

ОБЗОР РЫНКА ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д.В. Нецветаева, магистрант ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:

кандидат технических наук,

доцент **Т.В. Борздова** (ГИУСТ БГУ)

Среди элементов рыночной экономики особое место занимает недвижимость, которая выступает в качестве средств производства (земля, административные, производственные, складские, торговые и прочие здания и помещения) и предмета или объекта потребления (земельные участки, жилые дома, дачи, квартиры, гаражи) [1, с. 5].

По структуре рынок недвижимости делится на:

- рынок жилья;
- рынок коммерческой недвижимости;
- рынок земли [2].

Рынок коммерческой недвижимости г. Минска представлен в основном объектами административно-хозяйственного, торгового назначения, а также помещениями сферы услуг. Рынок производственного и складского назначения в столице развит значительно меньше [3].

Заметим, что каждый сегмент рынка недвижимости г. Минска представлен достаточно большим количеством объектов. Анализ всего рынка трудно проводить из-за огромного количества информации (не всегда достоверной). Поэтому в данной работе был проведен обзор торговой недвижимости, которая на столичном рынке на данный период времени представлена интересными и новыми предложениями.

Торговая недвижимость предназначена для осуществления продаж и непосредственно связанных с ними операций (реклама, складирование товаров). К ней относятся: торговые павильоны и киоски, магазины и супермаркеты, аптеки, автомобильные салоны, а также торговые центры (далее – ТЦ) и торгово-развлекательные центры (далее – ТРЦ) [4, с. 18].

В 2014 году Минск вырос на 120 тыс. м кв. торговых площадей; в текущем 2015 году в Минске откроют 12 торговых центров – так город получит еще около 250 000 м кв. площадей (см. рисунок) [5].

Предложение на рынке сейчас заметно превысило спрос, тем самым вызвав снижение арендных ставок и облегчив арендаторам поиск интересующих помещений на выгодных условиях, вместе с тем отдельные торговые операторы на фоне неопределенной финансово-экономической ситуации в стране приостанавливают развитие сетей, опасаясь низкой покупательской способности [6].

На данный момент в Минске возводятся крупные ТЦ и ТРЦ, такие как: Green City, «Гулливёр»,

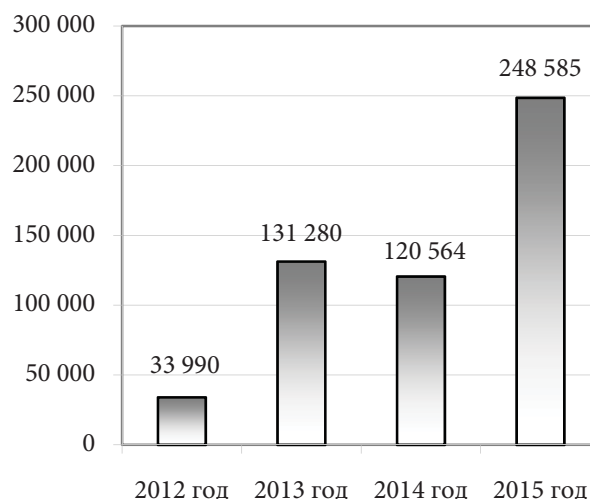


Рисунок – Ввод торговых и торгово-развлекательных центров в Минске, м кв.

Dana Mall и «Магнит Минска», Galleria Concept, МОМО и деревня гипермаркетов. Площадь этих объектов варьирует от 40 тыс. м кв. до 130 тыс. м кв., и заполнить такие большие площади исключительно отечественными операторами достаточно сложно и практически невозможно; в данном случае риск будет нести именно владелец объекта: ведь привлекать потребителя и арендатора необходимо брендами мировой величины («якорные» операторы). «Якорный» оператор («якорь») – это определенный магазин, бутик, который притягивает как потребителей, так и арендаторов в ТЦ (ТРЦ). В основном они занимают большую площадь и, как правило, в нашей стране это продуктовые сети («Соседи», «Простор», «Евроопт») либо магазины с электроникой («5 элемент», «Электросила»). Это обусловлено тем, что на нашем рынке отсутствуют такие «якоря», как в Европе («Zara», «H&M» и др.).

Неоднократно в средствах массовой информации «мелькали» сведения о выходе на рынок Республики Беларусь громких брендов. В 2014 году появлялась информация о том, что ведутся переговоры с Zara, H&M, «Ашан» и другими крупными операторами. Однако аналитики советуют забыть на время про вышеназванные бренды и скорее всего стоит ожидать появления брендов KFC (сеть фастфуда) и Maxima (литовская сеть супермаркетов) [7].

Помимо привлечения новых торговых операторов инвесторам и девелоперам новых ТЦ (ТРЦ) необходимо тщательно изучать окружение и на основе этого разрабатывать концепцию. Выделяют ряд вопросов, на которые должны отвечать инвесторы и девелоперы при разработке своей концепции [5]:

Кто является посетителем ТЦ (ТРЦ)?

Каковы отличительные (конкурентные) черты объекта?

Как функционально будет делиться объект?

Как будет удерживаться посетитель (арендатор) ТЦ (ТРЦ)?

Рынок коммерческой недвижимости за IV квартал 2014 года и начало 2015 года в корне изменился. Введенные и планируемые к вводу объекты значительно отличаются от ТЦ (ТРЦ), ранее представленных на рынке как по площадям, так и своей «начинкой». Вместе с тем изменились предпочтения и желания покупателей и арендаторов, которых сейчас привлекают объекты с интересной концепцией и хорошо продуманной функциональной частью и наполнением.

Литература

1. Севостьянов, А.В. Экономика Недвижимости : учебник / А.В. Севостьянов – М. : КолосС, 2007. – 281 с.
 2. Недвижимость // Бизнес [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/biznes/rynok-nedvizhimosti.html>. – Дата доступа : 19.02.2015.
 3. Анализ рынка недвижимости в Минске // Бытстройремонт [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа : <http://bsrinvest.by/o-kompanii/statji/analiz-rynka-nedvizhimosti-v-minske.php>. – Дата доступа : 19.02.2015.
 4. Анализ рынка коммерческой недвижимости города Минска, 2013 / Д.В. Липницкий [и др.]. – Минск : ИПМ-Консалт, 2013. – 80 с.
 5. 6 перемен на рынке торговой недвижимости Минска, с которыми приходится считаться девелоперам // Прो-бизнес [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://probusiness.by/markets/203-6-peremen-na-rynke-torgovoy-nedvizhimosti-minska-s-kotorymi-prihoditsya-schitatsya-developeram.html>. – Дата доступа : 19.02.2015.
 6. Что ожидает рынок в 2015 году? // Новости экономики [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://news.21.by/economics/2014/12/24/1042518.html>. – Дата доступа : 19.02.2015.
 7. Эксперт: в 2015-м Zara в Минске не будет, зато придет KFC, Maxima и первый настоящий аутлет // Ситидог [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://citydog.by/post/nozara/>. – Дата доступа : 19.02.2015.
-