

**ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕКУЩЕЙ КОНЪЮНКТУРЫ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ
ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ
УСЛУГ В СФЕРЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ**

В последнее время рынок коммерческой недвижимости в России является одним из быстрорастущих, как по физическому объему, так и по финансовому обороту. Цены на землю и недвижимость год от года активно растут, вместе с ними растут и объемы инвестиций в сферу недвижимости.

Стремление инвесторов получить гарантию целевой окупаемости инвестиционных проектов в сфере недвижимости и долгосрочную экономическую выгоду от их реализации рождает спрос на консалтинговые услуги.

В работе представлены результаты проведенного автором исследования текущего состояния отечественного рынка консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости, обозначены тенденции его развития.

Под консалтинговой деятельностью в сфере недвижимости принято понимать деятельность, направленную на обеспечение максимальной доходности от использования объекта недвижимости и повышение его стоимости с точки зрения наиболее эффективного использования.

По оценкам консалтинговой компании «NOVOCOM ESTATE», только за последние 3 года количество компаний, предлагающих консультационные услуги на рынке недвижимости, возросло втрое [1].

Стремительное развитие консалтинга на рынке коммерческой недвижимости России является следствием следующих причин. *Во-первых*, за последние 10 лет отечественный рынок коммерческой недвижимости достаточно повзрослел, стал более цивилизованным, и сейчас все больше девелоперов понимают необходимость грамотного, профессионального сопровождения объекта недвижимости. Если раньше консультации требовались в основном на последних этапах реализации инвестиционно-строительного проекта для привлечения арендаторов, то сейчас консультантов все чаще привлекают еще до начала его реализации: сотрудничество начинается с поиска и выбора земельного участка, понимания соответствия его цены качеству, оценки его с точки зрения наилучшего использования и максимальной прибыльности.

Во-вторых, с принятием ряда нормативно-правовых актов регулирующих отношения в сфере финансово-кредитных операций с недвижимостью, многие банки и инвестиционные фонды получили возможность воспринимать недвижимость как актив, и готовы к крупным вложениям. Такие банки организывают у себя фонды по операциям с недвижимостью и фонды финансирования строительства, которые нуждаются в услугах соответствующих специалистов.

В-третьих, на рынок недвижимости выходят иностранные инвесторы, которые не имеют опыта работы в России и нуждаются в полном цикле консалтинговых услуг.

Сложившуюся к настоящему моменту конъюнктуру отечественного рынка консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости следует описать с помощью показателей, позволяющих количественно оценить происходящие на рынке изменения. К ним относятся спрос и предложение на консалтинговые услуги в сфере коммерческой недвижимости, стоимость услуг, а также тенденции развития рынка и прогнозы. Рассмотрим их подробнее.

Предложение консалтинговых услуг

На рынке коммерческой недвижимости в настоящее время нет ни одной компании, которая в какой-либо форме не предоставляла бы консалтинговых услуг: ведь успешное консультирование является залогом расширения и углубления сотрудничества.

Наиболее привлекательной составляющей данного сотрудничества обычно является последующее право сдачи в аренду/продажа объекта недвижимости или получение права на управление им. Рынок консалтинга является стартовой площадкой конкурентной борьбы за право эксклюзивного брокериджа строящихся объектов коммерческой недвижимости. Сказанное подтверждает тот факт, что многие ведущие брокерские агентства в последнее время стали называть себя именно консалтинговыми компаниями.

Список компаний, претендующих на то, чтобы считаться игроками консалтингового рынка в недвижимости, достаточно обширен. Это брокерские, девелоперские, инвестиционно-строительные и управляющие компании, для которых консалтинг - одна из услуг, а также консалтинговые фирмы широкого профиля, спектр услуг которых простирается от управленческого консалтинга до аудита и оценочной деятельности.

Список направлений услуг, предоставляемых на рынке, включает в себя весь жизненный цикл инвестиционно-строительного проекта: от проведения маркетинговых исследований, разработки концепции и инженерного консалтинга до инвестиционного анализа, оценки и услуг брокериджа и управления объектами недвижимости.

Данный список органично встраивается в логическую цепочку: собственно консалтинг опирается на маркетинговые исследования, служащие в дальнейшем основой составления концепции объектов; брокеридж воспринимается как элемент реализации, предложенной консультантом концепции; девелоперские услуги – как возможность комплексной реализации проекта структурой, его разработавшей; оценочные и инвестиционные услуги заказываются, как правило, при осуществлении сделок с объектами недвижимости для ведения переговоров, а также для анализа альтернативных вариантов использования земельного участка; управленческий консалтинг часто перерастает в управление объектом недвижимости.

Практика показывает, что для многих компаний, в том числе представляющих квалифицированные консультационные услуги, собственно консалтинговое подразделение не является центром доходов, основной доход приносят другие звенья указанной цепочки (обычно брокеридж). Соответственно, даже компании, выходящие на рынок как специализирующиеся исключительно на консалтинге, стремятся расширить сферу своей деятельности в смежных областях.

Структуру предложения на отечественном рынке консалтинга в сфере коммерческой недвижимости отразим типологией основных игроков:

1. Международные компании – «большая четверка» (Colliers International, Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko, Jones Lang LaSalle, Noble Gibbons в ассоциации с CB Richard Ellis), которые по таким критериям как качество услуг, клиентская база, штат сотрудников, высокая стоимость услуг, а также результирующему показателю в виде занимаемой доли рынка (порядка 70% рынка брокерских и консалтинговых услуг в сфере недвижимости) являются общепризнанными лидерами. В рамках данной группы рыночная доля каждой из компаний практически не отличается и составляет порядка 15-20%. Лидирующее положение компаний «большой четверки» объясняется, в первую очередь, тем фактом, что они имеют доступ к международному опыту, связям, финансовым ресурсам, знаниям и технологиям, будучи тем или иным образом (представительство, ассоциированное партнерство) связанными с зарубежными партнерами.

2. Ветераны рынка – международные и ассоциированные с международными структурами компании, имеющие большой опыт работы на рынке недвижимости, но уступающие компаниям «большой четверки» по размеру и объемам работы (GVA Sawyer, Knight Frank, Swiss Realty Group, Paul's Yard, DTZ, Astera Group, Blackwood, холдинг Becar), и занимающие в целом около 20% рынка брокерских и консалтинговых услуг.

3. Прочие операторы рынка консалтинговых услуг в сфере недвижимости, занимающие оставшиеся 10% рынка:

– Санкт-Петербургские компании среднего размера, ресурсом развития которых стал рынок недвижимости Санкт-Петербурга, а также особые отношения с крупными собственниками недвижимости, девелоперскими и управляющими компаниями. Ввиду ограниченности материнского рынка они осваивают московский и региональные рынки (ВМБ-Траст, Управляющая компания «Питер», Корпорация «Петербургская Недвижимость», Astera Group – для петербургского рынка, петербургский Colliers International и др.).

– Узкоспециализированные (нишевые) компании, позиционирующие себя в качестве серьезных специалистов в одном из направлений в коммерческой недвижимости («Магазин магазинов», DVI Group, HYPERESTATE International - в торговой недвижимости, Группа компаний «ЭСПРО» - в складском сегменте, Hotel Consulting and Development Group, «Hotel-Line» и «Русские Отели» обслуживают сектор гостиничной недвижимости).

– Зарубежные и отечественные компании «второго эшелона» – структуры, организованные либо одиночными специалистами-консультантами, получившими опыт в крупных компаниях, либо группой менеджеров, покинувших компанию среднего размера. Часто позиционируются как специализированные на консалтинге (Leeds Property Group, London Consulting & Management Group, Prime City Properties, Praedium; SMT Developments, ROSS Group).

– Многофункциональные компании – крупные структуры, зародившиеся в регионах, перенесшие центр собственной деятельности в Москву. Консалтинг опирается на собственный девелоперский опыт (группа компаний «Торговый квартал», Группа «Развитие»).

– Крупнейшие аудиторско-консалтинговые фирмы, среди которых PricewaterhouseCoopers, Ernst&Young, Deloitte&Touche и KPMG. Несмотря на то, что специализация этих компаний непосредственно не связана с коммерческой недвижимостью, в некоторых случаях услуги, которые они предоставляют, затрагивают эту сферу. Основными услугами такового рода являются оценка рыночной стоимости объекта коммерческой недвижимости, правовая экспертиза проектов (due diligence), консультации по финансовым и инвестиционным вопросам и др.

– Компании с рынка жилой недвижимости – осваивая рынок коммерческой недвижимости, приобретают опыт, на основе которого предлагают услуги консультирования. Опираются на финансовые и кадровые ресурсы, заработанные на рынке жилья («Миэль-Недвижимость», Группа компаний «МИАН», «Инком-недвижимость», «БЕСТ-Недвижимость», «Терра-недвижимость», Vesco Group, Soho Realty и др.).

Рынок консалтинга в сфере коммерческой недвижимости привлекает и ряд других игроков со смежных рынков. Среди них архитектурные бюро, управляющие компании, консультанты по управлению и инвестиционные структуры. Проявляют интерес к рынку и маркетинговые агентства, обычно берущие на аутсорсинг маркетинговые исследования. Компании данного рынка готовы и на консультирование прочих стадий реализации девелоперских проектов.

Интересная картина вырисовывается при сравнении стратегий позиционирования консалтинговых компаний на рынке. Эксперты Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko оперируют не столько «четверкой», сколько «двойкой» – собственно компания и основной конкурент – Jones Lang LaSalle, далее – нишевые, а затем и малоквалифицированные игроки. С точки зрения специалистов Knight Frank, в России работают не более шести высокопрофессиональных консалтинговых компаний. Границы рынка с точки зрения средних компаний отражают специалисты SMT Developments: «На рынке представлено ограниченное число компаний, почти без исключения базирующихся в Москве, либо непосредственно международных, либо франчайзинговых, при минимуме российских» [2]. Наконец, с точки зрения вы-

ходцев с жилого рынка, консалтинг в сфере коммерческой недвижимости представлен 25–30 активно действующими компаниями.

На рисунке 1 наглядно представлено распределение долей участия основных игроков отечественного рынка консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости.

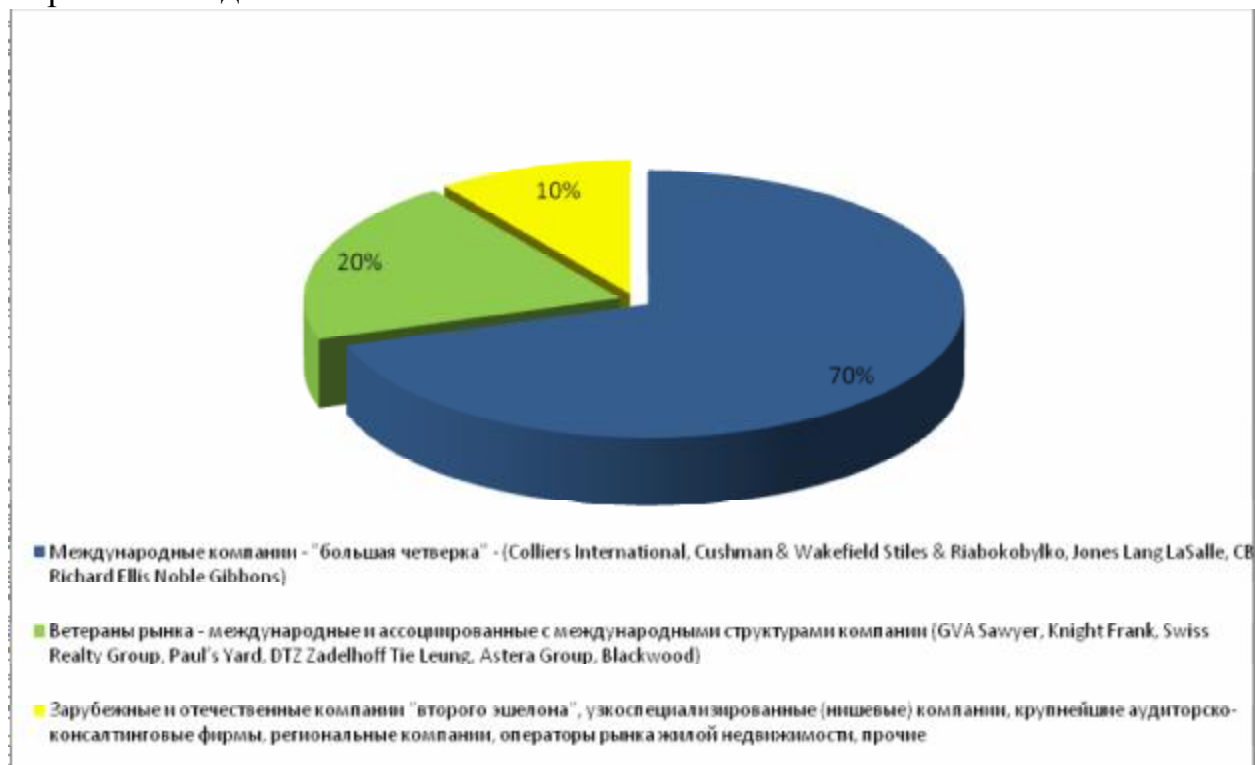


Рисунок 1 – Распределение долей участия основных игроков отечественного рынка консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости

То, что находится за пределами обозначенного числа компаний, именуется достаточно жестко – псевдоконсалтинг, мнимые консультанты и т. п. Критерии проведения границ у каждого типа игроков свои. Профильные игроки рынка коммерческой недвижимости достаточно жестко отзываются о пришельцах со смежных рынков. Однозначному осуждению подвергаются лишь мелкие брокеры, не обладающие серьезным опытом, сотрудники известных компаний, работающие «налево», или самостоятельные «консультанты-одиночки» и прикрывающие их формальные структуры. Причин существования «серого» сегмента много – недостаток информации, отсутствие опыта работы с консультантами и достаточной деловой культурой у клиентов. Играть роль и неверные шаги или нечеткое позиционирование профессиональных компаний, отталкивающие клиентов.

Ввиду закрытости информации о сделках рынок полнится слухами о конфликтах вполне уважаемых компаний и их клиентов. Притом, далеко не всегда понятно, чья в этом вина – консалтинговой компании, которая небрежно отнеслась к выполнению работ, либо клиента, который ожидал невыполнимого.

Частично профессионализм консалтинговой компании и необходимость ее опыта для конкретного клиента можно прояснить, выделив суть

предложения на рынке, что реально предлагают работающие на рынке консультанты:

- бренд и ресурсы крупной международной консалтинговой структуры;
- технологии и методики, применяемые компанией при работе с клиентами;
- опыт, базирующийся на списке конкретных проектов и времени присутствия на рынке, а также репутацию компании;
- опыт и профессионализм сотрудников, работающих над проектом.

Последний показатель представляется наиболее весомым. Основной вопрос рынка – кадровый. В данном ракурсе основные конкурентные преимущества мелких компаний – конкретные специалисты, средних – нарастающая квалификация и профессионализм команды, крупных компаний – возможность привлекать лучших специалистов на российском рынке и приглашать иностранных консультантов с большим опытом, сильных в неразвитых на отечественном рынке сферах коммерческой недвижимости.

Спрос на консалтинговые услуги

За последние два-три года наблюдается заметный рост спроса на отечественном рынке консалтинговых услуг в недвижимости. Данный процесс связан с усилением конкуренции, значительным притоком инвестиций (в том числе зарубежных), ростом корпоративных и потребительских доходов. Консультанты обслуживают волну все более крупных и инвестиционно емких проектов, реализуемых в столицах и регионах. По свидетельству большинства московских консультантов, количество клиентских заявок превышает возможности компаний. При этом наибольший спрос, по данным операторов рынка, отмечен на услуги по разработке концепций объектов коммерческой недвижимости, анализу их наиболее эффективного использования (что связано с большим объемом нового строительства, реконструирования и перепрофилирования объектов), а также на консультирование многофункциональных комплексов и торговых центров, особенно в регионах.

Структуру спроса на рынке коммерческой недвижимости проиллюстрируем посредством классификации клиентов консалтинговых компаний по следующим типам (Рисунок 2):

- крупные зарубежные корпорации – ориентированы на международные консалтинговые структуры и западные бренды (IKEA, Auchan, Microsoft, Samsung, Deloitte&Touche, PricewaterhouseCoopers, Ernst&Young, зарубежные банки и инвестиционные фонды, и др.).
- российские и зарубежные сетевые торговые компании – менеджмент компаний делит с консультантами ответственность за собственную деятельность; кроме профессионализма также востребована брендовая, имиджевая составляющая («Рамстор», «Патэрсон», X5 Retail Group, «Гиперцентр», «Седьмой Континент», «Магнит», «Лента» и др.).

– российские профильные и непрофильные инвесторы, девелоперы, желающие улучшить качество реализации собственных проектов, и собственники недвижимости – ориентированы на профессиональный консалтинг, специализацию и разделение сфер компетенции (российские банки и инвестиционные фонды, строительные организации, органы государственной власти). Самый перспективный, быстрорастущий и быстро изменяющийся сегмент с точки зрения потребности в профессиональном консалтинге.

– случайные клиенты – не осознают потребности в консалтинговых услугах, ориентированы на распространенность практики использования услуг консультантов. Привлекают консультантов, например, для надлежащего оформления документации по банковским стандартам с целью привлечения инвестиций.

В качестве альтернативы потреблению консалтинговых услуг клиенты называют следующие:

- наем управляющей/девелоперской структуры, которая, в свою очередь, сама может пользоваться услугами консультантов;
- создание собственного консалтингового подразделения, наем профессионалов и создание условий для конкуренции и взаимной критики между отделами;
- комбинации вышеуказанных способов в пределах собственной компетенции.

На наш взгляд, абсолютная ориентация на собственную компетенцию – наименее эффективная стратегия на современном этапе развития отечественного рынка коммерческой недвижимости. Привлечение профессионального консультанта на каждом из этапов реализации девелоперского проекта – это необходимость, продиктованная мировым опытом управления. Ведь основным ориентиром для любого консультанта в сфере недвижимости является повышение стоимости объекта недвижимости и благосостояния его собственника.

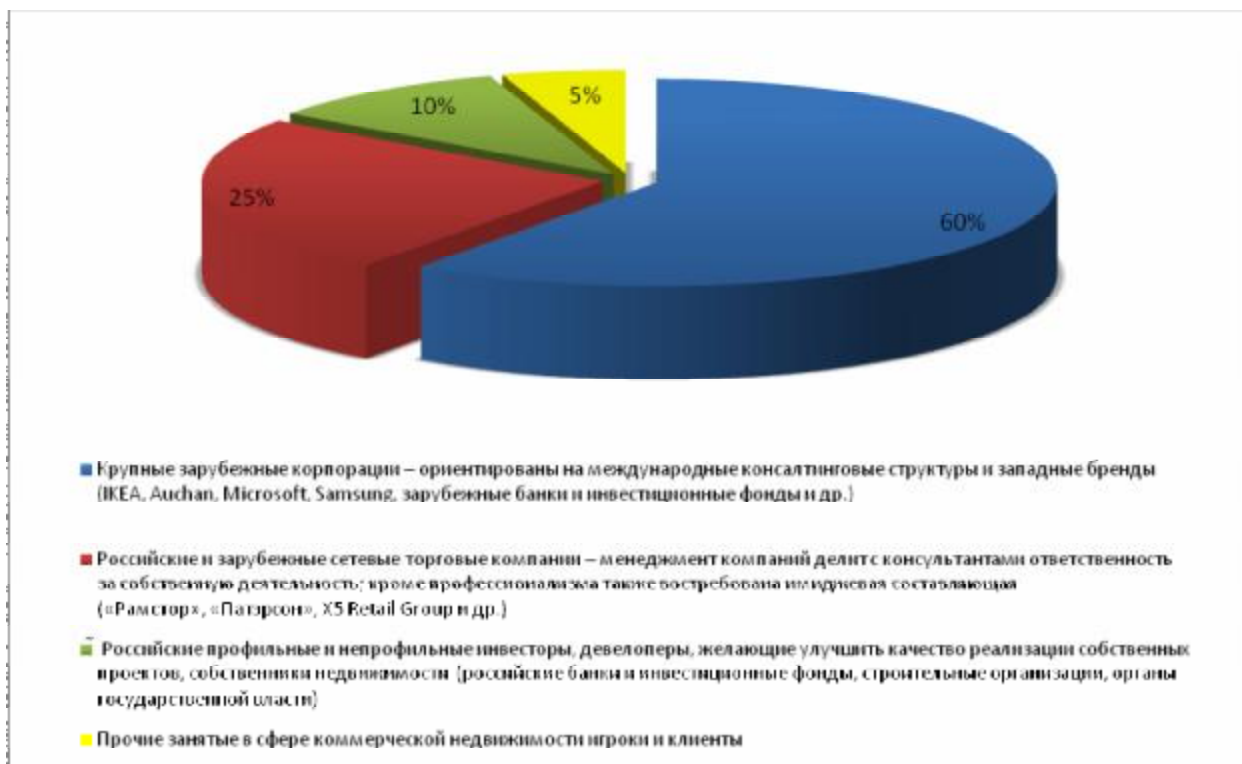


Рисунок 2 – Структура спроса на консалтинговые услуги в сфере недвижимости по типологии клиентов

За рубежом ни у кого нет сомнений в необходимости потратить не менее 1% предполагаемой стоимости девелоперского проекта именно на то, чтобы понять, насколько земельный участок подходит для создания объекта коммерческой недвижимости, и если подходит – то для какого именно. Именно поэтому вероятность совершения стратегической ошибки при выборе объекта строительства или реконструкции на Западе весьма мала. В России та же тенденция. Конкуренция на рынке коммерческой недвижимости растет, и цена ошибки девелопера многократно увеличивается. Поэтому, прежде чем браться за какой-либо проект или задумываться, каким образом использовать уже существующую недвижимость, необходимо произвести ряд действий, которые и предлагает консалтинг:

- провести маркетинговые исследования рынка недвижимости;
- разработать концепцию и архитектурный образ объекта недвижимости;
- оценить базовые финансовые показатели будущего бизнес-плана и др.

Без такого подхода невозможно на реальном конкурентном рынке создать качественный объект коммерческой недвижимости.

Стоимость консалтинговых услуг

Существенное превышение спроса над предложением, характерное для текущего состояния рынка консультационных услуг по недвижимости, является причиной все еще слабой конкуренции на рынке [2]. А персонификация рынка, практика эксклюзивных отношений между крупными клиентами и их консультантами не способствуют ее обострению. В настоящее же время во-

прос прибыльности консалтингового бизнеса не стоит: компании могут довольствоваться своими нишами и осваивать незанятые поля деятельности.

В настоящее время некоторая конкуренция наблюдается лишь в сегменте престижных контрактов (например, ММДЦ «Москва-Сити»), на которые претендуют наиболее крупные компании. Хотя и здесь «места под солнцем» пока хватает всем. В обслуживании же рядовых заказов конкуренции практически нет.

Наблюдается быстрый рост штатов и оборотов крупных и средних игроков консалтингового рынка, а также увеличение числа мелких компаний на рынке. Быстро расширяется региональный охват предоставления услуг. Реакцией на рост спроса является и популярность неквалифицированного консалтинга. При этом обилие заказов на рынке провоцирует конкуренцию другого рода – конкуренцию кадров. В современной ситуации любой специалист или группа специалистов на рынке могут клонировать консалтинговую структуру и получить свою долю на рынке. Все это способствует подвижности консультантов и их переходу из одних компаний в другие.

Сложившаяся ситуация отнюдь не провоцирует роста цен на услуги консультантов, так как молодые некрупные компании вступают в конкурентную борьбу с помощью более комфортных цен. Сбивают цену и непрофессиональные структуры. Ниже представлены диапазоны цен на самые популярные услуги консалтинга в сфере коммерческой недвижимости по данным ряда операторов рынка [4]:

- По данным Astera Oncor, услуги по разработке концепции могут стоить \$15-80 тыс. в зависимости от глубины и подробности исследований. Более сложные и комплексные работы, такие как, например, концепция застройки и развития земельного участка, стоят от \$100 тыс. Стоимость брокерских услуг составляет – одна месячная арендная ставка;

- По данным London Consulting & Management Group, маркетинговое исследование рынка коммерческой недвижимости того или иного сегмента вместе с разработкой концепции стоит \$20-25 тыс.; собственно разработка концепции обойдется в \$15 тыс.; бизнес-план – от \$15 тыс.; сопровождение девелоперского проекта - \$15-25 тыс. в квартал.

- По данным Leeds Property Group стоимость анализа наиболее эффективного использования земельного участка составляет \$10–12 тыс. Данный вид услуг консультантами рассматривается как наиболее трудоемкий, так как предполагает маркетинг и последующий финансовый анализ нескольких возможных вариантов девелопмента участка, каждый из которых, в свою очередь, может быть многофункциональным.

В приведенной выше информации не учтены цены верхнего сегмента рынка: ни одна из международных компаний «большой четверки» не раскрывает диапазона стоимостей собственных услуг, комментируя лишь, что диапазон стоимости оказываемых ими услуг достаточно широк и зависит от сложности работ. При этом не следует забывать о том, что в оценке стоимо-

сти услуг данных компаний стоит также учитывать комиссию за бренд, причем, достаточно существенную.

На рынке сформировались различные схемы оплаты услуг консультантов. Так, SMT Developments в сфере консалтинга предлагает фиксированные и плавающие (с почасовой оплатой) ставки, абонентские и бонусные схемы. Последние ведут к вхождению в бизнес клиента (на правах миноритария), что означает куда более широкое сотрудничество, чем просто консалтинг. «Торговый квартал» также предлагает схемы расширенного сотрудничества: одновременное заключение контрактов на консалтинг и брокеридж означает 30%-ю скидку по последнему, дальнейшее сотрудничество означает 30%-ю скидку на услуги управления объектом.

Подобные расширенные схемы взаимодействия менее характерны для международных компаний, корпоративная практика которых не предполагает проникновения консультанта в девелоперскую структуру клиента.

Особенности регионального развития рынка консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости

Отечественный рынок консалтинговых услуг в сфере недвижимости имеет причудливую пространственную структуру: во многом опираясь на ресурсы столичных рынков (интеллектуальные и финансовые), он растет преимущественно за счет расширения спроса в регионах (Рисунок 3).

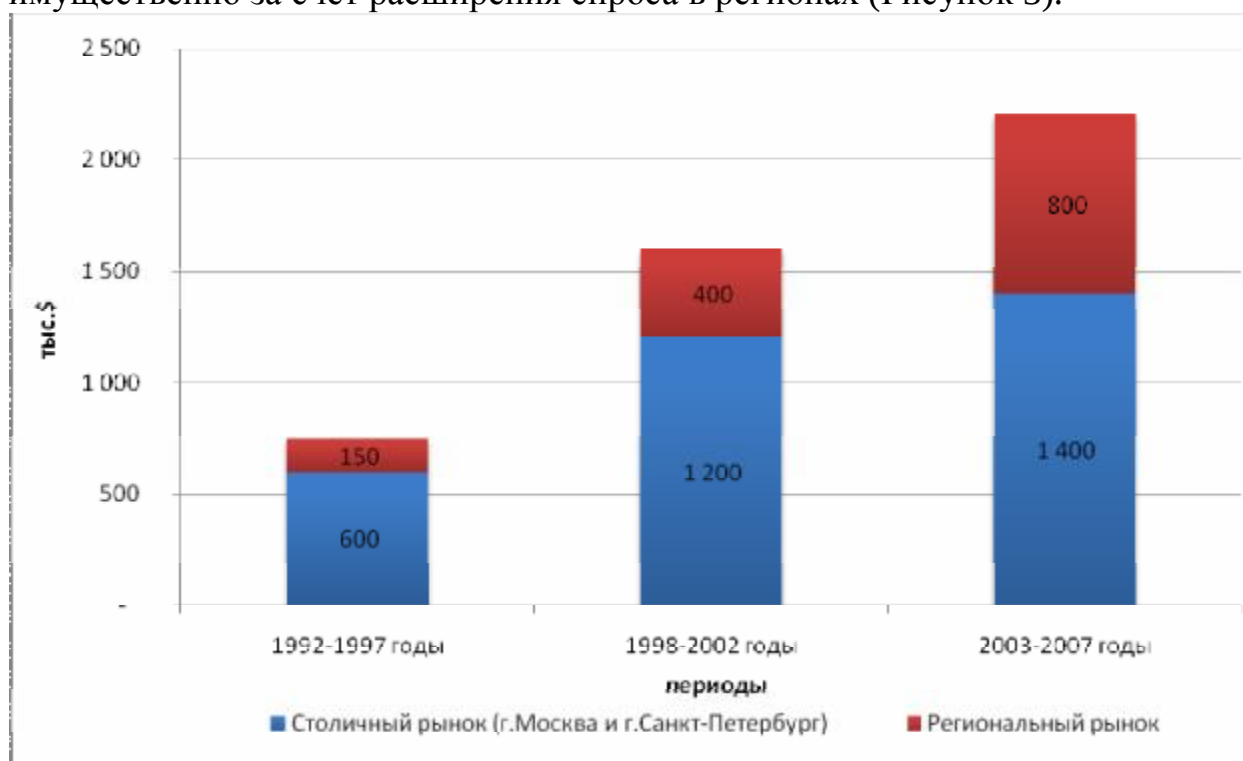


Рисунок 3 – Динамика объемов и структуры отечественного рынка консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости

Если еще пять лет назад отечественный рынок консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости ограничивался Москвой и Санкт-

Петербургом (в столицах был сосредоточен основной инвестиционный капитал и пул заказов для консультантов), то сегодня география клиентов консалтинговых структур значительно расширилась.

В регионах активно работают как российские (London Consulting & Management Company, Becar Commercial Property), так и европейские (Knight Frank, Swiss Realty Group) компании, в том числе «большая четверка» международных консалтинговых организаций (CB Richard Ellis Noble Gibbons, Colliers International, Cushman & Wakefield Stiles & Ryabokobylko и Jones Lang LaSalle). В сферу их влияния попали практически все города-миллионники и областные центры европейской части России с населением от 500 тыс. человек.

В настоящее время в городах-миллионниках среди существующих проектов с участием консультантов делалась примерно половина объектов коммерческой недвижимости. По оценкам экспертов [3], в перспективе консультанты будут задействованы в 80% региональных проектах торговой и 60% — офисной недвижимости, которые планируется вывести на рынок до 2009 года. Такие цифры впечатляют, если учитывать, что пять лет назад эти показатели были на уровне нуля.

Возросший спрос на консалтинг вне столиц эксперты объясняют несколькими причинами [3]. Прежде всего, увеличилась инвестиционная привлекательность региональных рынков. По оценкам аналитиков, доходность коммерческой недвижимости в Москве колеблется на уровне 10-15%, в то время как в регионах этот показатель составляет 15-20%, а в наиболее удачных проектах может достигать 35% и выше. Если раньше из-за высоких региональных рисков столичные девелоперы строили объекты недвижимости только в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, то сегодня торговые сети активно заходят в регионы, а московские и западные девелоперы откликаются на их потребности в увеличении торговых площадей, поняв, что потенциал регионов уже соизмерим со столичным.

По аналогичной схеме действуют девелоперы офисной недвижимости — они идут туда, где федеральные и международные компании открывают свои представительства, а иногда опережая их: анализируют по их заказу рынок и формулируют рекомендации - интересен город или нет.

Но не только девелоперы прокладывают для консультантов дорожку в регионы. Дело в том, что у каждого консультанта обычно есть пул инвесторов-арендаторов, с которыми он тесно работает. Если он пристроил их в Москве, то ему уже легче будет пристроить их и в других городах.

Другую волну спроса на консалтинговые услуги формируют девелоперы с региональной пропиской. Их часто «неформатные», «неконцептуальные» торговые и офисные центры, созданные еще во времена отсутствия консалтинга как такового, начинают проигрывать проектам, запущенным на деньги столичных инвесторов с привлечением консультантов. Сравнивая проекты, которые сделаны при сотрудничестве с консультантами, и проекты

без основательно проработанной концепции, региональные девелоперы делают свой выбор в пользу консалтинга (Таблица 1).

Таблица 1 - Сравнительная характеристика показателей объекта коммерческой недвижимости, созданного при участии консультантов и без него

Параметры объекта	Бизнес-центр, созданный с участием консультанта	Бизнес-центр, созданный без участия консультанта
Исследования рынка	1,5 месяца	-
Разработка концепции, бизнес-плана	1 месяц	-
Эскизный проект	2,5 месяца	3,5 месяца
Рабочий проект	5 месяцев	8 месяцев
Строительство	20 месяцев	20 месяцев
Брокеридж	9 месяцев	14 месяцев
Арендная ставка	выше	ниже
Эксплуатационные расходы	ниже	выше
Срок окупаемости	ниже	выше

Выход на региональные рынки федералам облегчает и фактическое отсутствие соперничества с местными консультантами, которые выросли в местных девелоперских структурах, и проконсультировать могут, только опираясь на собственный опыт этих структур. Причем у местных консультантов отсутствует опыт реализации крупных проектов площадью свыше 10 тыс. кв. м.

Преимущество федеральных консалтинговых компаний несомненно: владение передовыми отечественными и зарубежными технологиями, опыт работы на развитом рынке коммерческой недвижимости Москвы и Санкт-Петербурга, который можно будет применить в регионах, а также мощный кадровый и финансовый потенциал.

Среди наиболее востребованных услуг консультантов участники регионального рынка коммерческой недвижимости называют создание концепций и брокеридж, также высок спрос на консалтинг для редевелопмента уже существующих зданий [3]. При этом, несмотря на всплеск строительства коммерческой недвижимости, интерес к консалтинговым услугам в регионах не носит системного характера. Проявляется это, прежде всего в том, что в регионах комплексный подход к обслуживанию объекта (от идеи до управления) еще редкость. Чаще всего консультанты входят в проекты на различных стадиях, выполняя отдельные этапы работ. В то время как в идеале консультант должен быть связующим звеном между собственником и арендатором на протяжении всего девелоперского проекта.

По оценкам экспертов [3], потребность в комплексном консалтинге понадобится лишь после первичного насыщения регионального рынка коммерческой недвижимости, что в настоящее время характерно лишь для Москвы, Санкт-Петербурга и ряда городов-миллионников (например, Екатеринбург, Казань, Нижний Новгород, Самара, Уфа).

По мнению федеральных консультантов, отсутствие комплексного подхода к осуществлению консалтингового проекта в сфере недвижимости связано с неготовностью заказчиков финансировать дорогостоящие услуги консультантов и стремлением сэкономить, что, впрочем, естественно для каждого бизнесмена.

Одновременно консультанты доказывают, что в общей структуре затрат девелопера стоимость их услуг незначительна: меньше 1% в случае разработки концепции и не более 5%, если речь идет о брокерских услугах.

Региональные девелоперы со своей стороны полагают, что консультанты просто бегут впереди паровоза. Они считают, что в комплексном подходе пока нет необходимости, ведь спрос еще превышает предложение. Никто не будет представлять лучший продукт, потому что в этом нет экономической необходимости. Поэтому региональные девелоперы продолжают строить коммерческие объекты по одной обкатанной успешной модели, а к иностранным консультантам если и обращаются, то в основном для того, чтобы с их помощью получить более дешевые и длинные западные инвестиции. Ведь зарубежные источники капитала требуют участия в проекте консалтинговых компаний международного уровня с известными брендами, но это совсем не означает, что этих консультантов следует привлекать на весь проект от «а» до «я».

Что касается стоимости консалтинговых услуг, то в том или ином регионе они разнятся и зависят от уровня развития местного рынка коммерческой недвижимости и конкуренции на нем, и в среднем предлагаются с дисконтом 15–20% к московским ценам.

Тенденции и прогнозы

Дальнейшее стремительное развитие отечественного рынка консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости будет обусловлено, с одной стороны, ростом объемов обслуживаемого рынка, связанного, в первую очередь, с выходом на отечественный рынок недвижимости международных девелоперских и инвестиционных компаний, банков и фондов (количественный аспект). С другой стороны, развитию рынка будет способствовать рост профессионализма самих консультантов, обусловленный ростом опыта клиентов в работе с консультантами и сокращением «серого» сектора консалтинга, появлением на рынке новых игроков (в том числе международных), особенно в регионах, и дальнейшим обострением конкуренции (качественный аспект).

Можно выделить следующие основные тенденции развития отечественного рынка консалтинговых услуг в сфере коммерческой недвижимости.

1. Дальнейший рост популярности услуг консалтинга. При этом он не будет сопровождаться увеличением доли консалтинговых услуг в общей структуре доходов консалтинговых компаний, а будет иметь, прежде всего, значение с точки зрения имиджа и возможности привлекать и удерживать клиентов, в первую очередь, потребителей услуг брокериджа. Последний будет продолжать обеспечивать основной поток доходов.

2. Активное включение регионов в сферу влияния основных операторов консалтингового рынка недвижимости, деятельность которых на сегодня сосредоточена в основном в Москве и Санкт-Петербурге. Дальнейшее удовлетворение регионального спроса закономерно приведет к разрастанию филиальной сети столичных консалтинговых компаний. На рынках крупнейших городов появится профессиональная среда местных консультантов, интеллектуальными ресурсами которых будут пользоваться как консультанты федерального уровня, так и локальные игроки.

3. В разрезе спектра предоставляемых услуг прогнозы сводятся к следующему:

- Рост объемов брокерских услуг, обусловленный дальнейшим ростом самого рынка коммерческой недвижимости.

- Повышение спроса на услуги по оценке объектов коммерческой недвижимости и инвестиционно-финансовые услуги, во многом обусловленное активизацией рынка инвестиционных продаж.

- Повышение спроса на услуги по определению наилучшего и наиболее эффективного использования земельного участка, связанное с ростом профессионализма отечественных девелоперов и редевелопментом территорий.

- Повышение спроса на услуги по разработке концепций объектов торговой недвижимости, обусловленное насыщением рынка и ростом конкуренции среди объектов. Однако в долгосрочной перспективе предполагается снижение популярности данной услуги, поскольку в условиях развитого рынка крупные девелоперы будут располагать собственным подразделением, выполняющим данную функцию.

- Повышение роли консалтинга в девелоперском бизнесе: повсеместное утверждение концепции комплексного консалтинга девелоперского проекта (от создания концепции до брокериджа). Девелоперы, наконец, набьют шишки на самостоятельности и поймут, что комплексный подход для них - гарантия того, что разработанная одним консультантом концепция впоследствии будет им же реализована, и объект будет успешно сдан в аренду.

- Снижение значимости услуг по архитектурно-планировочному сопровождению проектов, вызванное снижением популярности привлечения девелоперами зарубежных архитекторов, а также ростом профессионализма отечественных архитекторов.

4. Что касается перспектив организации консалтингового бизнеса в сфере коммерческой недвижимости, то здесь можно выделить два основных пути развития:

– с одной стороны, повышение профессионализма консультантов и их стремление к независимости будут способствовать дроблению операторов рынка за счет появления новых игроков – небольших фирм, созданных выходцами из крупных консалтинговых компаний и предлагающих свои услуги по более низким ценам (причем не в ущерб качеству).

– с другой стороны, стратегия развития средних компаний будет направлена на укрупнение, создание многофункциональных (выделение консалтинговой, брокерской и управляющей структур) международных холдингов (за счет ассоциированного партнерства с международными структурами), а также на развитие собственной девелоперской структуры на базе консалтинга. Интеграция и углубление комплекса услуг приведет к самостоятельной девелоперской деятельности в классическом понимании (управление проектом коммерческой недвижимости).

Как некий результат, к которому все придет в более отдаленной перспективе, можно рассматривать ситуацию развитого рынка: регулярно анализируемые, хорошо просчитываемые секторы коммерческой недвижимости, технологичность и простота девелоперских операций. В подобных условиях консультационные услуги потеряют свою нынешнюю, ключевую для успеха проектов роль, однако сам бизнес станет стабильной, законной частью отечественного рынка коммерческой недвижимости.

Список использованной литературы

1. Кузнецова С. Обзор тенденций развития рынка консалтинговых услуг за последние три года // Материалы конференции «Консалтинг недвижимости. Выставка профессионалов», Москва, 22 марта 2007г.
2. Рассказов С. Рынок консалтинговых услуг в Москве // Commercial Real Estate – 2006. - №1/2 (39).
3. Жолобова Е. Федеральные консультанты осваивают местный рынок коммерческой недвижимости // Деловой квартал - Екатеринбург – 2007г. - №31 (603).
4. Материалы web-сайтов консалтинговых компаний в сфере коммерческой недвижимости.