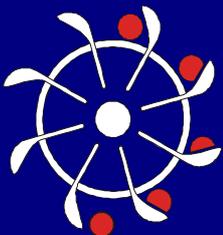


# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ МОСКОВСКОГО РЫНКА ОФИСНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

## ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:  
март 2006 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

---

**ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО - ВЕРСИИ**

<b>Аннотация .....</b>	<b>3</b>
Цель исследования.....	3
Описание исследования.....	3
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>5</b>
<b>Список диграмм .....</b>	<b>7</b>
<b>Список таблиц .....</b>	<b>9</b>
<b>Выдержки из исследования.....</b>	<b>10</b>
Уровень вакантных площадей .....	10
Основные игроки рынка.....	12
Профиль Компании Colliers Int.....	13
Управление недвижимостью.....	15
Торгово-офисные центры.....	17

## АННОТАЦИЯ

### Цель исследования

Описать состояние московского рынка офисной недвижимости.

### ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данный отчет будет представлять интерес для существующих и потенциальных игроков рынка:

- Компаний-арендодателей офисной недвижимости
- Девелоперов на рынке
- Риэлторских фирм
- Рекламных и информационных агентств
- Фирм – инвесторов на рынке
- Консалтинговых и маркетинговых агентств

### Метод проведения исследования:

Кабинетное исследование. Сбор вторичной информации.

**Методы сбора информации:** поиск по открытым источникам: общие аналитические издания, отраслевые аналитические издания, открытые исследования (других маркетинговых компаний и организаций), интернет-сайты основных игроков рынка и другие электронные источники информации, статистические организации (Росстат, отраслевые статистические органы).

Исследование включает в себя данные экспертного интервью с представителями следующих игроков рынка недвижимости: GVA SAWAYER, HORUS CAPITAL, JONES LANG LA SALLE, PAUL'S YARD, Stiles&Riabokobylko, Swiss Realty Group, проведенного MA Step by Step весной 2005 года.

В исследовании содержится актуальная информация по объему и емкости рынка офисной недвижимости, его структуре, долях различных сегментов, тенденциях рынка.



В отчете описаны крупнейшие игроки рынка, структура спроса на офисную недвижимость, принципы ценообразования на рынке.

Достоинством исследования является собранная в едином документе информация, содержащаяся в открытых источниках. Это позволяет увидеть общую структуру российского журнального рынка, очищенную от рекламной и PR информации, составить представление о тенденциях и динамике развития рынка.

**Кол-во страниц:**90 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 37 диаграмм, 10 таблиц.

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение  
Методологическая часть  
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок  
Описание отрасли (коммерческая недвижимость)  
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции  
Сегментация предложения офисных помещений по метражу  
Сегментация предложения по классу офисных помещений  
Структура рынка офисных помещений по районам города Москвы  
Основные тенденции в различных сегментах Рынка  
Основные количественные характеристики Рынка  
Объем Рынка офисной недвижимости  
Емкость Рынка офисной недвижимости  
Темпы роста Рынка  
Основные принципы ценообразования на Рынке  
Конкурентный анализ  
Консалтинговые компании  
Девелоперские компании  
Управление недвижимостью  
Спрос на офисные помещения  
Сегментация потребителей офисных помещений  
Сегментация спроса по классу офисов  
Сегментация спроса по размеру офисов  
Сегментация спроса по географии  
Сегментация спроса по арендным ставкам  
Основные тенденции в потребительском секторе  
Обобщающие выводы и рекомендации  
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка  
Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков  
Инвестиционная привлекательность  
Общие тенденции Рынка  
Тенденция совмещения торговых и офисных помещений  
Общие выводы по отчету



Приложение 1. Классификация офисных помещений

Приложение 2. Географические и бизнес районы Москвы

Приложение 3. Термины и определения на рынке офисной недвижимости

Приложение 4. Наиболее значимые проекты 2005-06 годов

## СПИСОК ДИГРАММ

- Диаграмма 1. Сегментация предложения офисных помещений по метражу, %
- Диаграмма 2. Сегментация предложения по классу офисных помещений, %
- Диаграмма 3. Сегментация предложения по классу офисных помещений, %
- Диаграмма 4. Сегментация предложения новых офисных помещений по классу, %
- Диаграмма 5. Сегментация предложения новых офисных помещений по классу, %
- Диаграмма 6. Географическая сегментация предложения офисных помещений, %
- Диаграмма 7. Сегментация предложения офисных площадей по районам Москвы, %
- Диаграмма 8. Прогноз изменения долей офисных помещений в 2005-07 гг., %
- Диаграмма 9. Уровень вакантных площадей по сравнению с другими городами Европы
- Диаграмма 10. Динамика среднего уровня вакантных помещений по классам зданий, %
- Диаграмма 11. Динамика изменения объема вакантных площадей офисов класса А и В за 2005 год
- Диаграмма 12. Динамика изменения объема вакантных площадей офисов в 2002-05 гг., %
- Диаграмма 13. Прогноз роста Рынка на 2005-07гг., классы А и В
- Диаграмма 14. Темпы роста общего объема предложения на рынке в 2002-05 гг., тыс. кв.м.
- Диаграмма 15. Темпы роста Рынка (общее предложение и новое строительство) за 1999-2004гг., млн. кв.м.
- Диаграмма 16. Средние ставки аренды на офисные помещения класса А в районах Москвы, \$ / кв.м. / год
- Диаграмма 17. Средние ставки аренды на офисные помещения класса В в районах Москвы, \$ / кв.м. / год
- Диаграмма 18. Динамика максимальной базовой ставки аренды на офисные помещения классов А и В за 2002-05гг.
- Диаграмма 19. Динамика среднего уровня арендных ставок на офисные помещения класса А и В
- Диаграмма 20. Динамика роста среднего показателя арендных ставок на офисные помещения классов А и В за 2004-05гг.

Диаграмма 21. Основные клиенты консалтинговых фирм

Диаграмма 22. Доли консалтинговых компаний на рынке коммерческой недвижимости

Диаграмма 23. Крупнейшие компании по доходу от аренды, \$ млн.

Диаграмма 24. Крупнейшие компании по объему предлагаемых офисных площадей, тыс. кв.м.

Диаграмма 25. Основные игроки на рынке управления недвижимостью класса А

Диаграмма 26. Соотношение сделок аренды и продажи в общей структуре спроса на офисные помещения, %

Диаграмма 27. Соотношение различных видов сделок в общем объеме сделок аренды на офисные помещения, %

Диаграмма 28. Соотношение российских и иностранных компаний в общем объеме спроса на офисные площади

Диаграмма 29. Распределение по профилю компаний-потребителей офисных помещений

Диаграмма 30. Структура спроса на офисные помещения по классу, %

Диаграмма 31. Количество арендованных или купленных офисных помещений по классу, %

Диаграмма 32. Структура спроса на аренду офисных помещений класса А и В по метражу. %

Диаграмма 33. Структура спроса на покупку офисных помещений класса А и В по метражу. %

Диаграмма 34. Распределение заключенных сделок (здания класса А и В) по зонам Москвы в 2005 г.

Диаграмма 35. Распределение заключенных сделок (здания класса А) по зонам Москвы в 2005 г.

Диаграмма 36. Структура спроса на офисные помещения в зависимости от района Москвы, %

Диаграмма 37. Структура спроса по ставкам аренды, %

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Основные макроэкономические показатели РФ

Таблица 2. Уровень вакантных площадей офисов классов А и В, %

Таблица 3. Уровень ставок аренды и продажи офисов классов А и В, \$ США за кв. м в год

Таблица 4. Самые дорогие офисные помещения Москвы (класс А+)

Таблица 5. Целесообразность размещения торговых площадей в офисном комплексе

Таблица 6. Целесообразность размещения в офисном комплексе не офисных направлений

Таблица 7. Основные характеристики офисных помещений класса А и В (ЭКОЗ)

Таблица 8. Наиболее значимые проекты 2006 года

Таблица 9. Крупнейшие офисные центры, сданные в 2005 году

Таблица 10. Ключевые сделки 2005 года

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

### УРОВЕНЬ ВАКАНТНЫХ ПЛОЩАДЕЙ

Для рынка офисной недвижимости Москвы при его сравнении с другими деловыми столицами Европы характерен самый низкий уровень вакантных площадей. Это объясняется тем, что рынок находится еще в стадии своего становления и общий уровень спроса на торговые площади превышает уровень предложения.

Показатели уровня свободных помещений на рынке в течение 2005 года падали. Это связано не только с соотношением формальных показателей спроса и предложения, но и с увеличением среднего размера арендуемых площадей. По данным Jones Lang LaSalle, в целом на рынке офисных помещений доля свободных площадей составила 3%.

По данным компании Swiss Realty Group, уровень вакантных площадей на конец 2005 года составляет примерно 4% для помещений класса А и около 7,5% для помещений класса В.

По данным Colliers Int, по итогам 2005 года доля вакантных помещений в зданиях класса А составила 2,1%, в зданиях класса В – 7,3%.

По данным Noble Gibbons, доля свободных площадей в помещениях класса А в 2005 году установилась на уровне 2%. Доля свободных площадей в помещениях класса В снизилась и составила 6% к концу 2005 года (в начале года она составила 10%).

**ТАБЛИЦА 2. УРОВЕНЬ ВАКАНТНЫХ ПЛОЩАДЕЙ ОФИСОВ КЛАССОВ А И В, %**

	<b>ABN Realty</b>	<b>Swiss Realty Group</b>	<b>Noble Gibbons</b>	<b>Colliers International</b>	<b>Среднее значение</b>
Офисы класса «А»	5%	4%	2%	2,1%	3,26%

Офисы класса «В»	7%	7,5%	6%	7,3%	6,95%
------------------	----	------	----	------	-------

**Источник: данные консалтинговых агентств, 2006**

Таким образом, можно предположить, что **уровень вакантных площадей составляет для помещений класса А составляет 3,26%, для помещений класса В – 6,95%.**

По отдельным районам Москвы ситуация разнится. Как отмечают специалисты Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko, в 2005 году наиболее низкие показатели уровня свободных площадей (около 1% и менее) были характерны для офисных районов «Сити» и «Фрунзенский». Максимум свободных площадей класса А было зафиксировано в районе «Новослободский» – около 8%.

## ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

На рынке коммерческой недвижимости Москвы услуги предоставляет около ста риэлтерских фирм. **Большую часть рынка контролируют четыре компании** — так называемая «большая четверка»: Colliers Int., Jones Lang LaSalle (JLL), Noble Gibbons и Stiles & Riabokobylko. В совокупности **этим компаниям принадлежит 65%** риэлтерского бизнеса коммерческой недвижимости Москвы.

К лидерам Рынка приближаются следующие консалтинговые компании: Knight Frank, Swiss RealtyGroup, DTZ, Paul's Yard, Penny Lane Realty. Также на серьезную долю рынка претендует «большая четверка» международного финансового аудита и консалтинга: Ernst&Young, Deloitte& Touche, KPMG и PricewaterhouseCoopers.

Рынок консалтинга в сфере коммерческой недвижимости привлекает и ряд других игроков со смежных рынков. Среди них управляющие компании, консультанты по управлению и некоторые инвестиционные банки. Проявляют интерес к рынку и маркетинговые агентства, разрабатывающие и реализующие маркетинговые стратегии для своих клиентов...

## Профиль Компании COLLIERS INT

Colliers International - международная консалтинговая компания, предоставляющая услуги в области коммерческой недвижимости.

- **Виды и типы Услуги**

Основные услуги в области коммерческой недвижимости:

- консультационные услуги по аренде и продаже недвижимости
- услуги по оценке недвижимости
- исследования рынка
- разработка концепций
- управление объектами недвижимости
- анализ инвестиционных проектов
- управление портфелем инвестиций
- представление интересов арендодателей, собственников недвижимости
- представление интересов арендаторов, покупателей недвижимости
- финансовый анализ

- **История развития**

Расширение регионального присутствия:

- 1994г. – открытие первого офиса в Москве
- 1995г. – открытие офиса в Санкт-Петербурге
- 1996 – в Киеве
- в 2004 – в Риге и Вильнюсе

- **Рынки сбыта**

50 стран мира, в т.ч. Россия, страны СНГ и Балтии

- **Доля Компании на Рынке**



Компания занимает 20% рынка консалтинга в области коммерческой недвижимости

- **Клиенты компании**

КредитТраст Банк, Дельта Кредит, РосЕвробанк, Трансаэро, Перекресток, М.Видео, МИР, Fleming Family and Partners, Microsoft Corporation, Hewlett Packard, Ernst & Young, Procter & Gamble, Oracle, Fed Ex, Compaq, Solvay Pharma, Total

## УПРАВЛЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

Основная цель управляющей компании - наращивание рыночной стоимости управляемой недвижимости в интересах владельца.

В западных странах управление недвижимостью делится на три составляющие:

- техническая эксплуатация здания (ремонтные и инженерные работы),
- организационная эксплуатация (интерьер, разработка системы безопасности и т. п.) и
- коммерческая эксплуатация (сдача пустующих помещений в аренду, осуществление расчетов по коммунальному обслуживанию).

Профессиональной управляющей компанией можно считать ту фирму, которая занимается всеми тремя видами услуг.

По мнению экспертов, профессиональное управление зданием начинается на этапе начального строительства: в обязанности управляющих входит изучение состояния рынка, на основе которого определяется круг арендаторов, разрабатывается рекламная кампания объекта, определяется оптимальное соотношение арендуемых площадей и т.д.

При этом необходимо разделять понятия управляющей и эксплуатирующей компании, т.к. не всегда привлеченная на объект компания осуществляет полный комплекс услуг. Не редка ситуация, когда собственник нежилого здания оставляет за собой управления объектом, в том числе финансовый менеджмент, а внешнюю компанию привлекает только для эксплуатации...

### Ценообразование на рынке

Инвариантность набора оказываемых услуг стоимость управления эксплуатации офиса классов А и В по мнению специалистов Московского Инвестиционного Агентства Недвижимости (МИАН) колеблется от 40 до 120 долларов США за 1 кв.метр в год, что составляет от 12 до 20 % от арендной ставки без НДС.

В среднем услуги управляющих компаний в классах «А» и «В» составляют 15-25% от годового дохода, приносимого зданием. При заключении долгосрочных договоров на управление стоимость услуг составляет 10-15% от годового дохода.

Как отмечает Марина Великорецкая, генеральный директор управляющей компании Colliers, расценки УК для класса «А» составляют \$75-85 за 1 кв. м в год (без НДС), а для класса «В» - \$50-60.

При сравнении темпов роста арендных ставок и расценок управляющих компаний: стоимость услуг управленцев растет приблизительно на 30–40% быстрее.

Уровень стоимости управления недвижимостью в столице оценивается по-разному. Так, в ЗАО УЭР считают, что расценки в целом завышены и поэтому этот вид услуг до сих пор не слишком популярен. В компании Blackwood, наоборот, отмечают сравнительно невысокую стоимость услуг управляющих компаний, которая составляет, по их оценкам, примерно 10–15% арендной ставки, в то время как на Западе эта цифра достигает 30%...

## ТОРГОВО-ОФИСНЫЕ ЦЕНТРЫ

Второй вариант, когда торговые площади изначально предусмотрены при проектировании здания. Более популярен среди застройщиков. Офисный и торговый центры объединяются под одной крышей, но имеют разные входы. По сравнению с «чистыми» бизнес-центрами, они, как правило, строятся в многолюдных местах, где велик поток автомобилистов и пешеходов.

По данным агентства ABN Realty одной из тенденций на рынке недвижимости в 2004 г. стало **увеличение проектов**, относящихся к числу крупных бизнес-центров с торговой зоной.

*«Если еще несколько лет назад девелоперы боялись приступить к строительству зданий, по площади превышающих 5-8 тыс. кв.м., то сегодня проектируются здания на 20-30 тыс.кв.м., как правило, с торговой зоной на первых этажах площадью порядка 5-7 тыс. кв.м.»*

Однако, по консультанта компании Jones Lang La Salle, **отечественные компании** пока не привыкли к подобной форме размещения.

Достаточно большое количество торгово-офисных зданий заявлено на строительство в ближайшем будущем. Например, на пересечении Садового кольца и Нового Арбата планируется возвести 26-этажный торгово-деловой центр. Первые шесть его этажей займет универмаг площадью 25 000 кв. м (не считая подсобных помещений). Остальная часть здания будет отдана под офисы, за исключением последнего этажа, где должен расположиться ресторан, и площадки внизу, отданной под салон красоты.

Однако совмещение торговых и офисных помещений может содержать в себе и положительные, и отрицательные стороны.

Размещение офисных и торговых площадей в офисном комплексе целесообразным считают представители компаний **Paul's Yard, Horus Capital, Jones Lang La Salle, Swiss Realty Group.**

Нейтрально оценили преимущества такого альянса представители компаний GVA Sawyer и Stiles&Riabokobytko.

В количественном виде по десятибалльной шкале **оценки** совместимости этих двух направлений распределились следующим образом:

**ТАБЛИЦА 5. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДЕЙ В ОФИСНОМ КОМПЛЕКСЕ**

Компания	Оценка целесообразности
Horus Capital	8
GVA Sawyer	5
Stiles&Riabokobytko	5
Paul's Yard	9
Swiss Realty Group	7

Таким образом, **средний суммарный балл** оценки целесообразности размещения торговых площадей в офисном комплексе по десятибалльной шкале составляет – **6,8**.

Данный результат свидетельствует о **положительной перспективе** расположения торговых помещений совместно с офисными помещениями.

По мнению всех респондентов, целесообразность размещения офисных и торговых помещений в одном здании зависит от **нескольких важнейших факторов**:

- географическое месторасположение здания и его проектировка
- правильность размещения помещений внутри здания
- потребности арендаторов помещений
- целевая аудитория



Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет



Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.