



Утверждаю:
Директор

/Васина Н. Г./



Обзор рынка недвижимости на территории г. Москвы, Московской области и городов России с численностью населения от 1 млн. человек применительно к анализу ликвидности (сроков экспозиции объектов) на период 2 полугодия 2025 года

Том 2. Приложение 6.

Сегментация рынка недвижимости

Исполнитель:	Общество с ограниченной ответственностью «Приволжский центр методического и информационного обеспечения оценки», ООО «Информ-Оценка»
Адрес Исполнителя:	603086, г. Н.Новгород, ул. Бетанкура, д.3, офис 9
Период обзора:	2 полугодие 2025 г.
Дата составления обзора:	Январь 2026 г.
Место составления Отчета:	г. Нижний Новгород
Научный руководитель работы:	Лейфер Л.А., к.т.н.
Ответственные исполнители по настоящему Приложению:	Щербатов Ю. В., программист ООО «Информ- Оценка» Нестерова Д.В., специалист ООО «Информ-Оценка»



ОГЛАВЛЕНИЕ

Сегментация рынка недвижимости	3
Характеристика исследуемых сегментов (подсегментов) недвижимости в разрезе потребительских классов.....	3
Классификация объектов коммерческой недвижимости.....	5
Дополнительные особенности классификации.....	11



СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

В рамках данного исследования был проведен обзор рынка недвижимости на территории г. Москвы, Московской области и городов России с численностью населения от 1 млн. человек (в соответствии с существующим административно-территориальным делением и (или) по сформировавшимся экономическим зонам) применительно к анализу ликвидности (сроков экспозиции объектов).

Таким образом по итогам анализа для каждой исследуемой территории были определены сроки экспозиции для 67 различных подсегментов коммерческой, жилой недвижимости и земельных участков в зависимости от их местоположения (без учета деления на территориальные зоны в пределах города и региона). Основная часть данного Приложения была подготовлена в прошлые периоды.

ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДУЕМЫХ СЕГМЕНТОВ (ПОДСЕГМЕНТОВ) НЕДВИЖИМОСТИ В РАЗРЕЗЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КЛАССОВ

ПЕРЕЧЕНЬ СЕГМЕНТОВ (ПОДСЕГМЕНТОВ) НЕДВИЖИМОСТИ

Исследование было проведено для следующих сегментов (подсегментов) недвижимости в разрезе потребительских классов

1. Торговая недвижимость:
 - торгово-развлекательные центры и торговые центры;
 - районный/микрорайонный торговый центр;
 - стрит-ритейл;
 - торговые площади.
2. Объекты свободного назначения.
3. Офисная недвижимость с разбивкой на потребительские классы:
 - ✓ класс «А»;
 - ✓ класс «В»;
 - ✓ класс «С».
4. Производственно-складская недвижимость с разбивкой на потребительские классы:
 - ✓ класс «А»;
 - ✓ класс «В»;
 - ✓ класс «С».
5. Земельные участки:
 - земли с/х назначения;
 - земли под жилищное строительство с отдельной разбивкой на сегменты:
 - ✓ индивидуальное жилищное строительство (ИЖС),
 - ✓ садоводческое некоммерческое товарищество (СНТ)/дачное некоммерческое партнерство (ДНП),
 - ✓ для размещения многоквартирных жилых домов малой этажности,
 - ✓ для размещения многоквартирных жилых домов большой этажности,
 - ✓ прочие (личное подсобное хозяйство – ЛПХ, крестьянско-фермерское хозяйство – КФХ и т.д.);
 - земли коммерческого назначения с отдельной разбивкой на сегменты:



- ✓ торгово-офисные,
 - ✓ под размещение объектов промышленного назначения,
 - ✓ рекреации,
 - ✓ гостиницы,
 - ✓ прочие.
6. Объекты специализированного назначения:
- ✓ сельскохозяйственные комплексы;
 - ✓ объекты общественного питания;
 - ✓ нефтебазы;
 - ✓ автозаправочные станции и комплексы (АЗС);
 - ✓ автосалоны.
7. Жилая недвижимость:
- ✓ квартиры (первичный и вторичный рынки) с разбивкой на:
 - количество комнат,
 - потребительские классы: стандарт, бизнес, элитный;
 - ✓ частные жилые дома (в том числе загородные) с разбивкой на потребительские классы: стандарт, бизнес, элитный;
 - ✓ таунхаусы (вторичный рынок) с разбивкой на потребительские классы: стандарт, бизнес, элитный.
8. Прочие объекты недвижимости:
- ✓ Объекты гостиничного назначения (гостиницы категорий 2, 3, 4, 5 звезд);
 - ✓ Пансионаты и санатории;
 - ✓ Апартаменты (первичный и вторичный рынки).
 - ✓ Спортивные объекты

Приведенные выше сегменты рынка были сгруппированы по следующему принципу:

- торговая, офисная, производственно-складская недвижимость, объекты свободного назначения (ОСН), а также объекты специализированного назначения (№№1-4,6 согласно нумерации перечня) объединены в категорию **коммерческая недвижимость**;
- земельные участки (№5 согласно нумерации перечня),
- объекты жилой недвижимости (№7 согласно нумерации перечня),
- прочие объекты недвижимости (№8 согласно нумерации перечня)

и рассматривались отдельно в рамках своих групп. При этом, если отнесение объектов недвижимости к трем последним сегментам рынка не вызывает вопросов, то относительно объектов коммерческой недвижимости требуется привести дополнительное разъяснение.

Ниже приводится краткое описание характеристик каждого из сегментов (подсегментов) объектов коммерческой недвижимости.



КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Классификация коммерческой недвижимости, положенная в основу данного исследования, разрабатывалась в соответствие с существующими и признанными классификациями аналитических агентств, риелторов, девелоперов и консультантов, которые часто создают свои классификации для тех сегментов рынка, в которых они работают, или адаптируют западные системы стандартов к российским условиям. Отдельные варианты из них получили широкое распространение. Речь идет, например, о классификации офисной и складской недвижимости компаний Knight Frank¹, Swiss Realty Group², Гильдии управляющих и девелоперов³, прочих компаний^{4,5,6} и отдельных авторов, таких как Стерник Г.М.⁷, а также классификация, положенную в основу справочно-методических пособий из серии «Справочник оценщика недвижимости», разрабатываемых и издаваемых ООО «Информ-оценка» (например [12]).

К объектам из рассматриваемых сегментов коммерческой недвижимости классификации (кроме стрит-ритейл) были отнесены как здания целиком, так и помещения, расположенные в них (используемые или планируемые к использованию по назначению в соответствии с сегментом рынка).

Отметим также, что базовые классификации бизнес-центров и объектов складской недвижимости принята с учетом основных тенденций рынка, его современных требований и состояния на текущий момент в крупных мегаполисах. В регионах России, ввиду специфики региональных рынков недвижимости и требований, предъявляемым к объектам соответствующего сегмента, возможны уточнения части параметров базовой классификации.

¹ Источник: <https://www.knightfrank.ru/research/classification>

² Источник: <http://g-logistic.ru/klassifikatsiya-skladov>

³ Источник: <http://www.gud-estate.ru>

⁴ Источник: <http://www.ocenchik.ru/docs/163.html>

⁵ Источник: <http://nedvizha.ru/glavnoye/классификация-производственно-склад/>

⁶ Источник: <https://knkras.ru/sovety-ekspertov/trts-vs-strit-riteyl/>

⁷ Источник: http://realtymarket.ru/docs/met_13.htm



Классификация объектов коммерческой недвижимости

Таблица 1

№	Наименование сегмента с разбивкой на потребительские классы	Описание
1	Торговая недвижимость	
1.1.	торгово-развлекательные центры и торговые центры	<p>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.</p> <p>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 .</p> <p>К данному подсегменту классификации относятся окружные (community), региональные (regional) и суперрегиональные (super regional) торговые центры</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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</p>
1.2.	районный/микрорайонный ТЦ	<p>Районный ТЦ предлагает товары повседневного спроса (продукты, лекарства, хозяйственные товары 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</p> <p>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, хозяйственные, фотослужбы и прочее).</p>



Продолжение таблицы 1

№	Наименование сегмента с разбивкой на потребительские классы	Описание
1.3.	стрит-ритейл	<p>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.</p> <p>Большая часть помещений имеет средний размер в пределах 70-150 м2. 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.</p> <p>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, Маросейка⁸.</p> <p>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 по. Восстания до пл. А.Невского, Владимирский проспект, ул.Рубинштейна, ул. Садовая, Московский проспект⁹</p> <p>Поэтому в данном обзоре в г. Москва и г. Санкт-Петербург проводилось независимое исследование удельных цен и ставок арендной платы класса стрит-ритейл в разрезе указанных центральных улиц, называемых «торговыми коридорами», а также прочих улиц, не относящихся к культурно- историческому центру города. Таким образом, в г. Москва и г. Санкт-Петербург, были сформированы две группы итоговых данных по объектам класса «стрит-ритейл»: «стрит-ритейл центральные улицы» и «стрит-ритейл прочие улицы».</p>
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
2	Объекты свободного назначения	Объекты (или помещения) свободного назначения (ПСН) - это помещения, изначально спроектированные под различные цели, без какой-либо специализации. Под ним обычно понимают отдельно стоящие небольшие здания (или же их части), которые можно использовать в иных целях. Для примера, под склад, офис, кафе или магазин. В каждом отдельном случае к помещениям свободного назначения будут предъявляться индивидуальные требования. Нередко под ПСН понимают в том числе и нежилые помещения, которые расположены на первых этажах в новых домах. Иногда ПСН встречаются и в промышленной недвижимости. Так, складское помещение может быть использовано под производство или автосервис.

⁸ <https://roomfi.ru/stati/35001-who-is-street-retail/>

⁹ <https://zdanie.info/2393/2466/news/12432>



№	Наименование сегмента с разбивкой на потребительские классы	Описание
3	Офисная недвижимость	
3.1.	класс «А» ¹⁰	<p>Офисные помещения класса «А» являются наиболее престижными. Офисы расположены главным образом в Центральном административном округе. Близость к метро и транспортное расположение для такого типа офисных зданий является важным критерием. Это специализированные бизнес-центры новой постройки (возраст менее 3-х лет) либо полностью реконструированные здания. Обязательно наличие полной и правильно оформленной юридической документации на право собственности и эксплуатации здания.</p> <p>В офисах класса «А» высококачественное управление комплексом, отвечающее международным стандартам. Планировки открытые, позволяющие менять конфигурацию расположения офиса в соответствии с требованиями и пожеланиями арендатора, а внутренняя отделка выполняется либо по авторскому дизайну (с учетом предпочтений крупнейших арендаторов) либо по индивидуальному заказу арендатора (отделка «под арендатора») с применением высококачественных материалов. Современные качественные окна и хороший вид, обязательный атрибут офисов этого класса.</p> <p>Здания оборудованы лучшими современными инженерными системами: хорошие системы вентиляции и кондиционирования, системы климат-контроля. Телекоммуникационные услуги предоставляются провайдером по оптико-волоконным сетям.</p> <p>Здания обязательно имеют два независимых источника электроснабжения или наличие источника бесперебойного питания. Обязательно есть охраняемая парковка (чаще всего подобные офисные здания имеют как наземную, так и подземную стоянку) и круглосуточная охрана внутри здания: современные системы безопасности и автоматизированный контроль доступа на территорию и в помещения. Инфраструктура, как правило, обеспечивает любые нужды арендаторов. Есть конференц-зал, кафетерий/столовая для сотрудников, банкомат, фитнес-центр, парикмахерская и другие сервисные службы</p>
3.2.	класс «В»	<p>Чаще всего офисные здания класса «В» - это исторические здания после полного переоборудования и ремонта или бизнес-центры класса «А», после 5-7 лет эксплуатации. Иногда к этому классу относят постройки последних 10-15 лет, административные и промышленные здания советского времени после реконструкции.</p> <p>На рынке офисных зданий именно этот класс бизнес-центров считается наиболее востребованным. Отличия офисов класса «В+» и «В» от класса «А» носят принципиальный характер. Необходимо соблюдение не менее половины критериев, предусмотренных для офисных зданий класса «А». При этом обходятся офисы класса «В» арендаторам намного дешевле. Для офисов класса «В+», как правило, характерно удобное местоположение. То есть, доступность основных магистралей и близость станций метро, ухоженные территории вокруг и приятный вид из окна, внешний вид здания выглядит респектабельно, но, в отличие от класса «А», не имеет изысков в архитектуре.</p> <p>Другими положительными моментами являются: грамотно оформленная юридическая документация на право собственности и эксплуатации здания, отделка офисов, фойе и лифтовых холлов на высоком уровне, но «скромнее», чем в офисных зданиях класса «А», свободная или коридорно-кабинетная планировка. Немаловажно, что в офисах таких бизнес-центров используются функциональные системы вентиляции с предварительным охлаждением воздуха и предусмотрена возможность использования сплит-систем кондиционирования. Стоят кондиционеры относительно дешево, а качество их неоспоримо. Владелец или управляющая компания обеспечивает оптико-волоконную связь и заключает договоры с известными телекоммуникационными провайдерами, обеспечивает круглосуточную охрану наземной парковки и здания современными системами безопасности. Как правило, в инфраструктуру бизнес-центра входит только кафетерий/столовая для сотрудников, услуги центральной рецепции в холле первого этажа и другие услуги, удовлетворяющие бытовые потребности арендаторов.</p>

¹⁰ К объектам классов А (В) относятся также и объекты промежуточных классов А+, А- (В+,В-) соответственно



Продолжение таблицы 1

№	Наименование сегмента с разбивкой на потребительские классы	Описание
3.3.	класс «С»	<p>Офисы класса «С». К этому классу офисной недвижимости относятся, прежде всего, здания советского времени постройки (НИИ, заводы и т. д.), перепрофилированные под офисное использование. К данному классу следует так же относить качественные офисные объекты в административных и производственных зданиях, и здания, реконструированные, переоборудованные из государственных учреждений, детских садов, школ и т.п. Офисы данного класса, как правило, обладают следующим набором характеристик: - как правило, находятся в спальных районах города (удаленность от метро составляет чаще всего 2-3 остановки транспортом);</p> <ul style="list-style-type: none">- фасад здания непрезентабелен и чаще всего требует косметического ремонта;- юридическая документация на право собственности и эксплуатации здания обычно оформлена надлежащим образом;- коридорно-кабинетная система планировки. <p>Для таких зданий характерно обилие несущих стен и коридоров. Внутренняя отделка выполняется преимущественно самим арендатором, а кондиционирование может вообще отсутствовать. Телекоммуникационные услуги ограничиваются телефоном и выходом в Интернет, предоставляемыми неизвестными коммерческими провайдерами. Цивилизованной парковки чаще всего нет: парковка образуется стихийно или вообще отсутствует. Управление зданием осуществляется, как правило, непосредственно силами владельца, который позаботился о круглосуточной охране объекта, но мог сэкономить на системе электроснабжения и развитой инфраструктуре.</p>
4	Производственно-складская недвижимость	
4.1.	класс «А» ¹¹	<p>Одноэтажное складское здание из металлоконструкций и сэндвич-панелей прямоугольной формы, без колонн или с шагом не менее 12 (9) м. Расстояние между пролетами — 24 (24 м — для класса А), площадь застройки 40–45 (45-55 для класса А)%, бетонный пол с антипылевым покрытием, нагрузка не менее 5 (5) тонн на 1 кв. м, на уровне 1,20 м (1,20 м — для класса А) от земли, потолки — от 13 м (10 м — для класса А); возможность установки стеллажей, температурный режим регулируется, пожарная сигнализация, система пожаротушения, вентиляция, охрана, видеонаблюдение, электроподстанция, тепловой узел, много автоматических ворот докового типа (dock shelters) с погрузочно-разгрузочными площадками регулируемой высоты — dock levelers не менее 1 на 500 кв. м (не менее 1 на 1000 кв. м — для класса А), площадки для отстоя большегрузных автомобилей и парковки легковых машин, наличие площадок для маневрирования большегрузных автомобилей, наличие офисных помещений на территории, оптоволоконные телекоммуникации. для класса А огороженная и круглосуточно охраняемая, освещенная, благоустроенная территория, расположение вблизи центральных магистралей, профессиональная система управления, опытный девелопер, наличие системы учета и контроля доступа сотрудников, ЖД ветка</p>
4.2.	класс «В»	<p>Одноэтажное складское здание прямоугольной формы, вновь построенное или реконструированное, площадь застройки 45–55%, бетонный пол, антипылевое покрытие (асфальт или бетон — для класса В), нагрузка — 5 т/кв. м, на уровне 1,20 м от земли, потолки от 8 м (6 м для класса В), температурный режим регулируется, вентиляция, температурный режим регулируется пожарная сигнализация, система пожаротушения, вентиляция, охрана, видеонаблюдение, электроподстанция, тепловой узел, много автоматических ворот докового типа (dock shelters) с погрузочно-разгрузочными площадками регулируемой высоты — dock levelers не менее 1 на 1000 кв. м (не менее 1 на 2000 кв. м для класса В. В случае многоуровневого склада – грузовые лифты), площадки для отстоя и маневрирования большегрузных автомобилей, офисные помещения при складе, вспомогательные помещения при складе — туалеты, душевые, подсобные помещения, раздевалки для персонала, оптоволоконные телекоммуникации, огороженная и круглосуточно охраняемая, освещенная, благоустроенная территория, расположение вблизи центральных магистралей, профессиональная система управления, опытный девелопер, наличие системы учета и контроля доступа сотрудников, электроподстанция и тепловой узел, ЖД ветка. Для класса В пандус для разгрузки, охрана по периметру территории</p>
4.3.	класс «С»	<p>Капитальное производственно-складское помещение или утепленный ангар, потолки — от 4 м, пол – асфальт или бетонная плитка, бетон без покрытия. В случае многоэтажного строения – наличие грузовых лифтов/подъемников, ворота на нуле, площадки для отстоя и маневрирования большегрузных автомобилей, система вентиляции, отопления, офисы на складе, пожарная сигнализация и система пожаротушения, пандус для разгрузки автотранспорта, охрана по периметру территории, телекоммуникации, вспомогательные помещения при складе, ЖД- ветка</p>

¹¹ К объектам классов А (В) относятся также и объекты промежуточных классов А+, А- (В+,В-) соответственно



Примечание. *Детальная сегментация офисной и производственно-складской недвижимости в разрезе потребительских классов (класс «А», класс «В», класс «С») для решения поставленной задачи имеет смысл только при условии достаточного количества предложений на продажу (аренду) объектов соответствующих потребительских классов. В связи с этим подобный детальный анализ был проведен только по данным г. Москвы и г. Санкт-Петербурга. В прочих исследуемых населенных пунктах объекты класса «А» и класса «В» были объединены в общий класс: «высококласные офисные объекты» и «высококласные производственно-складские объекты».*

Объекты специализированного назначения

Сельскохозяйственные комплексы - сельскохозяйственные постройки, используемые для производства, хранения и первичной обработки сельскохозяйственной продукции, которые могут быть перепрофилированы под универсальные производственно-складские объекты.

Объекты общественного питания – здания или помещения, предназначенные для организации пунктов общественного питания, например, кафе, ресторан, бар. В составе объекта общественного питания обязательным является наличие помещения или помещений, используемых для приготовления пищи, хранения и нарезки продуктов, которые должны соответствовать санитарно-гигиеническим нормам — быть облицованными глазурованной керамической плиткой, иметь специальное покрытие полов и прочие. Объекты общественного питания могут быть самостоятельными объектами недвижимости. так и располагаются на территории объектов другого функционального назначения, например, торгово-развлекательного комплекса или офисного центра. В общем случае определение термина *объект предприятие (объект) общественного питания (предприятие (объект) питания)* дано в ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания Классификация и общие требования»¹²

Нефтебазы – это комплекс сложных многофункциональных инженерно-технических объектов с различными сооружениями и конструкциями для решения производственно-хозяйственных задач. Объекты предназначены для создания необходимых условий приема и отпуска нефтепродуктов (далее, НП), сбора, отгрузки и регенерации отработанных масел. Цель комплекса объектов – это бесперебойное, эффективное и надежное снабжение потребителей нефтью и НП.

Классификация нефтебаз зависит от ряда факторов. Учитываются следующие параметры:

- назначение нефтебазы (оперативные, хранения и гражданского запаса);
- основной вид транспортирования сырья (трубопровод, железнодорожные сообщения, водные, глубинные);
- вид производимых операций (перевалочные, распределительные, перевалочно-распределительные);
- объем резервуарного парка.

¹² «объект предприятие (объект) общественного питания (предприятие (объект) питания) – это имущественный комплекс, используемый юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем для оказания услуг общественного питания, в т.ч. изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг. (источник: Межгосударственный стандарт ГОСТ 30389-2013 "Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания Классификация и общие требования" (введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 ноября 2013 г. N 1676-ст), https://profibeer.ru/upload/information_system_29/8/3/1/item_8312/information_items_property_11766.pdf)



Нефтебазы относятся к объектам, связанным с торговлей и наиболее важным ценообразующим фактором для таких объектов принято считать объемы выручки или прибыли, которые может обеспечить такой актив.

Автозаправочные станции и комплексы (АЗС) – комплекс зданий, сооружений и оборудования, ограниченный участком площадки и предназначенный для заправки транспортных средств (кроме гусеничного транспорта) моторным топливом и маслом.

На АЗС организуется продажа масел, консистентных смазок, запасных частей, принадлежностей к автомобилям и другим транспортным средствам, прием от владельцев индивидуального транспорта отработанных масел и мелкой тары из-под нефтепродуктов, техническое обслуживание, а также оказание сервисных услуг по обслуживанию автотранспорт.

Автосалоны – автоцентры, дилерские центры, автосалоны.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ

1. минимальная граница отсечения для земельных участков из категории земель сельскохозяйственного назначения – 1 га;
2. для рынка частных жилых домов и таунхаусов был проведен анализ объектов в следующих диапазонах площадей: 0-400 кв.м, 400-800 кв.м, более 800 кв.м – для Москвы и городов Московской области; и 0-200 кв.м, 200-400 кв.м., более 400 кв.м – для остальных городов; для земельных участков рассматривались предложения о продаже и о долгосрочной аренде;
3. для земельных участков СНТ/ДНТ был проведен анализ как крупных участков для создания поселков, так и участков внутри поселков.