

Кисель Е.И., к.т.н.,
Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь
eleniva2006@mail.ru

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕВЕЛОПМЕНТА ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА

Потребительский сектор составляет основу западной экономики. Искусство и технологии продаж десятилетиями доводились до совершенства, на индустрию потребления работают тысячи специализированных фирм. Развитие торговой деятельности невозможно без создания объектов недвижимости, учитывающих все особенности формирования покупательских потребностей, спроектированных с учетом торговых, девелоперских инноваций. В Республике Беларусь только происходит формирование рынка торговой недвижимости. Еще не обозначены все торговые форматы, не освоены все рыночные ниши, нет четкой системы девелопмента. Развитием объектов, разработкой их концепций занимаются, в основном, собственники. Каждый регион имеет свои особенности и закономерности развития. В этой связи невозможно исследовать эту проблему на уровне республики в целом. Данный анализ ориентирован на рассмотрение проблемы в рамках Брестского региона.

За последние двадцать лет в г. Бресте активно осуществляется строительство объектов торговой недвижимости. Первый этап характеризовался либо реконструкцией существующих объектов, либо строительством новых с целью создания в них небольших торговых объектов, площадью 15-25 м.кв. Они не были объединены общей рыночной концепцией, их основная задача - стабильный доход от арендной деятельности. Собственники объектов недвижимости не ориентировались на соблюдение определенного уровня комфорта торговой точки для покупателя и арендатора, но обладали очень важным преимуществом – находились в центральной части города, что обеспечивало необходимый для эффективного существования покупательский трафик. До начала двадцать первого века этот сегмент недвижимости в целом существовал в условиях «дикого рынка».

Второй этап характеризуется активным ростом рынка. В это время инвесторы, ритейлеры начали проявлять интерес к охвату не только своего региона. Стали активно развиваться розничные торговые сети: «Евроопт», «Корона», «Алми», «Родная сторона», «7 дней», «Закрама», «Электросила», «Буслик». Основные форматы – гипермаркет, магазин шаговой доступности. Площади объектов не превысили 17,3 тыс.кв.м. (площадь гипермаркета «Евроопт»). Это время отмечено оживлением национальной экономики в целом, оздоровлением потребительского спроса, усилением конкуренции за арендаторов, дальнейшим развитием планов инвесторов и ритейлеров. Этот этап продолжается до сих пор, но для успешной деятельности пришлось осваивать свободные площадки в спальных микрорайонах города и подстраивать форматы магазинов под их особенности. В основном уже существующие объекты и запланированные к возведению ориентированы на группы товаров первой необходимости, бытовую технику, мебель, оказание услуг общественного питания. Но за последние два десятилетия по-прежнему не решена проблема покупок в комфортных условиях одежды, обуви, предметов интерьера, строительных материалов, товаров для спорта и отдыха, сада и огорода, косметики, парфюмерии. Это, в лучшем случае, небольшие торговые объекты площадью до 100 кв. м. рассредоточенные по всему городу. Не прекратили свое существование рынки промышленных товаров с отсутствием необходимых условий для покупателей и продавцов (рынок «Ковалево», «ЦУМ» «Юбилейный», «Старый город», «Варшавский мост», «Строительный рынок»). С одной стороны, они дают возможность тысячам индивидуальных предпринимателей осуществлять свою деятельность (в том числе за счет более демократичных арендных ставок), с другой стороны, огромные городские территории используются неэффективно, портят облик города, тормозят переход торговой деятельности в цивилизованное русло, ограничивают развитие и внедрение новых технологий.

Важной проблемой для Бреста является высокая концентрация однотипных объектов на одной территории (центральная часть города, микрорайон «Восток») и недостаточное или полное отсутствие торговых объектов в районах Речица, Граевка, Дубровка, Задворцы и др. В тоже время, населенные пункты, находящиеся в пределах 50-ти километров от г. Бреста остаются, словно оторванными от цивилизации. Состояние торговой деятельности в них словно застыло во времена советского застоя. Для совершения серьезных или разнообразных покупок необходимо ехать в областной центр и тратить большое количество времени на поиск необходимого, так как специализированные объекты находятся в разных районах города.

Если идти по пути развития торгового девелопмента г. Минска и крупных городов Российской Федерации, Украины, то третий этап должен быть связан со строительством крупных торгово-развлекательных центров с разнообразной архитектурой, дизайном, тщательным подбором арендаторов, концепций.

Альтернативой или дополнением этому классическому решению может стать стратегия девелопмента, направленная на разнообразие форматов - на создание ритейл-парков. На рынке торговой недвижимости – это формат, который имеет хороший потенциал с точки зрения освоения пространства и инноваций. Он позволяет использовать принцип децентрализации - размещать объекты на окраинах городов, возле транспортных развязок. Развитые страны пошли по этому пути несколько десятилетий назад.

Ритейл-парк (англ. Retail park) - формат торговых центров, представляющий собой комплекс из трех и более отдельно стоящих одноэтажных «коробок» (boxes) площадью от 500 до 15000 кв. м, объединенных общей парковкой. Каждый магазин

имеет отдельный вход. Формат предполагает минимум площадей общего пользования (галерей, лифтов, технических помещений, вестибюлей), которые в классическом торговом центре занимают до 30-40% площади, не приносят прибыли, но оплачиваются арендаторами. Единственное необходимое условие для девелопера или управляющего проектом - избегать конкурирующих арендаторов. По сравнению с торгово-развлекательными центрами это направление для девелоперов имеет следующие преимущества:

- низкие арендные ставки за счет применения более дешевых конструкций и простой отделки, невысокой цены на землю по сравнению с центральной частью городов;
- небольшая величина эксплуатационных издержек;
- синергия с другими операторами торговли;
- значительное сокращение инвестиционно-строительного цикла за счет сроков строительства и возможности поэтапного ввода объекта в эксплуатацию;
- небольшой срок окупаемости (по сравнению с торговыми центрами);
- упрощенная система управления объектом;
- отсутствие жестких критериев формата;
- гибкость планирования концепции.

Для посетителей:

- целевой процесс покупок;
- быстрота за счет возможности совершения покупок в одном месте;
- широкий ассортимент;
- низкие цены;
- удобные подъездные пути;
- наличие просторной парковки.

В состав ритейл-парка могут войти продовольственный гипермаркет, магазин товаров для дома, спорттоваров, строительных материалов, товаров для сада и огорода, товаров для детей, фудкорт, торговая галерея, кинотеатр (бойлинг или игровой центр для детей). Как правило, наиболее успешными являются проекты с транспортной доступностью до 40 минут. В Брестском регионе размещение возможно в районе Каменецкого кольца, которое имеет выходы на дорогу Р83 в направлении Заповедника «Беловежская пуща», г.Каменец; на трассу международного значения Е30, в направлении г.Жабинка; дорогу Р16 в направлении г. Высокое (см. рисунок).



Рисунок. Возможная зона для размещения ритейл-парка

Выбранный формат способен сформировать устойчивый покупательский трафик из жителей населенных пунктов этой зоны, туристов в Заповедник, водителей, следующих в направлении Козловичи – трасса Е30.

Главное условие для развития этого направления – предварительный поиск основных операторов (якорных арендаторов), способных привлечь покупателя (Marc O'Polo, Calvin Klein, Stefanel, Guess, Diesel, Motivi, «Оранжевый верблюд», «Свитанак», «Спорт Мастер», TAMARIS, Caprise, Wendel, A+W, S.Oliver, MARUSYA, Ив Роше, Avon и др.).

Основные проблемы развития формата:

- ограниченность числа серьезных якорных арендаторов;
- недостаточность финансирования;

- отсутствие опыта работы с форматом;
- сложность подбора, выделения участка большого размера;
- административные барьеры;
- значительные затраты времени на продвижение проекта в покупательской среде и среде розничных операторов.

Это еще раз доказывает, что требования, предъявляемые к торговым объектам, постоянно меняются и расширяются. Уже невозможно развитие проектов с использованием технологий первого десятилетия 21 века, необходимо структурировать существующий опыт специалистам, работающим в этой сфере и адаптировать знания к реальным требованиям отрасли, рынка и времени.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Официальный сайт сети «Евроопт». Режим доступа: <http://www.euroopt.by> – Дата доступа: 15.03.2013.
2. Официальный сайт сети «Алми». Режим доступа: <http://www.almi.su> – Дата доступа: 22.03.2013.
3. Википедия. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org> – Дата доступа: 15.03.2013.

Лебедева В. К., к.э.н., доцент, **Ковальчук А. К.**, к.э.н.
Национальная металлургическая академия Украины,
г. Днепропетровск, Украина
metric@i.ua

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ РЕГИОНОВ

Условием инновационного развития национальной экономики является последовательное формирование ее трудового потенциала и эффективное использование имеющихся трудовых ресурсов. Вместе с тем, циклическая динамика рыночной экономики предопределяет цикличность и в развитии системы трудовых ресурсов с периодическим обострением проблем безработицы и ухудшением условий труда. Данные обстоятельства обуславливают актуальность разработки таких экономико-математических моделей, которые позволяли бы получить обобщенные оценки состояния и развития трудовых ресурсов. Особенно важно получение таких индикаторов в разрезе регионов, поскольку именно на региональном уровне разрабатывается и внедряется преобладающая часть мер государственной политики в отношении социально-трудовой сферы. Своевременно полученная информация способствовала бы принятию более эффективных решений в отношении трудовых ресурсов регионов, дифференцированных в соответствии с полученными оценками, а также предупреждению развития негативных процессов и тенденций в данной сфере и поддержке позитивных.

Для достижения данной цели разработана классификационная модель оценки трудовых ресурсов, которая позволяет проводить кластеризацию регионов и областей страны в нормированном пространстве двух критериев: состояния трудовых ресурсов и потенциала их развития. Для определения функции принадлежности трудовых ресурсов региона к некоторому классу циклического развития в зависимости от значений интегральных критериев состояния и потенциала развития трудовых ресурсов использована нечеткая модификация стохастического алгоритма Роббинса-Монро в пространстве ортогональных функций, которые генерируются с помощью рекуррентного соотношения Эрмита.

Входными данными модели являются оценки состояния и потенциала развития трудовых ресурсов регионов, полученные в результате многокритериального ранжирования регионов по группам частных критериев оценивания трудовых ресурсов. Они дополняются характеристиками четырех классов, соответствующих этапам циклического развития трудовых ресурсов регионов. При определении классов был использован общесистемный принцип причинно-следственных отношений в развитии сложных экономических систем, в соответствии с которыми изменения в состоянии системы являются следствием накопления положительных или отрицательных изменений в потенциале ее развития. Таким образом, состояние системы характеризует ее статистику, а потенциал – динамику, мобильность системы. Соответственно, условием выхода системы из кризиса в послекризисное состояние является накопление потенциала системы, а условием и индикатором ухудшения состояния системы (предкризиса) является снижение ее потенциала.

Класс «норма» характеризуется как удовлетворительным текущим состоянием функционирования трудовых ресурсов, так и позитивными перспективами их развития, которые вытекают из наличия достаточного потенциала развития. Класс «предкризис» характеризуется относительно удовлетворительным текущим состоянием функционирования трудовых ресурсов, но негативными перспективами их развития в будущем (то есть, перспективами деградации) в связи с недостаточным потенциалом позитивного развития. Класс «кризис» характеризуется неудовлетворительным текущим состоянием функционирования трудовых ресурсов региона и недостаточным потенциалом их развития. Класс «послекризис» характеризуется высоким потенциалом развития трудовых ресурсов, который однако еще не реализован в текущее функционирование. Текущее состояние функционирования трудовых ресурсов регионов этого класса квалифицируется как неудовлетворительное. Интегральная оценка указывает на позитивные перспективы достижения «нормы», которая еще не достигнута. Однако, последовательная реализация достаточного потенциала развития позволит достигнуть удовлетворительного состояния функционирования трудовых ресурсов региона и перейти к классу «норма».