

INFLUENȚA FACTORULUI AMPLASĂRII ASUPRA VALORII DE PIAȚĂ A SPAȚIILOR COMERCIALE DIN MUN. CHIȘINĂU

Nicoleta POPA

Departamentul Inginerie, Drept și Evaluarea Imobilului, grupa EDI-1904, Facultatea Construcții, Geodezie și Cadastru, Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, Republica Moldova

Autorul corespondent: Sanduța Tatiana, email: tatiana.sanduta@emi.utm.md

Coordonator științific: Tatiana SANDUȚA, dr., conf.univ., Universitatea Tehnică a Moldovei

Rezumat. *Prezentul articol are drept scop analiza pieței spațiilor comerciale în raport cu amplasarea acestora întru stabilirea influenței factorului asupra valorii bunurilor imobile comerciale. Analiza efectuată în cadrul articolului are drept scop stabilirea componentelor factorului amplasării, dar și stabilirea dependenței dintre prețului unui m² al spațiului comercial de situarea: în cadrul localității, în cadrul cartierului, în cadrul construcției.*

Cuvinte cheie: *spațiu comercial, piața imobilelor comerciale, accesibilitate, dependența prețului*

Introducere

Bunurile imobile reprezintă un aspect crucial al economiilor moderne, reprezentând o componentă semnificativă a creșterii și dezvoltării sociale și economice, astfel fiind un determinant al mobilității sociale și al bunăstării generale. Bunurile imobile comerciale joacă un rol vital în economie și în industria imobiliară mai largă, oferind spațiu pentru afaceri, creând locuri de muncă și oferind oportunități de investiții și dezvoltare pentru investitori.

Potrivit Standardelor Internaționale de Evaluare (IVS 2022), **proprietatea comercială** este definită ca fiind o proprietate, de obicei formată dintr-o clădire sau mai multe clădiri, care este utilizată sau destinată să fie utilizată în scopuri comerciale, cum ar fi spații de birouri, magazine de vânzare cu amănuntul, depozite sau facilități de producție. Proprietatea poate fi închiriată sau ocupată de proprietar și poate fi deținută în scopuri de investiții sau pentru utilizarea de către afacerea care ocupă proprietatea [1, p.49].

În consecință, bunurile imobile comerciale sunt proprietăți imobiliare care sunt utilizate pentru a genera venituri directe și sunt concepute pentru acest scop. Bunurile imobiliare sunt mereu evaluate în funcție de veniturile pe care le aduc, fie prin utilizarea lor în scopuri comerciale, fie prin închirierea lor de către terți.

Clasificarea bunurilor imobile cu destinație comercială

Bunurile imobile comerciale reprezintă o categorie largă care cuprinde o gamă variată de proprietăți utilizate în scopuri de afaceri sau comerciale. Clasificarea bunurilor imobile comerciale este un aspect important al industriei imobiliare, deoarece ajută toți actorii industriei să înțeleagă caracteristicile unice ale fiecărui tip de proprietate și să ia decizii informate.

Una dintre clasificările comune ale imobilelor comerciale, este cea în funcție de utilizarea principală a proprietății, aceasta fiind:

Birouri – clădirile de birouri sunt proiectate pentru a fi utilizate ca sedii pentru afaceri, corporații, organizații non-profit, etc. și pot fi clădiri de birouri de înaltă calitate în centrul orașului sau imobile de birouri mai mici în zonele suburbane.

Retail – imobilele de retail sunt utilizate pentru comerț, magazine, restaurante, cafenele, centre comerciale și alte activități comerciale similare, care sunt situate în zone comerciale, de obicei în centrele comerciale sau în zonele cu trafic ridicat.

Clădiri cu utilizare generală (nespecificată) – acestea includ imobile care sunt utilizate în principal în scopuri comerciale, dar nu se încadrează în categoriile de mai sus, incluzând imobile industriale, depozite, clădiri multifuncționale, proprietăți de investiții și alte proprietăți comerciale care nu sunt specializate pentru birouri sau retail [2, p.30].

În continuare, o atenție deosebită este oferită uneia dintre categorii – bunurilor imobile de retail, care reprezintă o industrie dinamică și în continuă evoluție, modelată de preferințele consumatorilor în schimbare, de progresele tehnologice și de tendințele economice globale, dar și care sunt obiectul de studiu al prezentei lucrări.

Standardele Internaționale de Evaluare nu oferă o definiție specifică a „proprietăților de retail”. Cu toate acestea, IVS 2022 definește „spațiul comercial”, care este un tip de proprietate utilizat pentru vânzarea bunurilor sau serviciilor publicului larg, în mod obișnuit amplasat într-o zonă comercială sau urbană cu densitate mare [1, p.161].

Factorul amplasării în valoarea de piață a bunurilor imobile comerciale

Un aspect important al analizei și determinării valorii de piață a bunurilor imobile comerciale de retail este amplasarea acestora. O proprietate de retail bine amplasată poate oferi afacerilor un avantaj competitiv, oferind acces mai bun la o bază de clienți mai largă și o vizibilitate mai mare.

Potrivit Standardelor Internaționale de Evaluare (IVS 2022), „amplasarea” este mediul geografic sau fizic în care proprietatea este situată, inclusiv accesibilitatea sa, factorii de mediu, pericolele naturale, infrastructura, restricțiile de planificare și zonare, serviciile și facilitățile, precum și utilizările terenului înconjurător [1, p.207]. Această definiție evidențiază diferiți factori care compun amplasarea bunului imobil (tab. 1) și care influențează valoarea sa.

Tabelul 1

Clasificarea componentelor factorului amplasării

Factor	Subfactor	Caracteristicile componente
Amplasarea	Localizarea	Situarea în cadrul localității, sectorului
		Situarea în cadrul cartierului
		Situarea în cadrul construcției
	Accesibilitatea	Distanța față de strada principală
		Distanța până la stațiile de transport public
		Disponibilitatea parcării
		Distanța până la parcuri și spații verzi
	Factorii de mediu	Calitatea aerului
		Poluarea fonică
		Calitatea apei
		Proximitatea față de siturile cu deșeuri periculoase
		Starea ecologică
	Pericolele naturale	Zonă de inundații
		Zonă cu risc seismic
		Zonă cu risc de incendiu
		Stabilitatea solului
	Infrastructura	Conectivitatea rutieră
		Opțiunile prezente de transport public
		Accesul la autostrăzi și drumuri expres
		Disponibilitatea energiei și utilităților
Restricțiile de planificare și zonare	Prezența restricțiilor de zonare	
	Prezența reglementărilor de mediu	
	Tipul procesului de autorizare (simplificat, anevoios)	

Sursa: elaborat de autor în baza [3, p.300-370]

Analiza pieței spațiilor comerciale în raport cu amplasarea acestora

Proprietățile imobiliare de retail cuprinde o gamă largă de tipuri de proprietăți și este influențată de diferiți factori, printre care comportamentul consumatorilor, condițiile economice, creșterea populației și progresele tehnologice. În momentul analizei acestui segment de piață, amplasarea este un factor crucial care poate afecta semnificativ valoarea, profitabilitatea și succesul acestora. Amplasarea unui spațiu comercial poate influența accesibilitatea, vizibilitatea, traficul pietonal, competiția și cererea de piață.

În analiza pieței spațiilor comerciale în raport cu amplasarea acestora, în decursul lunii februarie 2023, au fost analizate ofertele a 150 de spații comerciale, amplasate la demisolul și parterul blocurilor de locuit din mun. Chișinău. În cadrul analizei au fost studiate următoarele aspecte: dependența prețului unui m² de amplasarea bunului imobil în cadrul localității, dependența prețului unui m² de situarea în cadrul construcției a spațiului comercial, dependența prețului unui m² de situarea în cadrul cartierului a bunului imobil.

Pentru o înțelegere mai bună a acestui segment de piață și dependența acestuia de sectorul în care sunt amplasate, dar și de locația acestora în cadrul construcției, ofertele au fost analizate conform prețului mediu pentru 1 m² (tab. 2 și fig. 1).

În sectoarele orașului Chișinău, pe piața spațiilor comerciale, se atestă faptul că prețul mediu maxim al 1 m² este înregistrat în sect. Centru – 1638 euro, fiind urmat de sect. Râșcani și Botanica – 988 euro și 980 euro, cu 39,7% mai puțin, pe când cel mai mic preț mediu pentru 1 m² este în sect. Ciocana – 792 euro, cu 18% mai puțin decât în sect. Buiucani (966 euro) și cu 51,7% mai puțin decât în sect. Centru.

Tabelul 2

Prețurile medii de vânzare a spațiilor comerciale conform sectorului, mun. Chișinău

	Botanica	Buiucani	Centru	Ciocana	Râșcani
Preț mediu general, euro/m ²	980	966	1638	792	988
Preț mediu – demisol, euro/m ²	795	954	1631	632	726
Preț mediu – parter, euro/m ²	1185	975	1642	891	951

Sursa: elaborat de autor în baza analizei pieței

În cazul repartizării sectoriale a ofertelor conform amplasării spațiilor comerciale în cadrul construcției, demisol și parter, a fost constatată o discrepantă dintre sect. Centru (1631 euro/m² pentru bunurile amplasate la demisol și 1642 euro/m² pentru cele de la parter) și celelalte sectoare, datorată vizibilității, accesibilității și traficului pietonal ridicat persistent în acest sector.

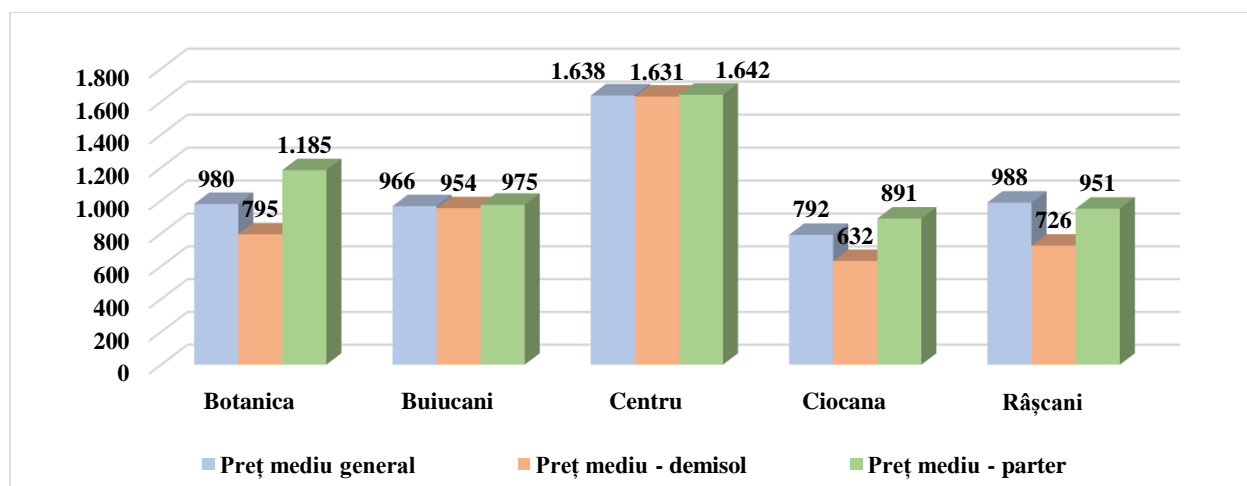


Figura 1. Dinamica prețurilor medii a spațiilor comerciale conform amplasării în cadrul sectorului și în cadrul construcției, mun. Chișinău (euro/m²)

Sursa: elaborat de autor în baza analizei pieței

Conform datelor prezentate în fig. 1, pentru spațiile comerciale amplasate la demisol, cu excepția sect. Centru, cel mai mare preț se regăsește în sect. Buiucani – 954 euro/m², iar cel mai mic – în sect. Ciocana – 632 euro/m², discrepanța dintre aceste 2 prețuri medii fiind 428 euro. În cazul spațiilor comerciale situate la parterul blocurilor locative, prețurile medii în sect. Buiucani și Râșcani sunt în intervalul 950 – 975 euro/m², cu 8,7% mai mari decât cel din sect. Ciocana (891 euro/m²), prețul mediu din sect. Botanica – 1185 euro/m² fiind cu 27,8% mai mic decât cel din sect. Centru. În urma analizei conform amplasării în sector și în cadrul construcției, se atestă, de cele mai multe ori, prețuri mai ridicate pentru imobilele de la parter, decât cele de la demisol, datorate gradului ridicat al vizibilității și accesibilității, potențialului mai mare pentru spațiul exterior, dar și faptului că spațiile comerciale de la parter sunt, adesea, mai mari decât cele de la demisol, oferind condiții mai bune de marketing.

O altă componentă importantă a acestei analize, este dependența prețului unui m² de amplasarea în cadrul cartierului și de cea în cadrul construcției, informație prezentată în fig. 2.

Imobilele comerciale amplasate la strada principală au cele mai mari prețuri de ofertă, datorită faptului că se află într-o locație mai proeminentă, pe când cele din cartier au cele mai mici prețuri, deoarece sunt puțin vizibile și accesibile, ceea ce poate fi un factor primordial în scăderea valorii acestora.

În cazul spațiilor comerciale amplasate la strada principală, se observă, că atât în cazul spațiilor amplasate la demisol, cât și a celor de la parter, prețul maxim este înregistrat în sect. Centru – 2439 euro/m² și, respectiv, 2496 euro/m², cu 64,9% mai mare decât prețul mediu al 1 m² al spațiilor comerciale de la demisol din sect. Ciocana (855 euro/m²) și cu 56,3% mai mare decât prețul spațiilor comerciale de la parter din sect. Ciocana (1090 euro/m²). Prețurile sect. Centru sunt urmate de cele ale sect. Botanica (928 euro/m² – demisol și 1434 euro/m² – parter) și sect. Buiucani (1279 euro/m² – demisol și 1385 euro/m² – parter).

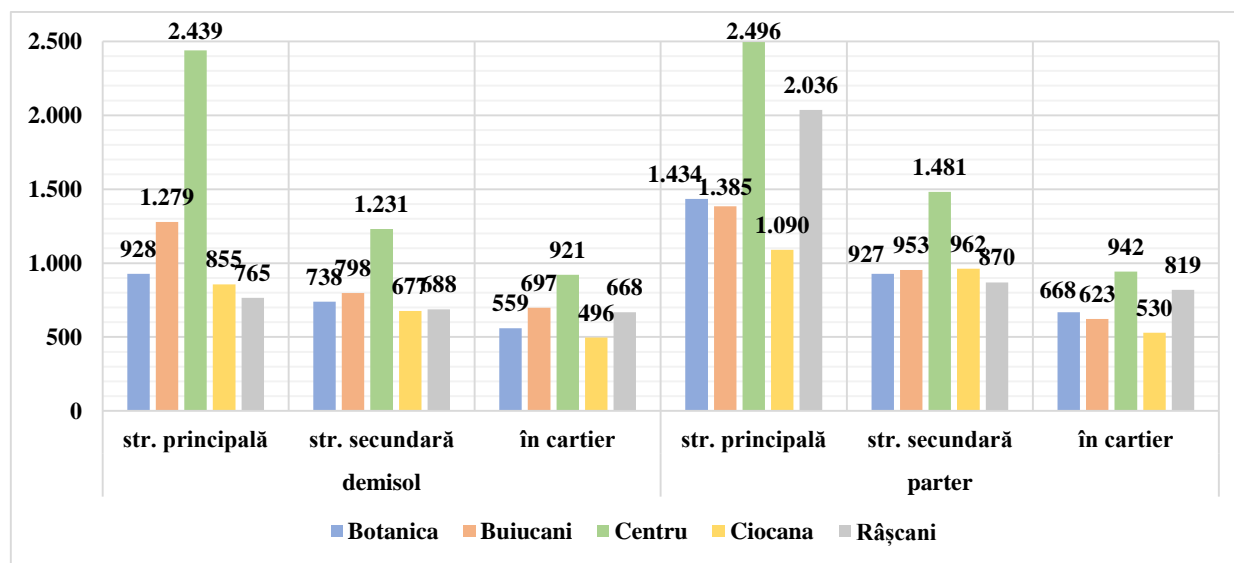


Figura 2. Prețul mediu de ofertă pentru spațiile comerciale în raport cu amplasarea în cadrul cartierului și în cadrul construcției, mun. Chișinău (euro/m²)

Sursa: elaborat de autor în baza analizei pieței

Pentru spațiile comerciale amplasate la străzile secundare, prețul mediu al spațiilor de la demisol se încadrează în intervalul 670 – 800 euro/m², cu excepția sect. Centru (1231 euro), pe când prețul spațiilor amplasate la parter se încadrează în intervalul 870 – 970 euro/m², de asemenea, cu excepția sect. Centru (1481 euro).

În general, prețurile medii pentru spațiile amplasate în cartier, indiferent de amplasarea acestora în cadrul construcției, nu depășesc limita de 700 euro/m², cu excepția spațiilor amplasate în sect. Centru (921 euro – demisol, 942 euro – parter) și Râșcani (819 euro – parter), ceea ce subliniază caracterul modern și în curs de dezvoltare al sectoarelor, dar și nivelurile ridicate de trafic pietonal în sectoarele date.

Concluzii

Unicitatea bunului imobil cu destinație comercială, opțiunile sale posibile de dezvoltare, inclusiv cea mai bună și mai eficientă utilizare, gradul său de utilitate și caracteristicile valorice sunt determinate de amplasamentul acestuia.

În urma analizei efectuate, au fost constatate următoarele:

1. Prețurile spațiilor comerciale, indiferent de amplasarea acestora în cadrul construcției sau în cadrul cartierului, sunt peste medie în sect. Centru și sub medie în sect. Ciocana.
2. Prețurile spațiilor comerciale amplasate la parter sunt mai mari decât ale celor amplasate la demisol, deoarece au vizibilitate și accesibilitate mai sporită, dar și condiții mai bune de marketing.
3. Imobilele comerciale amplasate la strada principală au cele mai mari prețuri de ofertă, datorită faptului că se află într-o locație mai proeminentă, cu trafic pietonal mai ridicat.

Referințe

1. INTERNATIONAL VALUATION STANDARDS COUNCIL. *IVS 2022. International Valuation Standards*. Effective: 31.01.2022. ISBN: 978-0-9931513-4-7.
2. СТЕРНИК, Г. М., СТЕРНИК, С. Г. *Анализ рынка недвижимости для профессионалов*. М.: «Экономика», 2009. 608 p. ISBN: 978-5-282-02958-1.
3. APPRAISAL INSTITUTE. *The Appraisal of Real Estate, 14th ed.* Chicago, IL: Appraisal Institute, 2013. 847 p. ISBN: 978-1-935328-38-4.