



Торговая недвижимость Воронежа. Итоги I полугодия 2017 года

Москалёв А. И.,

президент Союза Оценщиков и Экспертов Черноземья,
региональный представитель Ассоциации «СРОО «Экспертный совет»
по Воронежской области,
генеральный директор ООО «Аналитическая Консалтинговая Группа
«ИнвестОценка», MBA, CCIM,
сертифицированный РГР аналитик-консультант рынка недвижимости

«Под занавес» 2016 г. и в I полугодии 2017 г. в Воронеже состоялось открытие двух качественных торговых объектов: 3-й очереди МФК «Галерея Чижова» (61,7 тыс. кв.м GLA) и реконструированного ЦУМа (16 тыс. кв.м GLA).

В результате, на конец I полугодия 2017 г. совокупный объем предложения площадей в форматных торговых центрах города составил 926 тыс. кв.м (GBA) и Воронеж вышел на 6-е место в рейтинге городов-миллионников России по показателю обеспеченности населения качественными торговыми площадями с показателем 470 кв.м на 1000 жителей.

Предложение качественных торговых площадей Воронежа формируют 19 профессиональных торговых центров общей арендопригодной торговой площадью 477 тыс. кв.м (GLA). Из них более 70% торговых площадей (GLA – 347 тыс. кв.м) в форматных торговых центрах города приходится на ТОП-5

знаковых объектов: ТРЦ «Сити-парк «Град», МФК «Галерея Чижова», ТРЦ «Максимир», ТРК «Арена» и ТРЦ «Московский Проспект» (табл. 1, рис. 2).

По оценкам аналитиков «АКГ «ИнвестОценка», рынок Воронежа исчерпал потенциал для дальнейшего наращивания форматных торговых центров. Рынок находится в руках наиболее успешных девелоперов и его в целом можно охарактеризовать как насыщенный.

В результате, к вводу до конца 2018 года анонсированы лишь два крупных торговых объекта – ТРЦ «Майский» в Советском районе девелопера ГК «Мегион» (63,3 тыс. кв.м GBA / 37,7 тыс. кв.м GLA) и ТЦ «Европа» у Чернавского моста (со стороны левого берега) девелопера ГК «Промресурс» (23 тыс. кв.м GBA / 16 тыс. кв.м GLA). Также до конца 2017 г. ожидается ввод второго в регионе гипермаркета для строительства и ремонта Leroy Merlin. Объект появится в ближайшем

Рисунок 1

Рейтинг городов-миллионников России по показателю обеспеченности населения качественными торговыми площадями, кв.м на 1000 жителей

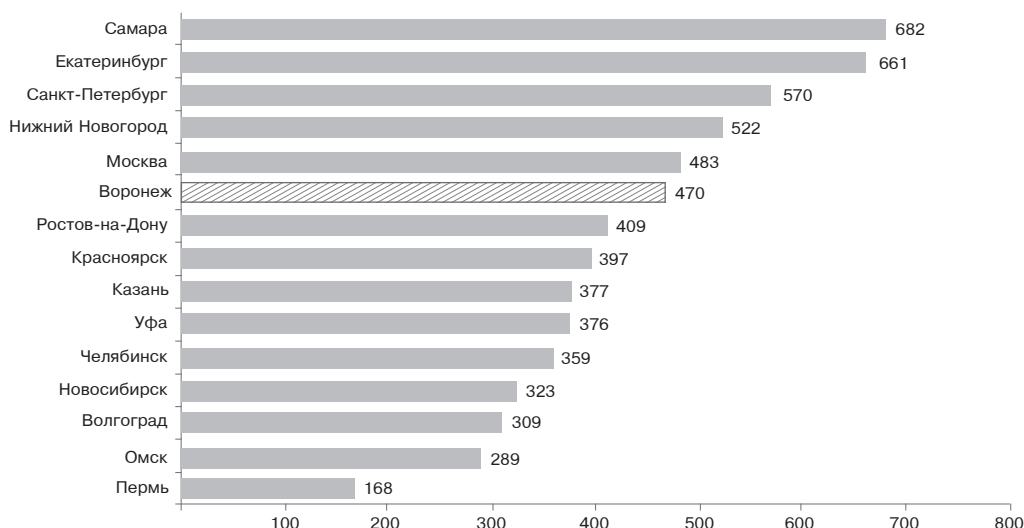


Таблица 1

Знаковые объекты торговой недвижимости г. Воронежа				
Наименование объекта	Торговая площадь (GLA), кв.м	Район, адрес	Год ввода в эксплуатацию	Девелопер
ТРЦ «Московский Проспект»	40 500	Коминтерновский, Московский пр-т, 129/1	2007	ГК Хамина
ТРК «Арена»	45 800	Коминтерновский, бульвар Победы, 236	2010	ООО «Талай»
ТРЦ «Сити-парк «Град»	98 800	Воронежская обл., Рамонский р-н, пос. Солнечный, ул. Парковая, 3	2010	ГК Хамина
ТРЦ «Максимиr»	62 417	Железнодорожный, Ленинский пр-т, 174	2010	ГК «Мегион»
МФК «Галерея Чижова»	99 120	Ленинский, ул. Кольцовская, 35	2009 (1-я оч.) 2010 (2-я оч.) 2016 (3-я оч.)	Ассоциация «Галерея Чижова»

пригороде города, в Новоусманском районе Воронежской области, недалеко от трассы М-4 «Дон».

Не прекращает попыток выйти на воронежский рынок IKEA. Еще в 2009 г. под строительство были выкуплены земельные участки общей площадью 101 га вблизи с. Александровка Новоусманского района Воронежской области. Ранее, по планам инвестора, первая очередь проекта, в которую войдет мебельный гипермаркет IKEA площадью 44 тыс. кв.м, должна была быть запущена к августу 2017 г., а завершение строительства всего ТЦ «Мега» анонсировалось к ноябрю 2023 г. Весной этого года стало известно, что начало строительства магазина откладывается на 2018 г. В настоящее время девелоперская ак-

тивность IKEA в регионе сведена на нет. Компания продолжает судиться с региональными властями по пересмотру кадастровой стоимости своих земельных участков.

«Корпорация «ГРИНН» бизнесмена Николая Грешилова, известный по ЦФО оператор сети продовольственных гипермаркетов «Линия» и мегакомплексов «МегаГРИНН», из-за судебных разбирательств с участками под застройку, похоже, навсегда оставила планы построить на намывной территории Воронежского водохранилища, между Чернавским и Вогрэсовским мостами, многофункциональный развлекательный комплекс «МегаГРИНН» ранее заявленной площадью 230 тыс. кв.м.

Кроме того, из-за отсутствия разрешения на строительство и соответствующих согла-

Рисунок 2

Динамика совокупного предложения и нового строительства форматных торговых объектов в Воронеже, GLA кв.м

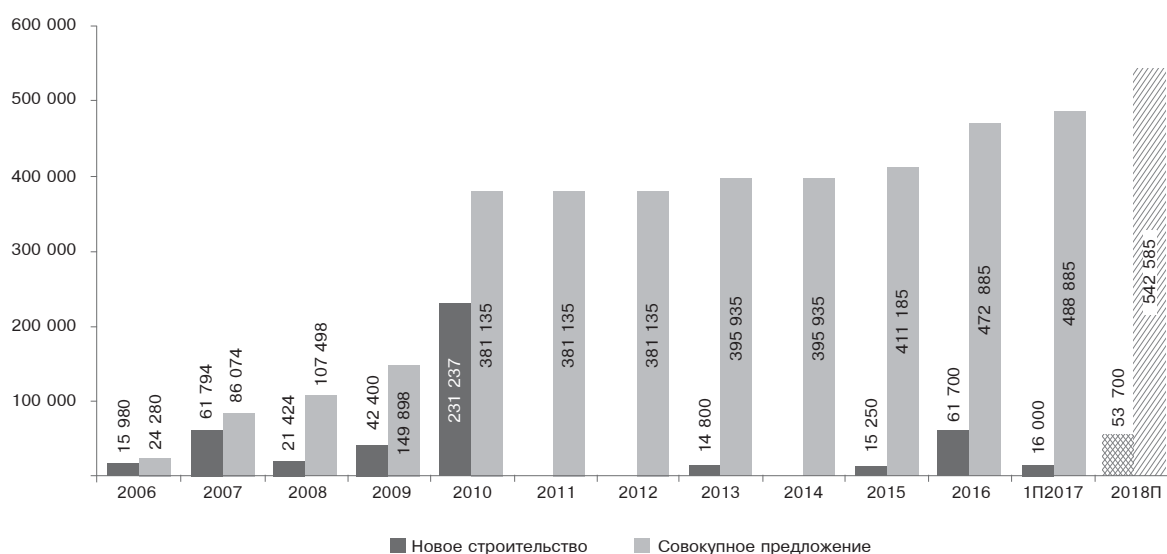


Рисунок 3

Структура действующих торговых объектов Воронежа по масштабу (объему торговых площадей)¹, GLA, %

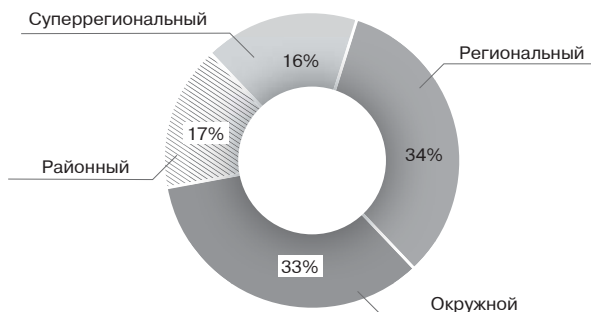


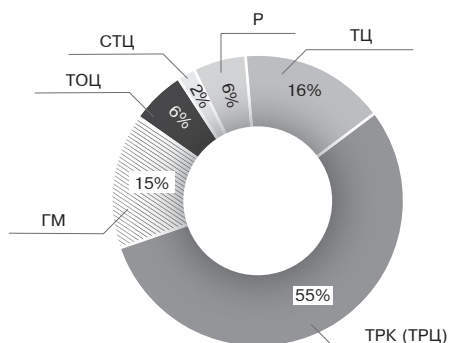
Рисунок 4

Распределение предложения торговых площадей в торговых центрах Воронежа по районам², GLA, %



Рисунок 5

Распределение предложения торговых площадей в торговых центрах Воронежа по форматам³, GLA, %



¹ С учетом площадей ТРЦ «Сити-парк «Град».

² Без учета площадей ТРЦ «Сити-парк «Град».

³ С учетом площадей ТРЦ «Сити-парк «Град».

сований с ПАО «ВАСО» по взлетной полосе аэродрома, непосредственно примыкающей к застраиваемому земельному участку, прокуратурой Воронежа приостановлено строительство третьего в городе продуктового гипермаркета «Линия» на перекрестке ул. Ленинградская и ул. Брусилова. Новую «Линию» за 680 млн руб. площадью 18 тыс. кв.м и парковкой на 400 машин «Корпорация «ГРИНН» анонсировала еще в 2015 г. В начале 2016 г. были начаты работы по возведению фундамента, а сам объект должен был быть введен в эксплуатацию к концу 2016 г., но был объявлен незаконным самостроем.

По прогнозам аналитиков «АКГ «Инвест-Оценка», дальнейшее развитие рынка торговой недвижимости Воронежа должно идти в направлении реконцепции и реновации устаревших и неэффективных торговых объектов, а также строительства небольших торговых центров шаговой доступности, в первую очередь внутри периферийных жилых микрорайонов города.

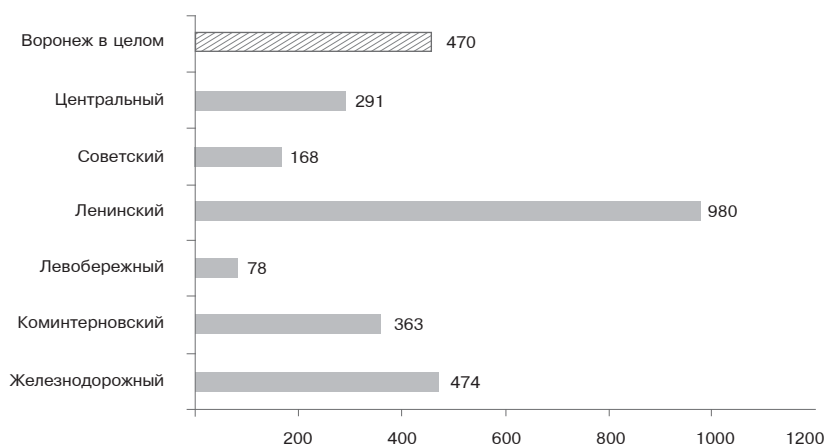
Структура предложения остается неизменной, по масштабу (объему торговых площадей) среди существующих на сегодняшний момент торговых объектов Воронежа преобладают региональные (34%) и окружные (33%) торговые центры. В регионе действует один торговый объект масштаба «суперрегиональный» – ТРЦ «Сити-парк «Град», относящийся к воронежской агломерации.

Коминтерновский (29%) и Ленинский (35%) районы остаются лидерами с точки зрения предложения качественной торговой недвижимости. Наименее обеспеченные качественными торговыми площадями остаются Центральный, Советский и Левобережный районы (по 8% и 4% соответственно).

Формат торгово-развлекательных центров/комплексов занимает наиболее существенную долю предложения (71%). Среди прочих форматов можно выделить «типовые» торговые центры с продуктовым «якорем» (ТЦ), торгово-офисные центры (ТОЦ), специализированные (СТЦ), гипермаркеты (ГМ) и рынки (Р).

Наблюдается неравномерность предложения и низкая обеспеченность ряда административных районов города качественными торговыми площадями. Относительно высо-

Распределение обеспеченности качественными торговыми площадями районов Воронежа⁴, кв.м на 1000 жителей



кая обеспеченность качественными торговыми площадями Ленинского района (980 кв.м на 1000 жителей) объясняется нахождением здесь крупнейшего торгового объекта города – МФК «Галерея Чижова» (99 120 кв.м GLA) при относительно низкой численности населения района.

Спрос на торговые помещения в целом по Воронежу остается на достаточно низком уровне. На фоне неблагоприятной внутриэкономической ситуации и невысоких показателей оборота розничной торговли, торговые операторы продолжают действовать осторожно, тщательно выбирая локацию при открытии нового магазина. На рынке наблюдается четкая дифференциация торговых объектов по критериям успешности и востребованности среди арендаторов. Основной спрос на торговые площади по-прежнему формируют крупные продуктовые сети и операторы одежды и обуви.

В течение I полугодия 2017 г. основную долю спроса на торговые площади традиционно формировали ритейлеры продуктов питания, товаров для дома, одежды и обуви, бытовой техники и электроники, мобильной связи. Удобство месторасположения, высокая плотность населения в зоне охвата, отличная транспортная доступность остаются ключевыми параметрами выбора торговых помещений в торговых центрах. Это вполне логично при

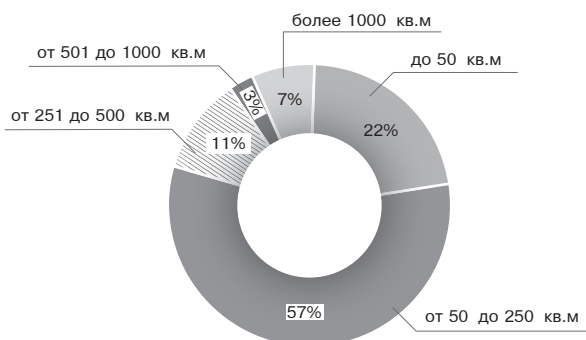
желании торговых сетей снизить риски и затраты при открытии своих магазинов.

Наиболее привлекательными для аренды являются помещения торговых галерей площадью от 50 до 250 кв.м и якорные площади от 1000 кв.м в успешных и популярных торговых центрах города.

В результате значительного, по сравнению с прошлыми периодами, темпа прироста новых торговых площадей на фоне невысокого спроса, по итогам I полугодия 2017 г. доля вакантных площадей в форматных торговых центрах Воронежа выросла, достигнув

Рисунок 7

Распределение спроса на торговые площади в форматных торговых центрах Воронежа в I полугодии 2017 г.



⁴ Обеспеченность населения качественными торговыми площадями по г. Воронежу в целом рассчитывалась с учетом площадей ТРЦ «Сити-парк «Град».

Таблица 2

**Коммерческие условия в форматных торговых центрах
в зависимости от типа (профиля) арендатора в I полугодии 2017 г.**

Тип (профиль) арендатора	Якорный	Торговая галерея	Развлекательная зона и фуд-корт
Специализация	Гипермаркеты и супермаркеты продуктов питания, DIY, бытовой техники и электроники, одежды и обуви, спортивных товаров, товаров для детей	Магазины одежды и обуви, мобильных телефонов и аксессуаров, подарков, красоты и здоровья	Кинотеатры, аттракционы, боулинг, бильярд, фитнес-центр, фуд-корт
Диапазон средних арендных ставок, руб./кв.м/мес.	200–700	500–2300	150–450

в среднем по рынку 15–20%. При этом в наиболее успешных торговых объектах города заполняемость не опускается ниже 90%.

Недавно открытые торговые объекты постепенно набирают своих арендаторов, но уровень заполняемости в них пока еще не выше 70%. Низколиквидные и неконцептуальные торговые объекты продолжают испытывать проблемы. Учитывая растущие потребности арендаторов на фоне дальнейшего повышения классности рынка торговой недвижимости города, такие объекты в ближайшем будущем должны быть подвергнуты реконцепции и/или редевелопменту.

Основными ценообразующими факторами арендной ставки остаются: тип и профиль арендатора, успешность объекта, местоположение и удобство расположения торгового помещения в торговой галерее по отношению к основным покупательским потокам, арендуемая площадь и техническое состояние.

Большинство договоров аренды по-прежнему заключаются на индивидуальных условиях после порой долговременных переговоров. На рынке чаще используется система оплаты фиксированными арендными платежами. При этом в ряде случаев в ставку аренды включаются НДС и эксплуатационные расходы. В практике работы с ритейлерами –

комбинация базовой ставки аренды и процента от товарооборота.

Рынок четко дифференцировал торговые объекты города на успешные, востребованные среди арендаторов, менее успешные и проблемные, в которых арендные ставки могут быть на 30–40% ниже среднерыночных (табл. 2).

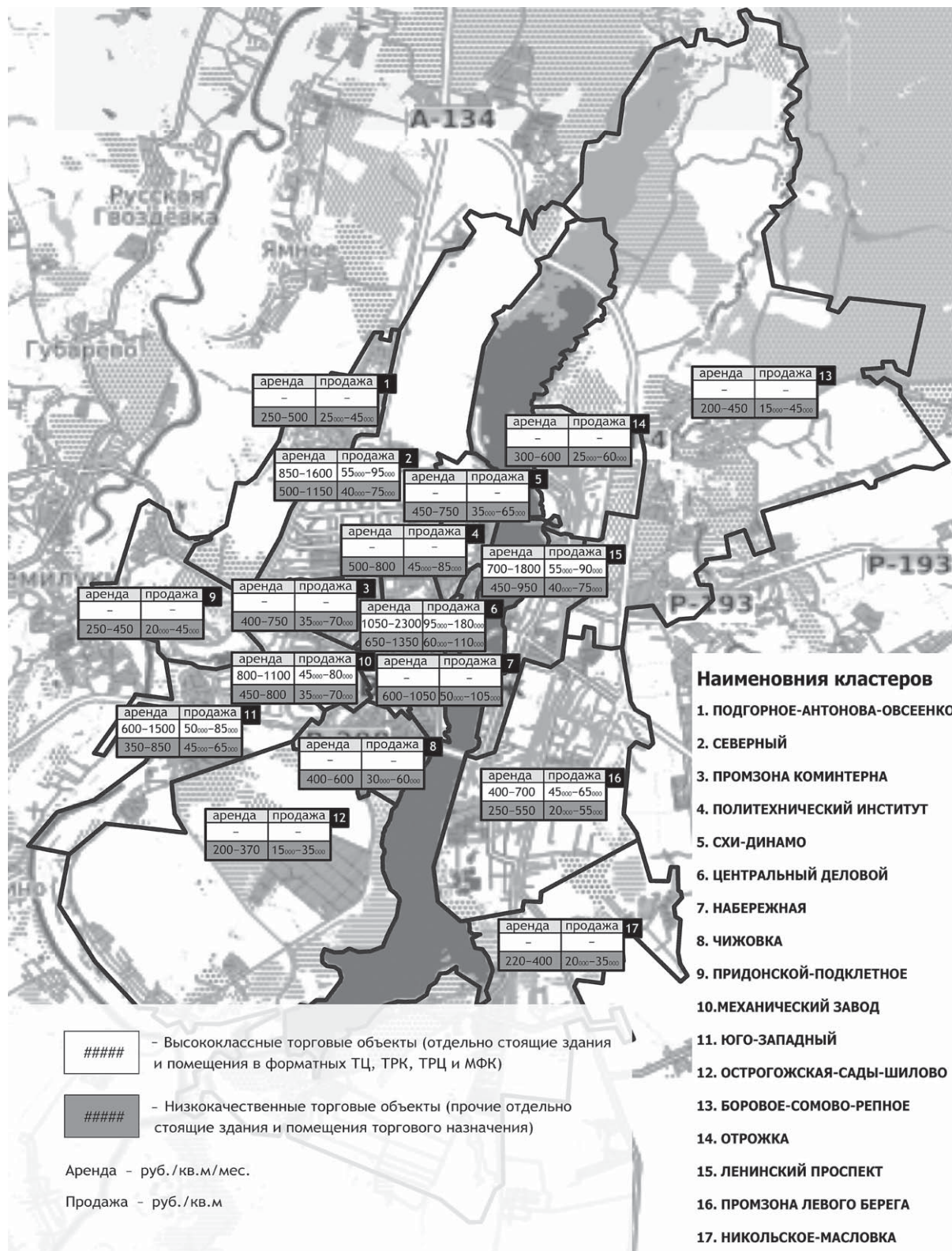
На конец I полугодия 2017 г. средневзвешенная **арендная ставка** на помещения в торговых объектах города составила 878 руб./кв.м/мес., средневзвешенная цена продажи – 86 512 руб./кв.м. Средневзвешенная **ставка капитализации** для торговых объектов Воронежа составила на конец I полугодия 2017 г. 12,18%.

В целом рынок недвижимости Воронежа достаточно насыщен качественными торговыми объектами, несмотря на неравномерность их предложения по районам города.

Сложившийся на рынке уровень вакантных площадей, а также невысокие темпы заполняемости помещений в недавно открытых торговых центрах на фоне текущих показателей оборота розничной торговли и невысокого спроса, не сулят в ближайшей перспективе каких-либо предпосылок для роста арендных ставок на качественные торговые помещения Воронежа. «Слабые» объекты вынуждены бороться за арендатора путем предложения относительно низких ставок аренды.

**Рынок четко дифференцировал торговые объекты города
на успешные, востребованные среди арендаторов,
менее успешные и проблемные, в которых арендные ставки
могут быть на 30–40% ниже среднерыночных**

Картограмма распределения диапазонов средневзвешенных ставок аренды и удельных цен продажи торговой недвижимости в рамках кластерного деления г. Воронежа⁵, на конец I полугодия 2017 г.



⁵ Подробнее о кластеризации и ценовом зонировании города Воронежа читайте на страницах RWAY № 268, июль 2017 г.

Рынок встроенно-пристроенных коммерческих площадей (street retail) Воронежа. Итоги I полугодия 2017 года

Предложение объектов street retail Воронежа традиционно формируют встроенно-пристроенные помещения коммерческого назначения, расположенные, как правило, на первых этажах жилых домов и общественных зданий первой линии основных проходных и проездных улиц, имеющие отдельный вход, хорошую обзорность и собственные витрины.

Большинство помещений формата street retail имеют возможность для организации как офисов продаж, так и магазинов, их деление на торговые и офисные имеет достаточно условный характер. Поэтому встроенно-пристроенные помещения хоть изначально и проектируются с учетом их функционального использования, зачастую предлагаются на рынке как коммерческие площади свободного назначения. Точный количественный подсчет совокупного объема предложения **встроенно-пристроенных коммерческих помещений** в Воронеже из-за их многочисленности и многообразия затруднителен и не входит в задачи настоящего исследования.

Инвестиционная привлекательность сегмента стрит-ритейл объясняется хорошей доходностью (в районе 12–14% годовых) и окупаемостью вложений (порядка 7–8 лет), сравнительно высокой ликвидностью и невысокими рисками относительно других сегментов коммерческой недвижимости. Такой формат коммерческих площадей хорошо подходит для представителей малого бизнеса.

Несмотря на появление в Воронеже большого количества профессиональных торговых центров, сегмент street retail по-прежнему можно считать перспективным. Многие операторы розничной торговли, особенно товаров класса «люкс» и сотовой связи, офисы продаж финансовых и риэлторских компаний, по-прежнему предпочитают размещаться на основных торговых коридорах и магистралях города. Ведь возможность более точного прогнозирования человека-потока и товарооборота, относительная «вечность» и большая ликвидность остаются основными преимуществами помещений формата street retail.

Формирование рынка встроенно-пристроенных помещений в Воронеже традиционно происходит в двух направлениях: это

перевод жилых площадей в нежилые и строительство новых жилых многоэтажных домов. И если первое направление себя практически исчерпало, то за вторым – большие перспективы, на фоне продолжающегося наращивания объемов строительства жилья.

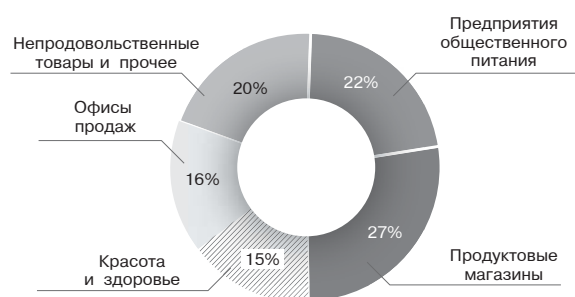
Это подтверждается сложившейся за последние годы тенденцией смещения интереса операторов рынка стрит-ритейла к объектам комплексной жилой застройки с общей инфраструктурой в новых жилых микрорайонах города, причем как центре города, так и на городских окраинах. По мнению аналитиков «АКГ «ИнвестОценка», именно эта ниша будет наиболее востребованной среди продуктовых операторов, предприятий бытовых услуг, аптек, зоомагазинов и т.д. Ведь покупая квартиру, потребитель желает получить комфортную среду для проживания в шаговой доступности.

При этом практика показывает, что не всегда застройщики способны предоставить потенциальным арендаторам формата стрит-ритейл адекватные их запросам площади. В частности, нарезка площадей первых этажей строящихся жилых комплексов зачастую просто непригодна для размещения представителей ряда сегментов, например, продуктовых сетей. Это не говоря уже о текущих трудностях организации подобного бизнеса – достаточность электроснабжения, организация парковки, возможность размещения рекламной вывески на фасаде и пр. (рис. 1).

Основную долю спроса на помещения формата street retail в Воронеже традиционно

Рисунок 1

Распределение спроса на помещения формата street retail по профилю арендаторов по итогам I полугодия 2017 г.



но формируют операторы сегментов общепита (кафе и рестораны) и продуктовых магазинов, а также торговли непродовольственными товарами (одежда, обувь, электроника, часы и ювелирные изделия, операторы мобильной связи и пр.). Доля сегмента «офисы продаж» (банки, страховые и брокерские компании, турагентства и агентства недвижимости) в структуре спроса, резко снизившись на фоне неблагоприятной внешнеполитической и внутриэкономической ситуации, до сих пор не вышла на докризисный уровень.

В целом спрос на помещения street retail пока не адаптировался к сложившимся экономическим условиям. А представители финансового сектора, традиционно занимающие значительные площади на первых линиях основных торговых коридоров и магистралей города, по-прежнему вносят наибольший «вклад» в показатель вакантных помещений стрит-ритейла.

В Воронеже практически невозможно купить помещение малой площади в торговом центре, поэтому наиболее востребованными являются помещения street retail площадью до 300 кв.м. (рис. 2).

Спрос арендаторов стрит-ритейла в разных его сегментах имеет различную «географию». Операторы сегментов общепита, «одежда и обувь» и «часы и ювелирные изделия» интересуются преимущественно основными торговыми коридорами города внутри кластера «Центральный деловой район» (Подробнее о кластеризации и ценовом зонировании города Воронежа читайте на страницах RWAY № 268, июль 2017 г.). В последнее время на фоне «бума» жилого многоэтажно-

го строительства отмечается рост интереса операторов продуктовых сетей и магазинов, а также предприятий бытового обслуживания, аптек и пр. к помещениям стрит-ритейла в новых микрорайонах города, в том числе на значительном удалении от центра.

Среди требований, предъявляемых к помещениям формата street retail со стороны ритейлеров, ключевую роль по-прежнему играет местоположение на первой линии домов основных проходных и проездных улиц, соотношение общей и торговой площади, наличие витрин и прилегающей территории для парковки. Состояние помещения и объем вложений в ремонт также влияют на принятие решения об аренде/покупке.

Основным фактором, определяющим динамику ставок аренды и цен продажи, является спрос, который, резко сократившись в результате снижения деловой активности на фоне неблагоприятной внутриэкономической ситуации, находится на достаточно низком уровне.

Серьезную конкуренцию объектам street retail составляют качественные помещения в торговых центрах, доступность площадей в которых за последнее время увеличилась. Как результат, рост доли вакантных площадей и корректировка вниз запрашиваемых ставок аренды и цен продажи помещений формата street retail.

В сложившихся условиях собственники и арендодатели стали более гибкими в переговорах с потенциальными покупателями и арендаторами как в отношении коммерческих условий, так и прочих условий сделки (срок аренды, предоставление арендных каникул или даже компенсация ремонта арендодателем и пр.). На сегодняшний день в процессе переговоров коммерческие условия предоставления помещений street retail в аренду/продажу могут быть снижены до 15–20% от заявленного арендодателем/продавцом уровня.

Наиболее высокие арендные ставки традиционно запрашиваются на объекты стрит-ритейла вдоль основных торговых коридоров Воронежа, в первую очередь: проспект Революции, ул. Плехановская, ул. Кольцовская, ул. Кирова, ул. Пушкинская, Московский проспект, Ленинский проспект (рис. 3).

На конец I полугодия 2017 г. средневзвешенная арендная ставка на помещения фор-

Рисунок 2

Распределение спроса на помещения формата street retail по размеру помещений по итогам I полугодия 2017 г.

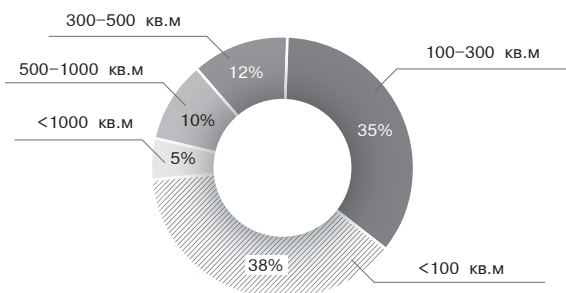
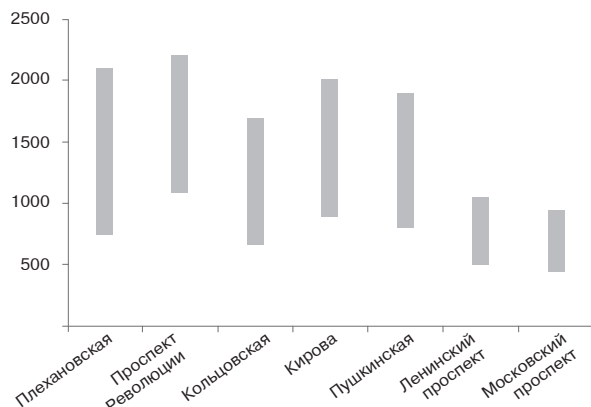


Рисунок 3

Диапазоны средних арендных ставок на помещения street retail в основных торговых коридорах Воронежа по состоянию на конец I полугодия 2017 г., руб./кв.м/мес.



мата стрит-ритейл города составила, по результатам проведенного аналитиками «АКГ «ИнвестОценка» мониторинга текущих предложений объектов street retail Воронежа¹, 756 руб./кв.м в мес. Средневзвешенная цена продажи помещений формата стрит-ритейла города составила на конец I полугодия 2017 г. 78 809 руб./кв.м. В результате, средневзвешенная **ставка капитализации** для объектов street retail Воронежа составила на конец I полугодия 2017 г. 11,52%.

Количество сделок купли-продажи в сегменте street retail в Воронеже остается достаточно низким, поскольку большинство помещений, предлагаемых на продажу, экспонируются со сроками окупаемости от 10 лет, а потенциальные инвесторы не готовы покупать помещения с окупаемостью более 7–8 лет. В результате собственники, как

Рисунок 4

Распределение средневзвешенных ставок аренды помещений street retail по районам Воронежа по состоянию на конец I полугодия 2017 г., руб./кв.м/мес.

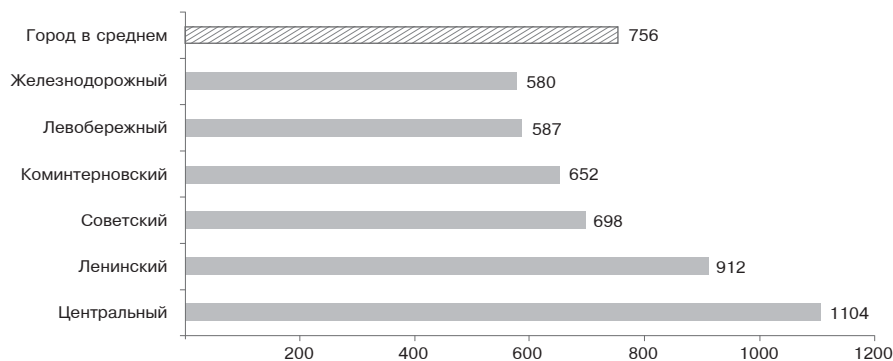
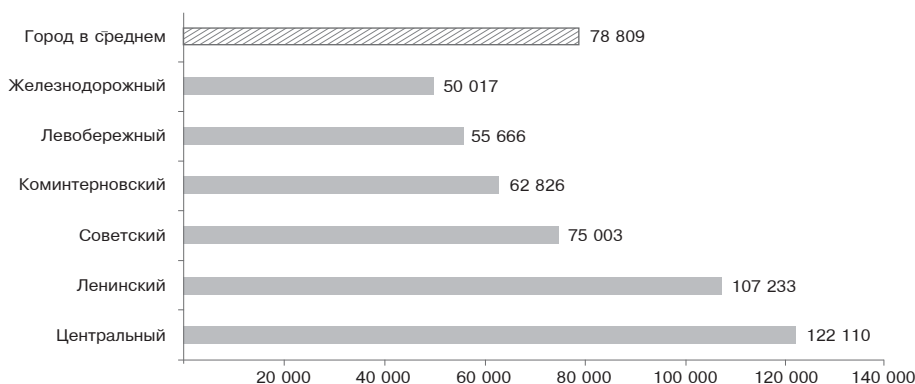


Рисунок 5

Распределение средневзвешенных цен продажи помещений street retail по районам Воронежа по состоянию на конец I полугодия 2017 г., руб./кв.м



¹ Анализ проводился с применением статистических методов обработки информации на основании мониторинга источников, посвященных рынку коммерческой недвижимости города Воронежа (электронные базы недвижимости, печатные СМИ, базы данных риэлтерских агентств, собственная база данных ООО «АКГ «ИнвестОценка»). В целях анализа средневзвешенная арендная ставка рассчитывалась как отношение суммарной ежемесячной арендной платы по всем объектам к общей площади этих объектов; средневзвешенная цена продажи рассчитывалась как отношение суммарной стоимости объектов к их общей площади.

правило, редко продают такие помещения и продолжают сдавать их в аренду.

Встречаются и такие случаи, когда продавцы, несмотря на осязаемое снижение оборота розничной торговли и закрытие в районе торговых точек, продолжают разглагольствовать о «выгодных инвестициях» в коммерческую недвижимость формата стрит-ритейл и удерживать цену, несмотря на отсутствие сделок уже длительное время. Но это скорее исключение из правил. Большинство собственников все же стремятся реализовать площади путем предоставления скидок (порой существенных).

Средний срок экспозиции качественных помещений формата street retail Воронежа в I полугодии 2017 г. достиг 6–8 месяцев. При этом на рынке есть ряд предложений объектов, которые экспонируются уже больше года, что связано либо с завышенными ожиданиями собственников и арендодателей, либо с качеством самих объектов (неудачным местоположением, состоянием). По данным аналитиков «АКГ «ИнвестОценка», по итогам I полугодия 2017 г. в среднем по рынку остается пустовать до 20–25% арендопригодных площадей формата стрит-ритейл. При этом на первичном рынке в готовых и строящихся жилых домах, относящихся к комплексной жилой застройке, доля свободных площадей может составлять до половины арендопригодной площади.

Что касается начальных инвестиций в открытие магазина формата стрит ритейл, то затраты на приведение помещения в рабочее состояние здесь в среднем выше, чем в торговом центре, где арендатору приходится вкладывать средства в основном только в тделку.

Для помещения street retail исходное состояние может быть как готовым к въезду (с минимальной отделкой), так и требующим порой

не только косметического, но и капитального ремонта. Обычно эти затраты в той или иной степени компенсируются арендатору собственником, однако необходимость выполнения этих работ приводит к простою помещения и отсрочке открытия магазина, и, соответственно, росту срока его окупаемости.

Арендаторы, со своей стороны, стремятся закрепить инвестиции путем заключения долгосрочного договора (на пять лет и более), иначе, инвестировав в открытие магазина, ритейлер окажется в слабой переговорной позиции в случае повышения собственником арендной ставки.

По прогнозам аналитиков «АКГ «ИнвестОценка», лишь реально осязаемое рынком наращивание оборота розничной торговли и деловой активности в Воронеже могут способствовать активизации спроса на помещения формата street retail. Хорошим подспорьем для прогнозируемого в будущем дефицита предложения может стать ожидаемое снижение показателей ввода встроенно-пристроенных помещений в рамках проектов комплексной жилой застройки на фоне сложившейся экономической ситуации. Да и на качественные объекты street retail с отличной локацией и трафиком в ряде случаев может возникнуть дефицит. Но в целом, в ближайшей перспективе каких-либо значимых предпосылок для снижения уровня вакантности и положительной динамики рынка встроенно-пристроенных помещений коммерческого назначения Воронежа пока наблюдать не приходится, а рост фактических ставок аренды по таким объектам до конца года вряд ли возможен. Тем не менее, мы надеемся, что рынок коммерческой недвижимости формата стрит-ритейл найдет в себе внутренние силы и вместе с мобилизацией малого бизнеса в городе возьмет уверенный курс на развитие.

Сообщение об ошибках, допущенных в прошлом номере Бюллетеня RWAY (№268):

1. На стр. 60: в третьем абзаце сверху правой колонки допущена ошибка в указании периода.
Правильно: «Всего за 2016 г. было совершено...».
2. На стр. 121: втором абзаце сверху (пункт 3.) левой колонки допущена ошибка в номере Федерального закона.
Правильно: «Экзамен в рамках 238-ФЗ “О независимой оценке квалификации”».
3. На стр.127: на карте “Картограмма кластерного деления территории города Воронежа с визуализацией границ кластеров и диапазонами коэффициентов их ценности” допущена техническая ошибка относительно включения кластеров в границы районов. Кластер «15. Ленинский проспект» входит сразу в два района города: Левобережный и Железнодорожный. Кластер «7. Набережная» также относится к двум районам города: Центральному и Ленинскому.