BAUMARKETING®

Строим будущее вместе!

Рынок коммерческого строительства в Украине: объемы, тенденции и перспективы развития

Киев 2008

* Данное исследование и его методика является собственностью BauMarketing®. Использование любой части информации без согласования с руководителем проекта запрещено.

Цель и задачи проекта

Исследование рынка коммерческого строительства – самый масштабный в Украине проект в данном сегменте, проводимый **BauMarketing®** четвертый год подряд.

Главной целью проекта является **сбор и полная и комплексная обработка данных об объектах коммерческого назначения, строящихся на территории Украины**, позволяющая получить самые **объективные** и оперативные данные о состоянии отрасли.

В проекте участвуют в добровольной или принудительной форме все операторы данного рынка, участвовавшие в возведении минимум одного объекта коммерческого назначения текущего года – от заказчиков и проектировщиков до девелоперов и поставщиков материалов.

Цель и задачи проекта

Базовые задачи исследования:

1. **Оценка объема рынка:**
   - в целом (количество зданий, площадь зданий);
   - по типу строительства (новое / реконструкция / расширение);
   - по назначению зданий;
   - по типу и объему того или иного материала, используемого при строительстве зданий коммерческого назначения (показатели под заказ).
2. **Выявление лидеров рынка, реальных долей компаний-операторов.**
3. **Прогнозирование развития рынка по сегментам назначения и по регионам на будущие 2 года.**
4. **Фиксация динамики развития рынка за последние 3 года.**
5. **Решение дополнительных индивидуальных (ad-hoc) задач.**

Характеристики исследования

Коммерческое строительство – строительство и реконструкция объектов нежилого назначения, строящегося для собственных нужд предприятий, либо для коммерции (продажа, аренда).

Сегменты коммерческого строительства (типы объектов, учитываемые при оценке рынка):

- производственные, производственно-складские здания (заводы, цеха, типографии);
- склады и логистические комплексы, ангары и авиаангары;
- объекты сельскохозяйственного назначения (зернохранилища, элеваторы, фермы по выращиванию КРС, птичники);
- объекты торговли (магазины, супермаркеты, торговые центры, ТРЦ, автосалоны);
- объекты сервиса (СТО);
- выставочные и торгово-выставочные комплексы;
- кинотеатры и др.объекты индустрии развлечений;
- спортивные сооружения;
- офисные центры, объекты административного назначения (школы, больницы, другие муниципальные заведения);

!NEW Многофункциональные комплексы

Характеристики исследования

Новое строительство – строительство полностью нового объекта, «с нуля».

Реконструкция – кардинальное изменение здания, связанное со сносом стен / изменением назначения и т.д. Т.е. при реконструкции происходит фактически «демонтаж» здания; оставляя только фундамент и/или несущие стены, все остальные работы (обустройство внутренних перегородок, наружных стен, полов, отделочных работ) делаются с нуля.

Расширение – пристройка нового крыла, надстройка новых этажей к уже существующему зданию.

Объекты, в которых производились ремонтные работы (утеплительные работы, смена кровельного покрытия, покраска стен, смена напольного покрытия, монтаж подвесных потолков и др., в т.ч. всего здания целиком или большой его части), а также объекты вторичного рынка, не входят в список аудируемых объектов.

МЫ МОНИТОРИМ ТОЛЬКО РЫНОК ПЕРВИЧНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Характеристики исследования

Что НЕ входит в объекты исследования:

- Объекты **жилого** назначения;
- Объекты **вторичного рынка** (объекты торгового назначения в жилых домах, офисы в квартирах и т.п.);
- **Встроенные** объекты (магазины на первых этажах жилых домов);
- Объекты коммерческого строительства площадью по полу **менее 200 кв.м**;
- Объекты **некапитального** строительства (временные торговые сооружения);
- Сооружения, **не являющиеся зданиями** (навесы, гаражи, стоянки, АЗС и т.п.).

Базовые показатели оценки рынка коммерческого строительства:

1. Квадратные метры **площади по полу** (с учетом этажности, антресолей).
2. Штуки зданий (зданием считается отдельно стоящее сооружение, имеющее фундамент, стены, кровлю и функциональное предназначение).

Кому и зачем необходима данная информация

Наименование групп ЦА	Что дает данное исследование
Девелоперские, инвестиционно-строительные компании	Количество и реальное состояние объектов коммерческого назначения в натуральных и ценовых показателях.
Генподрядчики	Объем рынка в целом. Собственная доля и доля других операторов рынка. Потенциал (сколько каких объектов будет строиться). Технология строительства. Площади. Наиболее интересные рынки.
Поставщики материалов и оборудования, **массово** используемых в коммерческом строительстве (несущие и ограждающие конструкции, внутренние перегородки, промышленные и коммерческие полы, техника и др.)	Объемы рынка посегментно. Какие материалы (свои, субституты) используются на тех или иных объектах.

Кому и зачем необходима данная информация

Наименование групп ЦА	Что дает данное исследование
Финансовые структуры, инвестиционные фонды, вкладывающие в сектор коммерческой недвижимости	Понимание уровня прибыльности данного сектора, а также других финансовых показателей (термин возврата инвестиций, себестоимость строительства, другие типы расходов и др.)
Консалтинговые компании, обслуживающие сектор коммерческой недвижимости	Любая информация, дающая полную информацию для расчета инвестиционной привлекательности того или иного сегмента в том или ином регионе.

Замеряемые показатели рынка (входят в основной отчет)

Показатель	Пояснения к нему
Хозяин / Инвестор / Застройщик	Иногда это разные компании, иногда одна и та же. При потребности клиента данные типы юридических лиц могут быть разделены.
Дата поставки несущих конструкций на стройплощадку *(год)*	У объекта может быть огромное количество этапов – от планируемого до сданного в эксплуатацию. Разные компании за основу для расчетов объемов рынка принимают разные стадии строительства объекта. По желанию клиента данный вопрос о стадии может быть изменен, например, на «стадия объекта».
Название объекта	например: «Торговый центр Метро», «ТРЦ «Ультрамарин», «Зернохранилище», «Склад готовых изделий завода Союз-Виктан» и т.п.
Область	Данный показатель используется при региональном анализе.
Город	Данный показатель предназначен для четкой идентификации объекта и может быть использован для последующего анализа по городам, если таковой потребуется.

Замеряемые показатели рынка (входят в основной отчет)

Показатель	Пояснения к нему
Адрес	Имеется в виду: дом, улица. Используется для более четкой идентификации объекта, т.к. иногда на одной улице одновременно строится несколько однотипных объектов.
Тип строительства	Кодируются следующие типы: 1 - новое, 2 - реконструкция, 3 – расширение.
Назначение	1-производство, 2-торговля, 3-торгово-развлекательный комплекс, 4 - склад, логистические комплексы, 5 - офисы, 6 - гостиницы, курорты, 7 – развлечения, 8 - жилье, 9 - спорт, 10 - другое (что именно), 11 - администдания, 12 - многофункциональные комплексы.
Количество этажей	Данный показатель необходим как для расчета полной площади здания (когда известна информация о площади одного этажа), так и для расчета дополнительных показателей (например, площадь фасадов и др.)
Полная площадь здания по полу	Данный показатель учитывает как этажность здания, так и наличие антресолей и рассчитывается в кв.м.

Методология

При проведении исследования применяются следующие **методы**:

1. **Аудит объектов**, строящихся в Украине.

Данное исследование не является количественным, поэтому ошибка выборки в нем как таковая отсутствует. Это также и не сенсус, т.к. аудиторы не переписывают все объекты, встречающиеся на пути следования. «Прочесать» всю территорию Украины, переписывая абсолютно все объекты коммерческого назначения, в т.ч. аптеки и небольшие магазинчики на первых этажах домов, а тем более – офисы в квартирах, - не есть задачей проекта.

Мы исследуем **только первичный рынок**. Исследование представляет собой сплошную перепись ***строящихся отдельно стоящих*** объектов, по которым есть ***предварительная*** информация, собираемая из многочисленных источников. По нашим оценкам, базы покрывают не менее 95% рынка.

2. **Анализ аналитики рынка коммерческого строительства (с 2003 года).**

Поскольку мы проводим исследование не первый год, у нас есть аналогичные базы и аналитика прошлых лет, по которым мы делаем сравнение.

Источники информации

Источники информации:

1. Информация, собираемая BauMarketing® в течение года.
2. Информация, предоставленная участниками исследования.
3. Информация, полученная в результате физического наблюдения (аудит стройплощадок).
4. Информация, полученная в результате опроса строительных компаний, девелоперов, инвесторов.
5. Информация с официальных страниц предприятий.
6. Информация, полученная из вторичных источников (пресса, специализированные сайты).
7. Официальные данные статистики коммерческого и промышленного строительства.
8. Данные ВЭД по объемам ввозимых БМЗ.
9. Архивные данные одноименных проектов КПД 100 – BauMarketing® 2005-2007гг.

Расширенную версию проекта и дополнительную информацию можно получить у руководителя проекта Виктории Пасечник:

+38 044 520-18-58
+38 044 332-48-44
+38 044 561-42-31
+38 067 401-42-31

Victoria.Pasechnik@baumarketing.com.ua