

УДК 332.334.2

Ганиева Алиса Айратовна,

студент,

кафедра экономики и управления строительством и рынком недвижимости,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

Степанова Наталья Романовна,

кандидат технических наук, доцент,

кафедра экономики и управления строительством и рынком недвижимости,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

ПУСТЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ КАК ОДНА ИЗ ПРОБЛЕМ УРБАНИЗИРОВАННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Аннотация

Рассматривается проблема запустения торговых центров, которые являются ключевым местом торговли во многих крупных городах. Дается подробный анализ причин уменьшения популярности посещения их потребителями, приводится лучший международный опыт использования и перезапуска концепций стратегического развития. Люди нуждаются в торговых центрах, поэтому важно чтобы они оставались одним из ключевых элементов городской инфраструктуры.

Ключевые слова:

Торговые центры, инфраструктура, проблемы, покупатели.

Введение

Торговый центр (ТЦ) есть инфраструктура развлечений, приносящая посетителю новые впечатления, выходящие за рамки обычного шопинга, и торговли – это множество магазинов, бутиков и точек общественного питания.

Данный формат торговли, впервые появившийся в пятидесятые-шестидесятые годы прошлого столетия в США, стал популярен по всему миру. Чтобы «оставаться на плаву» ТЦ трансформировались, подстраиваясь под современные тенденции (одна из которых урбанизация) и, конечно же, вносили свои коррективы в работу.

В последнее время торгово-развлекательные центры по всему миру претерпевают очередной кризис [1].

Описание проблемы

Почему же люди все меньше посещают торговые центры, почему падает количество продаж в моллах?

Главная причина сегодня – пандемия коронавируса, которая унесла жизни сотен тысяч людей и стала причиной самоизоляции населения во многих странах мира, а как следствие – это падение продаж, закрытие многих предприятий, миллионные денежные потери для малого бизнеса. COVID-19 стал настоящим потрясением в 2020 году для каждого жителя нашей планеты.

Однако пустеть торговые центры во многих странах (за исключением России) стали немного раньше в 2018–2019 годах.

К примеру, в Греции в 2019 году одна из главных причин запустения торговых центров – экономический кризис в стране. Местное население если и ходило в ТЦ, то лишь с целью посмотреть, прицениться, чтобы дожидаться скидок и акций [2].

Итальянцы не любители ТЦ вообще. Им прежде всего нравится совершать покупки в лавках и небольших магазинчиках на открытом воздухе, имея при этом прямой контакт с продавцом (возможно указанное обстоятельство как-то связано с национальным менталитетом) [2].

Актуальность

Являясь одним из существенных элементов городской инфраструктуры, торговые центры становятся необходимы для населения. Именно поэтому ни демографические, ни экономические проблемы не должны помешать развитию, расширению, а возможно перепрофилированию ТЦ, они могут научить бизнесменов преодолевать все трудности, подстраиваться под изменения.

Проблему пустых ТЦ, без сомнений, можно назвать актуальной.

Цель и постановка задач исследования

Цель работы – предложить практически значимые решения проблемы «пустых торговых центров».

В данном исследовании также нужно выполнить ряд задач, чтобы полностью раскрыть затронутую тему, а именно:

- Изучить и выделить ряд проблем, связанных с запуском ТЦ;
- Найти пути решения выделенных проблем;
- Рассказать про международный опыт в данном вопросе;
- Подвести итоги.

Проведенное исследование

Изучим российский опыт. Назовем причины, по которым некоторые ТЦ оказались провальными и неприбыльными еще с первых дней работы [4]:

- Неверная оценка потенциала участка и зоны охвата торгового центра;
- Наличие сильного конкурента поблизости;
- Специфическая логистика, неудобные подъездные пути и парковка (тц «подсолнух» г. Санкт-Петербург) (см. рисунок 1);
- Неверная планировка ТЦ;
- Непонятная покупателью концепция и позиционирование;
- Слабый ассортимент товаров.

После того как будут сняты все ограничения из-за пандемии и торговые центры начнут работать в штатном режиме, у владельцев ТЦ появится вопрос, как же вновь привлечь покупателей, а также вопросы о реконструкции, внедрении дополнительных открытых пространств, так называемых коворкингов, и других изменениях, которые будут отвечать современным требованиям [3].

Для успешного функционирования торговым центрам нужно будет меняться и достаточно кардинально, следует пересмотреть принцип «чем больше парковочных мест, тем лучше и привлекательнее ТЦ для посетителей и покупателей». В настоящее время число парковочных мест напрямую зависит от ожидаемого количества покупателей, от их перемещения их по зданию торгового центра, более того, сегодня они должны быть строго отделены от наземной входной группы [3].

Уменьшение числа магазинов и бутиков приведет к перераспределению территории внутри торговых центров и моллов. Теперь магазины станут более протяженными, как и их входные группы, что позволит первое время соблюдать социальную дистанцию, которая так необходима [3].

В будущем появится возможность безопасного шопинга, связанная с появлением новых технологий: голосовой вызов лифтов и эскалаторов, автоматизированные тележки, 3D-примерочные (см. рис. 2) и многие другие технологии, которые уже несколько лет назад появились за границей, внося значительный вклад в развитие моллов и торговых центров [3].

Также будет модифицирована концепция организации и планирования детских комнат. Возможно появится больше развлечений на открытом воздухе [3]

Будет более интенсивно внедряться экологическая тематика. Например, в торговом центре Baltia Mall в Калининграде предусмотрели большое количество зеленых зон внутри ТЦ, а в дизайне интерьера использованы только экологичные материалы [3].

Перейдем к изучению актуального зарубежного опыта.

Приведем некоторые причины опустения ТЦ за границей [2]:

- Вытеснение традиционных моллов интернет-торговлей;
- Приверженность мелким лавкам и магазинам (особенно остро ощущается в италии);
- Экономический кризис.
- Избежать данных проблем можно тем же путем, что и в России, правда некоторые нововведения уже присутствуют в зарубежных странах.

Как должен выглядеть прибыльный и посещаемый торговый центр сегодня можно понять на примере Dubai Mall в Объединенных Арабских Эмиратах. Этот современный ТЦ вмещает в себя более 1 тыс. магазинов, 120 ресторанов, пятизвездочный отель, кинотеатр с самыми большими экранами в мире, океанариум и многое-многое другое (см. рисунки 3,4,5) [5].

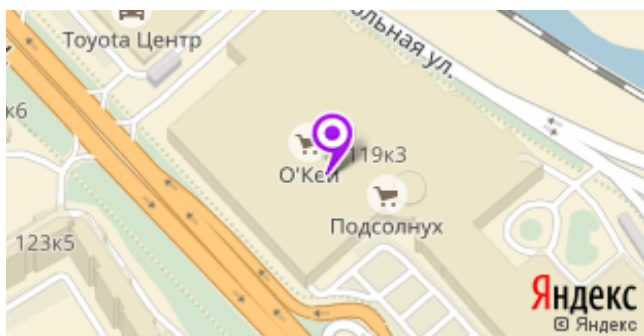


Рисунок 1 – Торговый центр «Подсолнух», город Санкт-Петербург. Источник [1]

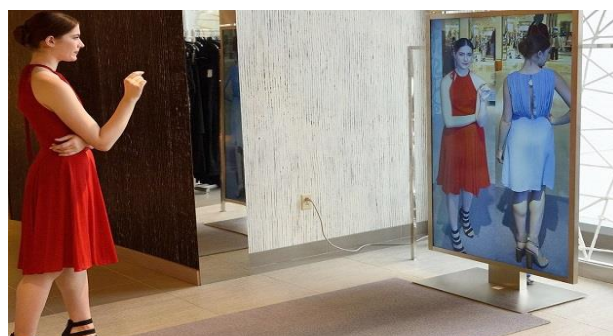


Рисунок 2 – Как выглядит 3D-примерочная. Источник [3]



Рисунок 3 – Океанариум в Dubai Mall. Источник [5]



Рисунок 4 – Внутренний вид Dubai Mall. Источник [5]



Рисунок 5 – Внешний вид Dubai Mall. Источник [5]

Таким образом отметим, что при строительстве торгово-развлекательных центров важно учитывать точку зрения населения, понимать его потребности. Только совместная деятельность, учитывающая интересы потребителей и бизнесменов, приведет к успешному запуску ТЦ и позволит бизнесмену получать прибыль еще долгие годы.

Результаты проведенного исследования

Мы провели исследование в несколько этапов и пришли к следующему:

- Были выявлены проблемы, связанные с опустением ТЦ и моллов;
- Были изучены тенденции улучшения пространства ТЦ и предложены методы, с помощью которых можно избежать проблему;
- Была представлена визуализация успешного и прибыльного торгового центра.

Заключение

После проведения всех исследований, можно говорить о необходимости пересмотра концепции существующих ТЦ по всему миру. При желании открыть новый торговый центр необходимо опираться на потребности населения, грамотно выбирать место, в которое планируется инвестирование немалых денежных средств. Лучше маленький ТЦ, но хорошо спланированный, соответствующий всем современным требованиям и тенденциям, чем большой и масштабный, но совершенно не продуманный и не приносящий прибыли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Проблемы и будущее торговых центров [Электронный ресурс]. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5a65de599b403c55db5b8a> (дата обращения: 01.04.21).
2. Магазинное нестроение [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2019/11/05/pochemu-pusteiut-molly-v-drugih-stranah.html> (дата обращения: 01.04.21).
3. Торговым центрам понадобится больше света и меньше парковок [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/realty/blogs/2020/04/14/827988-torgovim-tsentrarn-ponadobitsya-bolshe-sveta.html> (дата обращения: 01.04.21).
4. Пять ошибок строителей ТРК, и как их исправить [Электронный ресурс]. URL: <https://marketmedia.ru/media-content/pyat-oshibok-stroiteley-trk-i-kak-ikh-ispravit/> (дата обращения: 02.04.21).
5. ТОП 10: самые грандиозные торговые центры Мира [Электронный ресурс]. URL: <https://www.griffin.ua/news/our-news/top-10samyie-grandioznyie-torgovyie-czentryimira.html> (дата обращения: 02.04.21).

Ganieva Alisa A.,

Student,

Department of Economics and Management of Construction and Real Estate Market,

Institute of Economics and Management,

Ural Federal University Named after the First President of Russia B.N.Yeltsin

Ekaterinburg, Russian Federation

Stepanova Natalia R.,

Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor,
Department of Economics and Management of Construction and Real Estate Market,
Institute of Economics and Management,
Ural Federal University Named after the First President of Russia B.N.Yeltsin
Ekaterinburg, Russian Federation

EMPTY SHOPPING CENTERS AS ONE OF THE PROBLEMS OF URBANIZED AREAS

Abstract:

The problem of desolation of shopping centers, which are a key place of trade in many large cities, is considered. A detailed analysis of the reasons for the decline in the popularity of visiting them by consumers is given, and the best international experience of using and restarting strategic development concepts is provided. People need shopping centers, so it is important that they remain one of the key elements of urban infrastructure.

Keywords:

Shopping centers, infrastructure, problems, buyers.