

экономика региона

Штучный метр

— конъюнктура —

С 13 | Все дома в поселке „Донской“ распроданы, — рассказал директор департамента продаж ООО «ИНПК Девелопмент Донской» (застройщик объектов «Донской», «Жилой сквер», «ТеслаДом») Тимур Захарченко. — Уже стартовала вторая очередь и за 2017-й мы распродали 20 объектов при максимальной стоимости продажи 8,2 млн руб.». —

Вместе с тем Галина Пивоварова отмечает, что ряд объектов в дорогих сегментах испытывают большие сложности с продажами, особенно если были допущены какие-либо просчеты на стадии разработки концепции проекта. Поэтому застройщики вынуждены сокращать площади квартир, делать квартиры-студии, экономить на стройматериалах, что неизбежно отражается на качестве объектов. По мнению ведущего аналитика ГК TeleTrade Марка Гойхмана, при снижении доходов покупателей зачастую отказываются от покупки дорогого жилья. Поэтому застройщики стремятся выводить на рынок более ликвидные объекты. В верхнем ценовом сегменте уменьшаются площади квартир, делаются попытки сэкономить на инфраструктуре. «Кризис уменьшил спрос, покупают или дешевое, или качественное жилье, — добавляет Андрей Смеухов. — Соответственно, на некачественное жилье цены падают. При этом важно качество не только в смысле строительного работ, но и в соответствии реального и заявленного класса жилья».

Курортная специфика

Наибольший потенциал для развития сегмента «бизнес» и «элит» на Юге существует в городах-курортах Черноморского побережья и в Крыму. Так, в Сочи, по данным Masop Realty Group, за прошлый год было реализовано около 1,6 тыс. квартир и апартаментов (при средней цене в бизнес-классе 139 тыс. руб. за 1 кв. м, элитном — 534 тыс. руб.). Как рассказал генеральный директор ООО «Винстек Недвижимость» Эдуард Филиппов, спрос на элитные объекты первой береговой линии Сочи сейчас превышает предложение. Цены продолжают расти, а средняя стоимость квадратного метра уже составляет от 180–200 тыс. руб.

«При этом свободной земли под объекты недвижимости в курортной зоне почти не осталось. Это может создать интересную ситуацию для застройщиков, учитывая высокий спрос на такую недвижимость», — считает Эдуард Филиппов.

Растет уровень цен на квартиры бизнес-класса и элитного сегмента и в других курортных городах. «В Анапе средняя стоимость 1 кв. м распределяется следующим образом: средний класс — 47 799 руб., бизнес-класс — 69 765 руб., элитный класс — 202 480 руб., — приводит данные исполнительный директор УК «Фонд Юг» (компания владеет земельным активом 1542 га на Черноморском побережье, реализует проекты по строительству жилой и курортно-рекреационной недвижимости) Эдуард Жучков. — Динамику цен также можно назвать довольно высокой. Например, когда в 2012 году мы начали реализацию ЖК «Резиденция Утриш», стоимость квадратного метра варьировалась в пределах 45–47 тыс. руб. Прошло пару лет, и сейчас стоимость квартир на первичном рынке в комплексе стартует с отметки в 70 тыс. руб. за 1 кв. м.»

Объекты в сегменте «бизнес» и «элит» сейчас реализовываются и в Крыму. Однако, как отмечает Екатерина Сивова, Крым «тормозит» покупателей из-за неопытной ситуации с документами. Большинство участков в аренде, по ФЗ-214 возводят свои дома далеко не все застройщики. «Например, в Крыму мы насчитали всего пять застройщиков, которые строят по ФЗ-214. Такие трудности останавливают многих покупателей», — считает Екатерина Сивова.

Как отмечают эксперты, спрос на качественные объекты на курортах Черноморского побережья предельно высок со стороны платежеспособных жителей самых разных российских городов. «По данным нашей компании, это крупные города Урала, Сибири, ХМАО. Также в этот список входит Казань. А вот жители юга России в основном предпочитают комфорт-класс», — рассказал Эдуард Филиппов.

Ставка на уникальность

Среди ключевых тенденций на рынке строительства жилья бизнес-класса и элитного сегмента выделяется существенное изменение требова-

ний со стороны покупателей к качеству таких объектов. Как отмечает управляющий партнер компании «Мани, Черемных и Партнеры» Иван Черемных, если раньше такие объекты в большей степени рассматривались как «инвестиции в бетон» и покупателям интересовала больше доходность инвестиций, а не конкретные параметры недвижимости, то сейчас ситуация другая. У покупателей есть целый ряд требований к дорогим объектам, в том числе хорошая инфраструктура, определенное местоположение, архитектурные формы и многое другое. «Кроме того, у клиентов появилось желание выбирать, в том числе социальное окружение, поэтому на первый план выходит вопрос: „Кто будет жить рядом со мной?“» — отмечает Иван Черемных. Об этом говорит и Тимур Захарченко: «Формирование благоприятного соседского сообщества — один из основных факторов, на которые сейчас обращают внимание клиенты. Именно по этой причине нам приходится отказывать некоторым покупателям в продаже, если их кандидатура не согласовывает службу безопасности».

По словам Ивана Черемных, клиенты стали больше внимания обращать на качество работы управляющей компании. Клиенты хотят получить полный комплекс услуг, начиная от химчистки, заканчивая ресторанным обслуживанием. Тимур Захарченко отмечает, что сейчас клиенты требуют безупречной работы от обслуживающей организации: необходимы идеальная чистота, наличие в штате сантехника и электрика, реагирование на жалобы по схеме 24/7/365.

«Еще недавно принадлежность к высокому классу могли давать всего лишь удачное расположение объекта и оригинальный фасад, сегодня же объекты высокого класса должны обеспечивать полный набор значимых факторов — от качества строительных материалов до особенностей эксплуатации и управления, — уверен Илья Володько. — Почти обязательным становится наличие уникальной особенности, „фишки“. Одни застройщики организуют эксплуатацию кровлю с бассейном или рестораном, другие — панорамные лифты или парк в несколько гектаров прямо около дома. Такое повы-

рынок МФО только выигрывает: станет прозрачным, что дополнительно положительно повлияет и на заемщиков, и на инвесторов», — считает Андрей Бахвалов, главный исполнительный директор компании «Домашние деньги». По более жестким прогнозам, их останется не более 100.

Вырабатывая профстандарты для МФО, СРО в сфере микрофинансирования признают необходимость, наряду с защитой клиентов, защите игроков рынка. Так, директор СРО «МиР» Эдуард Арутюнян и первый вице-президент «Опоры России», председатель Совета СРО НП «МСМФО „Единство“» Павел Сигал в ходе Южнороссийского форума отметили, что назрела необходимость создания координационного совета СРО, который и выступит более жестким лоббистом интересов игроков рынка, а также коллективным защитником репутации бизнеса.

Некоммерческие МФО консолидируются

В свете ужесточения требований к работе МФО возникает вопрос о некоммерческих микрофинансовых организациях — региональных и муниципальных фондах поддержки предпринимательства. Как сообщил господин Арутюнян, в СРО уже полтора года работает Комитет по вопросам деятельности некоммерческих микрофинансовых организаций — членов СРО «МиР», в рамках которого некоммерческие МФО обсуждают проблемы, с которыми они сталкиваются в процессе своей деятельности, и новые возможности для развития. Сегодня в СРО «МиР» состоят более 70 региональных и муниципальных фондов поддержки предпринимательства. По словам господина Арутюняна, некоммерческие МФО работают в условиях ограниченной доходности. Ставки по займам, которые выдают некоммерческие МФО, ограничены, в связи с чем их рентабельность неизбежно низкая. Поэтому им значительно сложнее внедрять новые требования. К таким МФО не-

обходим особый подход, поскольку они выполняют важную миссию — поддерживают и развивают МСБ.

Серьезной проблемой для фондов поддержки предпринимательства может стать необходимость сформировать в полном объеме резервы на возможные потери по займам до конца 2017 года. Это создаст давление на капитал. Для решения этой проблемы директор СРО «МиР» предложил рассмотреть возможность продлить для некоммерческих СРО график создания резервов.

Еще одну инициативу выдвинул Ростовский муниципальный фонд поддержки предпринимательства. Ростовчане предложили создать Ассоциацию некоммерческих микрофинансовых организаций региона. «Сегодня назрела необходимость в объединении некоммерческих МФО в добровольное профессиональное сообщество, например в ассоциацию, — уверен генеральный директор Ростовского муниципального фонда поддержки предпринимательства Вадим Скородов. — Это необходимо для повышения квалификации сотрудников микрофинансовых организаций, обобщения опыта, выработки единых стандартов и подходов».

Инициатива была поддержана участниками Южнороссийского микрофинансового форума. Ростовское региональное агентство поддержки предпринимательства готово выступить организатором и координатором объединения некоммерческих МФО.

Директор агентства Инна Королькова подчеркнула, что основные цели такой консолидации — возможные решения вопросов, связанных с выполнением требований регулятора, и стандартизация бизнес-процессов. Также это дополнительные возможности для привлечения средств. Кроме того, ассоциация может совершенствовать систему нефинансовой поддержки. В частности, через реализацию совместных образовательных программ.

Лариса Никитина



Наибольший потенциал для развития сегмента «бизнес» и «элит» на юге существует в городах-курортах Черноморского побережья и в Крыму

шению требований к высококлассному жилью связано, во-первых, с ростом грамотности и жизненного опыта покупателей, которые уже имеют долгий опыт посещения зарубежных стран и аналогичных объектов, чего еще не было 10–15 лет назад. Во-вторых, усиливающаяся конкуренция на рынке при отсутствии роста спроса вынуждает девелоперов реагировать и оперативно удовлетворять новые запросы клиентов. «Сейчас мало построить квартиру, большинство покупателей хотят получить вместе с квадратными метрами соответствующую инфраструктуру, и здесь важно уловить последние тенденции в области строительства, архитектуры, дизайна, зонирования придомовой территории, — рассказал также Эдуард Жучков. — Сохранять стабильные темпы продаж и финансовую устойчивость удается только тем компаниям, которые строят лучшее в своем сегменте жилье, и при этом удерживают цены на адекватном уровне за счет оптимизации всех бизнес-процессов».

Грамотная проработка концепции проекта может иметь решающее значение, поэтому некоторые компании привлекают консультантов для разработки концепции. Так, УК «Фонд Юг» в настоящее время строит ЖК «Резиденция Анаполис» на площади 7,2 га в пригороде Анапы. Генеральный план застройки территории разработан совместно с компанией AECOM, а автором архитектурной концепции является голландская компания KuiperCompagnons.

Уверенный оптимизм

В условиях стагнации экономики в России никто из экспертов не ожидает бурного роста рынка недвижимости элитного и бизнес-класса, однако многие убеждены в том, что спрос на ликвидные объекты с удачной концепцией по-прежнему будет высоким. «Потребность в качественных объектах есть практически во всех крупных городах, однако очень многое зависит от конкретных характеристик проекта», — отмечает Иван Черемных. «Времена, когда покупатели все, что предлагается, прошли и вряд ли вернуться; сегодня девелоперы проектов бизнес-класса вынуждены с большей тщательностью подходить к разработке концепций и продвижению своих проектов», — отмечает Эдуард Жучков.

Помимо грамотной концепции, покупатели чаще будут обращать внимание на высокую стадию готовности объекта, считает Илья Володько. По его мнению, эта тенденция будет наблюдаться и в более доступных сегментах, но особенно в дорогих, покупатели которых не всегда стремятся сэкономить за счет стадии готовности. Это значит, что девелоперам теперь надо будет не просто пообщаться с уникальным консерж-сервисом или «фитнес-клуб мирового уровня прямо на первом этаже», но и продвигать это покупателю в реальности. Как отмечает финансовый директор УК «Фонд Юг» Вадим Сидоркин, застройщикам надо быть готовыми к тому, что темпы продаж на старте могут быть низкими, так как

покупателей бизнес-класса и элитного сегмента интересует высокий уровень готовности объектов.

Следствием увеличения требований к объектам станет усиление конкуренции среди застройщиков. Эдуард Жучков считает, что значительно сократится число компаний, участвующих в строительных проектах, с рынка уйдут слабые игроки, которые просто не могут обеспечить потребности современного покупателя. «Сегмент бизнес-класса и элитного сегмента привлекает застройщиков более высокой маржинальностью по сравнению с массовой застройкой, — отмечает Галина Пивоварова. — Однако разработать удачный проект в этом сегменте намного сложнее: надо быть специалистом очень высокого уровня. Далеко не все застройщики это понимают». С этим мнением согласен и Илья Володько: «Строительством жилья высокого класса занимается либо крупные строительные компании, основным сегментом для которых является массовое жилье, либо небольшие девелоперские фирмы, для которых комфортно реализовывать один-два качественных проекта. Надо отметить, что у последних есть определенные преимущества: объекты бизнес- и элитного класса все больше становятся эксклюзивными и „штучным“ товаром, для создания которого требуются сконцентрированные усилия и подходы, которые редко используются на рынке доступного жилья».

Наталья Горова

«Правила не должны меняться слишком быстро»

— интервью —

Количество игроков на рынке микрофинансовых услуг сокращается. При этом сам рынок растет, а значит спрос на микрофинансирование в обществе высок. О влиянии инициатив ЦБ на МФО, о выведении рынка из тени и о новых стимулах для микрофинансовых компаний рассказал Алексей Бычков, управляющий директор сервиса онлайн-кредитования MoneyMan в России.

— Каковы сегодня основные тренды рынка?

— Самый главный тренд — рынок растет. Если сравнивать первые пять месяцев текущего и прошлого года, то рынок онлайн-кредитования, на котором мы работаем, вырос примерно в два с половиной раза. Если в прошлом году за год было выдано порядка 18 млрд руб. кредитов, то сейчас мы ожидаем цифр в 30–35 млрд руб.

— Как вы относитесь к инициативе ЦБ по регулированию рынка?

— Это в какой-то степени вызов для рынка. Проблема не в том, что рынок меняется, проблема в том, насколько быстро меняются правила игры. Например, в прошлом году по процентной ставке можно было начислить не более 400% от основного долга, с начала 2017 года уже 300%, сейчас говорят о возможном введении коэффициента 1,5 (150%). Но на самом деле, я думаю, было бы правильно оценить эффект от ранее принятых изменений. Если эффект есть, можно продолжать, если нет, нужно что-то другое придумать.

При этом инструмент, который был у ЦБ до этих нововведений, абсолютно органичный, цивилизованный: ЦБ смотрел ставки на рынке, выводил среднюю ставку и из нее — предельно допустимую.

Мы видим, что и без дополнительных ограничений была и остается тенденция на понижение ставок. Это нормальный рыночный механизм — на балансе спро-

са-предложения и здоровой конкуренции ставки идут вниз. Мы за то, чтобы регулирование было, но плохо, что правила меняются слишком быстро.

— Изначально новые требования позиционировались как борьба с серым рынком. Насколько проблема серого рынка актуальна для микрофинансирования сегодня?

— Она по-прежнему актуальна. Поэтому повторяю: мы за регулирование. Основная задача сегодня — синхронизированная работа рынка микрофинансирования. Саморегулируемых организаций и Центральным банком по выявлению мошенников и недобросовестных участников рынка. Теневая бизнес-деятельность негативно влияет на цивилизованный рынок. Страдает репутация всей отрасли. Очень важно планомерно бороться с теневыми конторами, для того чтобы добросовестные игроки, которые соблюдают все законы и требования, не проигрывали им в конкурентной борьбе и могли продолжить свое развитие.

— Как повлияло на рынок разделение микрофинансовых организаций на микрофинансовые и микрокредитные компании (МФК и МКК)?

— Сейчас микрофинансовых компаний (МФК) зарегистрировано 42 (на 26 июня 2017 года), ключевой проблемой является капитал, 70 млн руб. — это небольшая сумма. С другой стороны, заданы новые ориентиры. Раньше на рынке микрофинансирования можно было быть только МФО — и все. Теперь началась сегментация, появился новый горизонт — вырасти в банк. Это еще тяжелее, чем стать МФК, но в перспективе МФК, наверное, будут мигрировать в сторону банков. Это хорошо, это расширение комплекса услуг для клиентов, которые есть сейчас у МФК.

Если говорить о сокращении числа микрофинансовых организаций, то, на наш взгляд, оптимальное количество — это 500 игроков. Это поле, на котором всем будет место. При



этом будет здоровая конкуренция, которая приведет к цивилизованному прозрачному рынку.

— В течение ряда лет микрокредитование, и особенно онлайн-кредитование, значительно быстрее развивалось в столице, чем в регионах. Какова ситуация сегодня?

— Финансовая грамотность населения растет. И сегодня по росту спроса регионы не отличаются от центра. Например, на юге России за период с января по май объем выданных займов составил около 600 млн руб. — почти в два с половиной раза больше, чем в аналогичный период прошлого года. И это «продвигнутый» сегмент, онлайн-кредитование! По нашим оценкам, в регионе онлайн выдается порядка 15% займов. Стоит еще отметить, что среди заемщиков — мы ведем такую статистику — растет количество индивидуальных предпринимателей. Так, раньше доля заемщиков-ИП в ЮФО составляла 18%, сегодня мы видим уже 23%.

— В ходе Южнороссийского микрофинансового форума поднимался вопрос о росте просроченной задолженности. По вашим наблюдениям, насколько критичен портфель плохих долгов на юге России?

— Я уже говорил, что на Юге мы наблюдаем рост финансовой грамотности, а значит, и рост качества заемщиков. Наверное, нагляднее это в цифрах. У нас по итогам пяти месяцев уровень просроченной задолженности NPL 90+ в ЮФО составляет около 3%, в то время как в среднем по рынку ЮФО — 12%.

Беседовал Иван Демилов