



# COLLIERS INTERNATIONAL

## 2011 **SRBIJA** PREGLED TRŽIŠTA NEKRETNINA

---

Albania Bulgaria Croatia Czech Republic Greece Hungary Poland Romania Russia **Srbija** Slovakia Ukraine

Accelerating success.



# Srbija



**Maja Šahbaz**

MANAGING DIRECTOR  
COLLIERS INTERNATIONAL SRBIJA

**Adresa** 115D Bul. Mihajla Pupina  
11070 Novi Beograd, Srbija

**Tel** +381 11 313 99 55

**Email** Maja.Sahbaz@Colliers.com

Dragi prijatelji i partneri,

Prošla godina je bila veliki izazov za sve nas. Svi segmenti tržišta nekretnina su bili pogođeni krizom. Iako su poruke koje nam upućuju banke, investitori i Vlada vrlo ohrabrujućeg karaktera, nesumnjivo je da će 2011. godina biti godina sporog oporavka i podrazumevati veliki oprez u poslovanju pri donošenju poslovnih odluka.

Ono što sa sigurnošću možemo da tvrdimo je da je posledica svih promena koje su se dešavale nastanak mnogo sofisticiranijeg tržišta u poređenju sa periodom od pre 2 do 3 godine. Neke važne lekcije su naučene, a nesumnjivo najvažnija među njima je da tržište mora biti okrenuto kupcima i zakupcima.

Inovativni i sofisticirani pristup, prožet lokalnim i globalnim iskustvom Colliers-a, i dalje će biti ključ za ostvarivanje uspešnih i održivih rešenja na tržištu nekretnina.

Nastavićemo da Vam pomažemo u pronalaženju najbržeg puta do Vašeg uspeha.

Srdačno,

Maja Šahbaz



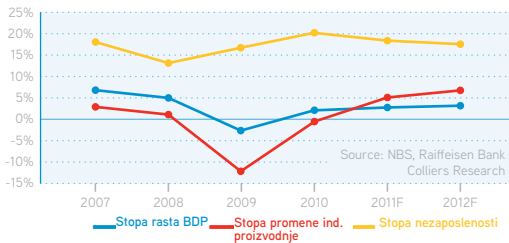
# EKONOMSKI PREGLED

## KLJUČNI EKONOMSKI POKAZATELJI

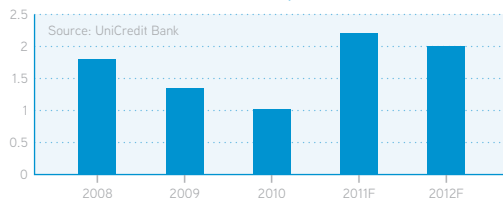
Pokazatelj	2010E	2011F
Stopa rasta BDP	1.5%	2.5%
Stopa promene industrijske proizvodnje	-0.5%	5.0%
Stopa nezaposlenosti	20.0%	19.5%
Stopa inflacije	10.3%	7.5%
Stopa promene prometa u maloprodaji	-1.1%	n/a
Stopa promene javnog deficita	-4.8%	-4.0%

Izvor: NBS, Raiffeisen Banka, Colliers Research

## STOPA RASTA BDP-A, STOPA PROMENE INDUSTRIJSKE PROIZVODNJE I STOPA NEZAPOSLENOSTI



## Inostrane Direktne Investicije (mld. EUR)



## REZIME

- Nakon naglog pada vrednosti BDP-a u 2009. godini (-3,1%), ekonomski pokazatelji u Republici Srbiji imaju pozitivan trend, što dokazuju tri kvartala sa uzastopnim rastom vrednosti BDP-a ( K1: +0,03%, K2: +0,08%, K3: +1,6%).
- Procenjena vrednost BDP-a u 2010. godini iznosila je 29,7 milijardi evra, što je za 1,5% veća vrednost u odnosu na 2009. godinu. Zbog značajnog pada u 2009. godini, porast vrednosti BDP-a u 2010. godini ustvari predstavlja nivo BDP-a nešto iznad njegove vrednosti 2007. godine.
- Pozitivan trend u 2010. godini imaju izvoz i proizvodnja, gde posebno izdvajamo industrijsku proizvodnju u prvih 11 meseci iste godine i taj trend pokazuje povećanje od 3,2% u odnosu na isti period 2009.godine. Karakteristično za 2010. godinu je i visoka stopa nezaposlenosti koja dostiže vrednost od 19,2%.
- Nivo potrošačkih cena u 2010.godini je bio veći za 6% (+/-2%) od planiranog nivoa Narodne Banke Srbije, što predstavlja povećanje od 10,3% na godišnjem nivou za period januar-december 2010. godine.
- Beogradska Berza beleži izuzetno nizak promet, što pokazuju 2 glavna indeksa, Belex 15 i Belexeline, svojim padom od 1,8% i 2,2% respektivno. Ukupan promet na Beogradskoj Berzi je 2010. godine iznosio samo 222 miliona evra.

## PROGNOZA

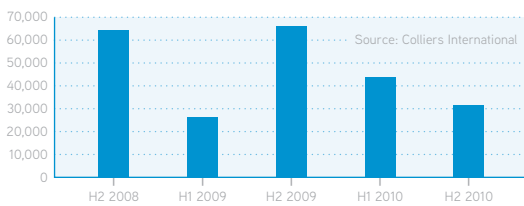
- Prema procenama UniCredit banke BDP će u 2011. godini ostvariti ozbiljniji porast vrednosti (+2,7%) u odnosu na 2010. godinu.
- Potrošačke cene će i dalje imati trend rasta u 2011. godini, pa planirani nivo Narodne Banke Srbije od 4,5% (+/- 1,5%) će biti teško ostvariv uz procenu UniCredit banke o stopi inflacije od 7,5%.
- Ekonomski stručnjaci predviđaju da će vrednost dinara (RSD) u 2011. godini nastaviti da pada, gde neke prognoze govore da će prosečna vrednost evra iznositi i 117 dinara.
- Studija "Postkrizni model privrednog rasta i razvoja Srbije 2011-2020" predstavlja osnovu za vladinu strategiju ekonomskog rasta i razvoja. U studiji je stavljen akcenat na investicije i uvoz, kao i činjenica da će privatizacija i direktnih stranih investicija biti sve manje, te da se na njih ne treba toliko oslanjati, što je do sada bila praksa u Srbiji.
- U 2011. godini se očekuje i privatizacija kompanije "Telekom Srbija", fiksnog operatera, gde će se nadmetati nekoliko velikih igrača telekomunikacione industrije, koji su zainteresovani za sticanje akcija koje su u državnom vlasništvu. Od prodaje se očekuje prihod od minimalnih milijardu evra, što predstavlja i značajan porast stranih direktnih investicija u odnosu na 2010. godinu.

# TRŽIŠTE POSLOVNOG PROSTORA

## KLJUČNI POKAZATELJI ZA POSLOVNI PROSTOR

Pokazatelji	Vrednost
Ukupna neto površina (klasa A i klasa B)	658,419 m <sup>2</sup> BPI
Stopa slobodnog prostora (klasa A i klasa B)	24.24%
Primarna cena zakupa	€16/m <sup>2</sup> /mesec

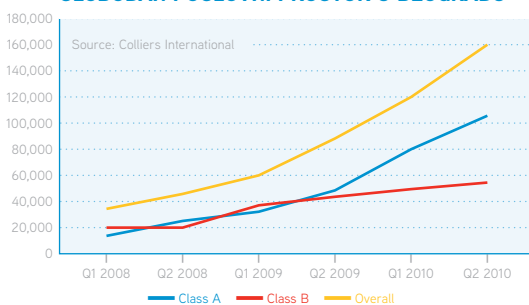
## NOVA PONUDA POSLOVNOG PROSTORA U BEOGRADU



## KLJUČNE TRANSAKCIJE IZDAVANJA POSLOVNOG PROSTORA

Zakupac	Veličina (m <sup>2</sup> )	Projekat	Lokacija
Findomestic bank	2,500	Napred Block 26	Novi Beograd
Medico Uno	1,000	Belgrade Warehouse	Pančevo
Cardiovascular Hospital	1,250	Block 24	Novi Beograd

## SLOBODAN POSLOVNI PROSTOR U BEOGRADU



## PONUĐA

➔ Uprkos smanjenom obimu gradnje poslovnog prostora tokom 2010. godine, ponuda novoizgrađenog poslovnog prostora klase A i klase B na tržištu Beograda uvećana je za 76.100 m<sup>2</sup> BPI (bruto površina poslovnog prostora za izdavanje).

➔ Na kraju 2010. godine, ukupna ponuda neto površine poslovnog prostora u Beogradu iznosila je 658.419 m<sup>2</sup> BPI, od čega je 414.053 m<sup>2</sup> BPI klase A i 243.916 m<sup>2</sup> BPI klase B. U poređenju sa 2009. godinom neto površina klase A se uvećala za 22,5% u 2010. godini, dok je neto površina klase B ostala na istom nivou i u 2010. godini.

➔ U drugoj polovini 2010. godine, na tržištu Beograda u ponudi se našla poslovna zgrada Dexy Co, neto površine 9.056 m<sup>2</sup> BPI (Novi Beograd). Takođe, treba pomenuti dve nove poslovne zgrade izgrađene u okviru Univerzitetskog naselja Belville, Belville poslovna zgrada 1 neto površine 8.089 m<sup>2</sup> BPI i Belville poslovna zgrada 2 neto površine 15.302 m<sup>2</sup> BPI, u ulici Jurija Gagarina, na Novom Beogradu.

## POTRAŽNJA

➔ Ohrabrene povoljnijim cenama zakupa poslovnog prostora, brojne kompanije su krenule u potragu za novim poslovnim prostorima. Najbrojniji zakupci poslovnog sektora su iz oblasti finansija i osiguranja, inženjeringa, arhitekture i građevinarstva, informacionih tehnologija, medija i maloprodaje. Kao poznatiji zakupci javili su se i Findomestic Banka, KBC Securities, Meridian Balkans, SunGard, Reuters, Beneton i drugi.

➔ Domaće i strane vladine institucije i ambasade su takođe bili aktivni učesnici na tržištu. Ambasada Australije je zakupila 800 m<sup>2</sup> BPI poslovnog prostora u poslovnoj zgradi "19. Avenija", na Novom Beogradu, gde je Agencija za kontrolu letenja Srbije zakupila 1.200 m<sup>2</sup> BPI u poslovnoj zgradi "M Invest", lociranoj takođe na Novom Beogradu.

➔ Iz ugla veličine poslovnog prostora, čak 70% ukupne tražnje su bili poslovni prostori veličine do 500 m<sup>2</sup> BPI, a preostalih 30% zahteva je bilo rezervisano za poslovne prostore veće od 1.000 m<sup>2</sup> BPI.

## STOPA SLOBODNOG POSLOVNOG PROSTORA

➔ Stopa slobodnog poslovnog prostora je na kraju 2010. godine dostigla vrednost od 24,24%, što iznosi 159.633 m<sup>2</sup> BPI. Stopa slobodnog poslovnog prostora klase A je u 2010. godini imala uzlazni trend, izazvan ukupnim povećanjem poslovnog prostora, za razliku od poslovnog prostora klase B gde je stopa slobodnog poslovnog prostora imala opadajući trend.

➔ Stopa slobodnog poslovnog prostora za klasu A u 2010. godini je iznosila 25,4%, odnosno 105.222 m<sup>2</sup> BPI, a klase B 22,3%, odnosno 54.111 m<sup>2</sup> BPI.

## CENE ZAKUPA

➔ Neto cene zakupa svih klasa poslovnog prostora su imale opadajući trendu 2010. godini. Kao posledica ukupno uvećanog poslovnog prostora u 2010. godini cene zakupa klase A su imale najveći pad. Na kraju 2010. godine vrednost primarne cene zakupa je pala na EUR 16/m<sup>2</sup>. Uopšteno govoreći, primarne cene zakupa poslovnih prostora klase A se kreće u rasponu od EUR 13-16 /m<sup>2</sup>. Cene zakupa poslovnih objekata klase B u 2010. godini su ostale stabilne, na nivou od EUR 13,5/m<sup>2</sup>.

➔ U slučaju kada je cela poslovna zgrada, veličine od 1.000 m<sup>2</sup> BIP do 2.500 m<sup>2</sup> BIP, ponuđena u zakup, vrednost primarne cene zakupa bila je na nešto nižem u rangu EUR 10-12/m<sup>2</sup>.

## PROGNOZA

➔ Preko 50.000 BIP m<sup>2</sup> je na putu da se isporuči na tržište Beograda u 2011. godini. Ovo se odnosi pre svega na poslovne prostore klase A, koji će biti isporučni na tržište kroz nekoliko ključnih projekata. Poslovne zgrade, koje će imati nesumnjivo veliki uticaj na tržište su svakako poslovna zgrada "B23", čiji je investitor Verano, neto površine 35.000 m<sup>2</sup> BIP i projekat "Tri lista duvana", neto površine 8.200 m<sup>2</sup> BPI koja se nalazi na jednoj od najboljih poslovnih lokacija u centru Beograda. Investitor je MPC Holding.

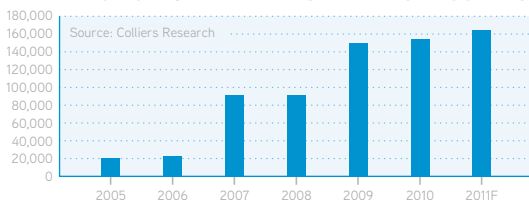
➔ Ovi projekti će nesumnjivo uticati na jačanje konkurencije među investitorima/vlasnicima poslovnih zgrada klase A, kako bi pridobili zakupce, što će svakako uticati na pad cena.

# TRŽIŠTE MALOPRODAJNOG PROSTORA

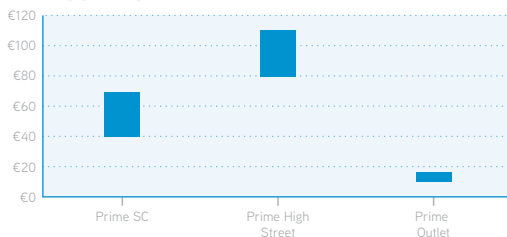
## KLJUČNI POKAZATELJI ZA MALOPRODAJNI PROSTOR

Pokazatelj	Vrednost
Primarne rente u centralnoj zoni	€110/m <sup>2</sup> /mesec
Primarne rente u šoping centrima	€60/m <sup>2</sup> /mesec
Ukupna neto površina tržnih centara	155,530 m <sup>2</sup>

## NETO POVRŠINA TRŽNIH CENTARA U BEOGRADU



## CENE ZAKUPA MALOPRODAJNOG PROSTORA U BEOGRADU



## REZIME

➔ Tržište maloprodajnog prostora u Srbiji se kreće u pravcu postizanja sve veće zrelosti u smislu ukupne ponude maloprodajnog prostora, čime se približava tržištu susjednih zemalja, jugoistočne Evrope, Bugarskoj i Hrvatskoj.

➔ Beograd i Novi Sad predstavljaju i dalje centre razvoja tržišta maloprodajnog prostora kroz ekspanziju lokalnih i internacionalnih maloprodajnih lanaca. Još nedavno, trgovci na malo su premestili svoje poslovanje van ovih centara razvoja locirajući se u sekundarne gradove Srbije.

➔ Trend blagog porasta prometa u maloprodaji je ostvaren u posljednjem kvartalu 2010. godine. Očekuje se da se ovaj trend rasta nastavi i u 2011. godini.

## PONUĐA

➔ Tokom 2010. godine ukupna ponuda maloprodajnog prostora na beogradskom tržištu je uvećana za 24.000 m<sup>2</sup> BPI, što pretežno čine novoizgrađeni retail parkovi i outlet centri, od kojih treba izdvojiti otvaranje novog specijalizovanog prodajnog centra lokalne kompanije Hiper Cort, kao i novog Tempo hipermarketa.

➔ U novembru 2010. godine, otvoren je novi Tempo hypermarket u Kragujevcu, na površini od 9.000 m<sup>2</sup> i predstavlja prvu fazu izgradnje "Delta Parka". Druga faza biće izgradnja centra "Uradi sam" i drugih maloprodajnih objekata sa planiranim rokom završetka na proleće 2011. godine.

➔ Hiper Cort, koji se prostire na 15.000 m<sup>2</sup> BPI, u poslednjem kvartalu 2010. godine prodat je trgovinskom lancu "DIS". Otvaranjem prvog hipermarketa u Beogradu očekuje se ekspanzija DIS trgovinskog lanca, s obzirom da je većina DIS hipermarketa locirana u Centralnoj Srbiji.

➔ U 2010. godini ukupna ponuda tradicionalnih tržnih centara je uvećana za samo 5.130 m<sup>2</sup> BPI (3,3%), otvaranjem "neighborhood" tržnog centra "Point" u Kaluđerici, te ukupna ponuda dostiže 155.530 m<sup>2</sup> BPI. Tržni centar "Point" se prostire na 5.000 m<sup>2</sup> BIP. Zakupci su uglavnom domaći brendovi, Fitex, OFY Toys, Brankodex, Atrattivo, Dioptai i Tehnomarket.

➔ Ponuda outlet tržnih centara je ostala na istom nivou kao i 2009. godine. Otvaranje beogradskog Outlet tržnog centra (30.000 m<sup>2</sup> BPI), čija je gradnja počela krajem 2010. godine, očekuje se do kraja 2011. godine.

## TRAŽNJA

➔ Kao posledica nepovoljnih uslova na tržištu, tražnja za maloprodajnim prostorom nastavlja sa opadajućim trendom do kraja 2010. godine. Ovakvo stanje na tržištu stvara scenario nižih cena zakupa i otvaranje mogućnosti revizije već dogovorenih uslova.

➔ Rezultat novog scenarija na tržištu maloprodajnog prostora je ulazak i ekspanzija novih brendova na srpsko tržište – Burberry je otvorio svoju prvu prodavnicu u Beogradu, na Terazijama, u aprilu 2010. godine, nakon čega sledi i otvaranje prve prodavnice brenda Emporio Armani u oktobru prošle godine. KFC se proširuje na još jednoj lokaciji u Beogradu, u blizini Studentskog trga i takođe u Novom Sadu.

➔ Tradicionalno najatraktivnije lokacije za maloprodajne objekte novih brendova koji ulaze na naše tržište su i dalje glavne centralne ulice, što se pokazalo i otvaranjem prvih prodavnica modnih brendova Peacocks u primarnoj šoping zoni na Terazijama i Crabtree & Evelyn u Čika Ljubinoj ulici.

➔ Tokom 2010. godine nekoliko novih brendova je na naše tržište ušlo kroz tržne centre: Lush- kozmetika, Nine West- obuća i Diva- nakit.

# TRŽIŠTE MALOPRODAJNOG PROSTORA

## NOVI BRENDOVI U BEOGRADU

Zakupac	Veličina (m <sup>2</sup> )	Projekat	Izvođač radova
Emporio Armani	270	Terazije	High Street
Quiz	180	Ušće	MPC
Nine West	100	Ušće	MPC
Lush	44	Ušće	MPC
Diva	40	Ušće	MPC

## BUDUĆI PROJEKTI U SRBIJI

BPI (m <sup>2</sup> )	Projekat	Tip	Investitor	Lokacija
18,500	Rajićeva	Tržni Centar	ABD/Astrom	Stari Beograd
6,500	Pašino Brdo	Tržni Centar	Novi Dom a.d.	Voždovac, Beograd
8,000	Pančevo Retail Park/II faza	Maloprodajni Park	Aviv Arlon	Pančevo
15,000	Fashion House Outlet Center Belgrade/I faza	Outlet Center	GVA/Black Oak	Indija

## STOPA SLOBODNOG MALOPRODAJNOG PROSTORA I CENE ZAKUPA

➔ Stopa slobodnog maloprodajnog prostora u modernim tržnim centrima internacionalnog tipa, Delta City i Ušće, iznosi 0%. Tržne centre ovog tipa karakterišu visoke tražene cene zakupa, te je određeni broj trgovaca na malo tražio reviziju već dogovorenih uslova zbog nepovoljnih uslova na tržištu.

➔ Zakupnine u lokalima centralnih glavnih ulica su ostale na veoma visokom nivou i iznose i do EUR 110/m<sup>2</sup>. Tražene cene zakupa za maloprodajne prostore veće kvadrature su niže i dostižu i niži rang od čak EUR 40-50/m<sup>2</sup>.

➔ Do povećane stope slobodnog maloprodajnog prostora dolazi u perifernim zonama maloprodaje. Za ove lokacije su najviše zainteresovani lokalni trgovci na malo, uslužna preduzeća i banke, koji teže ekspanziji svog poslovanja. Cene zakupa u ovim zonama kreću se u rasponu od EUR 15-25/m<sup>2</sup>.

## BUDUĆI PROJEKTI

➔ Na beogradskom tržištu u 2011. godini očekuje se pojava nekoliko novih velikih tržnih centara, čija će gradnja biti započeta i završena tokom 2011. godine.

➔ U prvoj polovini 2011. godine se očekuje veliko otvaranje tržnog centra "Pašino brdo", čiji bi glavni zakupac trebao da bude Roda hypermarket. Druga faza "Retail Pančevo parka" (8.000 m<sup>2</sup> BPI), kao i "Delta Parka" u Kragujevcu bi trebalo da budu završene tokom 2011. godine.

➔ Tokom 2011. godine očekuje se isporuka prve faze Outlet centra "Fashion House Outlet Centar Beograd", između Beograda i Novog Sada, u okviru retail parka Indija, i prostiraće se na 15.000 m<sup>2</sup> BPI.

➔ Početak izgradnje tržnog centra "Rajićeva", prvog tržnog centra u pešačkoj zoni Beograda, na 18.500 m<sup>2</sup> BPI, očekuje se u prvom kvartalu 2011. godine. Završetak radova je planiran za 2012. godinu.

➔ Izraelska kompanija, Big CEE, je najavila izgradnju retail parka u okolini Novog Sada, oko 4 km udaljenog od grada. Ovaj projekat će zauzimati neto površinu od 30.000 m<sup>2</sup> i imaće 1.500 parking mesta. Početak radova je za 2011. godinu, a završetak do kraja 2012. godine.

## PROGNOZA

➔ Najveća ekspanzija srpskog tržišta maloprodajnog prostora je ostvarena u periodu od 2007. do 2009. godine, ali se može reći da i dalje zaostaje za tržištima razvijenih regionalnih prestonica po površini i glavi stanovnika. Srpsko tržište maloprodajnog prostora ima veliki potencijal, koji na pravi način treba iskoristiti kako bi se odrazio na ekonomski rast i razvoj.

➔ Na osnovu planiranih i završenih projekata, ponuda maloprodajnog prostora u Srbiji nesumnjivo raste i razvija se. Ovakav trend promena omogućava mnogo veće mogućnosti i izbor za trgovce na malo, koji smatraju Srbiju/Beograd sve atraktivnijim mestom za njihov ulazak. Iako većina trgovaca na malo bira Beograd kao lokaciju za početak izgradnje svoje trgovinske mreže u Srbiji, Mr. Brigolage i TKC su se ipak opredili za sekundarne gradove, a dalje širenje na beogradsko tržište planiraju tokom 2011. godine.

➔ Kontinuirani trend rasta prometa u maloprodaji, umerenijeg karaktera u 2011. godini, uticaće na ulazak novih trgovaca na naše tržište.

# TRŽIŠTE STAMBENIH OBJEKATA

## PONUĐA STAMBENOG PROSTORA U SRBIJI (BROJ STAMBENIH JEDINICA)

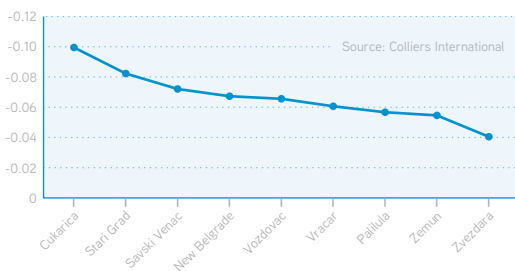
Zakupac	2008	2009	Index
Srbija	17,967	17,408	-3.1%
Beograd	7,306	5,759	-21.1%
Novi Sad	1,946	2,186	+12.3%
Niš	1,000	1,016	+1.6%
Kragujevac	419	532	+26.9%
Subotica	472	409	-13.3%

## RASPON PROSEČNE PRODAJNE CENE NOVOGRADNJE (PDV UKLJUČEN U CENU)

Opština	Belgrade
Voždovac	€1,500–1,700
Vračar	€2,300–2,500
Zvezdara	€1,650–1,850
Zemun	€1,200–1,400
Novi Beograd	€1,900–2,200
Palilula	€1,700–1,900
Stari Grad	€3,000–3,300
Čukarica	€2,000–2,300
Savski Venac	€2,300–2,700

Source: Colliers International

## OPADAJUĆI TREND PRODAJNIH CENA U KLJUČNIM BEOGRADSKIM OPŠTINAMA



## CENE ZAKUPA U BEOGRADSKIM OPŠTINAMA

Opština	Prosečna cena zakupa (€/m²/mesec)
Savski Venac (Senjak)	9–12
Savski Venac (Dedinje)	9–11
Vračar	8–12
Stari Grad	8–11
Novi Beograd	7–10
Voždovac	7–9
Čukarica (Banovo Brdo)	6–8

### REZIME

➔ Stanje na tržištu stambenih objekata u Srbiji i u 2010. godini beleži pad aktivnosti. Konkretno, prosečne prodajne cene stambenih objekata kao i građevinska aktivnost su značajno manje u odnosu na prethodne godine. Ovakvo stanje prevladava na beogradskom tržištu, koje se inače smatra najaktivnijim tržištem stambenih objekata u Srbiji.

### PONUĐA

➔ Ono što je karakteristično za tržište stambenih objekata u Srbiji u 2010. godini je znatno manji broj izdatih građevinskih dozvola za stambene objekte. U proseku, 2010. godine je izdato 20% manje građevinskih dozvola u odnosu na 2009. godinu. Na beogradskom tržištu ovo predstavlja nastavak opadajućeg trenda iz 2009. godine, kada je izdato 21.1% manje građevinskih dozvola u odnosu na 2008. godinu.

### BUDUĆI PROJEKTI

➔ Tokom 2010. godine najavljeno je da će nekoliko velikih projekata biti isporučeno na tržište Srbije u naredne tri godine. Najznačajniji budući projekti su veliki stambeni kompleksi, "West 65", neto površine 47.500 m<sup>2</sup> BPI, "Basal kompleks", neto površine 7.500 m<sup>2</sup> BPI na Novom Beogradu, vladin projekat "4. juli" neto površine 271.252 m<sup>2</sup> BPI i naselje "Golf 8" na Banovom brdu neto površine 15.172 m<sup>2</sup> BPI. Pored opštine Novi Beograd, koja tradicionalno nudi najveće mogućnosti za razvoj, značajnih projekata će biti i u drugim beogradskim opštinama.

### TRAŽNJA I PRODAJNE CENE

➔ Na osnovu istraživanja koje je sproveo Colliers, u Beogradu, u drugoj polovini 2010. godine prosečna prodajna cena stanova novogradnje beleži dalji trend pada cena u iznosu od 5% u odnosu na prvu polovinu 2010. godine, što znači ukupan pad prodajnih cena novogradnje za 15-20% i pad tražnje u odnosu na period od pre dve godine.

➔ U poslednjih 12 meseci najveći pad prodajnih cena je zabeležen u opštini Čukarica od 10%, zatim u opštinama Stari grad 8,25%, Savski venac 7,25%, Novi Beograd \*\*, Voždovac 6,75%, Vračar 6,15%, Palilula 5,55%, Zemun 5,35% i u opštini Zvezdara 3,75%. U 2010. godini,

najviše postignute prodajne cene beleže projekti na atraktivnim lokacijama u opštinama Stari grad, Savski venac, Novi Beograd i Vračar.

### CENE ZAKUPA

➔ U drugoj polovini 2010. godine nivo stambenih cena zakupa na beogradskom tržištu je ostao isti kao i u prvoj polovini 2010. godine. Najatraktivnije područje za iznajmljivanje stambenih objekata je u opštini Senjak, koju zatim slede opštine Dedinje i Stari grad. Drugu polovinu 2010. godine karakteriše znatno povećana tražnja za stanovima u beogradskoj opštini Stari grad. Takođe, zabeležen je rast tražnje na Vračaru, dok opština Novi Beograd beleži pad tražnje za stanovima.

➔ U najatraktivnijim beogradskim opštinama prosečna cena zakupa se kreće u rasponu EUR 6-12/m<sup>2</sup>. Na osnovu Colliers-ovog istraživanja podaci govore da se cene zakupa razlikuju u zavisnosti od lokacije stambenog objekta, pa tako opština Senjak, koja se smatra najviše traženom beleži cene zakupa u rasponu od EUR 9-12/m<sup>2</sup>, a prema podacima, najmanje tražena opština je Banovo brdo i beleži cene zakupa od EUR 6-8/m<sup>2</sup>.

### PROGNOZA

➔ U prvoj polovini 2011. godine, očekuje se pad prodajnih cena na kraći period, pre predviđene stabilizacije u drugoj polovini 2011. godine. Očekuje se da će izgrađeni stanovi, koje finansira Vlada Republike Srbije imati veliki uticaj na tržište objekata srednje i niže klase. Ovo bi trebalo da rezultira trendom blagog smanjenja prodajnih cena sličnih projekata, u cilju veće konkurentnosti na tržištu stambenih objekata.

➔ Trenutno, razlika u prodajnim cenama sličnih stambenih objekata, na približno istim lokacijama, i dalje postoji. Prognoza Colliers-a je nesumnjivo veća buduća transparentnost i sofisticiranost tržišta nekretnina, što će rezultirati većom korelacijom cena stambenih objekata i jedinica sa lokacijom na kojoj se nalaze, veličinom i kvalitetom gradnje.

# DEFINICIJE KLJUČNIH POKAZATELJA

## ➔ Primarna kapitalna vrednost (izvedena):

predstavlja kalkulaciju tržišne vrednosti izvedene iz količnika primarne cene zakupa i primarne neto stope kapitalizacije.

## ➔ Primarna neto stopa kapitalizacije:

predstavlja stopu kapitalizacije pri kojoj je investitor spreman da kupi zgradu klase A, na prvoklasnoj lokaciji, koja je u potpunosti u zakupu od strane prestižnih zakupaca. Uslovi zakupa treba da budu u skladu sa stanjem na tržištu.

➔ **Neto stopa kapitalizacije** = neto prihod od prvih nekoliko godina/kupovna cena (pre odbijanja poreza i naknada).

➔ **Primarna cena zakupa:** predstavlja najveću cenu zakupa koja može da se očekuje za objekat standardne veličine (u skladu sa tražnjom na tržištu u određenom periodu), klase A, na najboljim lokacijama u određenom periodu. Primarna cena zakupa treba da odražava nivo zaključenih transakcija u posmatranom periodu, ali ne mora da bude jednaka svim zaključenim transakcijama za isti prostor, posebno ako je obim zaključenih transakcija vrlo mali ili su neke od zaključenih transakcija neuobičajene. Ukoliko u posmatranom periodu ne postoje adekvatne zaključene transakcije, pomenuta primarna cena zakupa će predstavljati hipotetičku vrednost, baziranu na mišljenjima eksperata u skladu sa uslovima i stanjem na tržištu.

## ➔ Primarna neto efektivna cena zakupa:

predstavlja iznos dobijen iz razlike primarne cene zakupa i monetarnog ekvivalenta, bilo da se radi o oslobađajućem periodu od plaćanja cene zakupa ili doprinos zakupodavca, u zavisnosti koji ekvivalent ima veću novčanu vrednost i koji je raspoloživ u datom periodu.

## ➔ Prosečna primarna cena zakupa:

predstavlja prosečnu vrednost primarne cene zakupa koja može da se očekuje za objekat standardne veličine, u skladu sa tražnjom na tržištu, a zasnovano na zaključenim transakcijama objekata klase A i B na određenim lokacijama u posmatranom periodu.

## ➔ Ukupna ponuda prostora za izdavanje:

uključuje bruto površinu prostora za izdavanje svih objekata klase A i B.:

➔ **Objekti u aktivnoj izgradnji:** predstavlja ukupnu bruto površinu prostora za izdavanje u novogradnji, ili već postojećih objekata u kojima se obavlja značajno renoviranje, u posmatranom periodu.

## ➔ Objekti u izgradnji - neaktivno:

predstavlja ukupnu bruto površinu prostora za izdavanje u objektima u novogradnji ili objektima u kojima su započeta značajna renoviranja, ali su pomenute aktivnosti stopirane na period od tri meseca i duže.

## ➔ Prazan prostor za izdavanje:

predstavlja ukupnu bruto površinu u već postojećim objektima koji zadovoljavaju kriterijume definicije "ukupne ponude prostora za izdavanje", koji je fizički prazan i aktivan na tržištu u posmatranom periodu.

## ➔ Prazan prostor za izdavanje:

predstavlja ukupnu bruto površinu u već postojećim objektima koji zadovoljavaju kriterijume definicije "ukupne ponude prostora za izdavanje", koji je fizički prazan i aktivan na tržištu u posmatranom periodu.

