

А.П. Кохнюк, магистрант;  
Е.В. Россоха, зав. кафедрой, канд. экон. наук (БГТУ, г. Минск)

### **СОЗДАНИЕ КОНЦЕПЦИИ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО ЦЕНТРА И СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРОЕКТА НА ВСЕХ ЭТАПАХ РЕАЛИЗАЦИИ**

Тенденции рынка торговой недвижимости Беларуси показывают, что на фоне дефицита качественных площадей имеется высокий уровень предложения площадей торговой недвижимости и увеличения розничного товарооборота. Кроме того, в Минске и в Беларуси существует тенденция устаревания существующих форматов многофункциональных центров (далее – МФЦ) и нарастания потребности в реконцепции торговых объектов. С учетом большого количества торговых объектов, в Минске по-прежнему не хватает качественных торговых площадей, одной из главных причин которого является отсутствие концепции.

На предварительном этапе правильно разработанная концепция позволит обосновать успешность МФЦ, регулировать направления потоков посетителей в нем, а также определить в каких точках сосредоточится основной трафик.

На 1-м этапе проектирования торгового центра, благодаря концептуальному зонированию, можно определить арендные ставки каждого помещения, коэффициент потерь и тем самым спрогнозировать потенциальный доход от аренды площадей. Так, эта тенденция актуальна не только для торговых центров с пустующими площадями, но и для успешных МФЦ для достижения более эффективных взаимоотношений с покупателями и повышения конкурентоспособности.

На 2-м этапе, помимо разработанной концепции особенно важно сопровождение ее на этапе поиска арендаторов, когда необходимо привлечь «якорей», определить тематику этажей, провести зонирование торговых площадей и провести успешные переговоры с потенциальными арендаторами.

Таким образом, этап разработки концепции торговых объектов является определяющим для правильного позиционирования объекта и включает: проведение анализ рынка торговой недвижимости в Республике Беларусь; выявление потребности в строительстве МФЦ в определенной локации; обоснование технических показателей МФЦ и позиционирование объекта; формирование концепции МФЦ; планирование маркетинговой стратегии МФЦ и брокериджа.