

РАСПРОДАЖИ В ВЫСОКИХ СЕГМЕНТАХ НЕ ОЖИДАЕТСЯ

РОСТ ЧИСЛА НЕЛИКВИДНЫХ КВАРТИР И ГРАДОСТРОИТЕЛЬ-
НАЯ ПОЛИТИКА ВЛАСТЕЙ РАСШИРЯТ ЦЕНОВУЮ «ВИЛКУ» В ВЫСОКИХ СЕГМЕНТАХ ЖИЛОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ — НО ТОЛЬКО В СТОРОНУ УВЕЛИЧЕНИЯ. КАЧЕСТВЕННЫЕ ПРОЕКТЫ
БУДУТ РАСТИ В ЦЕНЕ, ОДНАКО СНИЖЕНИЯ ЦЕН НА ОСТАЛЬНЫЕ ЖДАТЬ НЕ ПРИХОДИТСЯ,
УВЕРЕН ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ КОМПАНИИ LEGENDA INTELLIGENT DEVELOPMENT
ВСЕВОЛОД ГЛАЗУНОВ.

ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

GUIDE: Всеволод, каким был 2020 год для рынка недвижимости высоких сегментов?

ВСЕВОЛОД ГЛАЗУНОВ: Я бы назвал этот год очень нервным: настолько все бурно менялось — от полного отчаяния и всеобщей неуверенности в завтрашнем дне до радикальной смены настроения и стремительного роста количества сделок. Но все эти бурные события развивались в нижних сегментах, а в премиальном сегменте все, как показывает статистика, прошло достаточно тихо и спокойно. Если брать весь рынок целиком, то 2020 год оказался на 10% хуже 2019-го, несмотря на осенний ажиотаж, который на поверку оказался просто отложенным с начала пандемии спросом. Но премиальный сегмент в Петербурге не претерпел каких-либо серьезных колебаний. Все было довольно ровно и в ценовом диапазоне, и в объемах продаж.

G: Какие тренды вы наблюдаете в этом сегменте недвижимости?

В. Г.: Мы видим сейчас нарастание предложения в высоком сегменте — со сделками от 10 млн рублей. Если за последние три месяца прошлого года все, что дешевле 7 млн, просто «смыло» (и предложение резко уменьшилось), то предложение в высоком сегменте местами выросло на 40%, то есть достаточно серьезно. В 2020 году 70% сделок на рынке прошло в бюджетах до 10 млн рублей, в то время как в 2019 году этот показатель составлял 80%. То есть выросло количество сделок с бюджетом от 10 млн рублей. И их объем предложения увеличивается: мы видим большое количество квадратных метров в экспозиции, но это не значит, что все в этом сегменте «в шоколаде». Не все метры будут проданы.

G: Почему?

В. Г.: В сегменте премиального и элитного (по мнению девелоперов) жилья в настоящий момент идет нарастание неликвидного предложения. Накапливается некий остаток, чаще всего — в больших бюджетах. Весьма бодро расходятся сравнительно недорогие лоты (в бюджете до 15 млн рублей в премиальном сегменте — чаще всего это однокомнатные квартиры и небольшие «двушки»), но многие квартиры стоимостью 30–40 млн рублей попросту не находят своих покупателей. Обычно среди девелоперов это принято объяснять снижением платежеспособности потребителей из-за сложной ситуации в экономике. Дескать, что поделаешь, у людей денег нет покупать дорогие квартиры.

G: А на самом деле?

В. Г.: Мы по своим продажам прекрасно можем наблюдать, что деньги у людей есть. Если хорошая квартира, приличный дом, если там есть за что платить, — средства всегда найдутся. Мы связываем по-

явление этого остатка с тем, что качество предложения не удовлетворяет спрос. То есть покупателю не нравится качество предлагаемых домов и квартир за такие деньги.

Рынок начинает слоиться на жилье актуальное и морально устаревшее. Первое — с хорошими концепциями и качественно проработанными проектами, с грамотными планировочными решениями, из качественных материалов и так далее — мы об этом часто говорим. Второе либо имеет функциональные проблемы, либо просто неинтересно — и не соответствует современному запросу потребителя жилья высоких классов. Раньше, в отсутствие трендового жилья, потреблялось все из-за недостатка альтернатив, но сейчас мы видим, как растет подсегмент «непроданного готового премиального жилья». Будем его изучать.

G: Неужели объем «неликвида» так велик, что надо заниматься его изучением?

В. Г.: Есть статистика, согласно которой объем экспозиции, например на Петровском острове, за последний год практически не изменился. Мы вообще на Петровский остров смотрим как на некую лабораторию: все, что там происходит, довольно занятно. Петровский же изначально позиционировался как «новый Крестовский остров». Мы уже тогда, только-только познакомившись с заявленными проектами, прогнозировали, что ничего даже близко похожего там не может быть. Крестовский остров, несмотря на плотную премиальную застройку, все-таки утопает в зелени. И он не настолько «квадратно-гнездовой», каким получился Петровский. И тогда уже было понятно, что эти объекты не могут называться премиальным жильем, что это в лучшем случае жилье бизнес-класса. Девелоперы до последнего надеются убедить покупателя в премиальности, продолжая поднимать цены, но покупатель нынче разборчив, и сегодня мы видим нарастающий остаток. Есть некоторые проекты, которые уже по два года стоят готовыми, и в них большое количество квартир, которые не продаются. А когда туда приезжаешь и смотришь, как все решено, — то понимаешь, почему продажи стоят.

G: Какое этому объяснение?

В. Г.: В первую очередь это происходит, потому что сами квартиры не соответствуют современным требованиям. Кроме того, все проекты, которые присутствуют на Петровском острове, выглядят одинаковыми, что в принципе неуместно в высоких сегментах. Остров в основном, если не считать единичных проектов, застраивают сейчас два крупных федеральных девелопера. И один из них реализует там

сразу три проекта, которые, по большому счету, похожи друг на друга как две капли воды. Это результат типового проектирования и оптимизации, свойственных крупным компаниям. Поэтому в этих проектах полностью отсутствует разнообразие — в итоге вместо «нового Крестовского» мы получили «премиальное Купчино». Оно реально «квадратно-гнездовое», это сейчас из космоса хорошо выглядит: ровные прямоугольники, одинаковая высота, однотипные коробочки с небольшими (на самом деле — очень маленькими) отличиями на фасадах. Это неинтересно, это скучно.

G: Никто уже не хочет жить, как в «Иронии судьбы...» на 3-й улице Строителей?

В. Г.: Точно! Сами по себе квадратные метры уже давно никому не нужны. В насыщенных сегментах (а премиальный сегмент давно уже насыщен) покупатель тратит деньги только на то, что действительно может изменить его жизнь. Если не получается с разнообразием, если какие-то обещанные вещи не сделаны, если планировочные решения у квартир неверные, — то покупатель не потратит на это свои деньги, ведь он выходит на рынок ради каких-то серьезных изменений в своей жизни, а ему предлагают плюс-минус то же самое.

G: И как будет развиваться ситуация с этими невостребованными квартирами? Может, цены пойдут вниз? Или дома так и будут стоять полужаселенными?

В. Г.: Традиционно всегда были какие-то зависающие объемы, но они были невелики. Предсказать, как будут развиваться события сейчас, не берусь. Думаю, что неликвидное жилье замрет в своей цене. Снижать его стоимость не дадут банки, потому что большинство проектов уже реализуется по схеме проектного финансирования, у них есть определенные финансовые модели, которые надо выполнять, — там так просто распродажу не устроишь. Демпинга никто допустить не может. По этим «замороженным» ценам квартиры будут постепенно и долго реализовываться. В свою очередь, качественные проекты — интересные, актуальные — будут продолжать расти в цене, потому что их немного.

G: То есть возникнет разница в стоимости объектов, условно говоря, одного класса?

В. Г.: Думаю, что к концу 2021 года мы сможем это увидеть. Раньше в силу того, что все строили по советским лекалам, вся новая недвижимость изменялась более или менее синхронно. Потому что качество было одинаковым, и идеология была одинаковой. Сейчас идет расслоение: одни девелоперы умеют работать с актуальными трендами, владеют ими и создают достойный продукт, другие — нет. Сегодня метры изменяют свою стоимость

по-разному, даже новые: объекты интересные и актуальные дорожают быстрее, чем спроектированные в традиционном подходе. И, соответственно, разрыв будет все более и более заметен.

G: Возможно, «морально устаревшее» с точки зрения петербуржцев жилье окажется востребованным покупателями из регионов? Или там нет таких бюджетов?

В. Г.: На это, на мой взгляд, не стоит рассчитывать: во-первых, бюджеты там есть. Россия — страна богатая, в том числе местами для зарабатывания денег. Во-вторых, рынок сегодня информационно открытый. Потребитель имеет массу возможностей удаленно знакомиться с предложением, изучать и сравнивать. Я бы не рассчитывал на то, что «если свои не взяли — регионалам продадим», в этом ценовом сегменте все потенциальные покупатели — и иногородние, и местные — очень требовательны, никто не польстит-ся на неликвид ради вида на Кремль или Петропавловку. Потребитель начинает осознавать, что не во всякие метры имеет смысл вкладываться.

G: Что еще может повлиять на ценовую политику застройщиков?

В. Г.: Городская политика в отношении объемов строящегося жилья — в совокупности с прочими факторами. Мы все знаем, что власти договорились о снижении объемов, и мы видим определенное замедление в согласовании процессов, подготовке градостроительной документации, которое связано с дискуссиями между девелоперами и властью относительно социальных обязательств застройщика. Все вместе это тормозит выход новых проектов, что, в свою очередь, может привести к дефициту. При той тенденции, о которой мы уже говорили (потребитель уже не хочет покупать любые метры, он хочет покупать только качественное и красивое), этот дефицит может стать вторым фактором, который давит на цену. Сокращение качественного предложения при наличии стабильного спроса — даже того, который есть, — дает возможность девелоперу забирать наиболее платежеспособных покупателей.

G: Судя по новым проектам компании, «Легенда» решила отказаться от масс-маркета (хотя он и так был не то чтобы «масс») в пользу более высоких сегментов?

В. Г.: Мы видим, что наши компетенции наилучшим образом востребованы в высоких бюджетах — а в массовом рынке, несмотря на явную потребность, у потребителя, к сожалению, нет средств их оплачивать. Но мы говорим именно о бюджетах, а не о классах. В 2020 году классовость объекта окончательно потеряла смысл. Множество