

ДОМ

КОНТЕКСТ

МИРОВОЙ РЫНОК

Цены на жилье снова растут

Международная консалтинговая компания Knight Frank представила результаты глобального индекса цен на жилую недвижимость (Global House Price Index) за четвертый квартал 2013 года. На основании сравнения показателей динамики стоимости недвижимости в 56 странах мира были сделаны следующие выводы: Россия заняла 22-е место по годовой динамике роста цен на жилую недвижимость по состоянию на четвертый квартал 2013 года, цены в среднем по стране выросли на 4,2% за год. По итогам 2012 года Россия занимала 5-е место с показателем роста 10,2%. Снижение на 17 пунктов в рейтинге обусловлено замедлением роста цен в России и более высокой годовой динамикой, показанной некоторыми другими странами.

Цены на мировых рынках жилья увеличились на 8,4% за год и на 1,2% за последний квартал 2013 года. Это наивысший показатель годового роста цен с момента создания индекса в 1995 году. Цены на жилье в 2013 году выросли в 39 странах мира, год назад рост цен продемонстрировали лишь 27 стран.

Максимальный годовой рост цен в 34,8% был зафиксирован в Дубае, однако цены на этом рынке остаются ниже своих пиковых показателей 2008 года на 25%.

Самый низкий результат отмечен на Украине, где зафиксировано падение цен на недвижимость на 25,9% за год по состоянию на четвертый квартал 2013 года. Помимо Украины, Хорватия и Греция продемонстрировали самое сильное падение стоимости квадратного метра жилья. Европейские страны по итогам четвертого квартала 2013 года по-прежнему в конце рейтинга, однако в большинстве из них темп снижения цен замедлился в 2013 году.

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, рассказал: «На локальном рынке последние полгода охарактеризовались возросшим спросом со стороны покупателей во всех сегментах рынка жилой недвижимости и увеличением объемов продаж. Мы связываем эту тенденцию с нестабильностью в финансовом секторе и с девальвационными ожиданиями населения. В таких условиях частные инвесторы стремятся вложить денежные средства в те активы, которые им кажутся более надежными. В России традиционно в качестве одного из таких активов рассматривается жилая недвижимость».

Елена Юргенева, директор департамента элитной жилой недвижимости, Knight Frank Russia & CIS, комментирует: «Неоднозначная политическая ситуация и ожидания возможного ввода санкций в отношении России заставляют частных инвесторов из России взять паузу и понаблюдать за развитием событий. Инвесторы из России и стран СНГ традиционно составляют одну из основных сил на мировом рынке недвижимости премиум-класса: так, по данным аналитиков штаб-квартиры Knight Frank, в Великобритании каждый шестой объект недвижимости сейчас приобретает выходец из России или стран СНГ. Безусловно, снижение активности такой заметной части покупателей не может пройти незамеченно для рынков. Что касается динамики по России, то мы сейчас отмечаем существенный рост активности покупателей на внутреннем рынке: высокая волатильность фондовых индексов и нестабильная ситуация в банковском секторе традиционно приводят к тому, что инвесторы начинают вкладывать свободные средства в недвижимость».

Денис Кожин

Без посредника не разобратся

Развитие интернет-технологий, появление ипотечных и прочих новых схем при покупке недвижимости делают работу риелтора более сложной, чем еще десять лет назад. Казалось бы, теперь, когда всю информацию о том или ином объекте можно получить в сети, обращаться к посреднику острой необходимости нет. Тем не менее участники рынка говорят, что услуги брокеров востребованы так же, как и раньше — как со стороны застройщиков, так и со стороны покупателей.

— риелторский бизнес —

Сергей Дроздов, генеральный директор агентства «Петербургская недвижимость», полагает, что работать в риелторском бизнесе стало сложнее. Причем произошло это не сегодня, а уже несколько лет, как сложилась такая ситуация. «В настоящее время ипотечные сделки только на вторичном рынке занимают не менее 40 процентов. А в целом риелторам работать с ипотекой, безусловно, сложнее, чем со сделками, где не задействованы банки. Кроме того, существенную долю в структуре сделок на вторичном рынке сегодня занимают сделки с субсидиями, сертификатами, материнским капиталом. Они тоже достаточно сложные, требуют от риелторов гораздо большей подготовленности и знаний», — рассказывает господин Дроздов.

Мария Саенко, генеральный директор агентства недвижимости Prime Estate (входит в «Группу Прайм»), говорит: «Тенденция последних лет — окончательное погружение риелтора в мир информационных технологий и гаджетов: актуальные данные об объектах, последние фотографии со стройплощадки, планировки квартир, онлайн-общение с клиентами — все это должно быть под рукой и в круглосуточном доступе».

По мнению Сергея Дроздова, в конкуренции среди риелторских агентств на вторичном рынке впереди сегодня тот, кто не только имеет серьезный опыт работы на рынке и раскрученный бренд, но при этом активно занимается как подготовкой новых агентов, так и обучением персонала в целом.

Необходимость в привлечении риелторов застройщиком, как правило, зависит от его узнаваемости и надежности. В известных строительных компаниях по-прежнему большинство сделок приходится на собственный отдел продаж.



ВЕРИТИН ПАВЕЛ

Тенденция последних лет — окончательное погружение риелтора в мир информационных технологий и гаджетов: актуальные данные об объектах, последние фотографии со стройплощадки, планировки квартир, онлайн-общение с клиентами — все это должно быть под рукой и в круглосуточном доступе

«Несомненно, сотрудничество с крупными агентствами недвижимости обеспечивает наибольший охват аудитории, повышает узнаваемость и цитируемость объекта среди потенциальных покупателей. Весьма желательно привлечение именитого брокера в случае, когда объект выводит на рынок новый застройщик. Особенно если речь идет о жилье премиального класса. Сегодня на петербургском рынке есть примеры, когда известные агентства по эксклюзивным договорам реализуют жилые комплексы в сегментах „бизнес“ и „элит“». Так, агентство Prime Estate продает апартаменты в элитном комплексе «Современный аристократ» на Морском проспекте, 28. Элитные квартиры — штучный товар, обучать и содержать ради нескольких сделок в месяц целый отдел продаж застройщику иногда невыгодно. Кроме того, через агентство с именем, репутацией, опытом и портфелем реализованных проектов продажи дорогого жилья пойдут намного успешнее», — считает Мария Саенко.

Дмитрий Гусев, управляющий партнер ГК «Дубина», отмечает и такую любопытную тенденцию, которая пока проявляется преимущественно на столичном рынке: «Крупные риелторы сегодня стремятся усилить свою роль на рынке, выкупая часть проектов у застройщиков. Таким образом, те, кто начинал как риелторы, становятся полноценными инвесторами.

Кроме того, сейчас мы наблюдаем ситуацию, когда у риелторских компаний становится популярен аутстаффинг и аутсорсинг продаж — для реализации одного крупного объекта создается специальная рабочая группа, которая тесно взаимодействует с застройщиком. Такой вариант развития отношений между девелоперами и риелторами представляется наиболее удобным для обеих сторон».

Господин Дроздов считает, что привлечение застройщиками к продажам брокеров и агентств недвижимости доказало свою эффективность во время кризиса, многие строительные компании в то время убедились в выгоде такого сотрудничества и в существенном увеличении объема продаж и продолжают взаимодействие с брокерами и сегодня, когда рынок вот уже долгое время на подъеме.

«В целом же через агентства недвижимости реализуется более 30 процентов предложения на первичном рынке. Остались единичные девелоперы, которые не работают с агентствами недвижимости и брокерскими компаниями в направлении продажи квартир в возводимых объектах. Безусловно, эта доля еще несколько лет назад была значительно меньше. Ее увеличение связано с изменением подхода застройщиков к сотрудничеству. Кроме того, услуга в силу ее полезности и удобства для клиента (и при этом оказываемая бесплатно) стала пользоваться все большей популярностью у покупателей», — добавляет господин Дроздов.

«Доля сделок с привлечением риелторов скорее растет. Предложение на рынке недвижимости становится все многообразнее, география объектов вышла за пределы Петербурга, применяются всевозможные схемы приобретения жилья (взаи-

мозачет, длительная рассрочка, субсидии, материнский капитал), изменилось законодательство в сфере регистрации недвижимости. Кроме того, сегодня на рынке бесчисленное количество источников информации: от печатных справочников до баз и порталов в интернете. Разобраться во всем этом обывателю очень непросто, тогда как опытный риелтор профессионально проведет мониторинг, донесет до покупателя только ту информацию, которая необходима, и организует всю сделку. Опытный риелтор не просто экономит время, силы и нервы клиента, но и часто необходим при проведении встречных сделок», — говорит госпожа Саенко.

Ирина Могилатова, управляющий партнер агентства недвижимости Tweed, рассказала: «Чтобы получить элитный объект на реализацию, агентства участвуют в серьезных тендерах, представляют рекомендательные письма. Одним словом, на рынке уже нет случайных компаний, здесь конкурируют между собой лидеры. Даже для того чтобы участвовать в тендере, компания должна быть крупной, с хорошей сложившейся репутацией». При этом госпожа Могилатова говорит, что вторичный элитный рынок несколько более хаотичен, но и его структуризация — вопрос недалекого будущего. По ее данным, до 90% сделок на вторичном элитном рынке заключается с помощью риелторов. На первичном рынке цифра заметно ниже — 25–30% (девелоперы реализуют жилье и через собственные отделы продаж).

Светлана Попова, маркетолог ЗАО «БФА-Девелопмент», тем не менее, утверждает: «На мой взгляд, до сих пор отношение к риелторам со стороны населения не очень сильно сдвинулось в сторону позитивного. К агентам обращаются либо

те горожане, у которых нежелание самостоятельно проводить сделку сильнее нежелания расставаться с приличной суммой вознаграждения агентству, либо те горожане, у которых решение квартирного вопроса складывается из множества факторов: материнский капитал, субсидия, очередь. На рынке первичного жилья многие застройщики уже уходят от практики привлечения неограниченного количества агентств для продажи квартир в строящихся домах, так как на пике данной практики столкнулись с проблемами, вызванными нежеланием или невозможностью агентов выучить всю важную информацию о каждом объекте, что вредило продажам и имиджу застройщиков».

В среде девелоперов до сих пор нет единого мнения: что важнее для рынка — бренд риелторской компании или все-таки компетентный специалист, имеющий большое количество контактов.

Дмитрий Котровский, вице-президент девелоперской компании «Химки Групп», так рассуждает о взаимодействии риелторов и застройщиков: «С точки зрения экономической теории девелопер, застройщик — производитель товара, который отвечает за ценообразование и качество. Риелтор — это продавец, который уровнем организации продаж и своей компетентностью или отсутствием таковой может как привлечь, так и отпугнуть покупателя. Потребитель может купить такой товар, как недвижимость, напрямую у производителя или с помощью посредника. Теперь давайте проведем аналогию: когда мы собираемся в магазин за продуктами, то что нам важнее — где покупать или что покупать? Важнее название торговой сети или марка товара, который мы приобретаем? c20

Расставить все по местам

— классификация —

c13 Застройщики, производящие жилье экономкласса, часто пытаются представить его как объекты класса бизнес или комфорт, чем вызывают у всех раздражение. Для современного потребителя класс объекта не играет большой роли. Главное для него сегодня — это ровные стены», — резюмирует господин Богданов.

Границы стираются

«С развитием рынка недвижимости и усилением конкуренции границы между классами стираются, особенно это касается массового сегмента. Застройщики все чаще прибегают к созданию своих собственных, «фирменных» форматов», — добавляет директор по продажам O2 Development Елена Беседина

Петр Буслов, руководитель аналитического центра ООО «Главстрой-СПб», считает, что потребители начинают обращать внимание на категорию недвижимости при рассмотрении проектов комфорт-класса и выше. Для клиентов, интересующихся жильем эконом-сегмента, градация не так важна.

Арсений Васильев, генеральный директор ГК «Унистэ Петербург»,

в свою очередь, считает, что рынок все регулирует сам: «При продвижении проекта застройщики часто лукавят, называя жилье эконом-класса комфортом, а бизнес-класса — элитным жильем, используя естественное желание человека иметь больше, чем он может сегодня себе позволить, но именно рынок расставляет все на свои места, разница в ценах настолько существенна, что целевые группы этих сегментов редко пересекаются».

Павел Лепиш, генеральный директор компании «Домус Финанс», полагает, что деление на классы более актуально для профессиональных игроков рынка недвижимости. Потребители, в свою очередь, при выборе объекта руководствуются не классами и статусами, а персональными, субъективными критериями. «Например, квартиру в панельном доме где-нибудь на окраине города, вероятнее всего, они способны классифицировать как эконом-предложение. Но это совершенно не важно, потому что в этом доме чистый подъезд, хорошие соседи, современная детская площадка во дворе, а рядом живут престарелые родители, да и вообще район „родной“. Для такого покупателя именно эта квартира в далеком

не престижном „спальном“ районе и будет самой желанной, даже гораздо более желанной, чем аналогичное предложение где-нибудь в центре», — рассуждает господин Лепиш.

Фонд РЖС и Российская гильдия риелторов в прошлом году утвердили единую классификацию видов многоквартирных жилых домов, в соответствии с которой все новостройки у нас делятся на два основных класса: массовое жилье (эконом- и комфорт-класс) и жилье повышенной комфортности (бизнес- и элитный классы). В число критериев отнесения к тому или иному подклассу входят: архитектура, тип домостроения, качество остекления, планировка, площадь жилья, качество отделки квартир и общественных зон, инженерное обеспечение и другие характеристики, позволяющие отсечь один класс от другого. «Все эта информация общедоступна, и при желании каждый потребитель может самостоятельно классифицировать приобретаемое жилье. Но, на мой взгляд, таких желающих немного. Сегодня люди, действительно, покупают не просто недвижимость, и даже не место, где жить, а сам образ жизни. При этом они вполне способны отличить „монологит“ от „панели“ и импортные

стеклопакеты — от отечественных. То есть важен не заявленный статус проекта, а его фактические характеристики: качество строительства, месторасположение, концепция проекта, наличие инфраструктуры, стоимость жилья», — говорит Дмитрий Гусев, управляющий партнер ГК «Дубина».

Елена Шишулина, директор по маркетингу УК «Старт Девелопмент», при этом отмечает, что разным игрокам рынка классификация нужна для разных целей. Поэтому и подход к классификации так разнится. «Консультантам, экспертам и аналитикам классификация нужна для систематизации информации о предложении на рынке, ведь в разных сегментах развитие рынка происходит совершенно по-разному. И среди них немало копий сломано при обсуждении границ между классами — где заканчивается эконом и начинается комфорт, то же самое касается бизнеса и элиты. Эта часть профессионалов выступает за единые стандарты для каждого из классов, которых, в идеале, должны придерживаться все девелоперы. Ведь если по местоположению объект однозначно попадает в элиту, а по высоте потолков — в экономкласс,

то куда же его все-таки отнести? Подход к классификации девелоперов и застройщиков проще и более гибкий. Им она, во-первых, нужна для сегментации потребителя. Написал в рекламе „дом экономкласса“ и получил соответствующую целевую аудиторию, не озабоченную, есть ли в доме специальный холодильник для хранения меховых изделий. Написал „элитный объект“ — и продавцов уже не беспокоят претенденты на квартиры студии за 1 млн рублей. Во-вторых, это, конечно, игра на тщеславии. Покупатель может прекрасно осознавать, что конкретный жилой дом по своим характеристикам относится к добротному бизнес-классу, но если ему приятно сказать друзьям, что приобрел элитную квартиру, то почему продавец должен в этом отказывать? Ну и, наконец, девелопер продает только то, что покупается. Если покупатели элитного жилья готовы платить за место, качество строительства, но не готовы переплачивать за наличие только двух квартир на этаже или подогреваемую дорожку к гаражу, то застройщик не будет заботиться о прокрустовом ложе разрабатанной кем-то классификации», — рассуждает госпожа Шишулина.

Покупателям же классификация нужна для экономии сил и времени, чтобы, увидев отметку об определенном классе объекта, они сразу же представляли бы себе примерное соотношение цены и качества, говорит она. «С их точки зрения самым большим грехом застройщика является позиционирование объекта в высоком сегменте при качестве строительства, которое и в „экономе“ было бы стыдно продемонстрировать. Особенно при покупке на начальном этапе, когда еще нельзя посмотреть квартиру вживую», — рассуждает госпожа Шишулина.

Место, где жить, выбирают все, вне зависимости от того, на жилье какого класса претендует конкретный покупатель. Просто в сегменте массового спроса клиент сначала определяет потолок суммы, которую он может потратить на недвижимость, и потом уже смотрит, где и что можно купить за эти деньги. А в высоких сегментах клиент сначала определяется с местом, а потом уже начинает перебирать объекты в данной локации, подбирая тот, который наиболее соответствует его представлениям об идеальном доме.

Валерий Грибанов