

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

И. Николаёнок (ГИУСТ БГУ)

Научный руководитель:

кандидат пед. наук, доцент А.Э. Титовицкая

Наиболее интересна и высокоэффективна в инвестиционном плане торговая недвижимость, один из секторов коммерческой недвижимости. Строительство гипермаркетов или торговых центров с крупными якорными супермаркетами будоражит всю деловую общественность последние два с половиной года. Торгово-развлекательные центры, гипермаркеты, моллы, пауэр-центры, фэшн-галереи, ритейл-парки, стрит-ритейлы – все это места притяжения людей, бизнеса, это места формирования деловой активности, места развитой инфраструктуры.

Если говорить о торговых помещениях, то самый большой спрос на них наблюдается в Минске. Специфика торговой недвижимости в Минске заключается в большой концентрированности ее в центре города. Кроме хорошо знакомых объектов торговли, построенных еще в СССР, в центре разместились и многие новостройки («Европа», «Зеркало», «Атлантик», «Паркинг» и др.). Площадки, выделенные под гипермаркеты («Гиппо», «Максимус», *Bigzz*, «На недельку», «Соседи»), находятся в городской черте, что нехарактерно для подобных объектов в других странах.

Следующая особенность белорусского ритейлерского рынка заключается в том, что торговые площади, в отличие от офисных, в основном, сдаются в аренду. Это свидетельствует, во-первых, о выгоде сдачи (цена аренды торговых площадей составляет 100 евро за 1 кв. м в месяц и больше); во-вторых, это свидетельство того, что белорусские ритейлеры сами не в состоянии выступить в качестве инвесторов. Кроме того, существует спрос на покупку и аренду помещений в торговых центрах нового формата площадью не менее 30 кв. м.

В целом, несмотря на возрастающую конкуренцию, рынок торговой недвижимости в Минске остается привлекательным и будет привлекательным в среднесрочной перспективе. Анализ доходов/расходов населения и их структура, а также целый ряд других факторов еще два года назад нарисовали такую ситуацию, что Минск достиг уровня, при котором оправдано функционирование объектов современной торговли. В настоящее время население Минска составляет 1 798 000 человек. На одного человека приходится всего лишь 0,2 м торговых площадей, что говорит о большом потенциале дальнейшего развития данного сектора. Это, прежде всего, открытие накануне 2008 г. торгово-развлекательного центра «Экспобел» и начало строительства совершенно нового для минского рынка объекта – мультибрендового торгового центра «Маэстро» (возле Комаровского рынка). Самыми крупными торговыми комплексами являются принадлежащий городским властям ТД «Столица» (60 000 кв. м) и построенный компанией «Белтяжмаш» торговый центр «Глобо» (25 000 кв. м). В 2008–2009 гг. в Минске планируется увеличить количество розничных торговых площадей еще на 109 000 кв. м. Самым большим центром розничной торговли, который планируется ввести в действие в 2008 г., станет строящийся компанией «Арвитфуд» торговый ком-

плекс «Престон Плаза» – 40.000 кв. м (по данным консалтинговой компании *Colliers International*).

С другой стороны, городу достаточно существующих торговых центров и планируемых гипермаркетов. Неудачно реализованные концепции некоторых гипермаркетов с 2005 г. в Минске привели к тому, что участникам проектов приходится искать партнеров для строительства, соглашаясь уступать долю в бизнесе, например, в 2006 г. российская компания «Седьмой континент» объявила о приобретении 50 % акций СЗАО «ПросторМаркет», владельца гипермаркета *ProStore*.

В ближайшем будущем ритейл-сектор будет представлен в многофункциональных комплексах, в строительстве ритейл-центров, удаленных от центра города. Также будет наблюдаться рост в общем объеме рынка не только столицы, но и областных городов. Белорусский рынок недвижимости идет по пути развития своих российских и украинских соседей. Например, в конце 2007 г. в России отметили приход иностранных инвесторов в секторе торговой недвижимости как в города-миллионники, так и в города с населением от 150 тыс. человек. По данным Минторга, в Беларуси работают на данный момент более 324 торговых центров площадью 358,6 тыс. кв. м., в том числе и торговые центры в Бресте, Витебске, единственный торговый центр «Галерея» в Солигорске и др. За счет практически полного отсутствия конкурентов в городах с небольшой численностью населения (от 150 тыс. человек) растут показатели по посещаемости объектов и, соответственно, их доходность. Небольшой региональный торгово-развлекательный центр заполнен на 90 %, в то время как столичный на 60 % в лучшем случае.

Небольшие города Республики Беларусь нуждаются в современных и удобных торговых центрах, так как магазины, построенные еще в СССР, устарели и морально, и физически, а это отражается на ассортименте товаров, которые предлагаются жителям регионов. Поэтому в перспективе планируется строительство микрорайонных (районных) торговых центров, которые осуществляют продажу товаров повседневного спроса и оказание услуг, в которых ежедневно возникает потребность у покупателей, живущих неподалеку. Он включает «якорный» супермаркет и 10–15 предприятий бытового обслуживания (химчистка, аптека, банк и т. д.). Типичная для микрорайонного торгового центра общая арендная площадь – около 5 тыс. кв. м.

На данном этапе существует четыре основные проблемы для реализации в Республике Беларусь данных региональных проектов:

- 1) привлечение иностранных инвестиций;
- 2) проектирование: при разработке проекта необходимо учитывать доходы граждан в данном районе, прогнозировать их расходы, культурные предпочтения, а это значит, что возникает необходимость в глубоких и тщательных маркетинговых исследованиях. А в Республике Беларусь нет ни одной фирмы, которая оказывала бы полный комплекс консалтинговых услуг;
- 3) может возникнуть нехватка квалифицированных рабочих в районах строительства;
- 4) инженерная обеспеченность.

Несмотря на это, развитие торговой сети на территории Республики Беларусь должно принести большие плюсы и выгоды: появление новых рабочих мест, повышение привлекательности небольших городов и поселков городского типа, а, следовательно, и отток населения из столицы. Оно заключается в благоустройстве дорог на подъезде к торгово-развлекательному комплексу, улучшении освещения, полном благоустройстве прилегающих территорий, а, следовательно, и социальной инфраструктуры окрестностей в целом.

При планировании торговых комплексов городу или области предлагается проект с полным благоустройством территории, так как успех торгового центра зависит

от окружения. На Западе девелопер очень часто отказывается от проекта именно из-за социальных обременений. У нас государство само заинтересовано в помощи девелоперу, чтобы «оживить» конкретный район, чтобы привлечь дополнительные инвестиции.

Создание крупных торговых центров по всей территории Беларуси позволит решить и социальную проблему перенаселения столицы. Облик поселков приближается к городскому типу, в которых приятно жить не только пожилым людям, но и молодежи, а, следовательно, в столице решается проблема пробок, улучшается экологическая обстановка, в то время как в небольших городках появляется молодой потенциал, появляются интересные перспективы, что обязательно должно привлечь и молодых специалистов, и инвестиции, и повышает туристическую привлекательность страны в целом.

Литература

1. *Беганская, Е.* Торг уместен: магазины и склады на вес / Е. Беганская // Ключевой вопрос. 2007. № 48. 15 дек.
2. *Бучель, А.* Белорусский рынок консалтинговых услуг / А. Бучель // Директор. 2002. 25 июня.
3. *Гейдж, Д.* Оценка компаний: компании, владеющие недвижимостью / Д. Гейдж // Commercial Real Estate. 2007. № 23 (83). 1 дек.
4. *Давидович, В.* Коммерческая недвижимость по-прежнему в цене / В. Давидович // Экономическая газета. 2006. № 90 (1008). 21 нояб.
5. *Заикина, О.* От Москвы до самых окраин / О. Заикина // Commercial Real Estate. 2008. № 6 (89). 16 марта.
6. *Львова, В.* Регионы России – 2007: переоценка ценностей / В. Львова, О. Малкова // Commercial Real Estate. 2007. № 24 (84). 15 дек.
7. *Малиновский, Т.* Инвестиции – в недвижимость / Т. Малиновский // Экономическая газета. 2006. № 90 (1008). 21 нояб.
8. *Микша, О.* Простор на континенте / О. Микша // БелГазета. 2006. № 34 (553). 28 августа.
9. *Саяпина, Л.* Оценить и не прогадать / Л. Саяпина // Экономическая газета. 2006. № 90 (1008). 21 нояб.
10. *Сиротко, М.* Демонстрация успехов и инвестиционных проектов / М. Сиротко // Недвижимость Белоруссии. 2008.
11. *Ясько, О.* Оценка инвестиционного потенциала рынков торговой недвижимости / О. Ясько // Commercial Real Estate. 2007. № 23 (83). 1 дек.