

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИ АНАЛИЗЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ (НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА "БЕРЛИН" В Г.ПЕНЗЕ)**

<sup>1</sup>Офицерова К.А., <sup>1</sup>Учинина Т.В.

<sup>1</sup>ГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», Пенза, Россия (440028, Пенза, ул. Титова, 28), e-mail: [eiun@pguas.ru](mailto:eiun@pguas.ru)

---

Актуальность темы обусловлена тем, что строительство торговых центров в России, а в частности в городе Пензе, на сегодняшний день является одним из наиболее активно развивающихся сегментов рынка. Ежегодно объем рынка торговых центров увеличивается на 25%. В этой связи одним из наиболее привлекательных сегментов коммерческой недвижимости становится инвестирование в строительство торговых центров. Окупаемость строительства составляет сегодня в среднем 15-30%, а при грамотном девелопменте она может достигать 50%. Причинами инвестиционной привлекательности строительства торгового центра являются: краткий срок возведения объектов, быстрый возврат инвестиций и высокая доходность. В статье рассмотрена инвестиционная привлекательность строительства торгового центра "Берлин" в г. Пензе, анализ его конкурентоспособности и определение факторов, влияющих на изменение рыночной стоимости.

---

Ключевые слова: строительство, недвижимость, инвестиционная привлекательность, конкурентоспособность, девелопмент, торговый центр.

## **MARKETING RESEARCH IN THE ANALYSIS OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS CONSTRUCTION TRADE OBJECT (SUCH AS SHOPPING CENTER "BERLIN" IN PENZA)**

<sup>1</sup>Ofitserova K.A., <sup>1</sup>Uchinina T.V.

<sup>1</sup>Penza State University of Architecture and Construction, Penza, Russia (440028, Penza, street Titov, 28), e-mail: [eiun@pguas.ru](mailto:eiun@pguas.ru)

---

Relevance of the topic due to the fact that the construction of shopping centers in Russia, and in particular in the city of Penza, today is one of the fastest growing segments of the market. Every year, the market for shopping centers increased by 25 %. In this regard, one of the most attractive segments of the commercial real estate investment in the construction becomes malls. Payback construction today is an average of 15-30 %, and with proper real estate development, it can reach 50%. The reasons for the investment attractiveness of building a shopping center are a short construction time, rapid return on investment and high return. The article considers the investment attractiveness of the shopping center construction "Berlin" in Penza, an analysis of its competitiveness and to identify factors influencing the change in market value.

---

Keywords: construction, real estate, investment attractiveness, competitiveness, development, shopping mall.

### **Введение**

В последние годы четко прослеживается тенденция роста рынка коммерческой недвижимости в г. Пензе [5]. Основаниями такого роста служат подъем экономики, рост заработной платы и, как следствие, внутреннего потребления [1]. Современный торговый-развлекательный центр, как правило, – это обширный комплекс, состоящий из нескольких этажей, в котором расположены: предприятия сферы бытового обслуживания, рестораны-кафе, кинотеатры, зоны детских развлечений и семейного отдыха и, конечно же, множество магазинов. Проект торгового-развлекательного центра непременно включает в себя эскалаторы, парковки для личных авто и прочие удобства. С каждым днем строительство

торговых комплексов приобретает все большую актуальность, так как, что данный формат отдыха позволяет провести время всей семьей: не только весело и интересно, но и чрезвычайно полезно (сделав множество покупок сразу и в одном месте) [2], [6].

При строительстве торгового центра важны маркетинговые исследования – это необходимая составляющая деятельности компаний, ставящих перед собой цели увеличения объемов рынка, снижения затрат и в, конечном итоге, увеличения прибыльности [3]. Грамотные маркетинговые исследования помогут уменьшить неопределенность в бизнесе, снизить риски при разработке бизнес-плана и наиболее эффективно распределить экономический потенциал для достижения желаемых стратегических целей компании [4].

Актуальность темы определяется ориентацией на решение обеспеченности жителей комфортной средой для удовлетворения своих социальных потребностей путем строительства торгово-развлекательных центров в городе.

### **Материал и методы исследования**

Объектом исследования является торговый центр "Берлин", расположенный в самом крупном жилом микрорайоне г. Пензы "Арбеково".

*На начальном этапе* строительства торгового центра рассматривается наиболее привлекательная для строительства территория в городе, где отсутствие конкурентов является наименьшим, имеется прекрасная пешая доступность и высокоорганизованное транспортное сообщение до объекта.

ТЦ "Берлин" находится в жилом микрорайоне "Арбеково". На сегодняшний день это самый бурно развивающийся район в г. Пензе. Он имеет развитую инфраструктуру. В районе есть несколько крупных торговых центров, таких как "Проспект", "Ассорти", "Кагау", "Коллаж", сеть супермаркетов "SPAR", "Космос-Сити", "Универсам-175", "Универсам-173", "Венеция", "Олимп", "Лента", "Зима", "Кронштадский", 3 продуктовых рынка (р-к "Арбековский", р-к "Комарово", р-к в районе магазина "Океан"), и порядка 30 магазинов. С городом район связывает 2 магистрали: линия по пр.Победы и линия по пр.Строителей. Население района по разным источникам порядка 115-220 тысяч человек. Площадь Арбеково чуть менее 7 кв.км.

На рисунке 1 показано расположение ТЦ "Берлин" в структуре микрорайона "Арбеково".

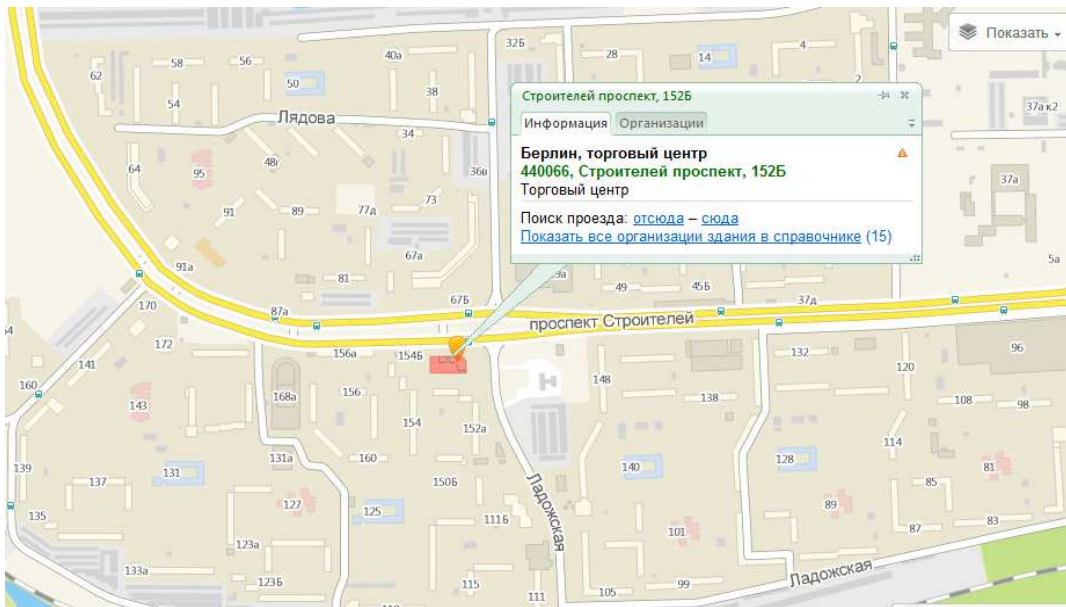


Рисунок 1 – Торговый центр "Берлин"

На рисунке 2 обозначены конкуренты ТЦ "Берлин" в шаговой доступности.

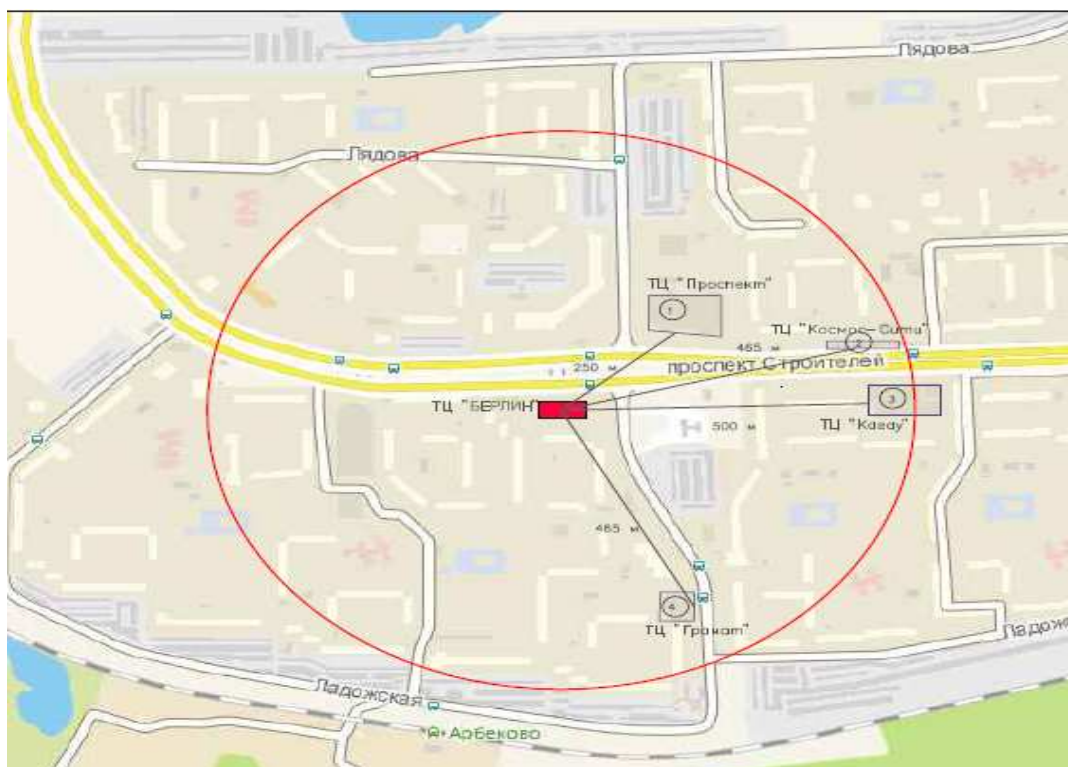


Рисунок 2 – Конкуренты объекта в районе шаговой доступности

Таблица 1 – Характеристика основных конкурентов, показанных на рисунке 2.

№ п/п	Наименование объекта	Адрес	Арендная площадь	Парковка
1	ТЦ "Прспект"	пр.Строителей,49А	4500 кв.м 2 этажа	наземная, 100 машиномест
2	ТЦ "Космос-Сити"	пр.Строителей,45А	11 800 кв. м	Наземная,140

			4 этажа	машиномест
3	ТЦ "Кагау"	пр.Строителей,134	4500 кв.м 2 этажа	наземная
4	ТЦ "Гранат"	ул.Ладожская,111А	3 этажа	

Таблица 2 – Анализ конкурентов по площадям, сданным в аренду

№ п/п	Наименование объекта	Арендаторы	Развлечения
1	ТЦ " Берлин"	Перекресток, Бегемотик, obuv.com, DOMO, HARIS, GetC by Olga Vuzova, Euro Чехол-Пенза, Пресса, Арт Букет, Имидж Оптика, Miss Бижу, Miss Florange, mybox, Provans, Fish Master	Кафе Frau Gross
2	ТЦ "Проспект"	Детский мир, ЛЭтуаль, Мир Техники, Проспект, Спорт Класс, Евросеть, Мегафон, О-ля-ля, SELA, GLANCE	Кафе "Олива", кафе "Шоколад.ru"
3	ТЦ "Космос-Сити"	K&M, RemZone, Рора, SAVAGE, SevenHill, АЭльдорадо, Канцлер, Планета Земля, Евросеть, 585, Фортуна	
4	ТЦ "Кагау"	Автомир, Аида, Аквариум, ООО "АктивДенги", Аметист, ООО "Банк Кузнецкий", Бретелка, ООО "Ваш надежный ломбард", Византия, Визит, Грядка, Деньги до зарплаты, Империя Пива, Каприз, Колибри, Лили, Лукоморье	Салон парикмахерская, Кагау бар
5	ТЦ "Гранат"	БАМ, Бретелка, Зашел-Нашел, ЗооСфера, Народные Двери, Объектив, ОАО "Фармацея", Фортуна, Фрегат, Цветочный рай, Ювелир Гранат	

На втором этапе проводится маркетинговый анализ рынка. Отрицательными сторонами аренды в Пензе является временное пользование помещением, а также тот факт, что через определенное количество лет размер арендной платы покроет стоимость самого помещения. В полном варианте эта сумма должна включать в себя собственно арендную плату (ставку аренды), коммунальные платежи, налоги и эксплуатационные расходы (уборка помещения, охрана, сервисное обслуживание лифтов и пр.). Зачастую же собственник изначально объявляет лишь арендную ставку, а остальные составляющие предприниматель будет платить сверх этого самостоятельно [7].

Таблица 3 – Мониторинг арендных ставок торговых центров г. Пензы

Наименование ТЦ	Общая площадь, кв.м.	Арендная ставка руб/кв.м.	Сроки договора аренды	Наличие депозита
-----------------	----------------------	---------------------------	-----------------------	------------------

<b>ТЦ ЦУМ</b> ул. Кирова, 73	<b>17 303</b>	1 этаж – 3000-3500 р/кв.м. 2 этаж - 2500 р/кв.м. 3 этаж – 1500 р/кв.м.	по договорённости	депозитный взнос за 1 мес.аренды
<b>ТЦ Олимп</b> ул. пр-т Строителей, 9	<b>15 000</b>	1 этаж –1500 – 2000 р/кв.м 2 этаж –550 р/кв.м. 3 этаж – от 300 р/кв.м.	до 11 мес	в размере 1 арендной платы
<b>ТЦ Сан-Март</b> ул.Плеханова, 19	<b>20 000</b>	1 этаж - 2500 р./мес. 2 этаж - 1800-2000 р/кв.м. коммунальные платежи отдельно.	аренда на 3-5 лет.	депозитный взнос за 1 мес.аренды
<b>ТЦ «Космос-Сити»</b> пр. Строителей, 45 А	<b>12 000</b>	1 этаж – 1200 - 1500 руб/кв. м; 2 этаж – 800 р/кв.м. 3 этаж – 500 р/кв.м.	от 3-х до 11 месяцев.	равен сумме арендной платы за 1 месяц
<b>ТЦ Проспект</b> ул. пр-т Строителей, 49а	<b>6 000</b>	1 этаж – 1500 -1800 р/кв.м. 2 этаж – по договорённости	до 11 мес.	нет данных
<b>ТЦ Салют</b> пр-т Победы, 144	<b>3600</b>	1 эт. – 700 р/кв.м. 2 эт. – 400 р/кв.м. ком.платежи начисляются дополнительно	До 11 мес.	депозитный взнос 1 месяц
<b>ТЦ Империя</b> ул.Московская,73	<b>4000</b>	0 этаж – 400 р/кв.м (под предприятия общепита). 1 этаж –1000 р/кв.м 2 этаж –500 р/кв.м. 3 этаж – 300 р/кв.м ком. платежи оплачиваются отдельно	до 11 мес	по договорённости

<b>ТЦ Кагау</b> ул.Гагарина,28	<b>10 800</b>	1 этаж – 1500-2000 р/кв.м. 2 этаж - 800 р/кв.м.	до 11 мес.	предоплата за 1 мес., депозита нет
<b>ТЦ Гостиный двор</b> ул.Московская,91	<b>4603</b>	1 этаж – 2500 -3500 р/кв.м. 2 этаж – 2000-2500 р/кв.м. 3 этаж – 1500-2000 кв.м. 4 этаж – 1000 р/кв.м. + 20% за ком.усл.	от 2 до 11 мес.	предоплата за 1 мес.

На последнем этапе проводится прогнозирование развития рынка торговой недвижимости. Для того чтобы грамотно спрогнозировать развитие рынка торговой недвижимости, необходимо провести анализ изменения средних арендных ставок за последние 5-8 лет поквартально в исследуемом районе по этажам.

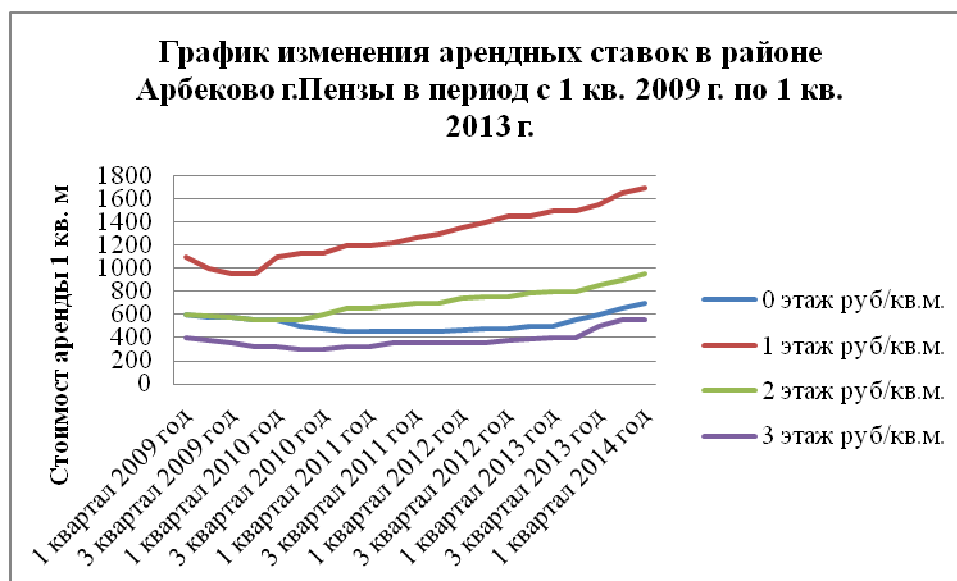


Рисунок 3 – Динамика изменения средней стоимости арендной ставки квадратного метра торговых помещений

Арендная ставка за период с 2009 года по 2014 год увеличилась в 1,5 раза. При этом не наблюдается постепенное увеличение арендной ставки.

### Выводы

Количество разнообразных торговых центров сегодня очень велико, однако все новые и новые торговые площади продолжают появляться повсеместно. Сейчас торговые центры делятся на семь типов в зависимости от специализации и расположения. Выделяют

микрорайонные, районные, окружные, суперокружные, региональные, суперрегиональные и специализированные центры. Правильно определенная и сформулированная концепция таких объектов способствует их окупаемости. Одна из самых ключевых позиций при строительстве ТЦ – его расположение. Необходимо выбрать территорию недалеко от центра города, с тем расчетом, чтобы хватило места для автомобильной стоянки.

### Список литературы

1. Баронин С.А., Янков А.Н. Проблемные аспекты развития перспективных направлений территориальных бизнес-систем на примере Пензенской области: Монография. – Пенза, ПГУАС, 2013.
2. Баронин С.А., Меньшаков Д.И. Девелопмент проектов реконструкции и развития городских территорий // Известия Юго-западного государственного университета. – 2011. - №5-38.
3. Кузин Н.Я., Горюнова Н.М. Модели подходы к массовой оценке недвижимости // Региональная архитектура и строительство. – 2010. - № 1.
4. Теория и методология управления конкурентоспособностью бизнес-систем: Монография / Под общей редакцией д-ра экон. наук, проф. С.А.Баронина и д-ра экон. наук, проф. Л.Н. Семерковой. – М.: ИНФРА-М, 2014.
5. Толстых Ю.О., Милованова И.А. Экономическое обоснование и управление проектом развития коммерческой недвижимости на примере проекта реконструкции первого этажа жилого дома // Известия Юго-западного государственного университета. – 2011. - №5-2.
6. Учинина Т.В., Макарова Е.В. Формирование сегмента жилищной недвижимости в виде коттеджных поселков, отвечающего требованиям экологичности и энергоэффективности // Социально-экономические и технологические проблемы развития строительного комплекса региона. Наука. Практика. Образование. Администрация Волгоградской области; Администрация городского округа г. Михайловка Волгоградской области; Отдел по образованию Администрации городского округа г. Михайловка Волгоградской области и др. – 2011.
7. Хрусталева Б.Б., Учинина Т.В. Формирование системы управления лизинговыми операциями на предприятиях строительного комплекса // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2007. – Т.3. - №21.

**Рецензенты:**

Хрусталёв Б.Б., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Экономика, организация и управление производством» ПГУАС, г. Пенза.

Баронин С.А., д.э.н., профессор, преподаватель кафедры «Экспертиза и управление недвижимостью ПГУАС, г. Пенза.