

Трансформация спроса на рынке коммерческой недвижимости

Научный руководитель – Казаков Сергей Петрович

Каткова Яна Игоревна

Аспирант

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Высшая школа бизнеса, Москва, Россия

E-mail: yanakatkova@mail.ru

Рынок коммерческой недвижимости тесно связан с реальным сектором экономики. С увеличением спроса на потребительские товары, их производство и предложение возрастают. Это требует дополнительных производственных, складских и торговых площадей. И наоборот, с падением потребительского спроса, производство товаров и спрос на дополнительные площади сокращаются. Также рынок коммерческой недвижимости связан с финансовым сектором, поскольку недвижимость рассматривается компаниями как долгосрочная и низко рискованная инвестиция.

Рынок коммерческой недвижимости предоставляет полную информацию о предложении недвижимости (измеряется по рекламным объявлениям), точке равновесия (измеряется по зарегистрированным сделкам), но отсутствует информация о спросе потенциальных покупателей и арендаторов [3], потому что эти субъекты до сделки нигде не зарегистрированы, а цикл принятия решения и покупки долгий. В исследованиях коммерческой недвижимости спрос измеряется косвенными методами. Исследователи используют данные об объеме поиска [5], просмотры рекламных объявлений, индикаторы настроений на основе бизнес-опросов или общие опережающие экономические индикаторы [7]. Однако данные поиска и просмотры рекламы искажены из-за активности конкурентов. Опросы могут быть не репрезентативными. Макроэкономические опережающие индикаторы слишком косвенные, и публикация и оценка этих данных может занять слишком много времени. Поэтому необходимо искать новые данные о спросе на коммерческую недвижимость. Из-за существующей на рынке информационной асимметрии такая информация необходима всем участникам рынка. Застройщики нуждаются в ней для строительства и дальнейшего предложения недвижимости, инвесторы - для инвестиций в наиболее привлекательную недвижимость, а арендаторы - для понимания и использования своих переговорных сил на рынке.

Некоторые исследования сосредоточены на качественной оценке предпочтений потенциальных покупателей и арендаторов. Исследователи доказали, что потенциальные арендаторы обращают внимание на стоимость, расположение и характеристики здания [4], а потенциальные покупатели - на цену, расположение и площадь недвижимости [2].

Поскольку потребительские рынки значительно трансформировались в период COVID-19, возникла гипотеза о значительных изменениях и на рынке недвижимости. Данная гипотеза была проверена в исследовании на примере Московского региона. Кроме того, в работе представлены результаты и рекомендации для будущих исследований и практического применения для заинтересованных сторон.

Для целей исследования была собрана база данных из более чем 1000 заявок на покупку и аренду коммерческой недвижимости. Часть из заявок была подана с августа 2018 г. по

март 2019 г. (до COVID-19), другая часть - с августа 2020 г. по март 2021 г. (после отмены в Москве и Московской области ограничений, связанных с COVID-19). Все заявки содержат информацию о желаемом расположении помещения, его типе, площади и цене, а также дополнительные требования.

Все исходные данные были проанализированы на предмет достоверности и надежности, неполные и неверные наблюдения были исключены, а затем сравнивались предпочтения потенциальных арендаторов и покупателей недвижимости до и после COVID-19.

В исследовании был качественно проанализирован спрос на рынке коммерческой недвижимости до и после COVID-19. Этот спрос существенно изменился: выросли желаемые площади и цены, полностью изменились предпочтения арендаторов. Выдвинутая гипотеза была подтверждена, цифровая трансформация, произошедшая в 2020 году, полностью изменила и рынок недвижимости.

Полученные результаты соответствуют предшествующим исследованиям, посвященным анализу спроса и предпочтений на рынке коммерческой недвижимости [4, 2], и подтверждают тот факт, что рынок коммерческой недвижимости подвержен влиянию множества экзогенных факторов, лишь часть из которых представлена в работе.

Найденные показатели чрезвычайно важны для владельцев, потому что они могут помочь им достичь лучших финансовых результатов за счет увеличения ставок или сокращения времени простоя. Если заранее знать потребности клиентов, это помогает их соответствующим образом удовлетворить, а удовлетворенность клиентов влияет на их готовность платить и финансовую отдачу от собственности [6].

Результаты могут помочь застройщикам в поиске новых локаций и планировочных решениях коммерческой недвижимости, помочь инвесторам выбрать наиболее привлекательную недвижимость и помочь потенциальным арендаторам и покупателям в анализе текущей рыночной ситуации. Предоставленная информация может помочь избежать существующей информационной асимметрии на рынке [1].

Источники и литература

- 1) Гусев М.Ю. Некоторые аспекты формирования инвестиционного портфеля недвижимости. // Журнал «Сибирская Финансовая Школа». 2006. №4. С. 14-21.
- 2) Каткова Я.И. Анализ спроса на рынке коммерческой недвижимости Московского региона. // Экономическая наука современной России. 2020. №2. С. 95-101. DOI: 10.33293/1609-1442-2020-2(89)-95-101
- 3) Рубинштейн Е.Д., Кривец В.В., Осипенко Н.С. Особенности анализа рынка недвижимости. // Актуальные вопросы экономических наук. 2015. №46. С. 89-93.
- 4) Adnan, Y.M., Daud, M.N., Mohamed Razali, M.N. 2015. A multi-criteria framework for office tenants' preferences at office buildings. // International Journal of Strategic Property Management. 19 (3). 271-282. DOI: 10.3846/1648715X.2015.1052586
- 5) Dietzel, M.A., Braun, N., Schäfers, W. 2014. Sentiment-based commercial real estate forecasting with Google search volume data. // Journal of Property Investment & Finance. 32 (6). 540-569. DOI: 10.1108/JPIF-01-2014-0004

- 6) Sanderson, D.C., Devaney, S. 2017. Occupier satisfaction and its impact on investment returns from UK commercial real estate. // Journal of Property Investment & Finance. 35 (2). 135-159. DOI: 10.1108/JPIF-10-2016-0077
- 7) Tsolacos, S. 2012. The role of sentiment indicators for real estate market forecasting. // Journal of European Real Estate Research. 5 (2). 109-120. DOI: 10.1108/17539261211250690