

image not found or type unknown



Состояние пандемии в России очень сказалась на торгово-развлекательных центрах, так как они были закрыты на период самоизоляции и у них не было прибыли за этот период, но им надо было все равно платить налоги за этот промежуток времени. Также торговым центрам и другим предприятиям давали разрешение на неуплату налогов до конца 2020 года, но потом они все равно должны будут выплатить налоги.

В период пандемии люди отдавали предпочтение онлайн торговле. Так как у многих магазинов розничной торговли есть онлайн-магазины они не так теряли прибыль, как именно владельцы торговых центров, которые сдают павильоны в аренду, так как у многих магазинов в торговых центрах все равно прибыль была маленькая, то они не могли платить аренду, и она им фактически не нужна была. В большинстве торговых центрах преобладают магазины: одежды, косметики и парфюмерии, обуви, а также спортивные магазины, гипермаркеты (Продуктовые магазины), аптеки и фудкорты. Так как большим спросом во время пандемии пользовались продукты питания и лекарственные препараты.

По данным JLL, 78% москвичей продолжают посещать торговые центры с той же регулярностью, как и до карантина, либо планируют ходить в торговые центры чаще. При этом 85% горожан не будут увеличивать частоту онлайн-покупок, отдавая предпочтение традиционным офлайн-каналам. Таким образом, прогнозы о значительном влиянии пандемии на модель поведения потребителя и эффективность работы ТЦ не подтверждаются. По мнению аналитиков JLL, результаты операционной деятельности ТЦ Москвы ухудшились задолго до карантина, что обусловлено целым рядом факторов. Пандемия лишь заставила обратить более пристальное внимание на данный тренд. Такие прогнозы не основаны на данных комплексных исследований, в связи с чем компания JLL и агентство «СканМаркет» провели первый опрос москвичей с целью выявить реальное влияние пандемии на потребление товаров и услуг. Около 32% москвичей заявили об ухудшении условий работы, однако две трети (68%) горожан остались на прежнем месте и еще 8% улучшили свое положение. Наиболее пострадавшими от коронавируса оказались сотрудники сферы обслуживания, т. к. деятельность этих заведений была приостановлена на несколько месяцев (конец марта – середина июня), а также временно неработающие. Специалисты и менеджеры в

меньшей степени ухудшили условия работы по сравнению с этими категориями жителей. В результате карантина и временных ограничений работы торговых центров появилось множество теорий о глобальной трансформации рынков и масштабном переключении с офлайн-розницы на онлайн-каналы покупок. Но на прямой вопрос о посещении ТРЦ в будущем 68% респондентов ответили, что будут посещать точно так же, как и до карантина, еще 10% рассчитывают ходить чаще. Покупатели, планирующие увеличение частоты посещений, указали следующие причины изменения поведения: надоело сидеть дома (19%), надо делать покупки (19%), отмена ограничений (12%), нравится посещать ТРЦ (9%). Около 18% москвичей полагают, что будут посещать ТРЦ реже. Основной причиной возможного снижения частоты визитов является опасение заразиться коронавирусом – 41% респондентов. Следовательно, после окончания пандемии или появления вакцины/иммунитета эта причина потеряет свое значение. Еще 21% опрошенных, планирующих ходить на шопинг реже, ссылаются на снижение уровня доходов.

Согласно данным опроса, после карантина средняя частота посещения торговых центров может снизиться, но незначительно - с 4,9 до 4,5 раз в месяц. Основная доля респондентов планирует продолжать ходить в торговые центры 2-3 раза в неделю либо чаще. Если до пандемии с указанной регулярностью посещали торговые центры 30% горожан, то после – 26%.

Исходя из данных опроса можно сказать, что торговые центры очень востребованы, так как именно оффлайн торговля нравится большому количеству людей больше, чем онлайн. Поэтому можно сказать, что торговые центры всегда будут востребованы.