

В Сургуте на тысячу жителей приходится 1422 кв. метра качественных торговых площадей. Это в два раза больше, чем в Тюмени - здесь на тысячу жителей приходится 711 кв. метров, и почти в три раза больше, чем в Нижневартовске - там 479 кв. метров.



Для сравнения, в Москве на тысячу жителей приходится лишь 386 кв. метров. На сегодняшний день в Сургуте 21 качественный торговый центр, при этом уровень вакантных площадей - не более 8%. Таковы результаты исследования тюменского представительства Российской гильдии управляющих и девелоперов (РГУД), которое накануне расширило свои полномочия. В сферу влияния организации теперь входит не только Тюмень, но и вся Тюменская область, включая северные автономные округа - Югру и Ямал.

Генеральный директор группы компаний «Денова», полномочный представитель РГУД по Тюменской области Наталья Девяткова непрерывно называет Сургут уникальным городом.

- Ни один российский город не может сравниться по нормам обеспеченности качественными торговыми площадями с Сургутом, - констатирует Наталья Девяткова. - Что позволяет сохранять такие высокие темпы строительства именно торговой недвижимости? Это высокие зарплаты сургутян и зона охвата - 320 км. Я знаю, что жители Нягани, Нефтеюганска, Пыть-Яха и других близлежащих городов посещают торговые центры Сургута. Когда я спрашиваю иностранцев, хотели бы они иметь торговые центры с зоной охвата в 300 км, они едва не хлопают в ладоши от радости - конечно, хотели бы, потому что для плотно застроенной Европы подобное кажется невыносимым.

Вместе с тем для всего российского рынка недвижимости, и Сургута в частности, остается актуальным вопрос появления коммерческих площадей в жилых микрорайонах и при комплексном освоении территорий. Сургутянам хорошо знакома картина, когда в одном доме могут располагаться две парикмахерских или сразу несколько аптек, но при этом в шаговой доступности не найти банка или хозяйственного магазина. Девелоперы должны принимать участие в создании сбалансированного пула предприятий торговли и услуг, чтобы закрыть потребности жителей микрорайона, создать им комфортную среду

для жизни, - считает Наталья Девяткова, группа компаний которой в том числе занимается подбором помещений для сетевых магазинов.

- У меня в руках райдер федеральной сети хозтоваров. Их требования к помещению: площадь от 350 до 500 кв. метров, высота потолков не менее 3 метров, хорошее освещение - не менее 500 люкс, возможность легкой разгрузки и загрузки, не пересекающиеся с покупательским потоком пути, наличие прямого доступа лифтов и подъемников и т.д. Почти 21 параметр поиска объекта. Люди, которые занимаются подбором помещений, меня поймут - таких помещений в природе не существует, - эксперт на примере доносит мысль о том, что застройщик еще на стадии проектирования должен видеть своего конечного потребителя, договариваться с ним и, кроме этого, понимать, чтобы он хотел дать в качестве комфорта проживания жителям.

- Многие, наверное, знают такие примеры, когда в одном доме могут располагаться две парикмахерских, которые не отличаются ни концепцией, ни средним ценником. В такой ситуации никакого развития территории не происходит. Мы всегда говорим о необходимости появления в новых кварталах, районах социальных объектов - школ, детских садов, но никто не говорит о тех объектах, которые должны и могут создавать комфорт проживания для людей. Человек должен иметь возможность выйти из квартиры в тапочках и закрыть все свои потребности, не покидая квартал: сходить в аптеку, купить продукты, заняться фитнесом, обучить детей в развивающих кружках и т.д. Мы в первую очередь работаем с представителями бизнеса, которые находятся в стадии активного развития и готовы открывать свои магазины, филиалы. Связываем их с застройщиками, чтобы они заключили предварительный договор аренды или купли-продажи, - рассказывает Наталья Девяткова.

Чтобы избавиться от хаоса среди предприятий торговли и услуг внутри микрорайонов, считает эксперт, также необходимо при комплексном освоении территории запретить право перевода жилых помещений в нежилые. Так и для жильцов неожиданностей не будет - не появится пивная на первом этаже, и для представителей бизнеса, которые арендовали или купили помещение в новостройке, «сюрпризы» исключатся - вторая парикмахерская или аптека по соседству не откроется.

Источник: ["ugra-news.ru"](http://ugra-news.ru)