

image not found or type unknown



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 м<sup>2</sup>. 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. Домадаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / Асват Дамодаран ; 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