Алексей ЛУКЬЯНОВ,
первый заместитель генерального директора, ГК LEGENDA

Рынок недвижимости Санкт–Петербурга: время инвестиций в качественное жилье

За последние несколько лет первичный рынок жилой недвижимости Санкт-Петербурга существенно изменился. Он расслоился по качественным характеристикам внутри классов (эконом, комфорт, бизнес). Застройщики, которые сделали ставку на продукт, получают от покупателя премию за качество в размере 20-30% от цены. Такой подход меняет бизнес-модель девелопмента жилой недвижимости, повышая доходность бизнеса и снижая риски.

Тенденция последних лет говорит о том, что качество жилья в массовом сегменте неизбежно будет расти. У покупателя появился потребительский опыт, и теперь он все чаще не просто покупает бетонометры, а обращает пристальное внимание на инфраструктуру объекта и функциональность планировочных решений, позволяющую не переплачивать за неэффективную площадь. При этом темпы строительства массовых застройщиков по-прежнему высоки, и в ближайшей перспективе продажи в массовых сегментах будут продолжать стимулироваться механизмом ценовой конкуренции.

Классы «эконом» и «комфорт», которые раньше было принято условно объединять при анализе рынка, разделила пропасть. Пропасть качества, цены, локации и других базовых характеристик. «Эконом» свалился в категорию «гетто», а то, что было принято называть «комфортом», начало подрастать до уровня качественного городского жилья.

Законы существования этих новых рынков теперь также в корне различаются. Однообразный типовой гетто-рынок, с отсутствием преимуществ и достойного качества, загнал себя в угол, когда выживать стало возможно только на уровне конкуренции ценой, по сути — демпинга. Петербургский рынок в этом сегменте стал жить не просто «в ноль», а зачастую «в минус». С другой стороны, качественные городские объекты осознали свою цену (и ценность), и на рынке появились интересные, комфортные проекты хорошего уровня с хорошей локацией. Не просто бетонометры, а концептуальные проекты с организацией современной комфортной среды для жизни.

На рынке строящегося городского жилья стала появляться настоящая конкуренция, когда борьба за клиента идет не на уровне размера скидки, а на уровне качества. Для ГК LEGENDA, которая несколько лет резко выделялась на общем фоне своим непривычным для рынка качественным подходом к проектированию и строительству, такие изменения пошли на пользу. Конечно, приятно чувствовать себя инновационным и прогрессивным, но через какое-то время нужен новый толчок для развития компании, и тот факт, что конкуренты начали наступать тебе на пятки, отлично стимулирует повысить собственную планку.

КОММЕНТАРИЙ

Николай ПАШКОВ,
генеральный директор, Knight Frank St Petersburg

Многие в первой половине года говорили об общем тренде на спад из–за избытка предложения, однако на деле ситуация выглядела несколько иначе. Предложение явно превалировало над спросом, преимущественно в сегменте массового жилья эконом–класса низкой ликвидности в районах «закадья». Снижение продаж географически распределяется неравномерно, рынок жилья в пригородах сокращается быстрее. Если в городе спрос за второй квартал 2017 года снизился всего на 5%, то на пригородных территориях — на 20%, что обусловлено затовариванием рынка периферийных районов. Это ведет к тому, что застройщики будут вынуждены конкурировать не столько ценой, сколько качеством жилья. Как показывает практика, более комфортное жилье, которое строится внутри города, все равно продается, несмотря на то что цены заметно выше. Когда люди с достатком видят, что строится в «закадье» и какие проблемы их ожидают с инфраструктурой, то предпочитают поднапрячься, но купить жилье в более обжитом и менее транспортно удаленном районе.

По подсчетам экспертов, сегодня в Санкт-Петербурге и области на первичном рынке недвижимости представлено порядка 160 проектов. Это существенный объем предложения, который создает условия жесткой конкуренции. Застройщики все более явно делятся на тех, кто всерьез задумывается о качестве продукта, и тех, кто продолжает продавать рендеры — красивые картинки в буклетах. Все чаще в объектах массового жилья стали появляться отдельные элементы, которые ранее были присущи проектам более высоких ценовых категорий: площадки для отдыха взрослых и детей, входные группы с индивидуальной отделкой, яркие фасадные решения. При этом все еще большой редкостью остается комплексный подход к комфорту, когда проект отличает, например, не только привлекательная архитектура, а весь комплекс продуманных решений — планировочных, инженерных, инфраструктурных. Повысилась ценность готового продукта, не требующего доделок, перепланировок и затратных ремонтов.

Также покупатель ощущает потребность в качественном социальном окружении и высоком уровне безопасности, которые обеспечиваются в том числе современными техническими решениями, на которых массовые застройщики в большинстве случаев экономят.

Застройщики, не учитывающие в своей бизнес-модели необходимость работы с продуктом, определяют класс объекта исключительно его месторасположением и до сих пор применяют принцип нарезки дома на максимальное количество квартир, мало задумываясь об их комфортности и индивидуальных потребностях людей. На рынке начали появляться примеры квазикомфорт-класса, когда объект, по абсолютному большинству характеристик соответствующий «эконому», позиционируется в более высоком сегменте.

Основная задача такой бизнес-модели — создание бесперебойного финансового потока без концентрации на экономических показателях: нужны продажи здесь и сейчас, пока объект находится на стадии строительства, так как реальное качество построенного жилья отличается от заявленного.

В то же время есть и иная бизнес-модель, базирующаяся на особенностях и потребностях разных типов покупателей и комплексном качественном подходе к проектам. Пока такой подход встречается довольно редко, но в свете изменений рынка все больше девелоперов будут вынуждены перейти к нему.

В этом смысле уникален опыт ГК LEGENDA. Прежде чем выйти на рынок, компания два года работала в режиме НИИ, разрабатывая и тестируя уникальные планировочные решения, учитывающие потребности разных типов семей или домохозяйств.

Данный подход не связан с альтруизмом. Он позволяет работать с экономикой проекта, значительно повышая стоимость квадратного метра и доходность каждого инвестиционного проекта.

Так, по проектам LEGENDA стоимость детальной проработки потребностей, так называемый SMART-эффект, составляет надбавку 15–25% от рыночных цен в той же локации, на вторичном рынке этот показатель достигает 50–60%.

Подход качественного функционального проектирования — ноу-хау LEGENDA — значительно снижает и риски в будущем, так как повышает стоимость бренда и лояльность клиентов. Уже сейчас это подтверждается более высоким, чем в среднем по рынку, количеством повторных сделок в проектах компании.

Важно отметить, что данную бизнес-модель отличает отсутствие зависимости от продаж на стадии строительства, что также является фактором повышения доходности.

Все тренды рынка, которые мы наблюдаем в настоящее время, будут иметь большое значение для его дальнейшего развития в свете новых законодательных изменений и неизбежно скорректируют ситуацию в пользу сегмента качественного городского жилья.

Изменения в 214-ФЗ, вступающие в силу с 1 июля 2018 года, существенно ограничат возможность продаж в рамках «долевки» и подтолкнут девелоперов к реализации проектов на стадии готового жилья. Это, в свою очередь, повысит потребность в инвестициях со стороны институциональных инвесторов.

Таким образом, можно говорить о том, что в ближайшие годы появятся новые возможности для инвестирования в рынок Санкт-Петербурга. Будут востребованы новые инвестиционные схемы и большие объемы финансирования. Однако выбор инвесторов будет направлен в сторону максимально продуманных бизнес-моделей, которые учитывают потребности покупателя и обеспечивают надежную доходность.

Подобное сотрудничество девелоперов и инвесторов приведет к созданию качественной жилой среды, соответствующей высокому статусу города.