



Введение

Конкретные сегменты рынка недвижимости характеризуются видом использования имущества, местоположением, потенциалом приносимого дохода, типичными характеристиками арендаторов, инвестиционной мотивацией и другими признаками, признаваемыми в процессе обмена недвижимого имущества. В свою очередь, рынки недвижимости испытывают влияние разнообразных факторов социального, экономического, государственного и экологического характера.

Рынок недвижимости подразделяется на сегменты исходя из назначения недвижимости и ее привлекательности для различных участников рынка. Сегменты, в свою очередь, подразделяются на субрынки в соответствии с предпочтениями покупателей и продавцов, на которые влияют социальные, экономические, государственные и экологические факторы. Исследование сегментов рынка недвижимости проводится по таким параметрам, как местоположение, конкуренция, а также спрос и предложения, которые относятся к общим условиям рынка недвижимости.

Разбиение рынка недвижимости на отдельные сегменты проводится в соответствии с преобладающими потребностями участников рынка, инвестиционной мотивацией, местоположением, сроком фактического функционирования объекта, физическими характеристиками, дизайном, особенностями зонирования недвижимости.

Принципы классификации объектов, положенные в основу сегментации рынков недвижимости, подчинены конкретным задачам процедуры оценки и требуют всестороннего учета характеристик оцениваемой недвижимости.

Сегментация торговой недвижимости

Конкретные сегменты рынка недвижимости характеризуются видом использования имущества, местоположением, потенциалом приносимого дохода, типичными характеристиками арендаторов, инвестиционной мотивацией и другими признаками, признаваемыми в процессе обмена недвижимого имущества. В свою очередь, рынки недвижимости испытывают влияние разнообразных факторов

социального, экономического, государственного и экологического характера.

Рынок недвижимости подразделяется на сегменты исходя из назначения недвижимости и ее привлекательности для различных участников рынка. Сегменты, в свою очередь, подразделяются на субрынки в соответствии с предпочтениями покупателей и продавцов, на которые влияют социальные, экономические, государственные и экологические факторы. Исследование сегментов рынка недвижимости проводится по таким параметрам, как местоположение, конкуренция, а также спрос и предложения, которые относятся к общим условиям рынка недвижимости.

Разбиение рынка недвижимости на отдельные сегменты проводится в соответствии с преобладающими потребностями участников рынка, инвестиционной мотивацией, местоположением, сроком фактического функционирования объекта, физическими характеристиками, дизайном, особенностями зонирования недвижимости.

Принципы классификации объектов, положенные в основу сегментации рынков недвижимости, подчинены конкретным задачам процедуры оценки и требуют всестороннего учета характеристик оцениваемой недвижимости.

В зависимости от назначения (направления использования) объекта недвижимости, рынок можно разделить на пять сегментов:

1. Жилая недвижимость (многоквартирные, односемейные дома, квартиры и комнаты).
2. Коммерческая недвижимость (офисные, торговые, производственно-промышленные, складские здания, гостиницы, рестораны).
3. Промышленная недвижимость (промышленные предприятия, здания НИИ).
4. Незастроенные земельные участки различного назначения (городские земли, сельскохозяйственные и охотничьи угодья, заповедники, зоны разработки полезных ископаемых).
5. Недвижимость специального назначения (объекты, имеющие ограничения по их использованию в силу специфики конструктивных характеристик, например церкви, аэропорты, тюрьмы и др.).

Классификация объектов коммерческой недвижимости.

1 Торговая недвижимость

1.1 Торгово-развлекательные центры и торговые центры

Торговый центр – это совокупность предприятий торговли, услуг, общественного питания и развлечений, подобранных в соответствии с концепцией и осуществляющих свою деятельность в специально спланированном здании (или комплексе таковых), находящемся в профессиональном управлении и поддерживаемом в виде одной функциональной единицы.

В торгово – развлекательных центрах представлен комплексный спектр услуг, а так же широкий выбор товаров. Особенности таких торговых центров выражены именно в широком ассортименте предлагаемых развлекательных услуг: бильярд, бани, сауны, бассейны, детские комнаты, кинотеатры.

К данному подсегменту классификации относятся окружные (community), региональные (regional) и суперрегиональные (super regional) торговые центры.

Окружной торговый центр. Community Shopping Center.

Окружной ТЦ предлагает широкий спектр товаров и услуг, с большим выбором «мягких» товаров (мужская, женская, детская и спортивная одежда) и “жестких” товаров (металлические изделия, электроинструменты, бытовая техника). Для данной категории ТЦ характерен более глубокий ассортимент и более широкий диапазон цен, нежели в районном ТЦ. Многие центры строятся вокруг детских универмагов (junior department store), дискаунт-универмагов, крупных аптек (drug-store), универсальных магазинов, торгующих разнообразными товарами, часто по сниженным ценам (variety store), как основных арендаторов в добавлении к супермаркетам. Хотя окружной ТЦ не имеет универмага полной линии, у него могут быть сильные специализированные магазин(-ы). Типичный размер арендной площади – 14000 кв.м., может занимать от 9500 до 47000 кв. м. Первичная торговая зона для окружного торгового центра находится в пределах 10-20 минут транспортной доступности, и покупатели центра насчитывают от 40 000 до 150 000 человек.

Региональный торговый центр. Regional Center.

Региональные центры обеспечивают покупателей широким выбором товаров, одежды, мебели, товарами для дома (глубокий и широкий ассортимент), различными видами услуг, а также местами отдыха и развлечения. Типичная для

данной категории общая арендная площадь 45000 кв. м, на практике она варьируется 23000 кв.м – 85000 кв.м. Региональные центры предлагают услуги, характерные для деловых районов, но не такие разнообразные, как в суперрегиональном торговом центре. Торговая зона для регионального торгового центра находится в пределах 30-40 минут транспортной доступности, количество посетителей центра – 150 000 человек и более.

Суперрегиональный торговый центр. Super Regional Center.

Предлагает широкий выбор товаров, одежды, мебели, товаров для дома, также услуги отдыха и развлечения. Строятся вокруг 3 и более универмагов площадью не менее 7000 кв. м каждый. Такой центр часто имеет общую арендную площадь 93000 кв.м. На практике площадь варьируется от 50000 и может превышать 150000 кв. м. Торговая зона для суперрегионального торгового центра может достигать 1,5 часов транспортной доступности, количество посетителей центра – 300 000 и более человек.

1.2 Районный/микрорайонный ТЦ

Районный ТЦ предлагает товары повседневного спроса (продукты, лекарства, хозтовары и т.д.) и услуги (прачечная, химчистка, парикмахерская, ремонт обуви) для удовлетворения ежедневных потребностей жителей района. Якорным арендатором, как правило, является супермаркет, мини-якорями могут быть аптека, хозяйственный магазин. Сопутствующими арендаторами являются магазины одежды, обуви и аксессуаров, парфюмерии, спорттоваров и пр. Общая арендная площадь данных ТЦ в основном составляет 5600 кв.м., на практике площадь может варьироваться от 3000 до 10000 кв.м. Первичная торговая зона районного торгового центра включает в себя от 3 000 до 40 000 человек, проживающих в 5-10 минутах езды на личном или общественном транспорте.

Микрорайонный ТЦ осуществляет торговлю товарами первой необходимости и предлагают услуги повседневного спроса (ремонт обуви, прачечная). Состоят как минимум из трех магазинов, общая арендная площадь (GLA) которых составляет обычно 2800 кв. м. и может варьироваться от 1500 до 3000 кв.м. Основным оператором (якорем), в большинстве случаев, является минимаркет. Торговой зоной является территория 5-10 минут пешеходной доступности, количество покупателей – до 10 000 человек. Примером такого рода центров могут служить бывшие советские универсамы, крупные продовольственные и промтоварные магазины, которые сократили площадь основной торговли и сдали часть площадей

арендаторам (аптечный пункт, прачечная, видеопрокат, хозтовары, фотоуслуги и прочее).

1.3 street-retail

Street retail (стрит-ритейл) – разновидность торговой недвижимости, представляющая собой торговые помещения, расположенные на первых этажах коммерческих или жилых зданий, имеющие отдельный вход с улицы и собственные витрины. Главное требование к таким помещениям – большая проходимость.

Большая часть помещений имеет средний размер в пределах 70-150 м². Формат оптимально подходит для розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами; предприятий бьюти-сферы; финансовых и банковских организаций; бизнеса в сфере услуг; заведений общепита.

Все помещения стрит-ритейл можно разделить на две категории: элитные объекты – располагаются на оживленных улицах центральной части города, в деловом центре. Первые этажи здесь обычно заняты монобрендовыми бутиками, фешенебельными ресторанами и т.д. и спальные объекты –коммерческие площади, которые находятся на тихих улицах вблизи центра города, на оживленных магистралях периферийных районов.

Данное описание «стрит-ритейла» характерно для большинства исследуемых городов России. Однако, для таких крупных городов как Москва и Санкт-Петербург актуально понятие «торговый коридор». Под ним следует понимать улицы с наиболее активным пешеходным трафиком в связи с чем на них резко увеличивается количество объектов торговой недвижимости в формате стрит-ритейла. Среди «торговых коридоров» Москвы следует выделить следующие улицы: Кутузовский проспект, Третьяковский проезд, Старый Арбат, Новый Арбат, Столешников переулок, Петровка, Кузнецкий Мост, Никольская улица, Тверская улица на отрезке от Охотного Ряда до Пушкинской площади, Маросейка[8].

В Санкт-Петербурге наиболее активными улицами с большим количеством объектов торговли считаются: Средний проспект Васильевского острова (далее «ВО»), 6 и 7 линии ВО, Большой проспект Петроградской стороны, Каменоостровский проспект, Б.Конюшенная ул., основная часть Невского проспекта, Невский проспект от пл. Восстания до пл. А.Невского, Владимирский проспект, ул.Рубинштейна, ул. Садовая, Московский проспект.

1.4. Торговые площади – встроенные помещения, предназначенные для торговли, которые не располагаются в торгово-развлекательных центрах, районных/микрорайонных центрах и которые по характеристикам не могут быть отнесены к классу «стрит-ритейл». К классу «торговые площади» относятся также небольшие отдельно стоящие магазины

Заключение

Сегментация рынка недвижимости - это разделение его на однородные группы покупателей. В основу сегментации могут быть положены и характеристики недвижимости, за которой стоят соответствующие группы покупателей.

Различают следующие сегменты рынка недвижимости: рынок жилья, рынок коммерческой недвижимости, рынок земельных участков.

В соответствии с требованием ФСО №7 [9] оценщик исследует рынок в тех его сегментах, к которым относятся фактическое использование оцениваемого объекта и другие виды использования, необходимые для определения его стоимости.

Одним из неотъемлемых этапов проведения анализа рынка является определение сегмента рынка, к которому принадлежит оцениваемый объект.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что сегментация рынка недвижимости – это необходимый инструмент для определения стоимости и рентабельности объектов недвижимости, а также способ упростить поиски при выборе.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (с последующими изменениями).
2. Кодекс административного судопроизводства РФ от 08.03.2015 г. № 21-ФЗ (с последующими изменениями).
3. Земельный кодекс РФ от 25.10.2001 г. №136-ФЗ (с последующими изменениями).
4. Федеральный Закон от 31.05.2001 г. «О государственной судебно-экспертной деятельности в РФ» № 73-ФЗ.
5. Федеральный закон от 29.07.1998 г. «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» № 135-ФЗ.

6. Федеральный стандарт оценки от 20.05.2015 №297 «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО №1)».
7. Федеральный стандарт оценки от 20.05.2015 №298 «Цель оценки и виды стоимости (ФСО №2)».
8. Федеральный стандарт оценки от 20.05.2015 №299 (ред. от 06.12.2016) «Требования к отчету об оценке (ФСО №3)».
9. Федеральный стандарт оценки от 25.09.2014 №611 «Оценка недвижимости (ФСО №7)».
10. Инструкция по организации производства судебных экспертиз в судебно-экспертных учреждениях системы Министерства юстиции Российской Федерации. Утверждены приказом Минюста России от 20.12.2002г. № 347. Зарегистрировано в Минюсте РФ 05.01.2003г. № 4093.
11. Методические рекомендации по производству судебных экспертиз в государственных судебно-экспертных учреждениях системы Министерства юстиции Российской Федерации, утверждены приказом Министерства юстиции Российской Федерации от 20.12.2002 № 346.
12. Приказ Минюста РФ от 20.12.2002 N 346 «Об утверждении Методических рекомендаций по производству судебных экспертиз в государственных судебно-экспертных учреждениях системы Министерства юстиции Российской Федерации».
13. Варламов А.А. Оценка объектов недвижимости : учебник / А.А. Варламов, С.И. Комаров ; под общ. ред. А.А. Варламова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. – 352 с.
14. Грибовский С.В. Оценка стоимости недвижимости: учебное пособие. – 2 изд., испр. и доп. / С.В. Грибовский – Москва: ООО «Про-Аппайзер» Онлайн, 2017. – 472 с.
15. Грибовский С.В., Сивец С.А., Левыкина И.А. Математические методы оценки стоимости имущества: учебное пособие / С.В. Грибовский, С.А. Сивец, И.А. Левыкина. — Москва: Маросейка, Книжная Линия, 2014. — 352 с.
16. Дамадаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / Асват Дамадаран ; Пер. с англ. – 10-е изд., перераб. и доп. – Москва: Альпина Паблишер, 2017. – 1316 с.
17. Петров В.И. Оценка стоимости земельных участков: учебное пособие / В.И. Петров; под ред. д-ра экон. Наук, проф. М.А. Федотовой. – 5-е изд., перераб. – Москва: КНОРУС, 2017. – 286 с.
18. Федотова М.А. Оценка недвижимости: учебник / М.А. Федотова. – Москва: КНОРУС, 2017. – 368 с.

19. Федотова М.А. Оценка стоимости предмета залога в нестабильной экономике: проблемы и пути решения: монография / под ред. М.А. Федотовой, Т.В. Тазихиной. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 196 с.
20. Яскевич Е.Е. Практика оценки недвижимости. / Е.Е. Яскевич. – Москва: Техносфера, 2011. — 504 с.
21. Яскевич Е.Е. Сборник практических примеров и алгоритмов оценки для недвижимости, бизнеса, НМА, МИО, бизнес-планов, ТЭО (СПП – 2017) / Под ред. канд. техн. наук Е.Е. Яскевича. – Москва: ООО «Научно-практический Центр Профессиональной Оценки», 2017. – 299 с. А.В. Каминский, М.О. Ильин, В.И. Лебединский и др. Экспертиза отчетов об оценке: Учебник. 2-е издание. – М.: Компания «Про-Аппрайзер», 2015. – 272 с.
22. Сорокотягин, И. Н. Судебная экспертиза : учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / И. Н. Сорокотягин, Д. А. Сорокотягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 288 с
23. Россинская Е.Р. Судебная экспертиза в гражданском, арбитражном, административном и уголовном процессе : монография / Е. Р. Россинская. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Норма : ИНФРА-М, 2018 – 576 с.
24. Москвина Т.П. Возможности производства судебной экспертизы в государственных судебно-экспертных учреждениях Минюста России. Научное издание – М. : АНТИДОР, 2004. – 512 с.
25. Оценка стоимости имущества: учебное пособие / под ред. И.В.Косоруковой. - 2 изд., доп. – М.: МФПУ «Университет», 2019. – режим доступа <http://biblioclub.ru>
26. Дамодаран А. Инвестиционная оценка инструменты и методы оценки любых активов = Investment Valuation. Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset: / А. Дамодаран, Д. Липинский, И. Розмаинский, А. Скоробогатов; науч. ред. Е. Сквирская. - 5-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 1339с. - режим доступа <http://biblioclub.ru>
27. Игнатенко А.С. Рынок недвижимости: специфичность потребительских характеристик / А.С. Игнатенко, Т.Н. Михайлова. - М.: Дело, 2018. - 45с. - режим доступа <http://biblioclub.ru>
28. Кацман В.Е. Основы оценочной деятельности: учебник / В.Е. Кацман, И.В.Косорукова, А.Ю. Родин, С.В.Харитонов. - 3-е изд., доп. и перераб. - М.: МФПУ «Университет», 2017.- 336 с.
29. Оценка недвижимости: учебное пособие / под ред. В.А. Швандерой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 463 с. - режим доступа <http://biblioclub.ru>
30. Оценка собственности. Оценка объектов недвижимости: учебник / под ред. А.Н. Асаула. - СПб.: АНО «ИПЭВ», 2019. - 274с. - режим доступа

<http://biblioclub.ru>

31. Тепман Л.Н. Оценка недвижимости: учебное пособие / под ред. В.А. Швандерой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2018. - 463 с. - режим доступа <http://biblioclub.ru>
32. Интернет-ресурсы