

ДОМ ИНВЕСТИЦИИ

Продажа без правил

В отличие от загородных новостроек, ценообразование на вторичном рынке Подмоскovie происходит по своим правилам, которые каждый продавец придумывает себе сам. Руководствуясь субъективными факторами, домовладельцы нещадно завышают цены. В ожидании «своего покупателя» вторичный сегмент превращается в «кладбище» годами непродávающихся коттеджей.

— ценообразование —

От сердца отрывают

По оценкам агентства недвижимости Tweed, необоснованно завышают стоимость своей загородной недвижимости примерно 30–40% продавцов. «Чаще всего неадекватно высокую цену выставляют те, кто уже за́был кризис, но при этом помнит чужие успехи былых времен, когда можно было купить участок, быстро построить и продать со значительной прибылью», — говорит генеральный директор Tweed Ирина Калинина. Алгоритмы ценообразования могут отличаться друг от друга, но обычно цена объектов формируется на основании предложений соседей. Продавец смотрит на самый дорогой и добавляет к этой стоимости 10–30%, так как считает свой дом самым лучшим. Например, если в одном поселке продаются три коттеджа за один, полтора и два с половиной миллиона рублей соответственно (в условиях примерно одинакового местоположения, радостей в виде летнего водопровода и газа «в перспективе»), то четвертый будет выставлен собственником минимум за два с половиной миллиона: «У меня ведь не хуже, чем у соседа», — рассуждает продавец. Участники рынка не ругают продавцов, завышающих цены, понимая, что на вторичном загородном рынке затратный и сравнительный методы ценообразования часто оказываются бесполезными — просто потому, что не бывает двух идентичных объектов.

Эксперты называют несколько причин неадекватного ценообразования на рынке загородной «вторички». Прежде всего это эмоциональная составляющая. «Увы, часто продавец не может правильно оценить свой объект из-за сильной эмоциональной вовлеченности — да, объективно это может быть дачка с ветхим домиком на участке шесть соток, которая стоит очень дешево, но для

продавца это может быть часть жизни. И он не только заявит слишком высокую цену, но и будет крайне негативно реагировать на любые замечания, даже вполне адекватные, в адрес данного объекта», — рассказывает управляющий партнер «МИ-ЭЛЬ — Загородной недвижимости» Владимир Яхонтов. На завышение цены влияют и такие психологические факторы, как время, проведенное в этом доме, силы, потраченные на ремонт и его обустройство и др. Но покупатель эти затраты не интересуют. Кроме того, размер трат на строительство не всегда гарантирует качество работ, а будущий владелец не обязан платить за то, что продавец когда-то стал жертвой нечистоплотных строителей или даже риэлторов. Руководитель отдела продаж и маркетинга компании «Высота» Татьяна Румянцева приводит в пример дом на Минском шоссе, за который хотят выручить \$7 млн, хотя его красная цена составляет \$2,5 млн. «Дом сделан непрофессиональным дизайнером, хозяева воплотили в нем все свои смелые творческие идеи: золотая мозаика в ванной, лепнина на потолке, живопись на стенах дома, звезды на потолке. Конечно, такое творчество далеко не всем по душе, и переплачивать за вычурность, излишества и креатив покупатели точно не хотят», — говорит госпожа Румянцева.

Вложения без прибыли

Другая частая ошибка продавцов — ориентация только на свои потребности без учета реальной ситуации. Например, человек покупает квартиру или новый дом и до желаемой суммы не хватает трех миллионов рублей, притом что его предложение объективно больше миллиона не стоит. Несмотря ни на что, продавец все равно выставляет завышенную цену, и, естественно, дом не продается. «Также распространено мнение, что на каждый вложен

ный рубль нужно получить 150–200% прибыли», — рассказывает директор департамента оценки жилой недвижимости консалтинговой группы «НЭО Центр» Александр Федоров. Некоторые домовладельцы оценивают свои вложения в объект и устанавливают цену, суммируя деньги, потраченные на покупку дома, и расходы на его обслуживание. «Другие добавляют к цене стоимость денег за прошедший период, чтобы получить дополнительную прибыль, например применяя банковский процент, который был бы начислен, если бы эти деньги лежали на депозитном счете», — говорит заместитель генерального директора по продажам ОАО ОПИН Наталья Картавцева.

Провалом оборачивается и стратегия завышения цены с целью привлечения покупателя дисконтом: якобы большая скидка катализирует принятие решения о покупке. Но на деле домовладельцы портят репутацию выставляемого объекта и в перспективе им придется идти на еще более серьезное снижение цены. Существует неписаное правило: если дом долгое время находится в базе и не находит своего покупателя, то, скорее всего, у него есть какие-то серьезные недостатки и такой дом даже не стоит смотреть. Не говоря уже о том, что клиент с бюджетом на покупку в \$4 млн вряд ли поедет смотреть дома за \$6 млн. То есть собственник может столкнуться с тем, что к нему вообще никто не придет. «Подержав переоцененный дом на рынке какое-то время и поняв, что нужно что-то делать, продавцы начинают прислушиваться к риэлторам и снижать стоимость. Но время потеряно: объект на рынке замылен», — говорит руководитель департамента загородной недвижимости Contact Real Estate Алсу Хамидуллина.

В качестве примера в «Метриум Групп» рассказывают историю дома площадью около 800 кв. м в поселке

Жуковка, расположенного на участке 20 соток, который обладал довольно скромными характеристиками. Во время оценки консультант указал собственникам (семейной паре) примерный диапазон стоимости — до \$10 млн. Однако те хотели получить \$25 млн, потому что привлекали зарубежного дизайнера во время строительства. Конечно, никакого спроса на объект не было, поэтому собственники постепенно снижали цену — сначала до \$17 млн, а потом — до \$15 млн. Через полтора года они позвонили консультанту и сказали, что готовы продать дом за \$10 млн, так как им срочно нужны деньги. При этом даже с такой ценой этот объект долго находился в экспозиции. В итоге дом был продан только через три года после того, как цена опустилась до \$8,5 млн.

При этом эксперты не утверждают, что переоцененные резиденции, которыми переполнен вторичный рынок Подмоскovie, вообще не представляют интереса. По словам коммерческого директора компании Villagio Estate Павла Трейваса, «такая недвижимость считается надежным способом заморозки (неполучения прибыли) инвестиций, а владельцы таких объектов, как правило, остро в деньгах не нуждаются».

Старый фонд

Причина непродávающихся домов кроется не только в неадекватном ценообразовании. Дело еще и в спросе, который за последние несколько лет существенно изменился. Современные покупатели предпочитают дома с ремонтом, сделанным с хорошим вкусом, без ярко выраженных этнических предпочтений в дизайне. Перестала работать и приставка de luxe, которая привлекала аудиторию до кризиса, когда такое определение для некоторых являлось более важным фактором, чем отдельные характеристики поселка. Аудитория стала куда более разборчивой: все чаще выбирают современные концептуальные поселки от известного девелопера с высоким качеством строительства, авторским дизайном, максимальным благоустройством и развитой инфраструктурой. Но таких предложений на вторичном рынке пока очень немного. Так, например, Рублевка осваивалась застройщиками

в первую очередь, поэтому там сейчас продается большое количество морально устаревших объектов — достаточно вспомнить краснокирпичные замки, «украшившие» подмосковные пейзажи в 1990-х годах. По словам господина Трейваса, поселки старой формации строились без генпланов, имели инфраструктуру в виде контрольно-пропускного пункта и дороги, а под общественные территории в лучшем случае отводилось менее шестой части площади проекта. Для сравнения: размер рекреаций в современных элитных комплексах составляет до 40% от всего генплана и даже больше. 15 лет назад не существовало культуры девелопмента, специалистов в области малоэтажного жилого строительства и дизайна, четкого представления, как все должно выглядеть — отсюда засилье коттеджей с неудобными планировками и отсутствием казачьего ремонта.

Эксперты компании Vesco Realty также говорят, что основной сегмент вторичных продаж сегодня — это дома, построенные или купленные собственниками восемь-десять лет назад, когда цены на землю были значительно выше, а предложений было гораздо меньше. «Если раньше на Рублевке трудно было найти участок стоимостью менее \$100 тыс. за сотку, то сейчас вполне можно уложиться в \$40–50 тыс. Отмечу, что такими примерами избобилуют все направления», — говорит руководитель департамента загородной недвижимости Vesco Realty Евгения Панова. — Ну и стоит отметить, что заработать на рынке загородной недвижимости, пытаясь продать объект пятидесятилетней давности, практически невозможно. Дома и участки, как и автомобили, падают в цене со временем».

По данным экспертов департамента загородной недвижимости компании «Инком-Недвижимость», на сегодняшний день наиболее востребованы проекты в стародачных местах, дома с интересными и необычными планировками в поселках с хорошей инфраструктурой и транспортной доступностью либо предложения с хорошим дисконтом, реализуемые по цене ниже рыночной. Такие объекты продаются от двух до шести месяцев, в то время как средний срок экспозиции со-

ставляет один год. В ОПИН добавляют, что на срок экспозиции влияет и наличие у продавца всех необходимых документов на дом, которые правильно оформлены с юридической точки зрения. В случае с ипотечной коттедж должен находиться не менее трех лет в собственности.

Эксперты Vesco говорят, быстрее других продаются дома в обжитых поселках до 20 км от МКАД, с архитектурой в одном стиле. При этом площадь коттеджа должна соответствовать площади участка (400 кв. м на 20 сотках, 800 кв. м на 30 сотках, не меньше). Важная характеристика — обновленная отделка дома или полное ее отсутствие. По словам заместителя генерального директора ООО «Столичная земля» Михаила Строилова, стимулом для повышения цены могут послужить внешние факторы. Например, метро или новая транспортная развязка, которая должна появиться через два-пять лет, — это повод повысить ценник на домовладение уже сегодня.

По словам госпожи Румянцевой идеальный объект с точки зрения продавца — дом на Рублево-Успенском, Ильинском или Новорижском направлении, в пределах 15 км от МКАД, на участке 25 соток, площадью 500 кв. м, полностью декорированный и готовый к заселению, по цене \$3,5 млн. Таких предложений очень много, но, как правило, домовладельцы оценивают такие объекты существенно дороже и поиск покупателей сильно затягивается. «Учитывая, что на сегодняшний день средний срок экспозиции загородной недвижимости составляет примерно один год, с завышенной ценой продавец рискует „провести на рынке“ несколько лет», — говорит руководитель отдела «Century21 Еврогрупп Недвижимость» Мария Румянцева. В итоге рынок душит сам себя: продавцы отказываются снижать цены, из-за чего переоцененные объекты не продаются. «Это приводит к тому, что в сделках участвует минимум домовладений и рынок стагнирует. Все участники рынка жалуются на кризис, однако на самом деле его нет. Есть изменившаяся конкурентная среда, вызванная увеличением числа объектов на рынке», — резюмирует госпожа Панова.

Ольга Говердовская

ПЕНТХАУСЫ

UNIQUE

QUARTIER ITALIANO

БЫТЬ НА ВЕРШИНЕ ЖИЗНИ

Москва, Долгоруковская, 21
(495) 28-000-28 www.unique.2800028.ru

* уникальный

оформить жилье возможно с использованием социальных инфраструктурных услуг. Долгоруковская, в.21 стр. 8, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, в. 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000

Реклама