



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,  
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

## ГАМБУРГЕР КАК НАУКА

Удивительная новость пришла в наши пенаты: до конца 2019 года в Москве американская корпорация «Макдоналдс» планирует открыть университет... гамбургерологии. Оказывается, первый такой университет заработал в 1961 году в США и такие вузы функционируют в Японии, Великобритании, Австралии, Германии и других странах. Пишут, что в британских и американских университетах гамбургерологии можно даже получить ученую степень. Наверное, доктора гамбургерных наук. В переводе на русский — как профессор кислых щей.

По данным lenta.ru, университет гамбургера компании «Макдоналдс» оказался популярнее Кембриджа и Оксфорда. Только восемь абитуриентов из тысячи кандидатов зачисляются на курс в The McDonald's Hamburger University, пишет The Mirror. Сообщается также, что это учебное заведение принимает менее одного процента от общего количества абитуриентов. В Оксфордском университете процент зачисляемых кандидатов равен 18, а в Кембриджском — 20,8.

Спрашивается, чему же такому особенному учат «гамбургеровцев», этих труднопроизносимых специалистов? «В процессе обучения студенты развивают свои лидерские качества, улучшают навыки ведения бизнеса и операционных процедур. В программу курса также входят практические упражнения, например, общение с тайным покупателем». Звучит как программа какого-нибудь лидерского тренинга для офисного планктона.

Видимо, такого высшего учебного заведения нам и не хватает для полного счастья. Для подъема интеллектуального потенциала, так сказать. Чтобы отечественная система образования, наконец, получила то, чего ей так не хватает. Ну и специалистов с лидерскими качествами, конечно. Хотя многие лидеры-то у нас и без университетского образования неплохо обходятся.

Между прочим, как сообщает lenta.ru, в 2015 году стоимость бренда «Макдоналдс», по данным аналитиков Statista, составила \$81,1 млрд, опередив сеть кофеен Starbucks и сеть по продаже сэндвичей Subway. Так что может себе позволить.

# ИПОТЕЧНЫЙ УДАР ПО СПРОСУ

В СЕНТЯБРЕ ЦЕНТРОБАНК ВПЕРВЫЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ЧЕТЫРЕ ГОДА ПОДНЯЛ КЛЮЧЕВУЮ СТАВКУ — НА 0,25%. КАК ОПАСАЮТСЯ УЧАСТНИКИ РЫНКА, ЭТО ПРИВЕДЕТ К ПОДРОЖАНИЮ ИПОТЕЧНЫХ КРЕДИТОВ, ХОТЯ ПОКА — НЕСУЩЕСТВЕННО. ЕСЛИ ДАЛЬНЕЙШЕГО РОСТА УЧЕТНОЙ СТАВКИ ПРОИСХОДИТЬ НЕ БУДЕТ, ОБЪЕМЫ ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ ВРЯД ЛИ ИЗМЕНЯТСЯ, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ. РОМАН РУСАКОВ

Доля сделок, совершенных при помощи кредитных средств, различается в зависимости от сегмента, в котором работает застройщик, и особенностей конкретного проекта. Ольга Копейкина, директор по продажам и маркетингу ГК «Ленстройтрест», рассказала, что количество ипотечных сделок в компании достигает 80%. Михаил Ривлин, заместитель председателя правления «Охта Групп», говорит: «Доля ипотечных сделок на первичном рынке в сегменте комфорт достигает 40%, а в эконом-классе — 60%».

Повышение ключевой ставки ЦБ напрямую влияет на ипотечные ставки. Некоторые банки уже пересмотрели свои предложения по ипотечным кредитам, другие собираются это сделать. Скорее всего, рост ставок будет находиться в пределах 0,5–1%, считает Иван Носов, директор по маркетингу и рекламе группы ЦДС. По его мнению, такое изменение не повлияет на продажи жилья, так как является психологически приемлемым для большинства покупателей. «Если же рост ставок будет более значительным, покупатели будут вынуждены пересмотреть свои возможности. Например, остановиться на менее дорогом объекте, чем планировали изначально, или приобрести квартиру меньшей площади, чтобы сохранить размер ежемесячного платежа в пределах комфортных для себя значений», — говорит он.

**ПОТЕРЯ ДОСТИЖЕНИЯ** «Низкая ставка — это одно из важнейших макроэкономических достижений последних лет. Если она будет существенно повышаться, то это негативно скажется на рынке. Тем не менее сегодняшнее повышение ключевой ставки ЦБ увеличит ипотеку всего на доли процента и не остановит покупателей. Это может негативно сказаться лишь в моменте: когда человек уже получил письмо об одобрении кредита по определенной ставке, а при посещении банка узнает, что она выросла. Но это будут единичные случаи», — считает господин Ривлин.

Алексей Баринин, коммерческий директор компании «Факт. Коттеджные поселки», рассказывает: «Пока что не все банки официально объявили размер повышения. Из наших партнеров Локо-банк увеличил ставку на потребительские кредиты на 0,5% годовых, банк «Санкт-Петербург» изменил условия по ипотеке на 0,25%, а вот Россельхозбанк заявил о значительном росте в 1,5%. Мы работаем в сегменте коттеджных поселков, и доля ипотечных сделок у нас достигает 30%, хотя в целом по рынку это около 10%. У нас интерес к ипотеке ежемесячно показывает прирост. В масштабах года — это результат снижения ставки к лету 2018 года до минимума, в текущем сезоне — страх очередного



ПОКУПАТЕЛИ НОВОГО ЖИЛЬЯ СМОТРЯТ В БУДУЩЕЕ НАСТОРОЖЕННО

ее роста. В рамках компании увеличение количества сделок связано с появлением кредитного специалиста в штате, внедрением технологий электронных регистраций, расширением возможностей сервиса и развитием партнерских отношений с банками. Средний объем кредита по итогам прошедших месяцев составил чуть более одного миллиона рублей».

Также в данной ситуации важно, не приведет ли рост ставок к ужесточению требований к потенциальным заемщикам. Господин Носов уверен, что это будет иметь даже большее влияние на рынок, увеличив долю отложенного спроса и сократив объемы продаж застройщиков.

«Очевидно, что с ростом стоимости ипотечных кредитов потенциальный спрос на жилье не станет меньше. Вопрос только в том, как люди смогут его реализовать. Появятся ли на рынке инструменты приобретения жилья, альтернативные ипотеке? Застройщики могли бы развивать свои программы рассрочки платежа, однако переход на эскроу-счета делает такой механизм оплаты практически невозможным», — отмечает господин Носов.

Елена Гутман, начальник управления маркетинга и продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», полагает, что при серьезном росте ставки по ипотеке у девелоперов сократится арсенал инструментов. «Чтобы смягчить ситуацию, застройщики прибегают к маркетинговым акциям. Строительным компаниям приходится предоставлять возможность оплаты в длительную рассрочку. Предлагать скидки на определенные типы квартир, как правило, менее ликвидные, либо на объекты, которые находятся на ранней стадии строительства. Эти акции краткосрочные, носят локальный характер

и не приводят к общему снижению цен на рынке», — полагает она.

**КРИЗИСНАЯ СТАВКА** Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена», рассуждает: «Сложно сказать, какая ставка станет кризисной. Не так давно размер минимальной ставки составлял 12–13%. Насколько ставка будет подъемной для покупателей, зависит от всех экономических факторов. Поведение покупателей меняется во время кризиса. Многие стараются купить квартиру сейчас, пусть и в ипотеку. На сегодня по нашим объектам количество ипотечных сделок держится на уровне 45–55%. Ощутимого роста этого показателя в связи с повышением ключевой ставки мы пока не наблюдаем».

Вера Сереева, директор управления стратегического маркетинга группы RBI, вспоминает: «В 2014 году ставки сильно взлетели, и это на какой-то период практически остановило продажи по ипотечным кредитам. Но тогда речь шла о ставках 14–17%. Вот примерно такая цифра и является критичной — только тогда ипотечным инструментом большинство перестало бы пользоваться».

По ее мнению, динамика выдачи ипотечных кредитов серьезно зависит от того, какой продукт предлагает компания, на какого потребителя он ориентирован. В эконом- и комфорт-классе доля ипотечных сделок всегда будет выше, чем в бизнес-классе и элите. «Это можно проследить даже на примере нашей компании: по итогам 2017 года доля ипотечных сделок в группе RBI составляла 43%, сейчас чуть меньше — 40%», — говорит госпожа Сереева.

Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест», рас-