

ЛОКАЛЬНЫЕ РЫНКИ ЖИВУТ ПО СВОИМ ПРАВИЛАМ

ПОПЫТКИ СТОЛИЧНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ РИЕЛТОРСКИХ ФИРМ ВЫЙТИ НА РЫНОК ПЕТЕРБУРГА ПОКА БОЛЬШИМ УСПЕХОМ НЕ УВЕНЧАЛИСЬ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

На развитых рынках международные бренды риелторских компаний контролируют значительную часть сделок с недвижимостью, но в России они пока не смогли добиться значительных успехов. В регионах лидерство сохраняется за местными компаниями.

Экспансия в регионы в риелторском сегменте обычно происходит путем продажи франшиз. По такому пути развиваются и «Бест-Недвижимость», и «Мизель», и МИАН, а также компании «Хирш» и Century21. «Можно заметить, что тотально захватить региональные рынки или хотя бы занять там значительную долю действительно пока никому не удалось. Связано это может быть с несколькими факторами. Локальные рынки все еще часто работают по старинке, по рекомендациям знакомых, родственников, друзей. Московские или даже зарубежные бренды там могут быть попросту никому не известны, поэтому наработать репутацию приходится практически с нуля. Сейчас несколько проще, поскольку в интернете можно почерпнуть информацию о том, что вышедшая в регион компания давно представлена на рынке, состоит в профессиональных ассоциациях, имеет большую сеть отделений и так далее. Тем не менее люди продолжают доверять местным брендам, так как знают их дольше и могут обращаться в эти агентства прежде всего по рекомендации», — рассуждает Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой».

ПРИНЦИПИАЛЬНАЯ РАЗНИЦА Максим Кондрашин из екатеринбургского агентства недвижимости «Линк» считает, что одна из основных причин — принципиально иное устройство рынка недвижимости «у нас» и «у них». «В маленьких российских агентствах каждый риелтор, как правило, занимается всем, что попадет в его сеть. За рубежом бизнес-процесс устроен совершенно иначе, он проще алгоритмируется, да и, честно говоря, этот рынок существенно „белее“. У нас риелтором может стать любой желающий, а за рубежом в развитых странах эта деятельность лицензирована», — рассуждает господин Кондрашин. Вторая особенность, считает он — уникальность местных рынков: «Опыт Москвы невозможно транспонировать на Екатеринбург или даже Петербург, жилой фонд очень разный, существует масса нюансов, которые совершенно невозможно унифицировать».

Слабое проникновение современных технологий тоже является тормозом. Из примерно 450 екатеринбургских агентств значительная доля не имеет оборудо-

ванных компьютерами рабочих мест для риелторов. «Факт остается фактом: франшиза на сегодняшний день — это практически единственная работающая форма. Но успешному крупному региональному агентству московская франшиза ни к чему — ему своей репутации и рекламного бюджета хватает для привлечения клиентов. Помимо этого, историческая память дает наводку — в СССР маклерами были конкретные люди. И сейчас, в общем-то, ничего не изменилось — по-прежнему идут на конкретное имя человека, передавая его заветный телефончик. А неуспешное агентство вряд ли заинтересует франчайзера, и самому маленькому агентству столичная франшиза просто может оказаться не по карману», — рассуждает господин Кондрашин.

СПЕЦИФИКА ПЕТЕРБУРГА Ильдар Хусаинов, директор федеральной риелторской компании «Этажи», полагает, что неудачи столичных компаний в Петербурге и регионах кроются в нескольких причинах: «Во-первых, сложность заключается в дистанционном управлении и существенных издержках. Во-вторых, существенно влияет локализация рынков в регионах: свои правила игры, свои бизнес-отношения с партнерами, застройщиками и банками, своя стоимость услуг. В-третьих, в других городах присутствуют лидеры риелторского бизнеса — компании с сильными командами, с наработанными клиентскими базами. С ними непросто конкурировать. Четвертая причина — это нежелание собственника бизнеса дать партнерам в регионах такую, на мой взгляд, сильную мотивацию, как участие в прибыли. Я не знаю риелторских компаний общедоверительного уровня, которые присутствовали бы более чем в 30 российских городах. Кроме нашей компании: география деятельности „Этажей“ сегодня — 40 российских городов с головным офисом в Тюмени. Юридический статус точек присутствия — филиалы и франчайзи-партнеры. Что касается рынка Петербурга, то это город с особым менталитетом, там сложно развиваться конкурентам из второй столицы — Москвы. Уверен, что проще выходить на этот рынок риелторским компаниям из регионов». Впрочем, господин Хусаинов говорит, что компания «Этажи» также планирует выходить Петербург в 2016 году.

Роман Макаренко, руководитель портала Новострой.рф, уверен: «Тяжелее всего заходить на рынки небольших, отдаленных от центра страны городов. Мы живем в Благовещенске, и я не представляю себе ситуацию, чтобы в нашем городе открылось сетевое агентство недвижимо-



В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ НЕДВИЖИМОСТЬ ПОКУПАЮТ ПО СТАРИНКЕ — ПО РЕКОМЕНДАЦИЯМ ЗНАКОМЫХ, РОДСТВЕННИКОВ, ДРУЗЕЙ

мости, например „Этажи“, по франшизе. Тут, на мой взгляд, две причины. Первое — люди не доверяют риелторам в принципе. Второе — а что может предложить федеральный игрок местному покупателю, какую выгоду? Например, мои знакомые риелторы находят клиентов, предлагая им цены на квартиры в новостройках ниже, чем у застройщика (продают подрядные). Я сомневаюсь, что неизвестному предпринимателю из Москвы здесь дадут такие „привилегии“. Другое дело онлайн-игроки. Считаю, что со временем по всей стране будут преобладать федеральные порталы — классифайды, а региональные сайты с объявлениями будут использоваться во вторую очередь».

РЕГИОНЫ И СТОЛИЦА Вадим Ламин, управляющий партнер агентства недвижимости Spencer Estate, отмечает, что московские цены и, соответственно, коммиссионные риелторских компаний совершенно несопоставимы с ценами в Орле, Туле, Белгороде и даже Петербурге. «Многие московские владельцы бизнеса не видят смысла вешать на себя примерно те же организационные проблемы и расходы, заведомо зная, что результат будет гораздо менее интересен. Конечно, в регионах конкуренция меньше, но, с другой стороны, платежеспособный спрос тоже гораздо ниже. В регионах менее развита инфраструктурная, банковская составляющая. Так, например, совсем недавно покупатели московской квартиры для дочери были удивлены схемой взаиморасчетов через банковскую ячейку, в их городе деньги передавались без посредничества банка», — рассказывает господин Ламин.

Роман Котов, генеральный директор управляющей компании ООО «Москва-Сити Капитал», добавляет: «Риелторский бизнес очень плохо поддается масштабированию в нашей стране за счет того,

что в нем очень высоки риски, связанные с человеческим фактором, а также очень незрелый рынок и неподготовленные потребители. Даже в рамках одного региона построить эффективную компанию достаточно сложно. Большинство крупных агентств недвижимости работает по старинным принципам и имеет низкую эффективность структуры, которая при масштабировании становится убыточной. В то же время есть ряд брокерских компаний, которые успешно представлены сразу в нескольких российских регионах и ведут риелторскую деятельность по западным правилам. Но они сильно отличаются от обычных местных агентств недвижимости. Думаю, что именно современные риелторские компании имеют максимальные шансы на успех в развитии региональных представительств».

Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик ИХ «Финам», полагает, что в будущем ситуация изменится: «Судя по всему, сильная фрагментированность российского рынка по большей части обусловлена тем, что он находится в начальной стадии своего развития. На мой взгляд, после череды возможных сделок по слиянию и поглощению и ухода с рынка неэффективных небольших компаний произойдет его консолидация. Таким образом, в долгосрочной перспективе он будет по своей структуре больше напоминать соответствующие рынки в западных странах. Вероятно, попытки столичных компаний по выходу в Петербург пока не увенчались успехом из-за кардинального отличия данного рынка от рынка Московского региона: на них разные принципы ценообразования на жилую недвижимость, различия в платежеспособном спросе населения. Само собой, экспансия подразумевает значительные маркетинговые расходы, что могло вызвать затруднения в условиях ухудшения экономической конъюнктуры». ■