата сложнее проектировать — площадь небольшая, количество магазинов ограничено, плюс нужно учитывать потребности целевой аудитории и конкурентное окружение», — рассуждает Ольга Ясько.

Состав арендаторов и длительность договоров аренды с ними — важные критерии оценки привлекательности объекта со стороны инвесторов, напоминает инвестиционный директор группы «Тринфико» (управление активами, в том числе закрытыми паевыми инвестиционными фондами недвижимости) Артем Цогоев. На первом месте — ставка капитализации. «Чем она выше, тем привлекательнее для покупки торговый центр», — указывает Артем Цогоев. У интересных для инвесторов объектов она достигает 12–14% и коррелирует со сроком окупаемости семь-восемь лет. «В современных условиях чем больше объект, тем ниже его доходность, хотя бывают и исключения», — продолжает эксперт. Торговые центры районного формата привлекают высокой ликвидностью, которую формирует понятная концепция: объект будет центром покупательского спроса жителей района. Кроме того, для инвесторов они обходятся дешевле в пересчете на меньшую площадь при стоимости строительства 1 кв. м около \$1–\$1,5 тыс. «Есть институциональные инвесторы, которые предпочитают большие и дорогие объекты, которые позволяют получать высокий арендный доход. Но небольших и средних — больше», — отмечает господин Цогоев, подчеркивая, что инвесторы из этой категории приветствуют рост числа торговых центров районного формата, так как они для них более доступны, в том числе с учетом возможностей рынка коллективных инвестиций через ЗПИФ недвижимости. ●

Подбор арендаторов — одна из основных сложностей работы в формате районного торгового центра