

УДК 332

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Краснов А.А., студент 2 курса факультета агротехнологий, земельных ресурсов и пищевых производств  
Научный руководитель – Басенкова С. В., к. э. н., доцент  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

**Ключевые слова:** *Инвестор, ритейлер, рынок торговой недвижимости, объекты недвижимости, девелопмент.*

*В статье рассматривается состояние рынка торговой недвижимости, обозначены основные направления его развития.*

Классификация недвижимых объектов достаточно разнообразна и проводится по различным признакам, что позволяет изучить объекты рынка недвижимости, провести их оценку, выявить тенденции изменения потребительских свойств [6]. Искусственные объекты недвижимости по назначению делятся на жилую, коммерческую, общественную недвижимость.

Торговая недвижимость – одна из разновидностей коммерческой недвижимости, предназначенная для организации мест розничной и мелкооптовой продажи товаров и услуг [1]. Торговая недвижимость представляет собой площадь размещения, оборудованную специально для предоставления услуг и продажи товаров [5].

Существует несколько видов классификаций торговой недвижимости.

1. Типология торговой недвижимости главного аналитика Российской Гильдии риэлторов Г.М. Стерника. В ее основе заложено 10 классов торговых объектов, которые учитывают масштабы, товарную специализацию, наличие парковки и другое.

2. Классификация, разработанная Urban Land Institute (США) учитывает размер торговой площади, предлагаемый ассортимент товаров и услуг, якорного арендатора и зону охвата потребителей торговых объектов.

3. Классификация международного совета торговых центров International Council of Shopping Centres частично дублирует классификацию, предложенную Urban Land Institute. Отличие заключается в том, что международный совет различает Malls- крупные торговые объекты и Open-air Centers- все прочие объекты.

**Таблица 1- Средняя цена предложения торговой недвижимости в г.Ульяновск за 1кв.м.(сентябрь 2016-2018гг.), тыс. руб.**

Районы	минимальная	средняя	максимальная
Центр	24,0	51,3	83,3
Север	22,0	41,2	59,3
4-й мкр.	27,0	40,3	52,5
Киндяковка	12,5	38,3	60,0
Ближнее Засвияжье	17,5	43,2	76,1
Дальнее Засвияжье	18,8	45,8	78,6
Нижняя Терраса	19,1	36,9	49,0
Верхняя Терраса	20,5	31,1	41,8
Новый город	34,4	43,9	64,0
По городу	12,5	43,7	83,3

4.Классификация торговых центров, разработанная Российским Советом Торговых Центров (РСТЦ) предусматривает оценку торговых объектов недвижимости по 50 параметрам, которые по совокупности образуют тот или иной класс из А, В, С. Предусмотрена и группа D, которая ограничено относится к категории ТЦ [5].

Совокупность торговых помещений может быть классифицирована на группы (типы, классы) по качеству, размеру, местоположению и другим характеристикам.

Во время подразделения торговой недвижимости на классы следует учитывать такие условия как масштаб объекта; товарная специализация, основные потребители; инфраструктура и сервис; расположение; архитектура, отделка и планировка; паркинг; управление зданием, охрана [5].

Рынок аренды торговой недвижимости представляет собой преимущественно рынок аренды помещений.

В таблице 1 представлены цены предложения торговой недвижимости в разрезе районов г.Ульяновск (таблица 1).

Цены варьируют не только в зависимости от местоположения торговой недвижимости, но и в пределах одного района, так как в этом случае учитываются другие потребительские характеристики объекта, например масштаб объекта, его инфраструктура, отделка и планировка и другие. Так же цены могут отличаться в несколько раз в пределах од-

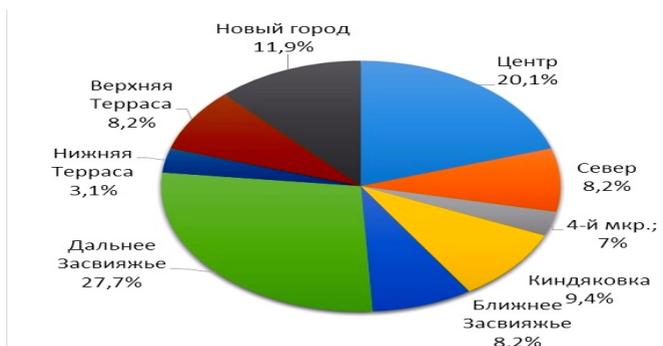
ного и того же торгового центра, например около центрального входа – выше, чем в глубине верхнего этажа [6].

На долю торговых помещений в структуре всей коммерческой недвижимости приходится 45,4%. Основной объем предлагаемых на продажу торговых помещений сосредоточен в Дальнем Засвияжье (27,7%), далее идут Центр (20,1%), Новый город (11,9%), Киндяковка (9,4%), Север, Ближнее Засвияжье и Верхняя терраса (8,2%), 4-й мкр. (7%), Нижняя терраса 3,1% рынка (рисунок 1).

В нашем регионе проводится активная политика в плане привлечения инвесторов и создания новых рабочих мест, что отражается на показателях насыщенности рынка недвижимости – они увеличиваются. Так, если два года назад регион не дотягивал до показателя 250 кв. м на 1000 человек, то сейчас он уже составил 416 кв. м аренднопригодной площади на 1000 человек.

Кроме того, рынок торговой недвижимости города уже вошел в стадию зрелости, показателем которой является наличие ТЦ иных форматов торговли, специализированных на определенной группе товаров.

Современные девелоперы и ритейлеры, характеризуя тенденции развития рынка торговой недвижимости, берут во внимание не только измерение торговой площади на душу населения, но и показатели, определяющие покупательскую способность населения: денежную массу доходов, в том числе заработную плату, покупательские предпочтения, образ жизни потенциальных покупателей.



**Рисунок 1- Структура предложения торговых помещений в 2016-2018 гг. по районам, %**

В Ульяновске доходы населения чуть выше средних по Поволжью, но меньше, чем в Центральной России, Урале, на Дальнем Востоке (средняя зарплата в г. Ульяновске - 37 тыс. руб.). При расширении торговых предложений надо представлять, хватит ли у населения этого города материальных ресурсов на приобретение товаров. Сейчас количество торговых площадей в городе достаточное.

Второй момент — это то, что потребители в регионе только приывают ходить в форматные торговые центры и уровень доходов относительно невысокий, что ориентирует успешные компании на выработку эффективных решений, которые позволяют успешно работать даже в условиях перенасыщения региона форматными торговыми площадями и быть готовыми к увеличению конкуренции.

Кроме того, потребительское поведение меняется, культура шопинга активно развивается. Шопинг у потребителей больше не ассоциируется с набором магазинов, а в соответствии с мировой тенденцией, торговые центры рассматриваются вместе с их развлекательной средой, общественным питанием и прочими удобствами. В выбранных торговых центрах посетители стали посещать больше магазинов, чем раньше, однако время, которое они в них проводят, значительно сократилось.

В сфере торговой недвижимости рынок неуклонно развивается в сторону качества, а не количества. Усиливается роль развлекательного компонента и различных программ лояльности. В этих условиях девелоперы должны наращивать профессионализм, компетенции. На российском рынке появились профессиональные сообщества сетевых операторов, а также активно выходят очень сильные иностранные игроки с высокими стандартами организации бизнеса и высочайшими требованиями к условиям и предложениям коммерческой недвижимости.

Практической точкой роста для рынка торговой недвижимости Ульяновской области является развитие франчайзинга, что позволит выйти в город новым востребованным брендам, будет способствовать улучшению торгового предложения в регионе и усилению конкуренции между торговыми центрами, что, в конечном счете, положительно скажется на качестве рынка торговой недвижимости.

Анализ показывает, что открытие бизнеса по франшизе дает дополнительные возможности и является зачастую эффективнее, чем его открытие с нуля. Крупные же девелоперские компании оказывают содействие арендаторам в развитии новых направлений, так как тоже в этом заинтересованы.

Важно отметить, что в Ульяновске практически отсутствует стрит-ритейл. Стрит-ритейл – в переводе с английского «уличная торговля» представляет собой формат торговой точки, располагающейся на улице, обычно на первом этаже жилого дома [5]. Эксперты рынка отмечают этот фактор как безусловную точку роста. Всевозможные форматы стрит-ритейла сделают город еще более привлекательным для жизни.

#### *Библиографический список*

1. Асаул А.Н. Экономика недвижимости (4-е издание): учебник / Асаул А.Н., Асаул М.А., Грахов В.П., Грахова Е.В.— С.: Институт проблем экономического возрождения, 2014. 432— с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36205>.
2. Басенкова, С.В. Экономика недвижимости. Часть 1. Лекционный курс /С.В. Басенкова. – Ульяновск.- 2012.- С. 283.
3. Басенкова, С.В. Экономика недвижимости. Часть 1. Лекционный курс /С.В. Басенкова. – Ульяновск.- 2007.- С. 197.
4. Жигалова В.Н. Экономика недвижимости [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Жигалова В.Н.— Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2012.— 164 с. <http://www.iprbookshop.ru/13915>.
5. Классификация рынка недвижимости. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ocenka72.ru/01\\_Pages/06\\_Demo.php?ans=1&num=17](https://ocenka72.ru/01_Pages/06_Demo.php?ans=1&num=17).
6. Типология объектов недвижимости: учебник для студентов ВПО /И.А. Си-нянский, А.В. Севостьянов, В.А. Севостьянов, Н.И. Манешина.- М.: Академия.- 2013.- С. 320.

## **AREA MEASUREMENT METHODS**

***Krasnov A.A.***

**Key words:** *Residential real estate market, primary market, secondary market, forecasting methods, cyclical and seasonal changes.*

*The article discusses the state of development of the retail real estate market, identifies the main directions of its development.*