**Трансформация поведения компаний на рынке коммерческой недвижимости**

Рынок коммерческой недвижимости тесно связан с потребительским поведением. 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 и спрос на дополнительные площади сокращаются. Также рынок коммерческой недвижимости связан с финансовым рынком, поскольку недвижимость рассматривается собственниками как долгосрочная, низко рискованная и доходная 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 (Рубинштейн и др., 2015), потому что эти субъекты до сделки нигде не зарегистрированы, а цикл принятия решения и покупки длинный. В сегменте жилой недвижимости оценка спроса осуществляется с помощью опросов населения, когда исследователи задают вопросы о жилищных условиях в домохозяйстве, желании и возможности их улучшения (Wong and Hui, 2008). Однако в сегменте коммерческой недвижимости репрезентативных опросов предпринимателей относительно их спроса не проводится.

В исследованиях коммерческой недвижимости спрос измеряется косвенными методами. Исследователи используют данные об объеме поиска (Dietzel et al., 2014), просмотры рекламных объявлений, индикаторы настроений на основе бизнес-опросов или общие опережающие экономические индикаторы (Tsolacos, 2012). Однако данные поиска и просмотры рекламы искажены из-за активности конкурентов. Опросы могут быть не репрезентативными. Макроэкономические опережающие индикаторы слишком косвенные, а их публикация и оценка может занимать 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 показали, что потенциальные арендаторы обращают внимание на стоимость, расположение и характеристики здания (Adnan et al., 2015), а потенциальные покупатели - на цену, расположение и площадь недвижимости (Каткова, 2020).

Поскольку потребительские рынки значительно трансформировались в период COVID-19, возникла гипотеза о значительных изменениях и на рынке недвижимости. Данная гипотеза проверяется в исследовании на примере Московского региона.

Для целей исследования была собрана база данных из 2000 запросов на покупку и аренду коммерческой недвижимости. Данные собраны в две волны: с августа 2018 по март 2019 года (до COVID-19) и с августа 2020 по март 2021 года (после отмены в Москве и Московской области ограничений, связанных с COVID-19). Все запросы даны потенциальными покупателями и арендаторами и содержат информацию о желаемом расположении помещения, его типе, площади и цене.

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.

На основании анализа временных рядов и U-критерия Манна-Уитни была исследована трансформация спроса на коммерческую недвижимость в Московском регионе до и после COVID-19. Этот спрос существенно изменился: значимо выросли площади и цены коммерческой недвижимости как в сегменте аренды, так и в сегменте продажи, полностью изменились требования арендаторов к расположению и назначению помещений. Выдвинутая гипотеза была подтверждена, цифровая трансформация, произошедшая в 2020 году, полностью изменила и рынок коммерческой недвижимости.

Полученные результаты соответствуют предшествующим исследованиям, посвященным анализу спроса и предпочтений на рынке коммерческой недвижимости (Adnan et al., 2015, Каткова, 2020), 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 (Sanderson and Devaney, 2017).

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 (Гусев, 2006).

Литература

1. 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
2. Dietzel, M.А., 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
3. 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
4. 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
5. Wong, J., Hui, E. 2008. The myth of property prices: on the psychology of sellers and buyers. *Property Management*, 26 (3), 171-190. DOI: 10.1108/02637470810879224
6. Гусев М.Ю. Некоторые аспекты формирования инвестиционного портфеля недвижимости. // Журнал «Сибирская Финансовая Школа». 2006. №4. С. 14-21.
7. 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
8. Рубинштейн Е.Д., Кривец В.В., Осипенко Н.С. Особенности анализа рынка недвижимости. // Актуальные вопросы экономических наук. 2015. №46. С. 89-93.