

❓ Как чувствует себя человек, который построил торговые центры и управляет ими, в какой-то мере задающими тон и настроение центральной части города?

— Мне, безусловно, приятно слышать этот вопрос, но я не могу на него ответить, поскольку не разделяю вашу точку зрения. Думаю, вы преувеличиваете нашу значимость.

То, что действительно имеет серьёзное значение для центра Перми, — это эспланада. Она отличает наш город от многих других, придаёт ему свою окраску, специфику. И будет большой трагедией, если она будет застроена.

❓ В СМИ периодически появляются материалы, согласно которым арендаторы бегут с торговых площадей. Насколько состоятельно это мнение?

— Не могу сказать, что арендаторы «бегут». Нельзя переводить экономические термины в разговорную лексику. Это существенно их упрощает, придаёт текущим процессам бытовое значение, не имеющее к ним никакого отношения. Арендаторы — не тараканы, они не могут «разбежаться». То положение дел, которое существует сегодня на рынке аренды коммерческой недвижимости, безусловно, связано с экономической ситуацией, в которой находится страна. В настоящий момент объём реализации и, соответственно, доходность снижаются во всех отрас-

ства потребления, и конечной точкой экономики является конечный потребитель продукта. Поэтому, если из-за снижения покупательной способности падает потребление, все бизнесы так или иначе от этого страдают.

❓ Наверняка в текущей ситуации к вам обращаются арендаторы с просьбой о скидках. Как вы реагируете?

— Индивидуально. Я бы условно разделила арендаторов на четыре типа. Первые закроют своё дело при любых обстоятельствах, в силу того что их бизнес стал нерентабелен. Их просьбы о

ляющие существующей экономической ситуацией. Их логика такова: все просят скидку, почему бы и мне не попросить?!

Один совет в сегодняшней ситуации не дать. Единственное, что хотелось бы подчеркнуть: кризис — это время компромиссов. Сегодня много пишут о том, что наступило «время арендатора». Какое «время арендатора»?! Можно подумать, они сейчас получают супервыгоду! Это такое же «время арендатора», как и арендодателя. Потому что все мы находимся в начальной стадии кризиса. Единственно верная стратегия, на мой взгляд, это поиск обоюдовыгодных решений.

## ПРАКТИКА ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО СИЛЬНАЯ МОЯ СТОРОНА В ТОМ, ЧТО Я УМЕЮ ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕССЫ. ЛЮБЫЕ ПРОЦЕССЫ

скидках можно расценивать как попытку продать нереализованные товары. Но в силу того что эти фирмы уйдут с рынка, о долгосрочном сотрудничестве говорить не приходится.

Второй тип арендаторов готов идти на компромисс. Люди раскрывают карты, если можно так выразиться, показывают прибыль, честно говорят о трудностях, с которыми сталкиваются. В таком случае мы очень часто идём на компромисс. Безусловно, это не будет исполнением всех желаний аренда-

❓ Не так давно в одном из интернет-СМИ видела вашу прямую речь. Общий посыл в отношении арендаторов звучал так: «Не нужно пытаться решать свои проблемы за счёт арендодателя».

— Да, именно эту позицию я и озвучила сейчас. Не следует пытаться переключать свои убытки на того, кто предоставляет тебе арендопригодное помещение. Нашему отделу аренды я объясняю так: если по отношению к какому-то периоду у арендатора падает выручка на 10% и он просит 10%-ную скидку, это вполне адекватная просьба. Но когда владелец бизнеса начинает эти 10% умножать и свою экономическую выгоду измерять в рублях, то это явная попытка переложить свои убытки на арендодателя.

Сегодня отчётливо прослеживается тенденция: арендаторы стараются заключать новые сделки на определённый процент от реализации, нивелируя таким образом свои риски. При этом не понимают, что арендодатель не может нести ответственность за правильный выбор стратегии их фирм, выбор коллекций, рекламную кампанию и так далее.

Каждый должен заниматься своим делом. Уверена, что наша первоочередная задача — не создавать имидж ТЦ, а поддерживать здание в надлежащем техническом состоянии, обеспечивая безопасность и комфортные условия пребывания.

## РАЗГОВАРИВАЯ О БИЗНЕСЕ, О РАБОТЕ, МЫ, КАК ПРАВИЛО, ЗАБЫВАЕМ, ЧТО САМОЕ ЦЕННОЕ, ЧТО У НАС ЕСТЬ, — ЭТО ЛИЧНОЕ ВРЕМЯ

лях. В таких условиях естественно, что некоторые фирмы сокращают обороты, некоторые закрываются. Если кто-то сегодня уходит, существующая экономическая ситуация не даёт быстрой его замены на рынке. Так что падение выручки наблюдается абсолютно у всех, у кого-то в большей, у кого-то в меньшей степени. Мы подвержены общим тенденциям. Как бы экономисты ни пытались нам рассказывать о «постиндустриальном обществе», о «переходе к интернет-сообществам» и так далее, мы всё ещё находимся на стадии обще-

тора: «Я терплю убытки на 100 тысяч. Снизьте мне на 100 тысяч аренду!» Нет! Мы в равных условиях, кризис влияет на всех участников рынка.

Третий тип — это федеральные сети. В последнее время они ведут себя довольно жёстко: либо вы принимаете наши условия, либо мы прекращаем сотрудничество. В этой ситуации ты принимаешь то или иное решение вне зависимости от экономической составляющей и без возможности компромисса.

Четвёртый тип (не буду скрывать, есть и такие) — арендаторы, злоупотреб-