



**Влияние ухода иностранных участников рынка на развитие сегмента
недвижимости крупных торговых центров**

Стерник С.Г., д.э.н., профессор, Институт народно-хозяйственного
прогнозирования РАН, ведущий научный сотрудник, Москва, Россия
Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия
Московский государственный строительный университет, Москва, Россия
Погорелов К.И., специалист по квалификации подрядчиков
ООО «Главстрой», Москва, Россия
Мурадов А.Н., прораб ООО «МонАрх», Москва, Россия
Кокорева А.А., старший специалист ООО «МонАрх», Москва, Россия
Кулаков А.Р., помощник Главного инженера проекта ООО «Эф Ди
Эй», Москва, Россия

Аннотация. Рассмотрены факторы и последствия рецессии рынка
коммерческой недвижимости в сегменте крупных торговых центров в связи с
уходом крупных игроков на примере компаний ОБИ и ИКЕА. Показаны
среднесрочные перспективы реформирования, восстановления и
дальнейшего развития рынка за счет импортозамещения, трансформации
имеющихся и прихода новых, как российских, так и зарубежных участников.

Ключевые слова: рынок недвижимости, коммерческая недвижимость,
торговые центры, рецессия рынка, прогноз рынка, импортозамещение

**The impact of the departure of foreign market participants on the development
of the real estate segment of large shopping centers**

Sternik S.G., Doctor of Economics, Professor, Institute of National Economic
Forecasting of the Russian Academy of Sciences, Leading Researcher, Moscow,

Russia; Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia; Moscow State University of Civil Engineering, Moscow, Russia
Pogorelov K.I., Contractor Qualification Specialist, Glavstroy LLC, Moscow, Russia
Muradov A.N., Foreman of Monarch LLC, Moscow, Russia
Kokoreva A.A., Senior Specialist of Monarch LLC, Moscow, Russia
Kulakov A.R., Assistant to the Chief Engineer of the project of LLC «Ef Di Hey», Moscow, Russia

Annotation. The factors and consequences of the recession of the commercial real estate market in the segment of large shopping centers in connection with the departure of major players on the example of OBI and IKEA companies are considered. Medium-term prospects of reformatting, restoration and further development of the market due to import substitution, transformation of existing and arrival of new, both Russian and foreign participants are shown.

Key words: real estate market, commercial real estate, shopping malls, market recession, market forecast, import substitution

Рынок торговой коммерческой недвижимости можно сравнить с ярмаркой, где арендаторы готовы занять любой свободный лот торговых площадей, лишь бы получить выход на широкий круг покупателей. На таких ярмарках, как правило, не бывает свободных мест, поскольку каждый хочет получить прибыль, и поэтому освободившиеся места быстро заполняются [1].

С 2019 года в связи с ухудшением эпидемиологической ситуации, связанной с распространением новой коронавирусной инфекции COVID-19, владельцам торговых объектов и бизнес-центров пришлось свернуть свою деятельность.

После кризиса наметилось восстановление рынка. Многие участники рынка, ориентируясь на показатели года в сегменте торговой недвижимости, возлагали большие надежды на первый квартал 2022 года. Улучшение ситуации и активное развитие, как и во многих других отраслях, не только прогнозировалось, но и реально началось с 2022 года.

Так, по данным Knight Frank Research [2], в I квартале 2022 года уровень арендных ставок торговых площадей, расположенных в торговых центрах, остался неизменным в сравнении с IV кварталом 2021 года.

По сравнению с аналогичным периодом прошлого года арендные ставки в некоторых случаях даже увеличились: для якорных арендаторов и операторов торговой галереи площадью с помещений до 50 кв. м. и 500–700 кв. м. в наиболее успешных и востребованных торговых центрах Москвы. Огромную долю базовых арендных ставок занимали фуд-корты, а также мини-якоря (до 50 кв. м.), в популярных объектах с высокой посещаемостью достигающие 120–170 тыс. руб./кв. м. в год. С другой стороны, площади более 2 000 кв. м. имеют наименьшую стоимость для якорных арендаторов.

Одним из наступивших трендов в торговой недвижимости являлось увеличение числа торговых центров районного и окружного форматов.

Повышенная активность в районных ТЦ легко объясняема в связи с изменениями, происходящими на рынке недвижимости. Теперь торговые центры – это центры притяжения для всех и каждого. Современные ТЦ могут обеспечить посетителей всем необходимым: от простого шопинга и неформальных встреч, до деловых встреч, переговоров и даже образовательных процессов. Ну а спортивные залы, ателье и т. п. итак присутствуют в большинстве торговых центров. Все это создает комфортную экосистему, понятную и доступную для всех желающих.

В табл. 1 представлены исходные ставки аренды в сегменте по состоянию до начала его критической рецессии весной 2022 года.

Однако, февральские события резко изменили планы участников рынка, и теперь стоит принимать во внимание нарушение цепочек поставок и проблемы с товарным запасом, поскольку в настоящее время насчитывается свыше 60 организаций (включая онлайн-магазины), сообщивших о приостановке своей деятельности, а также поставках товаров на территорию России. Трафик в российских торговых центрах упал в среднем на 12%. В сегменте стрит-ритейла показатели не лучше, чем в торговых центрах. Минимальная ставка аренды,

запрашиваемая владельцами объектов стрит-ритейла в Москве, сократилась на 10–45% год к году в половине торговых улиц столицы, следует из подсчетов Knight Frank. Заметнее всего — на 45%, до 33 тыс. руб. за 1 кв. м в год, ставка снизилась в Камергерском переулке. На проспекте Мира спад составил 33%, до 20 тыс. руб. за 1 кв. м, на Арбате и Пятницкой улице — 20%, до 40 тыс. и 20 тыс. руб. за 1 кв. м в год соответственно [3].

Таблица 1

Условия аренды в торговых центрах Москвы (1 квартал 2022 г.)

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*		% от товаро-оборота
	Общий показатель	Районные торговые центры (до 10 лет)	
Супермаркет (1000-2000 м ²)	8 000 - 18 000	15 000-22 000	4-6
Супермаркет (450-900 м ²)	18 000 - 35 000	18 000-35 000	4-7
Товары для дома (<1 500 м ²)	0 - 10 000	8 000-12 000	6-8
Бытовая техника (1 200 – 1 800 м ²)	6 000 - 15 000	6 000-15 000	2,5-5
Товары для спорта (1200–1800 м ²)	6 000 – 12 000	6 000 – 12 000	5-8
Детские товары (1 200 – 2 000 м ²)	6 000 – 12 000	6 000 – 12 000	4-8
Операторы торговой галереи**			
Якорные арендаторы более 1 000 м ²	0-12 000	6 000-18 000	4-10
Якорные арендаторы 700-1000 м ²	0-14 000	8 000-18 000	6-10
Якорные арендаторы 500-700 м ²	0-45 000	8 000-18 000	6-10
Якорные арендаторы 300-500 м ²	0-25 000	8 000-12 000	5-12
Досуговые концепции			
Развлекательные центры (площадь: 2 000-4 000 м ²)	4 000 – 8 000	4 000-6 000	10-15
Кинотеатры (площадь: 2 500 – 5 000 м ²)	0 - 6000	0-4000	8-10
Общественное питание			
Food-court	45 000-120 000	28 000-50 000	10-15
Кафе	15 000-90 000	15 000-30 000	12-14

* Рыночные условия, которые могут быть скорректированы в процессе переговоров

** Верхние границы арендных ставок относятся к наиболее успешным и востребованным торговым центрам Москвы. Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов.

Источник: по данным Knight Frank Research

«Рынок подвергся негативному влиянию каждого из факторов, сопровождающих спецоперацию. Это влияние выражается в высвобождающихся площадях, высоком уровне вакансии и сложностях в выявлении тех компаний, которые могли бы занять места ушедших» [4].

Ниже рассмотрены два кейса (компании ОБИ и ИКЕА) с двумя различными сценариями выхода из описанного кризиса, характерными в той или иной части для большинства операторов в условиях ухода иностранных брендов, учредителей, капиталов, франшиз и др. системных компонентов и институциональных условий бизнеса.

ОБИ – крупнейшая сеть гипермаркетов формата «Сделай сам» (DIY) и лидер по количеству сервисов для покупателей в России. ОБИ (ОБИ, от произношения фр. hobby) — международная торговая сеть магазинов строительных и хозяйственных товаров, принадлежащая немецкой компании OBI GmbH & Co. Deutschland KG. Штаб-квартира сети находится в городе Вермельскирхене (земля Северный Рейн-Вестфалия) [5].

Первые магазины ОБИ открылись в России 20 ноября 2003 года в торговых комплексах Мега в Москве. На сегодняшний день в России функционирует 28 магазинов сети: 9 – в Москве и Московской области, 5 – в Санкт-Петербурге, по два – в Екатеринбурге и Нижнем Новгороде, по одному – в Волгограде, в Волжском, Брянске, Казани, Краснодаре, Омске, Рязани, Саратове, Сургуте и Туле.

Преимуществом гипермаркетов является их круглосуточная работа, выступая якорными арендаторами, площадью 10 000 – 16 000 кв. м., привлекают большое количество посетителей. Широкий сектор ассортимента позволяет найти все, что душе угодно в одном месте, и нет необходимости посещать 4-5 разных магазинов. В ОБИ клиенты находят для себя инновационные идеи для оборудования современного дома, профессиональные консультации, специальные предложения и акции.

По состоянию на середину марта 2022 года компания позиционировала приостановку деятельности, тем самым создавая угрозу потери работы

почти 5000 сотрудникам.

Можно было прогнозировать, что полный уход компании с российского рынка нанесет серьезный ущерб не только потребителям, ввиду недостатка товаров и услуг описанного сегмента, но и рынку недвижимости. Арендодателям придется в кратчайшие сроки искать нового якорного (в большинстве своем) арендатора, что повлечет, как минимум, два вида убытков. Во - первых, это упущенная прибыль, т.к. найти арендатора на такие большие площади, какие занимает ОБИ, довольно сложно. Во-вторых – это прямые затраты на реконцепцию и техническое перевооружение площадей под нужды нового арендатора.

Однако, по состоянию в конец второго квартала 2022 года началось возвращение компании ОБИ в Россию в частично измененном виде: бизнес в России приобрели российские и казахские бизнесмены. Прогнозируется, что перспектив у компании достаточно много, в т.ч. в связи с уходом такого крупного игрока, как ИКЕА. У ОБИ есть все шансы занять их «нишу», оптимизировав свое производство. Кроме того, курс на импортозамещение, взятый руководством России, будет являться дополнительным стимулом к развитию бизнеса и производства в стране. Сейчас есть возможность частично открыть минимальные площади для продажи ещё имеющейся на складах и в магазинах продукции, параллельно решая вопросы, связанные с логистикой. Большим плюсом является тот факт, что компания ещё не разорвала контракты на аренду своих пространств и сохранила персонал. Эти два решающих фактора будут являться основополагающими в развитии бизнеса ОБИ в России, даже в условиях все большего объема вводимых санкций, поскольку имеются возможности создать собственное производство, распространяя продукцию не только на территории РФ, но и в соседние страны, не исключая открытие в них франшиз ОБИ.

ИКЕА (ИКЕА) – основанная в Швеции нидерландская производственно-рознично-торговая группа Ingka, одна из крупнейших в мире торговых сетей по продаже мебели и товаров для дома, известная почти каждому жителю

Российской Федерации.

На момент начала 2022 года ИКЕА имела 10 студий в г. Москва, 6 студий в г. Санкт-Петербург и еще 10 студий в остальных городах Российской Федерации [6].

Арендуемая площадь ИКЕА:

г. Москва:

ТЦ «Мега Химки» – 31,5 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега Теплый Стан» – 34 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега Белая Дача» - 35,1 тыс. кв. м

ТЦ «Авиапарк» - 7,7 тыс. кв. м.

ТЦ «Европолис» - 11,8 тыс. кв.м.

ТРЦ «Мозаика» - 8,9 тыс. кв. м.

ТРЦ «Афимол Сити» - 800 кв. м.

ТРЦ «Щелковский» - 700 кв. м.

ТЦ «Кунцево Плаза» - 500 кв. м.

ТРЦ «Павелецкая Плаза» - 500 кв. м.

Итого занимаемая площадь в **Москве: 131 500 кв. м.**

г. Санкт-Петербург:

ТРЦ «Мега-Парнас» - 26 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега-Дыбенко» - 27,4 тыс. кв. м.

ТРК «Атлантик Сити» - 585 кв. м.

ТРК «Лето» - 257 кв. м.

Студия ИКЕА Центр – 480 кв. м.

ТРЦ «Жемчужная Плаза» - 400 кв. м.

Итого занимаемая площадь в **Санкт-Петербурге: 55 122 кв. м.**

Регионы:

ТЦ «Мега-Адыгея-Кубань» - 27,1 кв. м.

ТЦ «Мега Казань» - 22,3 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега» в Нижнем Новгороде – 24 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега Новосибирск» - 27,1 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега Омск» - 27 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега Ростов-на-Дону» - 13,8 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега Самара» - 28 тыс. кв. м.

ТЦ «Мега Уфа» - 28 тыс. кв. м.

Дизайн-студия ИКЕА в Тюмени – 900 кв. м.

Итого занимаемая площадь **в регионах: 198 200 кв. м.**

В общей сложности ИКЕА владеет 26 точками в 11 регионах Российской Федерации, общей площадью **384 822 кв. м.**

«Необходимо также принимать во внимание, что ИКЕА в России – это не только продажа товаров для дома. Большинство юридических лиц, подконтрольных Ingka, оперируют коммерческой недвижимостью – торговыми центрами «Мега». Согласно исследованию Forbes, они занимали четвертое место в России по доходам от аренды (330 млн долл.) и первое по объему торговых площадей – 1,6 млн кв. м. Для сравнения, у второго по этому показателю игрока рынка «Ташира» – 900 тыс. кв. м.» [7].

В период пандемии коронавируса ИКЕА столкнулась с убытками, несмотря на 60% рост онлайн-продаж. По данным аналитической системы «СПАРК-Интерфакс», выручка ООО «Икеа Дом» (управляет магазинами ИКЕА в РФ) по РСБУ в 2020 календарном году выросла на 6,7%, до 123,1 млрд рублей. «В частности, компания недосчиталась 1,5 миллиарда долларов от розничных продаж. В рамках карантинных ограничений около 75% магазинов сети были закрыты по всему миру на несколько недель. Впоследствии это привело к снижению количества посетителей: за 2020 год в ИКЕА было 706 миллионов посетителей по сравнению с 839 миллионами годом ранее» [8].

С 4 марта 2022 года компания объявила о приостановке продаж как в студиях, так и в онлайн-магазине, а к концу второго квартала, в отличие от ОБИ, - о распродаже остатков товаров и окончательном уходе из России.

Какое развитие событий можно прогнозировать в сегменте в связи с таким уходом?

- во-первых, это открывает возможность отечественным производителям

и мебельным ритейлерам, в том числе прямым поставщикам ИКЕА, занять свободные площади и свою долю на рынке, которая по скромно оценивается в 300 миллиардов рублей в год;

- во-вторых, произойдет переформатирование крупных лотов освобождаемых торговых площадей в более мелкие (там, где их не займут OBI и другие крупные бренды), а также – в формат мультибрендового «коритейлинга», т.е. в постоянные выставки-продажи многих мелких и средних производителей сходных товаров [9];

- в-третьих, после затяжного перерыва в открывшиеся магазины нагрянут толпы людей. Человеческий фактор играет тут определяющую роль. Опасаясь новых внезапных шоков, люди будут скупать все, что видят, как это было за неделю до закрытия магазинов. И все затраты на реконцепцию, аренду, содержание, заработную плату сотрудников и др. после долгого периода убытков окупятся, условно, в течение одного квартала.

На примере двух приведенных альтернативных кейсов можно сформулировать и некоторый обобщающий среднесрочный прогноз сегмента:

- уход или заявляемый уход компаний возможно будет не полным, а частичным (локализация, сохранение бренда через партнерство и сохранение присутствия в формате мультибрендовых магазинов);

- с другой стороны, ожидаемы попытки войти РФ игроков, которые были ограничены в доступе к площадям и рынкам.

«Мы станем свидетелями, возможно, самых глобальных за последние годы изменений в структуре экономики. Но есть несколько трендов, которые в среднесрочной перспективе наиболее вероятны. Привлекательность недвижимости в том и заключается, что при любом раскладе она представляет собой дорогостоящий имущественный комплекс, который может генерировать прибыль. Да, торговые центры в ближайшее время ждут непростые времена. Но достаточно быстро на место европейских марок (кстати, они еще никуда не ушли, а просто приостановили работу) могут прийти отечественные производители, турецкая и китайская продукция. Люди все равно будут

покупать одежду и обувь, обои и корм для животных» - рассказал Кирилл Кулаков, президент СРО «Региональная ассоциация оценщиков» [10].

В любом случае мы видим уже сейчас, что часть предпринимателей, которые вернули свои капиталы в РФ, начинают создавать юридические лица и искать новые освобождающиеся ниши, т.е. нижняя точка кризиса в сегменте, возможно, уже пройдена.

Библиографический список:

1. Стерник Г.М., Стерник С.Г. Анализ рынка недвижимости для профессионалов. Монография. Из-во Экономика (Москва). – 2009. – 606 с. ISBN: 978-5-282-02958-1
2. <https://kf.expert/publish/rynok-torgovoj-nedvizhimosti-moskva-2022>
3. <https://www.kommersant.ru/doc/5479798>
4. <https://www.sobaka.ru/city/realty/1493944>.
5. <https://www.obi.ru/>
6. <https://www.ikea.com/ru>
7. <https://www.fontanka.ru/2022/03/04/70486163/>
8. <https://www.retail.ru/news/ikea-poteryala-1-5-milliarda-evro-iz-za-covid-19-7-oktyabrya-2020-198449/>
9. Стерник С.Г., Сафронова Н.Б. Финансализация рынков недвижимости как макроэкономический тренд цифровой экономики. Проблемы прогнозирования. – 2021. – № 6 (189). – С. 125-134.
10. <https://www.cre.ru/news/86165>

References:

1. Sternik G.M., Sternik S.G. Analysis of the real estate market for professionals. Monograph. From-in Economics (Moscow). – 2009. – 606 p. ISBN: 978-5-282-02958- 1
2. <https://kf.expert/publish/rynok-torgovoj-nedvizhimosti-moskva-2022>
3. <https://www.kommersant.ru/doc/5479798>
4. <https://www.sobaka.ru/city/realty/1493944>.

5. <https://www.obi.ru/>
6. <https://www.ikea.com/ru>
7. <https://www.fontanka.ru/2022/03/04/70486163/>
8. <https://www.retail.ru/news/ikea-poteryala-1-5-milliarda-evro-iz-za-covid-19-7-oktyabrya-2020-198449/>
9. Sternik S.G., Safronova N.B. Financialization of real estate markets as a macroeconomic trend of the digital economy. Forecasting problems. – 2021. – № 6 (189). – Pp. 125-134.
10. <https://www.cre.ru/news/86165>

Для цитирования: Стерник С.Г., Влияние ухода иностранных участников рынка на развитие сегмента недвижимости крупных торговых центров // Стерник С.Г., Погорелов К.И., Мурадов А.Н., Кокорева А.А., Кулаков А.П. / Российский экономический интернет-журнал. – 2022. – № 3. URL: © Стерник С.Г., Погорелов К.И., Мурадов А.Н., Кокорева А.А., Кулаков А.П., Российский экономический интернет-журнал 2022, № 3.