

УДК 711.552(470.40-21)

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ В Г.ПЕНЗЕ**

**Танаева Т.Н., Толстых Ю.О., Кашежева А.А., Учинина Т.В.**

*ГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», Пенза, Россия (440028, Пенза, ул. Титова, 28), e-mail: ulaol@mail.ru*

---

**Рынок торговых помещений в городе Пензе находится на стадии формирования. В рамках исследования проверяется гипотеза о том, что мероприятия по созданию торгового центра является наиболее привлекательным вариантом для инвестирования средств. Объектом исследования являются торговые помещения. Предмет исследования – формирование рынка таких помещений в городе Пензе. Цель исследования – получение наглядных примеров по развитию торговых центров, которое зависит от многих факторов. В настоящее время в России быстрыми темпами развивается рынок торговых помещений. На данный момент насчитывается более 850 объектов коммерческой недвижимости. К ним относятся и торговые комплексы, и торговые центры, и торгово-развлекательные центры, и торговые дома. Как отмечают эксперты, рынок высококачественных торговых площадей на сегодняшний день в городе Пензе находится на стадии формирования.**

---

Ключевые слова: торговые помещения, коммерческая недвижимость, формирование, торговые центры, классы торговой недвижимости, аренда, торговые комплексы, строительство, торговая площадь.

## **FEATURES FORMATION OF THE MARKET AND POSITIONING OF TRADE OBJECTS IN PENZA**

**Tanaeva T.N., Tolstykh Y.O., Kashegeva A.A., Uchinina T.V.**

*Penza State University of Architecture and Construction, Penza, Russia (440028, Penza, street Titov, 28), e-mail: ulaol@mail.ru*

---

**The market of trade rooms is in the city of Penza at a formation stage. Within research the hypothesis that actions for creation of shopping center is the most attractive option for investment of means is checked. Object of research are trade rooms. An object of research – formation of the market of such rooms in the city of Penza. A research objective – receiving bright examples on development of shopping centers which depends on many factors. Now in Russia fast rates the market of trade rooms develops. At the moment more than 850 objects of commercial real estate are. Both malls, and shopping centers, both shopping centers, and trading houses concern to them. As experts note, the market the vysokokachestvennykh of floor spaces is in the city of Penza at a formation stage today.**

---

Keywords: trade rooms, commercial real estate, formation, shopping centers, classes of trade real estate, rent, malls, construction, floor space.

Торговая недвижимость является одной из разновидностей коммерческой недвижимости, которая имеет свое предназначение, а именно – организует продажи товаров и услуг, как оптом, так и в розницу.

В настоящее время в России быстрыми темпами развивается рынок торговых помещений. На данный момент насчитывается более 850 объектов коммерческой недвижимости. К ним относятся и торговые комплексы, и торговые центры, и торгово-развлекательные центры, и торговые дома. Как отмечают эксперты, рынок высококачественных торговых площадей на сегодняшний день в городе Пензе находится на стадии формирования.

### **Основной материал и методы исследования**

Создание торгового центра является одним из наиболее привлекательных вариантов для инвестирования средств, поэтому рынок торговых помещений самый активный. Но не так- то

всё и просто. Для того чтобы сделать ставку на проект по созданию торгового центра, необходимо очень тщательно изучить все факторы, которые будут способствовать успешной реализации данного мероприятия.

И как же сделать так, чтобы проект оказался наиболее рентабельным? Так, чтобы пришедший однажды покупатель стал здесь постоянным клиентом? На все эти вопросы можно дать конкретный ответ лишь только после того, как изучишь весь рынок торговой недвижимости.

Коммерческая недвижимость в целом делится на несколько классов торговых помещений. При разделении ее на особые классы следует учитывать некоторые необходимые условия:

- Местоположение объекта;
- Наличие парковочных мест для автомобилей;
- Масштаб объекта (районный, окружной, региональный);
- Основной потребитель;
- Дизайн объекта и планировка;
- Наличие кафе, детских площадок, банкоматов и другого сервиса;
- Управленческий и обслуживающий персонал, охрана;
- Специализация товаров и услуг.

На рисунке 1 представлена структура торговых центров по классам в г. Пензе, 2014 год, в процентах.

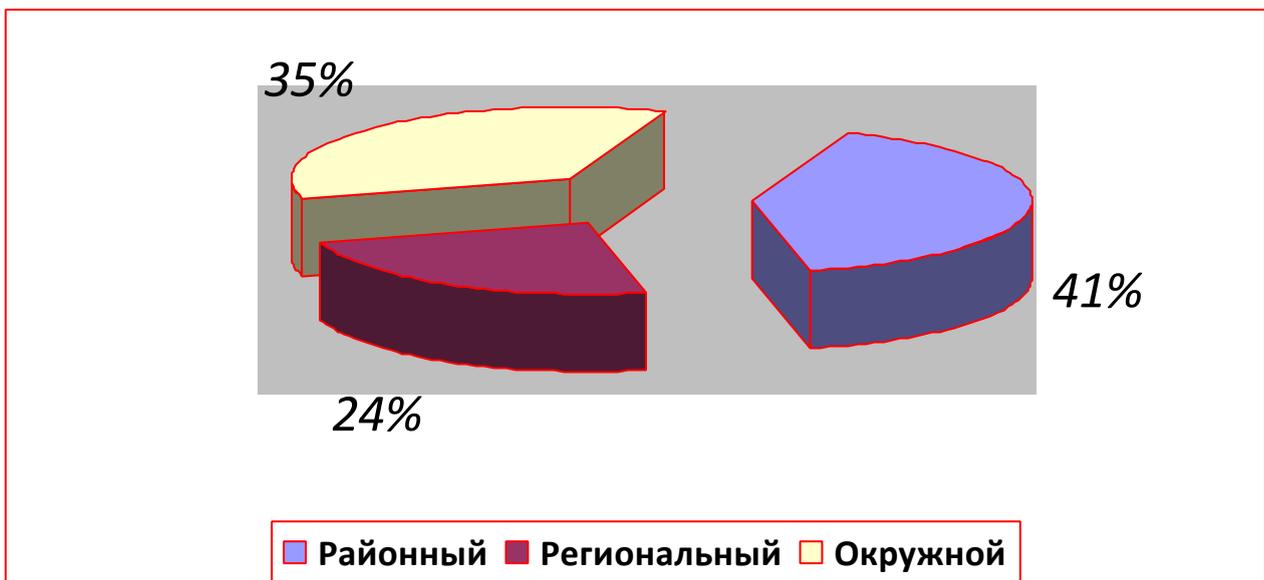


Рис. 1. Структура торговых центров по классам в г. Пензе, 2014 г.

Стоимость одного квадратного метра и арендных ставок напрямую зависит от ассортимента товаров и услуг, ну и, конечно же, немаловажную роль играют возраст здания и внутренняя отделка помещения.

Если соблюдать все эти моменты, то торговое помещение не останется незамеченным, будет находиться всегда во внимании посетителей и приобретет большую популярность города.

В конечном итоге, по всем этим условиям торговые помещения можно разделить на такие классы, как:

- I – торговые центры, торгово-развлекательные комплексы;
- II – гипермаркеты;
- III – супермаркеты;
- IV – салоны, мебельные центры и др.
- V – аптеки, промтовары и др.
- VI – киоски;
- VII – павильоны, магазины «стекляшки»;
- VIII – бутики;
- IX и X – помещения свободного назначения (подвалы, первые этажи жилых зданий).

Отсюда можно сделать вывод, что есть конкретные параметры, которые классифицируют торговые помещения.

На рынке недвижимости особой популярностью и спросом пользуются торговые площади. Аренда помещений под магазины очень востребована в наше время, торговые сети открывают очень много филиалов по территории города, и поэтому аренда коммерческой недвижимости становится одной из самых основных услуг риэлтерских агентств.

Очень часто люди задаются вопросом, что лучше: арендовать помещение или же иметь свою торговую точку? Если рассуждать, то можно получить ответ, что во всем есть свои минусы и плюсы. Плюсы аренды торговых помещений в том, что обычно торговые центры имеют удобное месторасположение, большой поток посетителей, не придется делать ремонт, проводить телефонные линии и так далее, ну и выполняются все вышеперечисленные положительные условия для торговых помещений. Минусы конечно в том, что приходится подстраиваться под часы работы данного торгового места, высокая арендная ставка. Отдельная же точка требует гораздо большего внимания и необходимости выполнения требуемых условий.

Разработка архитектурно-планировочных решений, а также сдача торговых площадей в аренду производятся на основе теории торгового центра, которая, в свою очередь, должна отражать следующие признаки:

- Портрет покупателя или, иными словами, целевые группы покупателей;
- Состав арендаторов – это якоря, мини-якоря, сопутствующие;
- Тип торгового центра.

По величине с учетом входящих в него предприятий различают такие торговые центры, как: малые (0,1–0,3 га), средние (0,3–0,9 га), большие (0,9–3 га и более).

По композиционному решению они делятся на: точечные, имеющие компактную форму плана, и линейные, имеющие большую протяженность, порядка 100–800 метров и более.

По строительным нормам и правилам можно рассмотреть необходимую и фактическую обеспеченность торговыми площадями (табл. 1).

Таблица 1

Необходимая и фактическая обеспеченность торговыми площадями

Магазины, единицы измерения	Число		Размеры земельных участков
	Городские поселения	Сельские поселения	
Магазины, кв.м. торговой площади на 1 тыс. чел.	280 (100)	300	Торговые центры местного значения с числом обслуживаемого населения, тыс. чел.: От 4 до 6 – 0,4-0,6 га на объект
В том числе и продовольственных товаров, объект непродовольственных товаров, объект	100(70)  180(30)	100  200	Св. 6–10 – 0,6-0,8 10-15 – 0,8 – 1,1 15-20 – 1,1 – 1,3 Торговые центры малых городов и сельских поселений с числом жителей, тыс. чел.: До 1 – 0,1 – 0,2 га Св.1 до 3 - 0,2 - 0,4 3 - 4 0,4 – 0,6 5-6 0,6 – 1,0 7-10 1,0 – 1,2
Рыночные комплексы, кв. м. торговой площади на 1 тыс. чел.	24-40	-	Предприятия торговли, кв. м торговой площади: До 250 0,08 га на 100 кв. м торговой площади Св.250 до 650 – 0,08 – 0,06 650–1500 – 0,06 – 0,04 1500 – 3500 – 0,04 - 0,02 3500 – 0,02  От 7 до 14 кв. м на 1 кв. м торговой площади рыночного комплекса в зависимости от вместимости: 14 кв. м – при торговой площади до 600 кв. м., 7 кв. м – св. 3000 кв. м.

В Пензе на 1000 жителей приходится 100 кв. метров продовольственного магазина и 180 кв. метров непродовольственного магазина. Такова минимальная обеспеченность торговыми площадями в городе.

Торговая недвижимость в городе Пензе набирает обороты, постоянно растет в цене. Здесь ведется строительство крупных торгово-развлекательных центров, некоторые из них уже находятся на стадии завершения и уже вот-вот будут введены в эксплуатацию, а также идет усиленно реконструкция бывших домов и универсамов. Строительство таких торговых помещений ведется не только в центральной части города, но в «спальных районах» города. В полной мере проявили себя сегодняшние тенденции рынка – повышение интереса инвесторов и девелоперов к городам «второго эшелона», опережающих сегодня по популярности города-«миллионники».

Современные торговые центры с якорными арендаторами начали появляться в Пензе за последние 4–5 лет. Наблюдается тенденция прихода в город крупных московских торговых сетей.

За последние 5 лет рынок коммерческой недвижимости Пензы является наиболее динамично развивающимся и экономически привлекательным сегментом рынка торговой недвижимости. Намечается тенденция сокращения доли уличных рынков и ларьков.

В настоящее время в городе Пензе работают 86 торговых центров: ТЦ «Фортуна», ТЦ «Виктория», ТЦ «САНИМАРТ», ТЦ «Салют», ТЦ «Южный», ТЦ «Берлин», ТЦ «Крокус», ТЦ «ЦУМ», ТРЦ «Коллаж», ТЦ «Берлин», ТРЦ «Пассаж», ТЦ «Олимп» и другие объекты. Все эти объекты показаны на рисунке 2 и отмечены условными знаками.

В Пензе появилось новшество, теперь здесь ведется строительство огромных по площади торговых помещений, площадью до 60000 квадратных метров, примером тому служит ТРЦ «Коллаж», построенный в 2012 в году и имеющий площадь 56 000 кв. метров.

Если проанализовать последние пять лет и дать прогноз на 2015 год, то можно увидеть, как растет показатель торговых площадей. Все данные представлены в табл. 2.

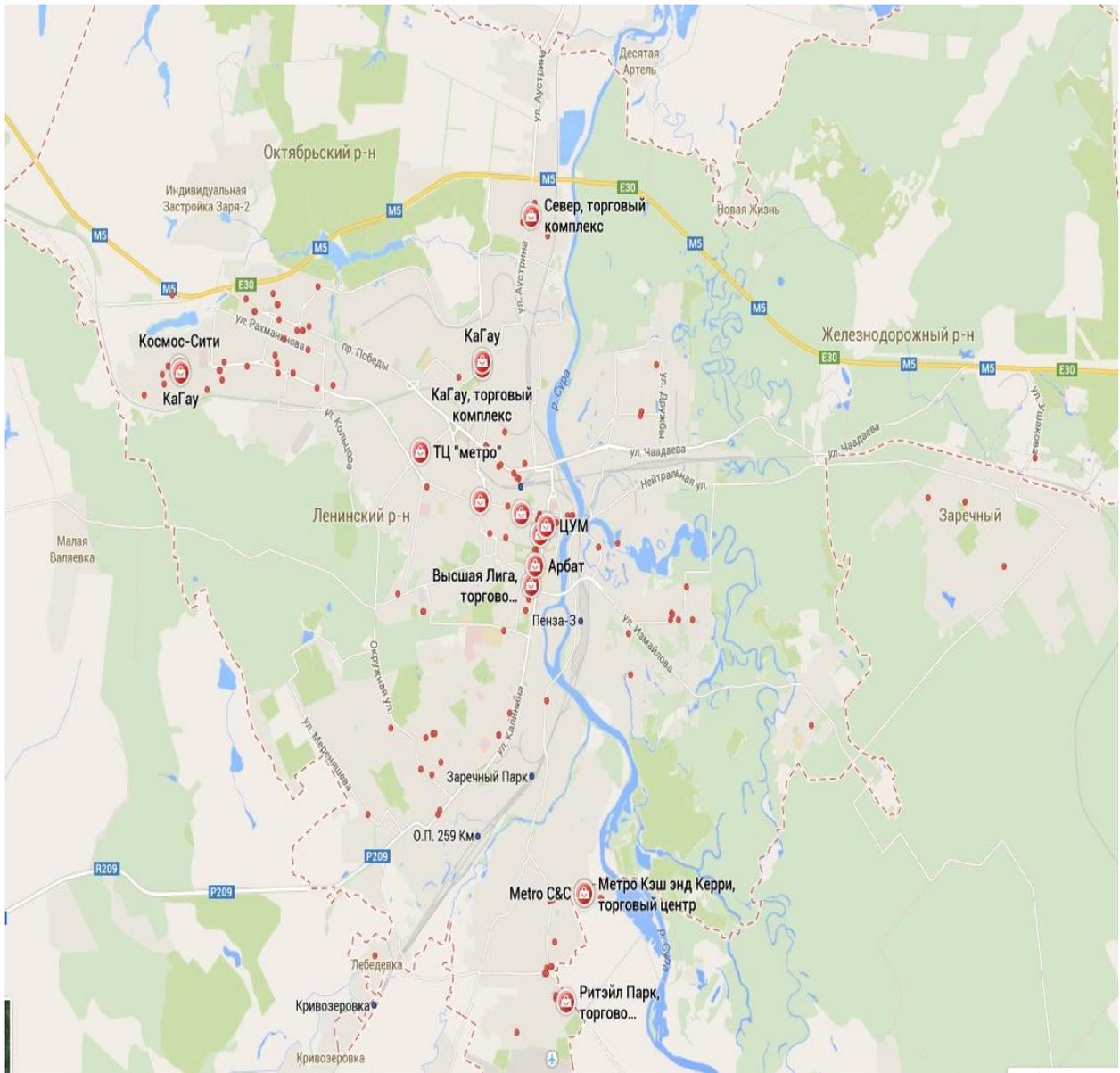


Рис. 2. Расположение торговых помещений на карте города Пензы

Таблица 2

Показатели роста торговых площадей

Показатели	Ед. изм.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Прогноз на 2014 г.	Прогноз на 2015 г.
Количество вновь открытых объектов	Ед.	69	38	46	46	38	39
Торговая площадь	кв. м	345156,0	351690,4	414068,2	441895,3	446895,3	452895,0
Обеспеченность торговыми площадями, кв. м на 1 тыс. чел.	кв. м	681,7	672,6	796,3	849,9	859,6	871,1

Из таблицы 2 видно, как с количеством вновь открытых объектов увеличивается показатель торговых площадей, что представлено на рисунке 3.

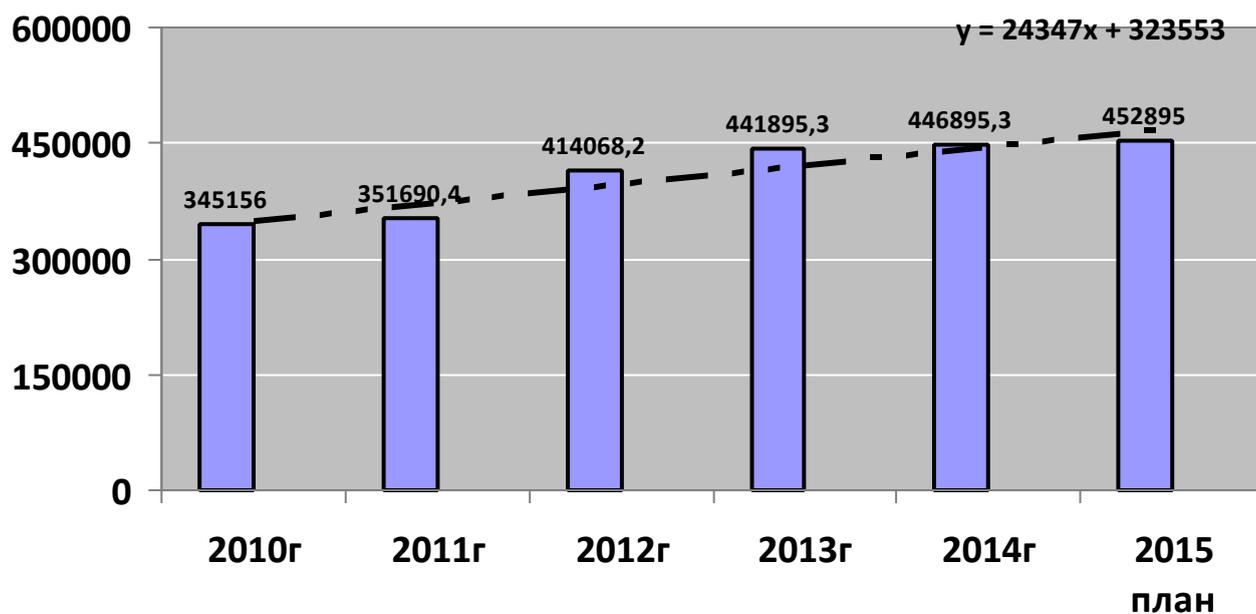


Рис. 3. График увеличения торговых площадей в г.Пензе

### Заключение

Эксперты по коммерческой недвижимости отмечают, что в России не хватает торговых помещений. Но следует отметить, что в городе Пензе дела с этим обстоят намного лучше, чем в целом по стране. Формирование рынка торговых помещений здесь не прекращается. На данный период времени ведется строительство многих крупных торговых центров в городе, которые будут удовлетворять потребности людей, ведь торговые центры должны «дружить с посетителями». Уже скоро в городе появятся новые торговые помещения с широким ассортиментом товаров для людей с разным достатком и разными вкусами.

### Список литературы

1. Асаул А.Н. Экономика недвижимости Учебник. – СПб.: Гуманистика, 2012.
2. Баронин С.А., Янков А.Г. Контракты жизненного цикла: понятийный анализ, зарубежный опыт и перспективы развития в России // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6.
3. Грабовый П.Г. Экономика и управление недвижимостью: учеб. для вузов. – 2-е изд. – М.: Проспект, 2012.
4. Люлькин В.С., Люлькина Н.М., Кузин Н.Я. Формирование рынка и арендных ставок торговых центров г. Пензы // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2; URL: [www.science-education.ru/116-12568](http://www.science-education.ru/116-12568) (дата обращения: 16.10.2014). СНИП 2.07.01.-89\* планировка и застройка городских и сельских поселений.
5. СНИП 2.07.01.-89\* планировка и застройка городских и сельских поселений.

6. Учинина Т.В., Баронин С.А. Девелопмент недвижимости при реализации проектов строительства экологичного и энергоэффективного малоэтажного жилья в Пензенской области // Известия Юго-Западного государственного университета. – Курск, 2011. – № 5–2.

**Рецензенты:**

Тараканов О.В., д.т.н., профессор, декан факультета «Управление территориями», заведующий кафедрой «Кадастр недвижимости и право» ПГУАС, г. Пенза;

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