

Щедловская Е.К. Достоинства и недостатки проведения мониторинга арендаторов в торговых центрах // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 06 (июнь). – АРТ 279-эл. – 0,1 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 504.064.3

Щедловская Елена Константиновна
студентка 4 курса, факультет корпоративной экономики и
предпринимательства
Научный руководитель: Рыманов А.Ю.
Новосибирский государственный университет экономики и управления
«НИНХ»
г. Новосибирск, Российская Федерация
e-mail: Lenchka-95@bk.ru

**ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ ПРОВЕДЕНИЯ
МОНИТОРИНГА АРЕНДАТОРОВ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ**

Аннотация: В статье рассмотрены причины проведения мониторинга в торговых центрах.

Ключевые слова: мониторинг, арендатор, арендодатель.

Shchedlovskaya Elena
4nd year student, Faculty of Corporate Economics and Entrepreneurship
Supervisor: A. Rymanov
Novosibirsk state university of economics and management
Novosibirsk, Russian Federation

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF MONITORING OF TENANTS IN TRADING CENTERS

Annotation: The reasons of monitoring in shopping centers are considered in the article.

Keywords: monitoring, tenant, landlord.

Мониторинг — систематический сбор и обработка информации, которая может быть использована для улучшения процесса принятия решения, а также, косвенно, для информирования общественности или прямо как инструмент обратной связи в целях осуществления проектов, оценки программ или выработки политики. Он несёт одну или более из трёх организационных функций:

- выявляет состояние критических или находящихся в состоянии изменения явлений окружающей среды, в отношении которых будет выработан курс действий на будущее;
- устанавливает отношения со своим окружением, обеспечивая обратную связь, в отношении предыдущих удач и неудач определенной политики или программ;
- устанавливает соответствия правилам и контрактным обязательствам.

В связи с нестабильной экономической ситуацией в России, арендатор имеет некую власть над арендодателем. Теперь уже каждый торговый центр пытается сохранить договорные отношения с клиентами, предлагая более выгодные условия аренды помещения. Например:

- снижение арендной платы;

- предоставление арендных каникул на время ремонта новым арендаторам;
- проведение различных массовых мероприятий для увеличения трафика торгового центра;
- реклама в торговом центре на льготных условиях;
- проведение совместных акций и розыгрышей с арендатором;
- привлечение якорных арендаторов в торговый центр;
- обустройство рекреационных зон внутри и снаружи торгового центра;

Так же стоит отметить, что работники торгового центра не должны быть недоступны для арендаторов, нормальное взаимодействие возможно при установлении личного контакта с представителями арендатора. Для того, чтобы в случае возникновения внештатных ситуаций, было оперативное устранение проблемы.

Таким образом, торговому центру необходимо проводить мониторинг действующих арендаторов, чтобы понять, действительно ли арендатору нужна помощь торгового центра. Потому как бывает, что арендатор умышленно добивается снижения арендной платы, при том, что дела у него идут отлично.

Список использованной литературы:

1. <https://ru.wikipedia.org>

Дата поступления в редакцию: 18.06.2017 г.

Опубликовано: 18.06.2017 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2017

© Щедловская Е.К., 2017