ДОМ

Элита корректирует понятия

Бизнес-класс стало сложнее выдать за эксклюзив

маркетинг

Снижение цен предложения в сегменте элитного жилья за последние десять месяцев составило около 20%. Если в конце прошлого года средняя стоимость одного квадратного метра составляла 216 000 рублей, то сейчас она снизилась до 189 000 рублей. Но это не значит, что все элитные объекты так резко упали в цене, наиболее ликвидные предложения остались примерно на том же уровне. Тенденция снижения цен коснулась в большей степени именно переоцененных объектов.

По данным Knight Frank St. Petersburg, на вторичном рынке элитной жилой недвижимости объем предложения составляет порядка 800 квартир, из них только 15% (100 квартир) попадает под категорию действительно элитного жилья в домах нового строительства.

«На настоящий момент можно отметить три основных тренда: возросшие ожидания покупателя к соотношению „цена-качество“, как следствие — больший спрос на новую недвижимость, падение спроса на недвижимость в старом фонде. За прошедшие полгода требования покупателей по объектам вторичного рынка сильно выросли: лучшие квартиры города, большие скидки, большая гибкость собственников в отношении цены и оплаты. В разряд таких предложений попадает либо „новая“ вторичка, то есть перепродажа в новых домах, либо квартиры в домах после реконструкции, либо лучшие видовые места „золотого треугольника“», — говорит Елизавета Конвэй (Масалимова), руководитель направления элитной жилой недвижимости Knight Frank St.Petersburg.

Несмотря на то, что спрос на первичную недвижимость традиционно выше, вторичный рынок манит покупателя уникальными адресами. По данным Knight Frank St.Petersburg, цены на уникальные объекты вторичного рынка остались на прежнем, докризисном, уровне. «Некоторые объекты вторичного рынка потеряли в цене 10–20 процентов, но это скорее коррекция цен, нежели их действительное падение: завышенные цены приведены к адекватному уровню. В то же самое время большинство собственников предпочитают переждать кризис, чем снижать цены», — говорит Елизавета Конвэй.

Согласно индексу PIRI (Prime International House Price Index) международной консалтинговой компании Knight Frank, средняя цена предложения по состоянию на II квартал 2009 года по эксклюзивным предложениям первичного и вторичного рынков элитной жилой недвижимости составляет $19 200/кв. м, по эксклюзивным предложениям вторичного рынка — $6 000/кв. м.

Павел Созинов, вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга и Ленинградской области, говорит, что в листингах каждый десятый строящийся дом позиционируется как элитный, всего в активной продаже — 25–30 жилых домов, что составляет около 400 тыс. кв. метров — 1,6–1,7 тыс. квартир. Средняя стоимость — $7–7,5 тыс. за квадрат. Из 14–15 тыс. квартир, которые будут проданы до конца года, 3–5% попадают в зону «элитности». «Реальные цены сделок тщательно скрываются, однако „люфт“ может достигать значительного размаха — до 10–30 процентов. Тенденции определились — новых комплексов в элитном сегменте нет, застройщики достраивают заложенные объекты, преимущественно высокой готовности, наиболее дешевое предложение вымывается, что формально увеличивает средние цены остающейся недвижимости в листингах. Следующий шаг для застройщика — либо „скидывать“ залежавшийся товар по относительно бросовым ценам, либо регистрировать достроенный объект недвижимости и реализовывать его в течение долгого времени. Последний вариант предполагает значительные накладные расходы. На вторичном рынке ведутся единичные продажи. Цены варьируются вокруг отметки в $6–7 тыс., наиболее дорогие объекты рассматриваются покупателями с существенными скидками», — говорит он.

Смещение балансов

Владимир Спарак, заместитель генерального директора АН АРИН, считает, что кризис оказал серьезное влияние на сегмент элитной недвижимости: он привел к перераспределению собственности, активов, баланса спроса и предложения. Произошла перетасовка неких резервов или семейных ценностей. На рынок начали выходить уникальные объекты, которые раньше реализовывались без рекламы, информация о продаже которых распространялась по закрытым каналам среди очень ограниченного числа потенциальных покупателей. «Самой серьезной тенденцией кризисного периода можно назвать рост профессионализма брокеров и застройщиков, чьи объекты позиционируются в сегменте элитного жилья. Произошло перетекание профессионалов из тех компаний, для которых девелоперский бизнес был не основной сферой деятельности, в „профессиональные“ структуры рынка недвижимости. Сейчас недостаточно профессиональные агенты, работавшие в „элитке“, оказались просто за бортом продаж — число сделок сократилось, повысились требования клиентов к самому построению процесса общения по сделке. Произошел переход от эффектности презентации объекта к эффективности комплексного подхода, включающего грамотную маркетинговую, рекламную и пиар-политику, — говорит господин Спарак. — Например, застройщики элитного жилья покупателям предлагают не столько квадратные метры, сколько услуги „под ключ“: дизайн квартир, ремонт, после переезда — уборка не только придомовой территории, но и квартир. Профессионализм за год кризиса вырос в разы. Без кризиса процесс шел бы не менее 10 лет. Не думаю, что в формате действительно элитного жилья можно придумать что-то кардинально новое. Высока вероятность, что в связи с кризисом на рынке увеличится предложение в формате „апартаменты“. Но сейчас это достаточно распространенная тенденция — перепрофилирование многих проектов коммерческой недвижимости в жилье без изменения функционального назначения».

Заместитель директора АН «Бекар» Леонид Сандалов говорит, что псевдоэлитная недвижимость подешевела в среднем на 30%, ушла завышенная оценка объектов. Некоторые объекты снизились в цене на 50% и более. «Я знаю объект в „золотом треугольнике“, который до кризиса стоил 26 млн рублей, а сейчас цена на него снижена до 14 млн рублей», — говорит он. По его словам, количество сделок в сегменте элитной недвижимости снизилось в 3–4 раза. «Это больше, чем в среднем по рынку (насколько я знаю, среднее снижение количества сделок оценивается в мае этого года в 30 процентов по сравнению с маем прошлого года). Количество зарегистрированных ипотечных сделок в 10 раз меньше, чем в прошлом году. Поэтому общее снижение количества сделок на рынке по большей части обусловлено провисанием ипотеки. Число же сделок без привлечения ипотечного капитала практически не изменилось», — отметил господин Сандалов.

Медленное оживление

Ирина Солонова, директор департамента консалтинга GVA Sawyer в Санкт-Петербурге, отмечает, что в III квартале 2009 года рынок элитной жилой недвижимости впервые за кризисный период «оживился» и появились единичные сделки, причем это покупки «для себя». В настоящее время мы наблюдаем процесс реализации отложенного спроса. Те люди, которые планировали покупку дорогого жилья и «притормозили» решение о покупке в период начала кризиса, сейчас откладывают тактику «выжидания» и выходят на рынок.

Мария Разумовская, эксперт департамента аренды и продаж холдинга VMB TRUST, считает, что главной тенденцией второго полугодия 2009 года стала исключительная популярность Крестовского острова. «На сегодняшний день понятие „элитное жилье“ и словосочетание „Крестовский остров“ почти синонимы. Кроме того, растет интерес к отдельно стоящим домам вблизи Петербурга с участками земли не менее 20 соток, со всеми коммуникациями (включая газоснабжение) и развитой инфраструктурой — как в рамках коттеджных поселков, так и в уже существующих населенных пунктах», — отмечает она.

Новые форматы

Изменился и сам формат элитного жилья. Так, раньше локация объекта являлась одним из определяющих факторов для покупателя, дом должен был располагаться в зонах со сложившимся «элитным» статусом. Это прежде всего район «золотого треугольника», где объекты, действительно, на «вес золота», зона вокруг Таврического сада и от станции метро «Чернышевская» до наб. Робеспьера, а также некоторые части Петроградского района, включая Крестовский и Каменный острова, и некоторые отрезки Каменноостровского проспекта. «Теперь покупатель все меньше внимания обращает на местоположение объекта. На первое место вышли безопасность и комфортные условия проживания с доступной и как можно более развитой инфраструктурой, которую не всегда могут дать центральные районы города. Поэтому стали востребованы некоторые „видовые“ части Приморского проспекта, а также часть Московского района, примыкающего к парку Победы, и единичные локальные зоны вне указанных мест (живописные берега рек и каналов и др.). Также одной из тенденций стало появление в городе целых элитных проектов комплексной застройки, например, „Парадный квартал“ от СК „Возрождение Петербурга“, которые являются для Петербурга новшеством. Здесь создается не просто единичный элитный объект, но целая среда обитания. И это правильно — комфорт должен начинаться не в квартире, а в доме, во дворе, в квартале», — комментирует Олег Пашин, заместитель директора компании «Петербургская недвижимость».

Илья Логинов, директор департамента консалтинга и аналитики ООО «МИР недвижимости», считает, что новых форматов элитного жилья не появилось, так как за этот период не выведено практически ни одного нового элитного проекта. «Те, что были выведены, создавались до кризиса, поэтому никаких изменений не претерпели. Наметились, однако, покупательские тенденции, которые сильно изменят рынок элиты. Многие проекты, называвшиеся элитными, но не дотягивающие до этого класса, сегодня не продаются совсем. Цены в этих домах продолжают стремительно снижаться. Покупатели стали очень разборчивы в выборе и никуда не торопятся. Имидж объекта, создаваемый в рекламе, перестал оказывать какое-либо влияние на принятие решения. Важными остаются место, концепция и продуманность проекта. Клиент четко понимает реальную ценность и не поддается на рекламные уловки. Объекты с исключительным местоположением не только не потеряли в цене, но даже и поднялись за счет изменения курсов валют», — говорит Илья Логинов.

Директор по маркетингу ИСГ «Сплав» Лидия Пашнова, напротив, уверена, что, несмотря на экономический спад, на рынке все же появляются новые форматы элитного жилья. «Так, наша компания приступила к проектированию нового продукта в рамках проекта коттеджного поселка „Охтинское раздолье“. Новое предложение создается в расчете на требовательного клиента, для которого предлагаются элитные квартиры в домах клубного типа. Проект рассчитан не на массового покупателя, но проведенные нами исследования дают нам уверенность в том, что такой формат предложения востребован и найдет своего покупателя, тем более что на сегодняшний день аналогов данному предложению на рынке не существует».

Алена Милош, руководитель коммерческого управления компании «Петрополь», считает, что новые форматы элитного жилья на рынке, безусловно, будут появляться, поскольку кризис сделал покупателей более вдумчивыми и разборчивыми. Чтобы соответствовать их новым ожиданиям, застройщикам придется пересмотреть концепции своих проектов. На посткризисном рынке уже не будет ситуации, когда покупатели демонстрируют ажиотажный спрос, приобретая квартиры, объективно относящиеся к классу «бизнес», по ценам элиты.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ, ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Половинчатый закон

регулирование

(Окончание. Начало на стр. 13)

Плюсом закона о долевом участии является то, что компания-застройщик обязана зарегистрировать договор в Управлении федеральной регистрационной службы по Санкт-Петербургу и Ленобласти. Это сразу исключает вероятность заключения двойных продаж. Дольщик имеет право подать в суд на застройщика и получить компенсацию в случае задержки сдачи дома в срок, дефектов квартиры и т. п. Компаниям, работающим по 214-ФЗ, легче получить кредит в банке, хотя тут опять же встает вопрос надежности компании: на рынке есть много компаний, которые работают по серой схеме и при этом умудряются получить финансирование.

К минусам закона Илья Логинов также относит то, что документ предусматривает продажу строящейся недвижимости самим застройщиком, именно тем, кто получил разрешение на строительство объекта и кто опубликовал проектную декларацию. На практике компания, получившая разрешение, и компания-продавец — чаще всего разные юридические лица.

Директор по маркетингу ЗАО «ЮИТ Лентек» Екатерина Гуртовая, говоря о недостатках закона, отмечает следующее: «В законе, безусловно, есть проблемные положения. Для нас, в частности, существенным минусом является отсутствие юридической возможности продавать квартиры по ипотеке после госкомиссии, но до регистрации. В этот период — самый высокий спрос, а мы примерно 10 месяцев не можем продавать в кредит. В закон не встроены механизмы реагирования на случай возникновения серьезных проблем на рынке. Чтобы не застройщик, а, например, государство сказало: сдвигаем сдачу на год. Потому что сейчас сроки все равно сдвигаются, над застройщиком висят огромные штрафы и пени, экономика проекта уходит в минус, и у организаторов проекта просто не будет финансовой возможности его завершить. В проигрыше опять же останутся покупатели».

Строители также отмечают, что для них большой минус — право одностороннего расторжения договора дольщиком. Также одним из минусов является затянутая (до 9 месяцев) и усложненная процедура расторжения застройщиком договора с дольщиком, который по тем или иным причинам существенно задерживает выплаты по договору.

Павел Созинов считает, что не во всех случаях 214-ФЗ дает действенный механизм защиты дольщикам. «Например, обеспечить реальное исполнение обязательств, как предлагает ст. 13–15 №214-ФЗ, по договору долевого участия залогом стремительно дешевеющего в условиях кризиса земельного участка нельзя, здесь явно отсутствуют какие-либо реальные гарантии дольщикам», — говорит Павел Созинов. По его мнению, определенную ценность может представлять обеспечение исполнения обязательств застройщика по договору долевого участия поручительством банка согласно ст. 15.1 №214-ФЗ, особенно в ситуации проектного финансирования. «Однако в последнем случае для банка кредитование застройщика по распоряжению ЦБ РФ осложняется необходимостью стопроцентного резервирования средств в объеме выдаваемого кредита», — рассуждает господин Созинов.

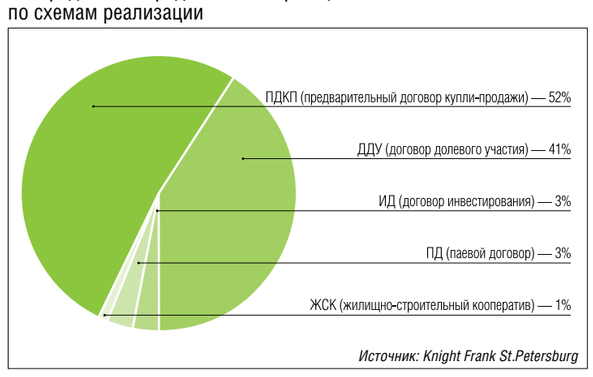
Марк Лернер, генеральный директор компании «Петрополь», впрочем, говорит, что работа в рамках 214-ФЗ, несмотря на целый ряд «подводных камней», имеет для застройщика ряд преимуществ, а именно: положительный репутационный эффект. Это весомое подтверждение надежности компании не только для покупателей, но и для партнеров; более высокую цену реализации квартир и скорость привлечения клиентов, что дает дополнительную премию более 10% от общей стоимости проекта; возможность привлечения в качестве покупателей квартир банков и ПИФов, которые могут инвестировать денежные средства только в квартиры в объектах, реализующихся по 214-ФЗ.

Заместитель директора АН «Бекар» Леонид Сандалов отмечает, что далеко не все строители честно используют работу по 214-му закону. «Дело в том, что даже если из 10 объектов компания хоть один строит по 214-му закону, то она резонно заявляет, что работает по 214-му закону. Кроме того, около половины объектов закладывались до принятия закона, поэтому их строительство идет в обход закона. Ряд квартир продается субподрядчиками, которые, даже если захотят, по 214-му закону договор оформить не смогут, так как закон направлен только на деятельность строительных компаний».

Леонид Сандалов к минусам закона относит и то, что закон не предусматривает возможность переуступки (сейчас существует рынок переуступок долевых договоров, работа на котором 214-й закон осложняет).

РОМАН РУСАКОВ

Распределение предложения строящегося жилья по схемам реализации



Источник: Knight Frank St.Petersburg

Немцы идут со своим деревом

На рынок дизайнерского домостроения выходит новый игрок

экспансия

Германская строительная фирма Baufritz, специализирующаяся на строительстве дизайнерских деревянных домов, на днях открыла в Петербурге свое представительство. Участники рынка полагают, что покупателей своей продукции при правильном подходе новый игрок найти сможет. Однако указывают на то, что в период кризиса выход на рынок нового игрока будет связан с большими трудностями и высокими первичными затратами.

Baufritz считает петербургский рынок весьма перспективным — по словам Константина Юрченкова, представителя Baufritz в России, в настоящее время эксперты компании изучают возможность открытия в России собственного производства. «Мы рассчитываем приступить к реализации этих планов в течение ближайших двух-трех лет. Для этого необходимо довести уровень продаж домов от Baufritz до 50 в год», — говорит он.

Хотя, по российским меркам, дома от Baufritz находятся в верхней ценовой категории (дом площадью 150 кв. метров обойдется покупателю в 250–300 тыс. евро без учета таможенных пошлин и стоимости фундамента), немецкие специалисты уверены, что найдут своего покупателя в России за счет применяемых компанией технологий. «Наша компания специализируется на экологическом домостроении, —рассказывает Константин Юрченков. — Мы используем только абсолютно безопасные, с экологической точки зрения, материалы — дерево, стекло и гипс — вкупе с самыми современными технологиями. Например, технология Xund-E предохраняет жилье от электромагнитного смога, в таком жилище не работает даже сотовый телефон».

Производственный цикл Baufritz, от оформления договора и начала проектирования до сдачи дома заказчику, составляет 5–6 месяцев. Дома собираются в Германии, на собственном производстве фирмы, и поставляются на стройплощадку на фурах в виде готовых блоков. Сборка дома на месте занимает порядка двух суток.

Участники рынка полагают, что покупателей своей продукции при правильном подходе новый игрок найти сможет. Зося Захарова, руководитель отдела проектов и аналитических исследований АРИН, говорит, что на петербургском загородном рынке используются европейские технологии домостроения, но четкой структурированности рынка новых технологий пока нет. «Например, в строительстве каркасных домов используется канадская технология „ЭкоДом“, реализуется компанией Warm House. Каркасное домостроение используется в основном при строительстве домов эконом-класса, иногда в бизнес-классе. В элитном классе используется более дорогое строительство, например, по немецкой фахверковой технологии с использованием клееного бруса, стеновых панелей, остекления, занимающего большую площадь. Пример такого поселка — Patrikki club, — говорит она. — Что касается спроса, то покупатели с большим интересом относятся к энергосберегающим технологиям и экологичным домам. При этом они готовы даже переплачивать, но в разумных пределах, за гарантию качества. Популярность западных технологий растет. Однако сейчас на загородном рынке сложная ситуация: продажи падают, покупатели экономят, стараясь покупать дома в более низком ценовом сегменте, предпочитают строить индивидуально и приобретают в поселках участки без подряда. В такое время выход на рынок новых строительных компаний с новыми технологиями будет связан с большими трудностями и высокими первичными затратами».

Заместитель директора АН «Бекар» Леонид Сандалов при этом отмечает, что здания с большой площадью застекления, которые в последнее время становятся модными, для северного климата не очень подходят. «Из-за большой площади остекления их эксплуатация обходится дороже, чем содержание обычных домов. Они проигрывают другим зданиям в теплоизоляции. Размещаться такие дома могут только в хорошо охраняемых коттеджных поселках. В связи со всем этим спрос на эти дома есть в силу моды, но он небольшой — не более 2–3 процентов от общего спроса на загородное жилье. Такие дома — прерогатива юга», — говорит господин Сандалов. При этом он отмечает, что застройщиков, которые занимаются именно строительством подобных домов, тоже нет, соответственно и конкуренции практически никакой.

АНДРЕЙ ЦЫГАНОВ, РОМАН РУСАКОВ

BUSINESS GUIDE
ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ ГОДА

25.12.09
выход приложения

В основных конкурентных отраслях экономики города «Ъ» назовет лучших руководителей по итогам 2009 года.

Победителей выберут сами участники рынка. Топ-менеджеры крупных компаний в каждой из выбранных отраслей назовут тех из конкурентов, кому удалось в условиях кризиса усилить свои рыночные позиции.

Также в приложении будут представлены материалы, описывающие возможности и атрибуты успешного менеджмента, наиболее заметные отставки и назначения года, мониторинг событий и сделок, связанных с именами лучших топ-менеджеров года.

Приглашаем к сотрудничеству рекламодателей:
(812) 325-67-96, 324-69-49
elconina@spb.kommersant.ru

Реклама