

Материал подготовила Элина ПЛАХТИНА

Загородный бизнес-класс оказался именно тем сегментом рынка, который в кризис пострадал больше остальных. От него отвернулись и покупатели, и девелоперы. Однако кризис вроде бы закончился, а «бизнес» носа не кажет. Неужели он не смог оправиться от удара и, всеми покинутый, канет в Лету, или, может, он зализывает раны и ждет подходящего момента, чтоб победителем вернуться на рынок? Как распознать сегодняшний бизнес-класс, и водится ли он еще на просторах Подмосковья, ДН выяснял у экспертов рынка.

БИЗНЕС-КЛАСС: ОСТАТЬСЯ В ЖИВЫХ





Тимур САЙФУТДИНОВ

управляющий директор департамента жилой недвижимости компании Blackwood

Основные критерии загородных поселков бизнес-класса:

- Расположение: экологически благоприятный район. Это северная, западная и юго-западная часть Подмосковья.
- Транспортная доступность: в пределах 60 км от МКАД. Временные затраты на дорогу до загородного дома не должны быть более 1,5 часов.
- Природное окружение: минимальное присутствие негативных элементов вблизи поселка, таких как ЛЭП, вышки сотовой связи, промышленное производство (заводы, фабрики и т. д.), железные дороги, взлетно-посадочные полосы, кладбища, свалки и т. д. Отсутствие шумового загрязнения или наличие шумовых барьеров.
- Площадь земельных участков: 15-30 соток.
- Площадь коттеджей: 250-700 м².

Что касается общей структуры предложения в 2009 году, то всего на первичном рынке загородной жилой недвижимости Подмосковья находилось около 360 загородных поселков. Из них 45 % приходится на экономкласс, 45 % – на бизнес и 10 % – на элитный сегмент.

В 2009 году на загородный рынок вышло 9 % проектов от общего объема нового предложения, позиционирующихся в сегменте «бизнес».

В целом по рынку снижение стоимости объектов загородной высокобюджетной недвижимости за 2009 год составило около 30 %, недвижимости сегмента «эконом» – около 20 %.

В первом полугодии 2010 года в коттеджных поселках, которые находятся на завершающей стадии строительства и продаж, девелоперы, установив фиксированную стоимость, неохотно шли на уступки и предоставление скидок при продаже. Во втором полугодии, при отсутствии новых потрясений на мировых финансовых рынках, возможна положительная ценовая динамика. Прогнозируемый

прирост стоимости на объекты загородной недвижимости может составить к концу нынешнего года 10-15 %.

Об оживлении рынка загородной жилой недвижимости Подмосковья свидетельствует рост спроса и количества сделок, а также увеличение числа банков, готовых предоставить ипотечный кредит на приобретение загородной недвижимости.

Основным методом стимулирования продаж в текущих рыночных условиях является повышение степени готовности поселка. В условиях нестабильного рынка в сегменте «бизнес» спросом пользуются поселки на завершающей стадии готовности – 70 % и выше – с готовой инфраструктурой. Незавершенные проекты отпугивают потенциальных покупателей. С опасениями долгостроя связана и тенденция переориентации части покупательского спроса с первичного на вторичный рынок. ■



Александр ДУБОВЕНКО

директор по развитию компании «ГУД ВУД»

Бизнес-класс на загородном рынке занимает среднюю позицию. Соответственно, бизнес-классом называют все что угодно, в том числе и экономпроекты с завышенной ценой. Мы для себя четко определили, что такое бизнес-класс – это то, что на 30-50 % дороже эконома, но при этом дополнительные средства вложены эффективно.

Что касается направлений, удаленности, материалов – нельзя четко позиционировать по этим критериям. Поясню. Известный поселок, 23-км Новорижского шоссе, участки без подряда по минимальной цене – это типичный эконом. В то же время ранчо на Селигере площадью 300 м² – это как минимум бизнес-класс. Поэтому и на 23-км Новорижского шоссе, и далеко в Тульской области могут быть разные уровни и сегменты. Это же касается и типов домостроений. Есть экономкласс индивидуальных домов, а есть таунхаусы бизнес-класса. Вот инфраструктура – тут есть определенные различия. Дороги:

экономкласс – это щебенка или плиты, бизнес – это дорога с асфальтовым покрытием шириной не менее 6 м, плюс тротуары с бордюрным камнем. Электричество: эконом – наземные коммуникации, бизнес – под землей. Вода, канализация: бизнес – центральные, в проектах эконома бывают индивидуальные скважины и септики. Наличие ливневой канализации – типичный признак бизнес-класса.

Бизнес-класс – наиболее пострадавший от кризиса сегмент. Пострадал он не только из-за того, что покупательский спрос просел больше всего именно в этом сегменте, но еще из-за того, что многие девелоперы боялись вкладывать дополнительные деньги в увеличение комфорта.

Согласно данным по заказу строительства домов в коттеджных поселках в нашей компании, если в кризис 80 % заказов приходилось на эконом, а 20 % – на бизнес и элит, то сейчас соотношение 65:35 – это явно говорит о выходе отрасли из кризиса. Цены мы считаем так: если дом «под ключ» стоит до 20 тыс. руб. за м², то это экономкласс (в кризис у нас только такие дома и продавались), если же дом стоит 30-40 тыс. руб. за м² – это уже бизнес-класс. Естественно, речь идет о стоимости строительного подряда (без цены участка и подведения коммуникаций).

Несомненно, цены будут расти, особенно на удачные проекты. Мы ожидаем, что уже к лету 2011 года цены вырастут на 20-30 % и в экономклассе, и в бизнес-классе. Однако более стабильный спрос все равно будет наблюдаться в экономсегменте.

Что касается такой тенденции, как совмещение разных классов в одном сегменте, то, на мой взгляд, это возможно только на уровне маркетинговых ходов. Это все равно что совмещать номера 3* и 5* в одном отеле. Такие отели наверняка существуют, но смысла в этом я особого не вижу, так как если общая инфраструктура на 5*, то идет по-

теря рентабельности при обслуживании клиентов 3*. Кроме того, потребитель, снимая номер 5* будет, скорее всего, удивлен, что в отеле есть номера 3* и наверняка попытается найти гостиницу за те же деньги, где все номера 5*. В поселке будут те же процессы.

К сожалению, в наше время по настоящему профессиональных девелоперов мало. Очень многие девелоперы по сути своей бывшие лендлорды, у которых возникли проблемы со сбытом оптовых массивов земли в кризис, и они решили выйти в розницу и начали нарезать и продавать участки с обещаниями построить коммуникации. Цена порой была настолько низкой, что выполнить свои обязательства и возвести на эти деньги коммуникации практически невозможно. Мы прогнозируем в 2010-2011 годах волну обманутых дачников. ■



Наталья БЕЛОВА

руководитель офиса «Варшавский» департамента загородной недвижимости компании «ИНКОМ-Недвижимость»

Если до кризиса загородную недвижимость бизнес-класса можно было приобрести за 17-30 млн руб., то сегодня объекты этой категории уже могут себе позволить те, кто имеет 10-17 млн руб. За эти деньги можно купить таунхаус или участок с подрядом на строительство дома площадью 150-300 м². В базе нашей компании в данном ценовом диапазоне



По данным компании «Газпромбанк-Инвест»

в активной продаже находится 91 поселок. Преимущественно поселки этой категории расположены в пределах 20-40 км от МКАД. Инфраструктура в таких поселках играет ведущую роль. Наличие в непосредственной близости от дома школ, больниц, детских садов, магазинов необходимо для людей постоянно проживающих за городом. Доля таких поселков в общем числе предложений на рынке загородного жилья Подмосковья, по нашим данным, составляет 19 %. Причем новых поселков, вышедших на рынок в 2010 году, практически нет.

Для того, чтобы вновь заинтересовать покупателя загородным жильем бизнес-класса, девелоперы доводят свои проекты до уровня этого сегмента постепенно. К примеру, поселок, расположенный в 15 км от МКАД по Симферопольскому шоссе, «Серебряная подкова» изначально выводился на рынок как проект категории «эконом» по цене от 232 тыс. руб. за сотку. С середины весны девелоперы проекта приняли решение улучшить условия проживания в поселке, расширив внутриселковые дороги, организовав тротуары, наметив строительство детского сада и магазина. Проект, таким образом, плавно переключался в категорию «бизнес» и сегодня предлагает участки с подрядом по цене от 325 тыс. руб. за сотку.

Сегодня у нас не так развито загородное жилье. Не хватает инфраструктуры. В прайсах только недавно появились адекватные цены на квадратные метры. Однако уже сейчас в качестве удачно развитых и продолжающих свое развитие направлений можно выделить Рублево-Успенское, Новорижское и догоняющие их Киевское и Калужское шоссе, а также единичные проекты на других шоссе.

Что касается совмещения разных форматов и классов в одном поселке, то это пережитки кризиса. Сложная ситуация на рынке вынудила девелоперов пересмотреть намеченные планы

вывода продуктов на рынок. Ключевой стратегией выживания стало сокращение издержек и перепозиционирование объектов. Многие девелоперы были вынуждены прибегнуть к понижению класса поселка. В этом случае большинство земель, ранее планировавшихся под поселок бизнес-класса, переводились в категорию «эконом» и продавались как участки без подряда. Выбирал девелопер этот вариант или нет, во многом зависело от его финансовых сложностей, от того, насколько ему были необходимы средства для поддержания жизнеспособности компании или продолжения строительства других объектов. Некоторые компании вводили новые, низкобюджетные коллекции домов для снижения затрат на строительство.

Сегодня судьба таких поселков спорна: либо их надо делить на очереди с присвоением каждой из них различных категорий, либо продолжать реализовывать в недорогом сегменте. Тем более что спрос на дешевое жилье сейчас по-прежнему велик. ■



Сергей МИГУНОВ

руководитель управления маркетинга и развития группы компаний «КОНТИ»

Сегментная формула строительства жилой недвижимости достаточно проста и выглядит следующим образом: объекты класса «элит» — это уникальность, бизнес-класса — функциональность,

экономкласса — доступность.

Что касается критериев бизнес-класса, то одним из основных определяющих факторов является местоположение. Так же важны окружение, концепция поселка, транспортная доступность, величина земельного участка. И если говорить о верхнем сегменте бизнес-класса, то это наличие расширенной внутренней инфраструктуры.

Естественно, за кризисный период произошли определенные изменения. Прежде всего следует отметить изменение площадей участков. Если до кризиса в поселках бизнес-класса минимальная площадь земельных участков составляла 20 соток, то сейчас — около 15 соток. Так же уменьшились требования к площади самих коттеджей. До кризиса площадь домов должна была быть не менее 400-500 м², сейчас эти цифры существенно уменьшились.

Кроме того, на рынке появились проекты так называемого комфорт-класса, когда сохраняются все атрибуты недвижимости бизнес-класса, за исключением материалов. Для комфорт-класса используются более дешевые материалы, так застройщики уменьшают себестоимость проекта.

Что касается направлений, традиционно бизнес-класс тяготеет к западу, юго — западу и северо-западу. Чаще всего подобные поселки представлены коттеджами и таунхаусами.

При оценке удаленности поселков от МКАД все зависит от транспортной загруженности. Например, по активно развивающемуся Новорижскому шоссе можно достаточно быстро, даже в часы пик, добраться до и из Москвы, поэтому на этом направлении даже в 30-километровой зоне встречаются элитные поселки, не говоря о бизнес-классе.

Спрос на загородку бизнес-класса в кризисный период снизился до 50 %. В том же направлении последовало и предложение. В связи с обращением девелоперов к проектам экономкласса доля поселков бизнес-класса существенно уменьшилась — с 65 до 40-45 %.

Но с середины 2009 года спрос начал восстанавливаться, тренд развернулся, и с начала 2010 года на рынок вышел отложенный спрос. По разным оценкам, темпы роста количества заявок за полгода составили от 20 до 50 %. Справедливости ради нужно сказать, что спрос на удачные проекты в высокой стадии готовности за время кризиса практически не снизился.

За период кризиса цены корректировались в наибольшей степени именно на объекты бизнес-класса, снижение со-

ставило около 20 %. Сегодня средняя цена бизнес-класса составляет 100 тыс. руб. за м², стоимость домовладений варьируется от \$400 до 1 млн. В силу увеличивающегося спроса и одновременного сокращения предложения цены будут продолжать расти. До конца года в среднем по рынку возможен рост в пределах 10 %.

Что касается шагов, предпринимаемых девелоперами, в кризисный период основная мера — это пересмотр ценовой политики. Девелоперы предлагали различные программы, скидки, рассрочки и т. д. Так же застройщики уменьшали себестоимость проектов, используя более дешевые строительные материалы и технологии. В поселках, строительство которых не было начато, сокращались земельные участки и площади проектируемых домов. Кроме того, использовалась такая мера как расширение линейки предложения в рамках одного проекта, то есть сочетание разных форматов жилья в одном поселке. Однако, следует отметить, что разные форматы в рамках одного поселка совмещались и ранее, и это являлось одной из докризисных мер стимулирования спроса. Естественно в кризис подобная тенденция усилилась. На мой взгляд, в подобных ситуациях девелоперу стоит быть достаточно осторожным, поскольку единое социальное окружение по-прежнему остается одним из важных факторов при выборе недвижимости. Вместе с тем при правильном зонировании поселка эта проблема может быть успешно решена. ■

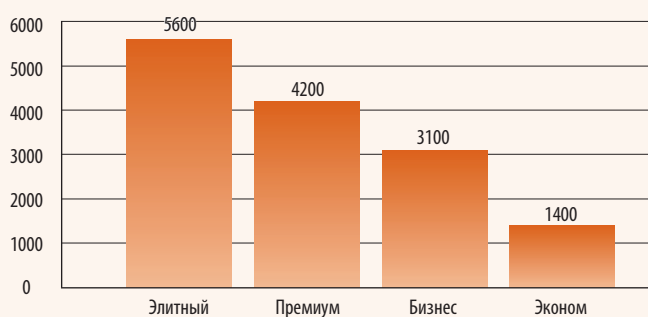


Луиза УЛАНОВСКАЯ

руководитель департамента маркетинга и продаж компании «Газпромбанк-Инвест»

Сегодня загородные коттеджные поселки бизнес-класса расположены по многим направлениям Подмосковья. Наибольшее их число сосредоточено на Новорижском направлении (25 % от общего объема предложения). Далее по числу проектов данного класса идут Калужское (19 %), Дмитровское (16 %) и Рублево-Успенское (13 %) направления.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАГОРОДНЫХ КОТТЕДЖНЫХ ПОСЕЛКОВ ПО СТОИМОСТИ, \$/м²



По данным компании «Терра-Недвижимость»

Что касается удаленности от МКАД, то 60 % поселков бизнес-класса от общего объема предложения расположены в 30 км зоне, 35 % – в диапазоне от 30 до 60 км, и лишь 5 % приходится на удаление более 60 км от МКАД.

В подавляющем большинстве поселки бизнес-класса предлагают коттеджи или участки с обязательным подрядом на строительство (60 % общего объема предложения). Стоит отметить, что именно в бизнес-классе сосредоточено наибольшее количество проектов, предлагающих на продажу, кроме отдельно стоящих коттеджей, таунхаусы (23 %). Участки без обязательного подряда на строительство составляют 13 %, и лишь 3 % общего объема предложения составляют проекты, предлагающие на продажу квартиры. При этом большинство проектов этого сегмента предлагают на продажу домовладения площадью от 225 до 400 м² с придомовыми участками площадью 10-20 соток.

В связи с кризисом и массовым выходом на рынок поселков, предлагающих на продажу земельные участки без подряда на строительство, доля проектов, относящихся к экономклассу, постепенно увеличивается. Если в докризисный период наибольшее число проектов загородной недвижимости было сосредоточено в бизнес-классе, то на сегодняшний день поселки бизнес- и экономкласса занимают равные доли предложения всего рынка – по 45 %.

Начиная с осени 2008 года выход новых высокобюджетных проектов практически остановился. Как результат на рынке начал прослеживаться дефицит завершенных и качественных объектов высокобюджетной загородной недвижимости.

Что касается такой тенденции как совмещение разных форматов жилья в одном поселке, то это палка о двух концах. С одной стороны, совмещение позволяет уплотнить застройку, повышая доходность проекта. С другой, попытка максимально диверсифицировать предложение в поселке может привести к размыванию социальной однородности – параметру, который очень важен для покупателей недвижимости бизнес-класса.

При этом нужно отметить, что примеры удачных мультиформатных поселков говорят лишь о том, что совмещение вполне возможно, главное при этом, грамотное зонирование, качественная архитектурная концепция и оптимальный состав инфраструктуры. ■



Людмила ЕЖОВА

исполнительный директор компании «Терра-Недвижимость»

Наибольшее количество домовладений бизнес-класса сосредоточено на Новорижском, Дмитровском и Калужском направлениях. Большинство домов данного класса построено из кирпича, особенно это касается проектов, расположенных в 30 км зоне от МКАД и рассчитанных на постоянное проживание. Среди проектов, расположенных далее 30 км, в равной степени встречаются домовладения построенные как из кирпича, так и из дерева. Меньше всего в бизнес-классе домов, построенных по каркасной технологии или из ячеистых блоков.

На сегодняшний день средняя стоимость м² в бизнес-классе составляет \$3,1 тыс. И если говорить о том, как изменились основные характеристики данного класса за период кризиса, то следует отметить, что основные изменения коснулись лишь стоимости. Среднее снижение стоимости, начиная с осени 2008 года, составило около 30 %. Сейчас, даже при относительном спокойствии на ранке загородной недвижимости бизнес-класса, говорить о повышении цен пока рано.

Основным фактором, который сегодня влияет на выбор объекта недвижимости потенциальными покупателями, является степень готовности проекта. В сложившихся рыночных условиях, когда стоимость объектов недвижимости, выставленных на продажу, уже достаточно снижена, а, по мнению многих ведущих игроков рынка, достигла своего «дна», цена перестала играть первостепенное значение. Проекты с адекватной стоимостью, но находящиеся на начальной стадии строительства, не пользуются спросом, так как несут в себе риск недостроя, что отпугивает большую часть потенциальных покупателей. Поэтому, девелоперы, которым удалось удержаться на плаву в период кризиса, продолжают повышать степень готовности своих проектов.

Если говорить о нововведениях, которые стали формироваться на рынке загородной жилой недвижимости Подмосковья в период кризиса, то нельзя не отметить тенденцию пересмотра концепции, когда в поселках вместо готовых домовладений или участков с обязательным подрядом на строительство стали появляться участки без подряда. С одной стороны, подобная тактика девелоперов помогла многим из них удержаться на плаву в период кризиса и продолжить реализацию начатых проектов. С другой, подобная ситуация приводит к снижению качества самих проектов. Проекты, в рамках которых с приходом кризиса произошло расширение форматов загородной недвижимости, зачастую теряют единую архитектурную концепцию и первоначальную задумку, при этом сроки реализации таких проектов зачастую значительно возрастают и становятся неопределенными. ■



Александр РЫКОВ

директор по маркетингу департамента загородной недвижимости компании Penny Lane Realty

Бизнес-класс – довольно условное понятие. Дома к этому сегменту относятся не по каким-то строгим критериям, а просто потому, что есть что-то простое и дешевое (эконом), есть качественное и дорогое (элит), а есть что-то среднее – вот это и есть бизнес-класс. Бизнес-класс есть на каждом направлении, на любой удаленности. Однако основная масса поселков бизнес-класса расположена на западе (31 %) или юго-западе (30 %) Подмосковья (Новорижское, Калужское, Киевское шоссе). Естественно, дома бизнес-класса не могут быть построены плохо, из плохих материалов, например, из дешевых сэндвич-панелей. Сегодня вообще довольно сложно определить границы классов загородной недвижимости. Проекты, позиционирующие себя как бизнес-класс до кризиса, сегодня предлагаются по цене экономкласса, а также начинают реализацию земли без подряда. Наиболее вероятным критерием, позволяющим отнести тот или иной проект



По данным компании Blackwood

к бизнес-классу, является цена предложения. Большинство специалистов сходятся во мнении, что для поселков бизнес-класса характерна цена в пределах \$0,5–1,5 млн. Так, доля поселков, реализующих полностью построенные и готовые к проживанию коттеджи, составляет 40 %, участки с подрядом в поселках бизнес-класса встречаются в 30 % случаев, таунхаусы – в 20 %, участки без подряда – в 10 %.

На протяжении нескольких лет доля поселков бизнес-класса увеличивалась. Но в кризис появилась тенденция к сокращению предложения в данном сегменте. Число сделок в бизнес-сегменте также сокращается. Упала и цена – в среднем на 25 %. По-моему, сейчас ни для роста, ни для падения нет никаких оснований – сохраняется баланс. Новых проектов мало, и ощущается дефицит предложения, но спрос еще не настолько высок, чтобы дефицит вызвал рост цен. Кроме того, за предыдущие годы во многих районах Подмосковья развился вторичный рынок. Ощутимый рост цен может быть связан с реальным ростом экономики. А пока постоянно слышны прогнозы наступления второй волны кризиса, роста цен ожидать не приходится. Цены растут лишь в отдельных успешных проектах. В зависших же проектах девелоперы снижают цены, если не напрямую, то путем предоставления скидок и прочих бонусов для покупателей.

Что касается совмещения разных сегментов в рамках одного поселка, то, по-моему, здесь нет никаких правил. Наверное, не очень хорошо, когда в одном поселке окажутся люди со слишком разным достатком, но четкой границы нет. Часто можно услышать, что стоимость домов в одном поселке не должна различаться более чем в два раза. Но это справедливо для маленьких поселков. Для больших поселков с правильным зонированием территории эти правила не действуют. Просто все должно быть разумно и логично размещено. ■