



«ЯКІРНІ ОРЕНДАТОРИ» В ТОРГІВЕЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРАХ: АРХІТЕКТУРНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

О. І. Фетісов

*Донбаська національна академія будівництва і архітектури,
вул. Державіна, 2, м. Макіївка, Донецька область, Україна, 86123.*

E-mail: mail@olegfetisov.com

Отримана 5 листопада 2010, прийнята 26 листопада 2010.

Анотація. В роботі розглянуто архітектурні та економічні аспекти поняття «якірний орендатор» в торгівельно-розважальних центрах. Відображено, що підвищення якості та рівня життя людей потребує кількісного і якісного розвитку будівель торгівельно-розважальних центрів. Проведено аналіз априорної інформації у контексті теми дослідження. Обґрунтована актуальність проведення досліджень у цій області. Сформульовано визначення поняття торгівельно-розважального центру в архітектурному та економічному контексті. Виявлено, що торгівельно-розважальний центр, як простір, маючий велику кількість орендарів, у т. ч. «якірних», та комбінує безліч функцій, — новий для України тип будівлі. Сформульовано визначення поняття «якірний орендатор». Визначено особливості та специфіку якірних орендарів в торгівельно-розважальних центрах. Проведено моніторинг, який визначив відсоткові показники попиту на основні групи товарів та послуг торгівельно-розважальних центрів. Відображено, що якірний орендатор привертає відвідувачів та працює на імідж торгівельно-розважального центра, а також виправляє недоліки функціонально-планувальної концепції будівлі. Визначено тенденції, на які впливає розвиток сегменту якірних орендарів в торгівельно-розважальних центрах.

Ключові слова: торгівельно-розважальні центри, торгівельні будівлі, якірні орендарі, товарно-грошові відносини.

«ЯКОРНЫЕ АРЕНДАТОРЫ» В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРАХ: АРХИТЕКТУРНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

О. И. Фетисов

*Донбасская национальная академия строительства и архитектуры,
ул. Державина, 2, г. Макеевка, Донецкая область, Украина, 86123.*

E-mail: mail@olegfetisov.com

Получена 5 ноября 2010, принята 26 ноября 2010.

Анотація. В работе рассмотрены архитектурные и экономические аспекты понятия «якорный арендатор» в торгово-развлекательных центрах. Показано, что повышение качества и уровня жизни людей требует количественного и качественного развития зданий торгово-развлекательных центров. Произведен анализ априорной информации в контексте темы исследования. Обоснована актуальность проведения исследований в данной области. Сформулировано определение понятия торгово-развлекательного центра в архитектурном и экономическом контексте. Определено, что торгово-развлекательный центр, как пространство, имеющее множество арендаторов, в т. ч. «якорных», и комбинирующее множество функций, — новый для Украины тип здания. Сформулировано определение понятия «якорный арендатор». Определены особенности и специфика якорных арендаторов в торгово-развлекательных центрах. Проведен мониторинг, который определил процентные показатели спроса на основные группы товаров и услуг торгово-развлекательных центров. Установлено, что якорный арендатор не только привлекает посетителей и работает на имидж торгово-развлекательного центра, но и исправляет

недостатки функционально-планировочной концепции здания. Выявлены тенденции, на которые влияет развитие сегмента якорных арендаторов в торгово-развлекательных центрах.

Ключевые слова: торгово-развлекательные центры, торговые здания, якорные арендаторы, товарно-денежные отношения.

«ANCHOR TENANTS» IN SHOPPING MOLLS: ARCHITECTURAL AND ECONOMICAL ASPECTS

Oleg Fetisov

Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture,

2, Derzhavina Str., Makeiivka, Ukraine, 86123.

E-mail: mail@olegfetisov.com

Received 5 November 2010, accepted 26 November 2010.

Abstract. The present paper deals with architectural and economical aspects of «anchor tenants» in shopping molls. Improvement of quality and standards of people's life demands quantitative and qualitative development of the shopping moll is shown. The analysis of apriority information in a research topic context has been carried out. The currency of carrying out researches in this direction is proved. The definitions of shopping moll in architectural and economical context are formulated. It is exposed that a trading centre, as the space with a lot of tenants, as well as «anchor tenants», and combining a lot of functions, is a new type of building in Ukraine. The definition of «anchor tenant» is formulated. Features and specificity of anchor tenants in shopping molls are exposed. Monitoring which has defined percentage indicators of demand for the basic groups of goods and services of shopping molls is carried out. It is shown that the anchor tenant involves visitors and works for image of shopping moll, in addition corrects defects of building functional and designing conception. Tendencies which influence on development of anchor tenants segment in shopping molls are exposed.

Key words: shopping molls, trading buildings, anchor tenants, commodity-money relations.

Введение

Торговля, как процесс обмена товарно-материальными ценностями, известна начиная с каменного века. Во все времена сутью торговли является предложение к обмену, либо к продаже товарно-материальных, а так же нематериальных ценностей с целью извлечения выгоды из этого обмена. С возникновением денег возникли предпосылки для установления товарно-денежных отношений. Любое общество для реализации товарно-денежных отношений нуждалось в торговых зданиях, которые появились намного раньше любых других «коммерческих» зданий [1]. Следовательно, проектирование современных зданий торгово-развлекательных центров с учетом функционально пла-

нировочных, градостроительных, социально-культурных, экономических и других особенностей является достаточно актуальным в настоящее время.

Целью данной работы является выявление архитектурных и экономических аспектов «якорных арендаторов» как важной составляющей торгово-развлекательного центра; проведение мониторинга спроса на услуги торгово-развлекательных центров.

Анализ последних исследований и публикаций

Для изучения данного вопроса важное научно-практическое значение имеют исследования Барри Бермана, Джоэл Р. Эванса, А. Л. Гель-

фонд, Э. Цейдлера, И. Р. Федосеевой, А. Г. Токмаджан, И. К. Левшина и др. Следует отметить и современные крупные компании, которые проводят исследования в данном направлении: International Council of Shopping Centers, A.T. Kearney GRDI (Global Retail Development Index), Vesco Consulting, Real Estate Solutions (RES).

Основной материал

До конца XIX века происходила постепенная подготовка того фундамента, на котором в XX веке сформировался современный торгово-развлекательный центр (ТРЦ). Возникавшие торговые здания усложнялись, приобретали новые функции, увеличивали свои размеры [1].

Торгово-развлекательный центр – это градообразующий объект, общественное здание или сооружение, сочетающее в себе различные функции: торговую, бытовую, функцию общественного питания, зрелищную, отдыха и развлечений, кратковременного пребывания детей, хозяйственную и др. Как правило, здания данного типа функционируют ежедневно, в отдельных случаях – круглосуточно [2, 3]. Следует отметить, что в Украине этот тип архитектурных объектов находится в стадии становления.

Сегодня торгово-развлекательные центры – это так же коммерческие здания и сооружения, из чего следует, что достижение экономической эффективности будет доминирующим звеном при их проектировании.

За последнее десятилетие в Украине произошли серьезные социально-экономические изменения, которые затрагивают весь типологический ряд зданий и сооружений, их функциональную, экономическую и другие структуры. Торговые здания испытали их воздействие в большей степени, чем какие-либо другие.

Развитие любой отрасли неразрывно связано с экономической ситуацией в стране, и торговая индустрия (в т. ч. торгово-развлекательная) – не исключение. Высокий уровень спроса населения на торговую продукцию и услуги наблюдается во всех без исключения городах Украины на протяжении нескольких лет [4].

Торгово-развлекательный центр сегодня – это современное, отвечающее всем требованиям пространство множества арендаторов. В со-

временном ТРЦ значительная часть арендаторов выражена «якорными арендаторами».

Якорный арендатор – юридическое или физическое лицо, которое берёт в аренду торговые помещения площадью не менее 5–15 % от общей площади торгово-развлекательного центра. Это крупный арендатор, привлекающий основной поток посетителей в ТРЦ. Количество якорных арендаторов растет, появляются их новые типы, и успешность торгово-развлекательного центра часто зависит от качества арендаторов и их оригинального сочетания [1, 4, 5 и др.].

Определено, что значительная часть общей площади приходится на продуктовых арендаторов, выраженных посредством супермаркета или гипермаркета. Доля занимаемых ими помещений, по мнению большинства аналитиков, составляет минимум 40 %. Специалисты Vesco Consulting считают, что: 35 % площадей ТРЦ занимают продуктовые якорные арендаторы, 18 % – продавцы электронной и бытовой техники, 15 % площадей в ТРЦ занимают операторы развлечений, 11 % – мебельные магазины и продавцы товаров для дома, 8 % – отводят операторам фудкортов (фудкорты – ячейки-пищевые блоки быстрого питания как пространства многих арендаторов) [4, 6, 7].

В результате проведения мониторинга в наиболее современных торгово-развлекательных центрах Украины были выявлены показатели спроса на товары и услуги, предоставляемые якорными арендаторами: продуктовые товары – 23 %, боулинг, игровые залы – 14 %, кинотеатры – 52 %, товары для дома – 37 %, детские товары – 18 %, электротехника – 25 %, спорттовары – 15 %, одежда – 58 %, обувь – 52 %, аптеки – 4 %, другое – 6% (рис. 1). Данные показатели в значительной степени влияют на архитектурно- и функционально-планировочную организацию ТРЦ.

Следует отметить, что сегодня каждый успешный торгово-развлекательный центр имеет своего надежного якорного арендатора, что является экономически целесообразно двух сторон. «Сильный» якорный арендатор может не только привлекать посетителей и работать на имидж торгово-развлекательного центра, но и исправлять недостатки функционально-планировочной концепции здания и др. Например, расположение различных предприятий и услуг

в ТРЦ часто бывает не систематизировано, и якорные арендаторы, как правило, располагаются в так называемых мертвых зонах, чтобы расширить основные маршруты посетителей. Таким образом, хороший якорный арендатор может перераспределить потоки покупателей торгово-развлекательного центра [4, 5].

К основным тенденциям, на которые влияет развитие сегмента якорных арендаторов в ТРЦ можно отнести следующие:

- распространение новых форматов ТРЦ;
- укрупнение формата профессиональных торгово-развлекательных центров;
- прогрессия функционально-планировочных, экономических, социально-культурных и других показателей торгово-развлекательных центров;
- усиление культурно-развлекательной составляющей;
- развитие форматов якорных арендаторов;
- появление новых компаний, выступающих в качестве якорных арендаторов.

Выводы

Таким образом, в работе определено, что торговый центр представляет собой современное, отвечающее всем требованиям пространство, включающее множество арендаторов, значительная часть которых выражена в качестве

«якорных арендаторов». Якорный арендатор выступает в качестве юридического или физического лица, которое берёт в аренду торговые помещения площадью не менее 5–15 % от общей площади ТРЦ.

Установлено, что успешность архитектурной и экономической модели торгово-развлекательного центра во многом зависит от качества и оригинального сочетания якорных арендаторов: они привлекают посетителей и формируют имидж торгово-развлекательного центра, а также исправляют недостатки функционально-планировочной концепции здания.

Проведенный мониторинг определил процентные показатели спроса на основные группы товаров и услуг торгово-развлекательных центров, предоставляемые якорными арендаторами.

Данные исследования и их результаты имеют большое научное значение в сфере архитектуры и типологии зданий и сооружений торгово-развлекательной индустрии и послужили основой для дальнейших исследований в этом направлении.

Литература

1. Бенаи, Х. А. Предпосылки появления зданий современных торговых центров / Х. А. Бенаи, О. И. Фетисов // Збірник тез доповідей і повідомлень ІХ Міжнародної наукової конференції



Рисунок 1. Мониторинг спроса на товары и услуги торговых центров.

- молодих вчених, аспірантів і студентів / М-во освіти і науки України, ДонНАБА. – Макіївка, 2010. – С. 24.
2. Гельфонд, А. Л. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений : [учеб. пособие] / А. Л. Гельфонд. – М. : Архитектура–С, 2007. – 280 с.
 3. Бенаи, Х. А. Анализ функционально-планировочных особенностей торгово-развлекательных центров / Х. А. Бенаи, О. И. Фетисов // Вісник Донбаської нац. академії будівництва і архітектури : зб. наук. праць / Міністерство освіти і науки України, ДонНАБА. – 2010. – Вип. 2 (82) : Проблеми архітектури і містобудування. – С. 25–31.
 4. Развитие торговых центров в Украине [Электронный ресурс]: каталог статей. – Электрон. дан. – Режим доступа: [http://www.rusarticles.com/ nedvizhimost-statya/razvitie-torgovyx-centrov-v-ukraine-118383.html](http://www.rusarticles.com/nedvizhimost-statya/razvitie-torgovyx-centrov-v-ukraine-118383.html). – Загл. с титул. экрана.
 5. Барри Берман, Джоэл Р. Эванс. Розничная торговля: стратегический подход = Retail Management: A Strategic Approach. – М. : «Вильямс», 2003. – С. 1184. – рус.
 6. A.T. Kearney – Global Management Consultants [Электронный ресурс]: management consultants. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.atkearney.com/>. – Загл. с титул. экрана.
 7. Vesco Consulting [Электронный ресурс]: valuation and consulting services. – Электрон. дан. – Cheltenham – Режим доступа: <http://www.vesco-consulting.com/>. – Загл. с титул. экрана.

Фетисов Олег Игоревич – аспірант кафедри архітектурного проектування Донбаської національної академії будівництва і архітектури. Наукові інтереси: принципи та засоби формування екологічно чистого житла, особливості сучасних торговельно-розважальних центрів, архітектура для маломобільних груп населення, дослідження регіональних особливостей архітектури Донбасу, візуальні комунікації.

Фетисов Олег Игоревич – аспірант кафедри архитектурного проектирование Донбасской национальной академии строительства и архитектуры. Научные интересы: принципы и приемы формирования экологически чистого жилья, особенности современных торгово-развлекательных центров, архитектура для маломобильных групп населения, исследование региональных особенностей архитектуры Донбасса, визуальные коммуникации.

Fetisov Oleg – the postgraduate of the «Architectural Designing» Chair of Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture. Research interests: principles and methods of environmentally friendly dwelling formation, features of modern shopping molls, architecture for immobile groups of population, research of regional features of Donbas, visual communications.

