

PROCENA TRŽIŠNE ZAKUPNINE U DINAMIČKOM OKRUŽENJU POSLOVNIH ZGRADA SA VIŠE ZAKUPACA

UDK : 347.453.4

Milica Kaličanin¹⁴, Zoran Kaličanin¹⁵

Sažetak: Odredbama Pravilnika o nacionalnim standardima, kodeksu etike i pravilima profesionalnog ponašanja licenciranog procenitelja Republike Srbije iz 2017. godine, tržišna zakupnina predstavlja procenjen iznos zakupnine za koju bi nepokretnost mogla da se izda u zakup na datum procene vrednosti između voljnog zakupodavca i voljnog zakupca, pod uslovima stvarnog ili pretpostavljenog ugovora o zakupu, između nezavisnih i nepovezanih strana, uz adekvatan marketing, pri čemu su strane posedovale dovoljno saznanja, postupale razborito i nisu bile pod prinudom. Procenitelji, sem stručnosti, moraju biti nezavisni od uticaja strana koje su zainteresovane u datom postupku. Menadžeri imovine ističu važnost realnih prognoza rasta zakupa i zahtevaju od procenitelja da opravdaju svoje prognoze. Mnogi istraživači prepoznali su ciklične uticaje i negativne uticaje prekomerne gradnje na stope slobodnih radnih mesta i, shodno tome, na visinu rente kancelarija. Prošla istraživanja o imovinskim ciklusima i dinamici ponude i tražnje na tržištima nekretnina paralelna su sa studijama čiji je cilj bio razvoj modela rente, povrata i predviđanja ponude prostora. Modeli zakupa kancelarija razvijali su se tokom poslednjih dvadeset godina i većina modela izričito kvantifikuje uzročno-posledične veze između promena nivoa zakupa i tržišta nekretnina i makroekonomskih odrednica. Komercijalni i maloprodajni zakupi koriste različite metode određivanja cena zakupa. Priroda posla zakupa nepokretnosti često određuje koji obračun komercijalnog zakupa je najbolje koristiti. Razvoj ekonomije takođe može imati ulogu, uravnotežujući potrebu za zadržavanjem korisnika sa sposobnošću istih da plaća na osnovu svojih prihoda. Prihodi od maloprodaje mogu se u određenoj godini značajno razlikovati od sezonskih ili samo od ciklusa potražnje. Neki zakupi dobro funkcionišu za različite prihode, omogućavajući stanarima da umanjuju zakupnine tokom nižih perioda prihoda. Autori u ovom radu empirijski ispituju odrednice zakupa poslovnih prostora u različitim periodima tržišnog ciklusa. Studija koristi skup podataka o poslovnim zgradama sa više zakupaca. U toku perioda istraživanja, rente u poslovnim prostorima su doživele značajan pad i oporavak. Ispitivanja strukturnih promena zaključuju da učesnici na tržištu različito vrednuju odrednice zakupnina poslovnih prostora tokom perioda. Mikroispitivanje svake odrednice zakupnine tokom perioda tržišnog ciklusa pruža veće razumevanje kako zakupnina varira tokom vremena i faktori koji utiču na njih.

Ključne reči: poslovni prostor, procena, tržište, zakupnina

¹⁴ Prof. dr Milica Kaličanin, MRICS RV, Univerzitet "Union - Nikola Tesla" Beograd - Fakultet za poslovne studije i pravo Beograd, Srbija, milica.kalicanin@fpp.edu.rs

¹⁵ Prof. dr Zoran Kaličanin, MRICS RV, Univerzitet "Union - Nikola Tesla" Beograd - Fakultet za poslovne studije i pravo Beograd, Srbija, zoran.kalicanin@fpp.edu.rs

ESTIMATION OF MARKET RENT IN A DYNAMIC ENVIRONMENT OF OFFICE BUILDINGS WITH SEVERAL TENANTS

Summary: Provisions of the Regulation on National Standards, Code of Ethics and Rules of Professional Conduct of the Licensed Appraiser of the Republic of Serbia from 2017 year, the market lease represents the estimated amount of rent for which the property could be leased on the date of valuation between the willing leaseholder and the willing tenant, under the terms of the actual or presumed lease agreement, between independent and unrelated parties, with adequate marketing, whereby the parties possessed sufficient knowledge, acted prudently and were not under. Appraisers, other than expertise, must be independent of the influence of the parties interested in the proceedings. Asset managers are emphasizing the importance of realistic rental growth forecasts and requiring valuers to justify their forecasts. Many researchers have recognised the cyclical influences and negative impacts of overbuilding on office vacancy rates and, consequently, on office rents. Past research on property cycles and the supply and demand dynamics of property markets has been paralleled by studies aimed at developing rent, return and space supply forecasting models. Office rent models have been evolving over the past twenty years and the majority of the models explicitly quantify causal relationships between changes in rent levels and property market and macroeconomic determinants. Commercial and retail leases use different methods of determining lease prices. The nature of the lease often determines which commercial lease calculation is best used. The economy can also play a role, balancing the need to retain users with their ability to pay based on their income. Retail revenues in a given year can differ significantly from seasonal ones or only from the demand cycle. Some leases work well for different incomes, allowing tenants to reduce rents during lower income periods. This article empirically examines the determinants of business lease in different periods of the market cycle. The study uses a set of data on multi-tenant office buildings. During the research period, rents in business premises experienced a significant decline and recovery. Examinations of structural changes conclude that market participants evaluate the determinants of business space leases differently during the period. Microexamination of each lease determinant during the market cycle period provides a greater understanding of how rent varies over time and the factors that affect them.

Keywords: appraisal, rent, market, business premises

1 UVOD

Potražnja za kancelarijskim prostorom je funkcija ekonomskih uslova, uključujući lokalnu i regionalnu poslovnu klimu, rast stanovništva i trendove zapošljavanja. Ovi faktori su od suštinskog značaja za razumevanje istorijskih i projektovanih promena u poslovnim aktivnostima, poslovima zavisnim od kancelarija i otvaranju radnih mesta u zajednici. Poznato je da makro trendovi u potražnji za kancelarijskim prostorom menjaju se od velike recesije. Mnoge kompanije su smanjile radni prostor i ne vide potrebu za većim prostorom sa sve većom popularnošću daljinskog rada ili rada na daljinu.

Međutim, povećala se potražnja za zajedničkim radom i zajedničkim radnim okruženjem, a i dalje postoji potražnja za poslovnim prostorom u centru grada za neke veće korporativne poslodavce, kao i za one koji su skloni lokacijama u centru grada, poput računovođa, advokata, bankara i stomatologa.

Poslovne nekretnine čine veliki deo nacionalnog bogatstva, pružaju radno okruženje koje mnogim preduzećima omogućava efikasno poslovanje i čine važnu komponentu urbanog pejzaža. Ulagači u kapital, zajmodavci, procenitelji, arhitekta, urbanisti i drugi imaju poslovni interes za bolje razumevanje kancelarijske imovine, njihovog tržišta i faktora koji na njih utiču.

Tokom poslednje decenije, mnoga kancelarijska tržišta doživela su neočekivanu promenljivost u stopama zakupa što je dovelo do velikih finansijskih gubitaka. Ovo je poslužilo kao podsetnik da se još mnogo toga može naučiti o determinantama cena zakupa poslovnih zgrada. Autori u ovom radu izlažu svoja empirijska ispitivanja determinanti zakupnine kancelarija u različitim periodima tržišnog ciklusa.

2 PREGLED LITERATURE

Istraživanje determinanti zakupnine poslovnog prostora može potpasti pod kategorije makroekonomskih ili mikroekonomskih pitanja. Radovi autora koji su vezani za makroekonomiju uglavnom se fokusiraju ili na modele kancelarijskog sektora ili na prostorna pitanja koja utiču na zakupnine poslovnih prostora, dok se radovi o mikroekonomiji uglavnom fokusiraju na karakteristike imovine ili pitanja zauzetosti koja utiču na zakup.

Kada je reč o radovima specifičnih za model, Rosen [1] pruža teoretski prikaz ponude i potražnje poslovnog prostora, dok Brennan, Cannaday i Colvell [2] ispituju različite funkcionalne oblike modela hedonske regresije kako bi objasnili varijacije u zakupninama poslovnog prostora. Shilton i Zaccaria [3] pružaju dokaze da su kancelarijske vrednosti kubična funkcija veličine zgrade, dok Sivitanidou [4] pokazuje da prostorne pogodnosti utiču na zakup kancelarija. Svaki od ovih modela pruža uvid u važna pitanja koja utiču na zakup kancelarija. Još jedna popularna tema članaka vezanih za makroekonomiju je način na koji prostorna pitanja utiču na zakup kancelarija.

Ispitivana je i struktura cena urbanog zemljišta. Nalazi u tim istraživanjima [5] pružaju uvid u to kako se rente razlikuju u zavisnosti od udaljenosti nekretnine do centra grada. Poslovni prostori u centru grada igraju značajnu ulogu u lokalnim ekonomijama i nestanak kancelarijskog prostora u centru grada nije neizbežan. Tehnološke promene ukazuju na to da bi kompanije mogle smanjiti troškove odlaskom iz skupih gradskih centara.

Razlike u lokacijama, u stopama zarada, stopama prevoza i koncentraciji usluga podrške utiču na prostorne varijacije u rentama za kancelarije, te se

otkriva da te stavke doprinose modelu koji određuje rentu.

Mikroekonomski članci imaju tendenciju da ispituju pitanja vezana za imovinu, kao što su fizičke ili zakupne karakteristike poslovne imovine. Istraživani su uticaji različite arhitektonske karakteristike na rentu, te je određen i okvir za određivanje optimalnog dizajna poslovne zgrade.

Potražnja za poslovnim prostorom se tokom godina menjala. Sa rastom predgrađa, mnogi poslodavci su se preselili sa lokacija u centru grada na periferiju kako bi iskoristili prednosti niže rente, jeftinijeg parkiranja i blizine domova radnika. U skorije vreme, velika recesija je prisilila mnoge kompanije da smanje radni odnos, što je dovelo do visokih stopa slobodnih radnih mesta. Uprkos ovim tendencijama, poslovni prostor i dalje je važna komponenta u mnogim centralnim gradskim jezgrama.

Advokatske firme, računovođe i finansijski savetnici lociraju se u centru grada ne samo zato što je to važno za njihov imidž, već i zato što moraju biti bliski sudskom sistemu i drugim javnim institucijama iz kojih crpe deo svog poslovanja. Druge vrste privrednih entiteta, uključujući sedišta kompanija, privlače živahni centri iz razloga povezanih sa privlačenjem talenata. Ovi privredni entiteti veruju da će im lociranje u centru grada pomoći da se efikasnije nadmeću za mlade, kvalifikovane stručnjake koji traže više prohodnih lokacija pogodnih za ugodan život i rad.

Iako neke zajednice pronalaze potražnju za poslovnim prostorom u centru grada, ponuda odgovarajućeg prostora često je ograničena. Posebno zabrinjava neusklađenost između veličine (kvadrature) postojećih poslovnih zgrada i zahteva prostora za mala i srednja preduzeća i nezavisne preduzetnike.

Drugi trendovi koji oblikuju tržište poslovnog prostora uključuju povećanje daljinskog rada - to jest, rada od kuće korišćenjem tehnologije - i promene u preferencijama posla među mladim stručnjacima. Nove tehnologije kao što su tzv. pametni telefoni i softver za komunikaciju umanjuju potrebu za namenskim fizičkim kancelarijama, a mnoge kancelarije ostaju neiskorišćene delom ili tokom celog radnog dana zbog rada na daljinu sa različitih lokacija.

Jedan od primarnih uticaja potražnje za kancelarijskim prostorom je rast ili smanjenje poslova koji koriste kancelarije. Stoga se odnos zauzetog poslovnog prostora (u m²) i ukupne zaposlenosti može koristiti za projektovanje buduće potražnje za kancelarijskim prostorom. Ovaj odnos pomnožen sa projektovanim rastom zaposlenosti za svaku godinu pruža ključne uvide za tražnju zasnovanu na rastu zaposlenosti. Ako su podaci dostupni, ovaj odnos bi trebalo izračunati pojedinačno za svaki značajan sektor industrije u zajednici. Ovo će nadoknaditi različite kancelarijske potrebe u zavisnosti od vrste posla. Primena ovog odnosa na industrije koje pokreću potražnju za kancelarijskim prostorom pružiće najbolje informacije za procenu budućih potreba za kancelarijskim prostorom. Industrije budućnosti zasnovane na 4.0 tehnologiji koje pokreću tražnju razlikovaće se u zajednicama, ali obično će to biti finansije, osiguranje, nekretnine, zdravstvo i javna uprava. Takođe, ovo je pojednostavljena analiza i možda neće biti primjenjiva na male gradove zbog dostupnosti podataka i ograničene zaposlenosti u svim industrijama.

Jedno ograničenje metode razmera je pretpostavka da potrebe prostora za bele okovratnike i zaposlene u kompanijama ostaju konstantne, a da u stvari mogu varirati. Ove metode takođe ne uzimaju u obzir trenutne trendove kancelarijskog prostora. Uveliko je objavljeno da se kvadratura po zaposlenom smanjuje zbog rada na daljinu, fleksibilnog radnog rasporeda i zajedničkog radnog prostora. Trend smanjenja kvadrature po radniku neće imati trenutni uticaj na manje gradske centre, ali ipak takav trend treba imati u vidu.

Promene u cenama zakupa takođe mogu uticati na potražnju za poslovnim prostorom. Na primer, ako se stope slobodnih radnih mesta smanjuju, to može prouzrokovati povećanje tržišne zakupnine i potencijalno smanjiti potražnju za kancelarijskim prostorom.

1.1 TRŽIŠNA ZAKUPNINA

Tržište poslovnog prostora može se razvrstati u brojne kategorije na osnovu atributa kao što su lokacija (tj. ABC, prigradsko naselje), kvalitet (tj.

Klasa A, klasa B) i intenzitet (tj. visoki rast, niski rast). Unutar svake od ovih kategorija poslovne zgrade su prilično različite, od generičkih zgrada do visoko specijalizovanih zgrada za medicinu ili biotehnologiju. Iako su opšte poslovne zgrade zamenjive, mogu izgledati sasvim drugačije na osnovu dizajna, razmjera, fasade ili drugih atributa zgrade. Unutar zgrada, pojedinačni prostori unutar zgrade mogu se dalje razlikovati prema rasporedu, završnoj obradi i poboljšanjima stanara. Potražnja za kancelarijama dolazi iz više izvora, od kompanija u industrijama koje se skoro u potpunosti sastoje od zaposlenih u belim kragnama (na primer, finansije, osiguranje i nekretnine) do kompanija u proizvodnji ili distribuciji koje imaju neke kancelarijske zaposlene. Mnogi korisnici kancelarija imaju slične prostorne zahteve i mogu se prilagoditi brojnim objektima. Međutim, neki ciljani korisnici i upotrebe imaju vrlo posebne potrebe. Srećom, umesto da budu jedinstveni, većina specijalizovanih korisnika može se dodeliti tržišnim segmentima zajedno sa drugim korisnicima sa sličnim prostornim potrebama. Sposobnost segmentiranja tržišta važna je jer omogućava programerima da kreiraju „prilagođena prostorna rešenja“, a da i dalje imaju koristi od neke ekonomije obima u smislu standarda za dizajn, pogodnosti, mehaniku i druge građevinske karakteristike. Ovo omogućava zakupodavcima da smanje rizik od gubitka od iznajmljivanja kroz poboljšano zadovoljstvo stanara. Istovremeno pruža uvid u buduću potražnju za specijalizovanim zgradama koja će uticati na potencijalnu prodajnu cenu ili cenu rente. Ako je zgrada zaista jedinstvena, tada se dodatni troškovi njenog razlikovanja, kao i troškovi ponovne namene u budućnosti mogu ugraditi u zakupninu kako bi se povećala stopa povrata tokom perioda držanja. Ovaj zahtev za većim prinosom jedan je od razloga što mnoge kompanije odlučuju da poseduju specijalizovani prostor i iznajmljuju više generičkog prostora.

Pregledi tržišne zakupnine često se koriste ako zakupac želi da iskoristi svoju mogućnost da obnovi zakup ili u određenim povećanjima tokom dugoročnog zakupa. Oni omogućavaju stanodavcu da ponovo proceni primenljivu zakupninu za prostorije tako da drži korak sa tržištem.

Ako će se primeniti preispitivanje tržišne rente, važno je da zakup utvrdi proces po kome se izračunava. Najčešće će zakupodavac razmotriti koliko bi stanar platio zakupninu za uporedne prostorije. Međutim, mogu se koristiti i druge metode. Na primer, procena od nezavisnog procenitelja ili po dogovoru između zakupodavca i zakupca.

Potencijalni zakupac bi trebao paziti na određene klauzule pri pregledu načina na koji zakup upravlja tržišnom zakupninom.

Tabela 1. Važne klauzule

Klauzula	Komercijalna razmatranja
Učestalost pregleda	Ako se pregledi tržišne rente događaju češće od jednom godišnje, administrativni troškovi i neizvesnost pregleda mogli bi da budu finansijski previsoki.
Način utvrđivanja pregleda tržišta	Potrebno je razmotriti kako zakupodavci određuju pregled tržišta. Primera radi da li će stručni procenitelj tržišta odrediti zakupninu ili će stanodavac uporediti druge rente u toj oblasti?
Određivanje zakupnine prema ugovoru	Da li je moguće da stanar predloži tržišnu rentu ili da se dogovori sa kompanijom o tome kolika bi trebalo biti zakupnina?
Rešavanje sporova	Kako zakupac može da ospori rentu? Postoji li mehanizam za prekid bilo kakvog zastoja, kao što je imenovanje nezavisnog stručnjaka?
“Čegrtaljka”	Klauzula “čegrtaljka” sprečava smanjenje stanarine, čak iako se tržišna vrednost smanji. Ipak, zakoni o zakupu mogu da zabrane ovu klauzulu.

1.2 PROCES PROCENE ZAKUPNINA

Procena zakupa je kombinacija nekoliko faktora koji doprinose savršenoj i tačnoj tržišnoj ceni najma poslovne imovine. Ovi faktori su:

- Lokacija nekretnine
- Stanje imovine
- Ukupna površina
- Broj prostorija
- Broj kupatila
- Maksimalni rokovi zakupa
- Sadržaji na licu mesta, na primer, vrt, parking, kamin i tako dalje.

Ovi parametri doprinose odlučivanju o iznosu najma koji nije ni prenizak ni neproporcionalno visok.

Pogodosti, nameštaj i oprema takođe igraju ključnu ulogu u odlučivanju o vrednosti iznajmljivanja imovine. Ovi aspekti se ponekad zanemaruju. Kada se izvrši procena zakupa, ne postoji mogućnost da se isti propuste.

Nezavisne promenljive kao „uticaj imovine usluge upravljanja zadovoljstvom zakupaca poslovnih prostora“ mogu biti sledeće:

- usluge upravljanja objektima kroz kvalitet održavanja i stranja zgrade, pogodnosti predviđene u okolnim delovima zgrade i održivi elementi same zgrade,
- usluge upravljanja zakupom pružanjem zelenih zakupa, rezolucije o najmu, pomoć pri preseljenju i obnova uprkos prošlim neprijatnim iskustvima,
- uočeni kvalitet u obliku ukupne usluge kvaliteta od izdavaoca, komunikacija sa istima, sposobnost i znanje predstavnika izdavaoca i ovlašćenje predstavnika izdavaoca.

Menadžeri imovine ističu važnost realnih prognoza rasta zakupa i zahtevaju od procenitelja da opravdaju svoje prognoze. Mnogi istraživači prepoznali su ciklične uticaje i negativne uticaje prekomerne gradnje na stope slobodnih radnih mesta i, shodno tome, na rentu kancelarija. Prošla istraživanja o imovinskim ciklusima i dinamici ponude i potražnje na tržištima nekretnina paralelna su sa studijama čiji je cilj bio razvoj modela rente, povrata i predviđanja ponude prostora. Modeli zakupa kancelarija razvijali su se tokom poslednjih dvadeset godina i većina modela izričito kvantifikuje uzročno-

posledične veze između promena nivoa zakupa i tržišta nekretnina i makroekonomskih odrednica. Komercijalni i maloprodajni zakupi koriste različite metode određivanja cena zakupa. Priroda zakupskog posla često određuje koji obračun komercijalnog zakupa je najbolje koristiti. Ekonomija takođe može imati ulogu, uravnotežujući potrebu za zadržavanjem korisnika sa sposobnošću istih da plaća na osnovu svojih prihoda. Prihodi od maloprodaje mogu se u određenoj godini značajno razlikovati od sezonskih ili samo od ciklusa potražnje. Neki zakupi dobro funkcionišu za različite prihode, omogućavajući stanarima da umanjuju zakupnine tokom nižih perioda prihoda.

3 TRŽIŠTE POSLOVNOG PROSTORA U BEOGRADU

Tržište modernog poslovnog prostora u Beogradu nastavlja da beleži kako rast, tako i jaku razvojnu aktivnost iz prethodne četiri godine. Od 2017. godine preko 30.000 m² novoizgrađenog poslovnog prostora A i B klase je dodato na postojeće tržište.

Veliko interesovanje za iznajmljivanje poslovnog prostora, doprinosi da iako smo zadnjih godinu dana svedoci ubrzanog razvoja novih projekata, mesečne rente ostaju stabilne na nivou od 14 – 16,5 EUR/m² za poslovni prostor A klase, odnosno na nivou od 10 – 14 EUR/m² za poslovni prostor B klase. Na kraju, stopa prinosa kreće se na nivou od 8,5 – 9,0% za moderan poslovni prostor.

Na osnovu analize tržišta [6] prikazani su poslovni prostori koji obuhvataju kancelarijske prostore A klase u Beogradu i imaju savremena tehnička i arhitektonsko-građevinska rešenja. U tabelama koje slede dati su prikazi bitnih kancelarijskih prostora za izdavanje, te i retail prostora za izdavanje i kupovinu koji su deo stambeno-poslovnih kompleksa.

Tabela 2. Kancelarijski prostor

Investitor	Faza	Površina (m ²)	Lokacija
Marera Properties – Bulevar 79	Završen	3.475	Bulevar kralja Aleksandra 79

SEVEN INVEST DOO	U izgradnji	9.976	Bulevar kralja Aleksandra 452
Marera Properties – M44	Završen	4.203	Makedonska 44
Granit Invest – Mia Dorćol	Završen	2.500	Braće Baruh 26
Marera Properties-Kalemegdan biznis centar	Završen	21.186	Bulevar Vojvode Bojovića 6-8
Biznis Centar 29	Planirana rekonstrukcija	3.507	Bulevar despota Stefana

Izvor: Istraživanje autora

Tabela 3. Prosečne cene izdavanja kancelarijskog prostora

A klasa	
Min (EUR/m ²)	Max (EUR/m ²)
14	17
B klasa	
Min (EUR/m ²)	Max (EUR/m ²)
9	13

Izvor: Istraživanje autora

U okvirima novih velikih stambeno-poslovnih kompleksa se izvršava isključivo prodaja lokala od strane investitora, a cena za prodaju koja se nudi se kreće od 3.000-3.500 evra po kvadratu. [6]

Retail prostor u glavnim pešačkim zonama - U okviru zone Knez Mihailove ulice, maloprodajni prostori čija je površina manja od 100 m² mogu da dostignu rentu veću od 100 EUR/m², dok ista proporcija važi i za ostale analizirane retail pešačke zone posmatrajući u odnosu na prosečne zakupnine koje se mogu ostvariti na datim lokacijama. Cene izdavanja lokala u Bulevaru kralja Aleksandra zavise od položaja i strane na kojoj se nalaze lokali. S obzirom da je parna strana Bulevara kralja Aleksandra pešački frekventnija u odnosu na neparnu, ovi lokali postižu značajnu veću rentu.

Tabela 4. Prosečne cene izdavanja lokala u pešačkim zonama

Oglašene cene za izdavanje lokala – Bul. kralja Aleksandra	
Min (EUR/m ²)	Max (EUR/m ²)
20	100
Oglašene cene za izdavanje lokala – Terazije, Kralja Milana	
Min (EUR/m ²)	Max (EUR/m ²)
20	70
Oglašene cene za izdavanje lokala – Knez Mihailova	
Min (EUR/m ²)	Max (EUR/m ²)
40	120
Oglašene cene za izdavanje lokala – Požeška	
Min (EUR/m ²)	Max (EUR/m ²)
10	40

Izvor: Istraživanje autora

4 ZAKLJUČAK

Nalazi ovog istraživanja sugerišu da objekti poslovnog prostora i zakup zgrade imaju snažan pozitivan odnos, a kada se uzme u obzir karakter lokacije, ne postoji velika razlika u zakupnini. Prema korelacionoj analizi može se identifikovati objekat zgrade, zakupni karakteri i karakter strukture ključni su faktori u perspektivi snabdevanja.

Iako postoje izvori literature o poslovnim objektima, malo je učinjeno na uticaju pojedinačnih determinanti zakupnine u različitim periodima tržišnog ciklusa. U ovom radu autori se nadovezuju na postojeća istraživanja pružajući empirijsko ispitivanje važnih odrednica zakupnine tokom različitih perioda tržišnog ciklusa. Studija koristi skup podataka o poslovnim objektima koji se nalaze u velikom gradskom području. Indeks rente parametara koji varira u vremenu identifikuje tri gotovo ista perioda.

Studija pokazuje da se stope najma povećavaju opadajućom stopom u odnosu na prosečnu površinu. Najamnine rastu po stopi opadajuće u odnosu na spratnost. Analiza pokazuje izraženiji porast u periodu pada tržišta nego u periodima pada i oporavka.

Istraživanje otkriva da stanarine opadaju sa godinama amortizacije nepokretnosti, ali sve manje. Negativan uticaj starosne dobi je izraženiji u periodima pada i pada tržišta nego u periodima oporavka. Utvrđeno je da stope zakupa opadaju s obzirom na broj zgrada u kompleksu, a najviše u odnosu na klasu prostora. Ova varijabla pokazuje male razlike tokom tri perioda tržišnog ciklusa.

Postoje brojni značajni trendovi koji utiču na izgled tražnje i ponude za kancelarijskim objektima u budućnosti. Ovi trendovi utiču i na ponudu i na potražnju na tržištu i treba ih pažljivo pratiti kako bi se lakše razumeo relativni profil rizika kancelarijskog sektora. Praćenje i predviđanje novih trendova takođe će biti od ključnog značaja za omogućavanje profesionalcima u oblasti nekretnina i korisnicima prostora da razviju proaktivne strategije za suočavanje sa promenljivim tržišnim uslovima.

LITERATURA

- [1] Rosen, R. (1984) "Toward a Model of the Office Building Sector", *Journal of the American Real Estate and Urban Economics Association*, 12:3, pp. 261–269.
- [2] Cannaday, R. and H. Kang (1984) "Estimation of Market Rent for Office Space", *Real Estate Appraiser*, 50:2, pp. 67–72.
- [3] Shilton, L. and C. Stanley (1999) "Spatial Patterns of Headquarters", *Journal of Real Estate Research*, 17:3, pp. 341–364.
- [4] Sivitanidou, R. (1995) "Urban Spatial Variations in Office-Commercial Rents: The Role of Spatial Amenities and Commercial Zoning", *Journal of Urban Economics*, 38, pp. 23–49.
- [5] Colwell, P. and G. Dilmore (1999) "Who Was First? An Examination of an Early Hedonic Study", *Land Economics*, 75:4, pp. 620–626.
- [6] Analiza tržišta nekretnine Srbija - Napomena: autori su se u istraživanju oslanjali na bazu podataka proceni-teljske kuće Data Investment doo Novi Sad, 2020-2021.