

**Определение рыночной стоимости торговых помещений
в условиях "падающего" рынка**

Граблевская И.Г., Карпеня Е.А.

Белорусский национальный технический университет

Изолированные помещения торгового назначения – внутренняя пространственная часть капитального строения, отделенная от других смежных частей строения, предназначенная для размещения объектов торговли. В течение 2015 года объем рынка современной торговой недвижимости продолжал увеличиваться, при этом покупательская способность населения снижалась. Вследствие этого между торговыми центрами усиливалась борьба как за посетителей, так и за их конверсию в покупателей. С серьезными трудностями столкнулись не только новые торговые центры, но и те, которые уже присутствовали на рынке. В наибольшей зоне риска оказались торговые центры, не имеющие единого собственника либо управляющей компании, ответственной за востребованность объекта на рынке, а также действенной концепции.

Рынок торговой недвижимости представлен торговыми помещениями, встроенными в административные и жилые объекты, а также отдельно стоящими объектами. В крупных торговых центрах торговые помещения чаще всего не продаются в собственность, а только сдаются в аренду. И поэтому, большинство приобретаемых в собственность торговых помещений, как правило, выступают инвестиционной покупкой для последующей сдачи в аренду.

Несмотря на то, что сегмент торговой недвижимости для инвесторов является одним из самых доходных, в настоящее время объем спроса на рынке торговой недвижимости можно охарактеризовать как низкий. Рынок торговой недвижимости всегда характеризовался динамичностью, как ценообразования, так и миграционных процессов со стороны торговых операторов (арендаторов), что на первый взгляд может быть расценено как негативный фактор. Однако в ситуации «падающего рынка» это позволяет собственникам торговых помещений более гибко, а значит и более результативно, управлять арендными отношениями, тем самым регулируя инвестиционную отдачу недвижимости.

Определение рыночной стоимости возможно рыночными методами оценки (затратный, доходный, сравнительный). Основной метод оценки – доходный, так как основан на ожиданиях в отношении будущих денежных положительных потоков доходов и отражает реальную инвестиционную привлекательность торгового объекта для потенциальных покупателей.