

ПОРТРЕТ ПОКУПАТЕЛЯ ИЗМЕНИЛСЯ

ПОКУПАТЕЛЬ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ СЕМЬ ЛЕТ СТАЛ ДРУГИМ. НАПРИМЕР, СЕРЬЕЗНО ИЗМЕНИЛОСЬ СООТНОШЕНИЕ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В ОБЩЕЙ МАССЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ НЕДВИЖИМОСТИ — СЕГОДНЯ СДЕЛКИ ЗАКЛЮЧАЮТСЯ ЧАЩЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНИЦАМИ СЛАБОГО ПОЛА. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Согласно последним исследованиям, более 50% россиян хотели бы жить за городом. Однако позволить себе перебраться в собственный дом могут далеко не все. В последнее время количество предложений в сегменте загородной недвижимости заметно увеличилось. Рост рынка явился одной из причин того, что покупатели стали более избирательными, а их требования к покупке жилья возросли. Большинство стали задумываться и о тратах, которые семья понесет после покупки дома, о возможности содержать его в будущем, а также о выгодности покупки в инвестиционном плане. Покупкой коттеджей за городом интересуются в основном жители мегаполиса, в том числе и те, которые имеют средний достаток. Одни решают купить загородные дома для постоянного проживания, другие используют их в качестве комфортабельной дачи на летний сезон и праздники.

Генеральный директор ООО «Н+Н» Надежда Солдаткина говорит, что основная часть покупателей — это социально активные и мобильные люди, поэтому для них важны транспортная доступность загородного жилья, готовые коммуникации и инфраструктура в месте проживания и, конечно, качество самого жилья.

По данным «АТС Малиновка» — управление дачными поселками», если семь лет назад соотношение между покупателями женщинами и мужчинами составляло 13 и 87% соответственно, то в 2014 году доля мужчин-покупателей сократилась до 45%, а женщин — возросла до 55%. Сменил покупатель и адрес регистрации: зарегистрированные в Санкт-Петербурге в 2008 году составляли 99%, в 2014 году их доля сократилась до 33%, покупатели с регистрацией в Ленинградской области в 2014 году заняли 29%, Московского региона — 17%, Дальневосточного федерального округа — 11%, Западно-Сибирского — 7%, на другие регионы пришлось 3%.

Также значительно расширилась площадь приобретаемых участков. Так, в 2008 году в среднем на покупателя приходилось 8,4 сотки, а к 2014 году средняя площадь землевладений выросла до 12,8 сотки на одного владельца. Соотношение семейных и холостых покупателей также изменилось: в 2008 году их было равное количество, к 2014 году приобретать земельные участки чаще стали семейные пары, их доля составила 63%. При этом количество семейных пар с детьми оста-

лось неизменным — 85%. Доля покупателей, владеющих домашними питомцами, выросла на 39% — до 73%.

По сфере деятельности среди владельцев загородных участков значительно сократилось количество менеджеров (падение составило 64% — до 15%), при этом значительно выросла доля производственных профессий (с 8 до 54%). Доля участков, сменивших за семь лет собственников более трех раз, снизилась с 1,8 до 0,37%, два и более раз — с 6,9 до 5,4%.

Генеральный директор ООО «Дудергофский проект» Василий Вовк отмечает, что сейчас наиболее активная в плане спроса возрастная группа — это люди в возрасте 30–50 лет, и составляет эта группа примерно 60%. «Как правило, загородную недвижимость приобретает семейная пара с детьми, которая стремится расширить пространство для жизни и дистанцироваться от городской суеты. Примерно 25% покупателей составляют люди пенсионного возраста, которые предпочитают жить в спокойном и экологически чистом месте. Как правило, такие покупки для них совершают дети. И 15% владельцев загородной недвижимости — это родители, которые приобретают жилье для своих детей, которые создали семью, или студентов», — говорит господин Вовк.

Меняются и пристрастия покупателей. Жанна Потапкина, директор по продажам компании «АЛЛТЕК Девелопмент», отмечает: «Нынешние покупатели элитного жилья за городом стали больше прислушиваться к рекомендациям: финальное решение о покупке принимают после знакомства с соседями, поэтому мы достаточно часто проводим в поселке небольшие мероприятия. Это, пожалуй, самый эффективный и рабочий маркетинговый инструмент, который серьезно оживляет отложенный спрос».

Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест», отмечает, что покупатели загородного жилья бизнес-класса и выше — это состоявшиеся семьи, для которых важно дать своим детям оптимальные условия жизни, в экологически привлекательном месте, при этом недалеко от города. «Обычно они практичны и рациональны: покупка загородного дома для них — далеко не первый опыт приобретения недвижимости, и они отлично знают, на какие технологические опции стоит обращать особое внимание. Учитывая достаточно вы-



СЕГОДНЯ КОЛИЧЕСТВО ЖЕНЩИН-ПОКУПАТЕЛЬНИЦ ДОРОГИХ КОТТЕДЖЕЙ ВЫРОСЛО ДО 55%

сокие цены на загородную недвижимость, они стремятся найти объект, который им действительно нравится, поэтому на поиски загородного дома может уйти не один месяц. Особые рекламные или технологические «фишки», которые зачастую предлагают застройщики, могут привлечь их внимание, но никогда не станут определяющим фактором при выборе недвижимости. Главное для этих людей — комфорт и безопасность для своей семьи», — рассуждает господин Степанов.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости компании Colliers International в Санкт-Петербурге, с ним согласна: «Покупатели загородного жилья стали такими же практичными и рациональными в своих покупках, как и покупатели городского жилья. Более того, изменился сам продукт, и, соответственно, выросло качество предложения. А это влечет за собой новые запросы от наших покупателей, которые еще более трепетно относятся к элементам инфраструктуры на территории коттеджного поселка, более взвешенно оценивают будущие затраты по оплате коммунальных платежей».

Впрочем, портрет покупателя отличается в зависимости от приобретаемой им категории загородного жилья. Так, на таунхаусах останавливают выбор люди,

желающие жить за городом, но не имеющие возможности приобрести индивидуальный дом. Обычно это семьи молодых предпринимателей или пожилые родители бизнесменов. Кроме непосредственного качества самого дома, для них имеют принципиальное значение регистрация по месту жительства, наличие вблизи муниципальных учреждений — детских садов, школ, поликлиник.

Если у потребителя есть средства для постройки собственного дома и отсутствует необходимость срочного переезда, он, конечно, предпочтет строительство на участке без подряда в коттеджном поселке с готовой инфраструктурой.

«За последние несколько лет новых проектов коттеджных поселков бизнес-класса, особенно предлагающих участки без подряда, практически не появилось. Такое предложение характерно только для премиум-сегмента. Поэтому сейчас преимущественно с уценкой перекупаются и перестраиваются дома, построенные до кризиса 2008 года. В условиях общего спада рынка этот сегмент ликвиден только при условии общей стоимости недвижимости до одного миллиона долларов», — считает Саша Лукич, управляющий партнер и главный архитектор Portner Architects. ■