

всё о недвижимости



Рынок загородного жилья



ИНКОМ
НЕДВИЖИМОСТЬ

ПИТЕР

Все о недвижимости

Коллектив авторов

**Все о недвижимости.
Рынок загородного жилья**

«Питер»

2013

УДК 347.254
ББК 67.623.211.33

Коллектив авторов

Все о недвижимости. Рынок загородного жилья / Коллектив авторов — «Питер», 2013 — (Все о недвижимости)

Еще десять – пятнадцать лет назад подмосковная недвижимость ассоциировалась с деревенскими домиками и участками в старых дачных поселках. С тех пор рынок загородного жилья радикально изменился. Появились новые виды собственности, повысился уровень качества загородной жизни, расширился выбор объектов. Ориентироваться в обновленном рынке стало сложнее. Вместе с тем все больше жителей столицы стремятся перебраться в пригород для постоянного или временного проживания. Издание знакомит читателей с историей рынка загородного жилья с момента его зарождения до сегодняшнего дня. В нем вы найдете объяснение ключевых терминов, описание основных видов собственности. Специалисты корпорации «ИНКОМ-недвижимость» дадут практические советы по выбору и покупке жилья, поделятся знаниями о правилах безопасности и юридических тонкостях заключения сделок. Книга может быть полезна планирующим покупку или продажу загородного жилья, а также профессиональным девелоперам и риелторам.

УДК 347.254
ББК 67.623.211.33

© Коллектив авторов, 2013
© Питер, 2013

Содержание

От домика в деревне к городу-спутнику	6
Введение. Загородный рынок жилья в России: история с продолжением	8
Дореволюционная Россия: Перловка для высшего общества	9
Советское время: классика дачного жанра	10
Становление рынка: практика эволюции	11
Современная ситуация: новые возможности для новых клиентов	14
Глава 1. На все четыре стороны: география подмосковного рынка недвижимости	18
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Все о недвижимости. Рынок загородного жилья

Авторский коллектив:

Романов Е. Н., Шмырев М. В., Сухорукова Н. Н., Цыбина Е. В., Гавриш Ю. В., Меньшикова Е. А., Таболина О. А., Кройтор А. Н., Сеницин К. Ю., Архипов А. М., Цывин С. Б., Беков Т. Г., Лукинов В. В., Григорян А. М., Исмаилов Т. Г., Кастова К. В., Таганов Д. Н., Гордеева М. В., Суровейкин В. Ю., Тимофеева Е. В., Кузюрин В. В., Крылевская И. А., Мишетьян С. Э., Таболина Е. О., Хижняков А. А., Сенчук А. А., Мокшин Д. И., Теймурова И. А., Дмитриева О. В., Агишева Г. Р.

От домика в деревне к городу-спутнику



За последние полтора десятка лет активного существования рынка загородной недвижимости на нем произошло колоссальное количество изменений. Во-первых, поменялся формат представленного товара. Еще 10–15 лет назад таких понятий, как коттеджные поселки, элитные поселки, участки без подряда, таунхаусы и т. д., просто не было в обороте. Подмосковная загородная недвижимость была представлена домами в стародачных поселках и обычными деревенскими домиками. Сейчас перечисленными терминами повсеместно оперируют на загородном рынке.

Произошли важные юридические изменения. Был принят закон о так называемой «дачной амнистии» – упрощенном порядке приватизации земельных участков и строений, находящихся в личном пользовании; государство ввело имущественный налоговый вычет в размере 2 млн руб. при покупке недвижимости или строительстве дома; постановлением Конституционного суда разрешена регистрация граждан в домовладениях, пригодных для постоянного проживания и расположенных на землях садоводства или дачного хозяйства, если это их единственное жилье.

Существенно повысилась квалификация девелоперов. В этом смысле наглядный пример – развитие компании элитной загородной недвижимости Villagio Estate. При ее создании детально изучался опыт западных стран, который был трансформирован и переработан с учетом пожеланий российских покупателей.

Значительно выросла квалификация риелторов. Если 10 лет назад задача риелтора сводилась к тому, чтобы найти и продать объект, то сейчас можно сказать, что он превратился в квалифицированного девелоперского консультанта. Риелтор сегодня, с одной стороны, обеспечивает обратную связь с клиентами, то есть объясняет застройщикам, что нужно строить и по каким причинам именно такой проект станет удачным, какие изменения нужно внести в готовый проект. С другой стороны, он в состоянии подобрать место для строительства, составить бизнес-план продаж и собственно обеспечить эти продажи.

Отследить все трансформации загородного рынка довольно сложно, тем не менее потенциальным клиентам и участникам рынка желательно иметь о них представление. В книге, которую вы держите в руках, собраны и систематизированы сведения обо всех модификациях рынка загородного жилья с момента его зарождения до сегодняшнего дня. Также в ней даются практические советы по выбору и покупке загородной недвижимости, объясняются ключевые термины загородного рынка, обрисовываются основные форматы представленных на нем объектов. Таким образом, она может послужить хорошим путеводителем по непростому миру загородной недвижимости и оказаться полезной различным категориям граждан: продавцам и покупателям, девелоперам, риелторам, всем участникам загородного рынка и просто заинтересованным лицам.

Читая эту книгу, не стоит забывать, что российский рынок загородной недвижимости находится в начале своего пути и продолжает активно развиваться и видоизменяться. Тем не менее основная тенденция – стремление все большего количества людей переехать за город для

постоянного или временного проживания – в ближайшее время вряд ли изменится. С учетом повышения требований к качеству строительства, уровню развития инфраструктуры можно ожидать, что еще через 10–15 лет мы увидим полноценные города-спутники, которые возникнут на базе современных подмосковных коттеджных поселков.

Андрей Николаевич Кройтор,

директор департамента по вопросам загородной недвижимости Компании «ИНКОМ»

Введение. Загородный рынок жилья в России: история с продолжением

Прежде чем говорить о рынке загородной недвижимости, давайте определимся, что вообще представляет собой это понятие. Как правило, словосочетание «загородная недвижимость» рисует в воображении череду ветхих дачных домиков, современных коттеджей и просто участков земли, пересеченных рядами картофельных кустов. На самом деле рынок загородной недвижимости – гораздо более широкое понятие. Оно объединяет всех участников рынка, то есть покупателя, продавца, собственника, консультанта, девелопера, риелторскую компанию, частного маклера, государственные регулирующие органы и т. д., а также совокупность сделок, совершаемых между ними.

В силу исторических обстоятельств у российского рынка загородной недвижимости сложная судьба. В начале XX века его развитие прервала революция 1917 года. Когда же он возродился после распада СССР, то оказался в положении, схожем с ситуацией некоторых островных цивилизаций, обнаруженных европейскими исследователями в прошлом веке: когда весь мир уже разговаривал по телефону, они еще орудовали каменным топором, то есть стояли в самом начале пути своего развития. Вот только в условиях глобализации российский рынок загородной недвижимости не может оставаться автономным островом. Он взаимодействует с мировым рынком. То есть, по сути, ему, не прошедшему даже детского сада, пришлось сразу поступить в университет. Необходимость экстренного взросления наложила свой отпечаток. Переняв внешние атрибуты своих состоявшихся в этом бизнесе соседей, российский рынок загородной недвижимости и сегодня, по мнению специалистов, является плохо структурированным.

Однако прежде чем говорить о текущей ситуации на загородном рынке, чтобы не возникало ощущения, что он, как гриб после дождя, вырос на пустом месте, оглянемся назад и вспомним его историю.

Дореволюционная Россия: Перловка для высшего общества

Загородная недвижимость, которая сначала именовалась простым и коротким словом «дачи», появилась в России еще в XVIII веке, во времена Петра I. Петр раздавал приближенным участки земли под Петербургом (отсюда и само слово «дача» – от глагола «давать»), и они устраивали там усадьбы: возводили дома и хозяйственные постройки, разбивали сады, дорожки, сооружали беседки и фонтаны – в общем, создавали все то, чем мы сейчас восхищаемся, гуляя по дворянским усадьбам, сохранившим былой облик до наших дней. В Подмосковье дачный бум пришелся на середину XIX века, а спровоцировало его появление железных дорог – теперь жилье для летнего отдыха можно было строить на большем расстоянии от Москвы. Тогда же мода жить летом на даче вышла за границы дворянского сословия и стала обычной для всех более или менее состоятельных людей. Однако в отличие от первой волны дачников, которые получили землю от царской власти, новые любители отдыха за городом, как правило, не владели загородной недвижимостью, а арендовали ее на летние месяцы. Так появились первые застройщики, этикие «протодевелоперы» – предприниматели, которые имели в собственности землю, строили на ней дачные поселки, а потом продавали или сдавали внаем дома.

Пожалуй, одним из самых известных и успешных предпринимателей, догадавшихся, что на подмосковной земле можно зарабатывать, был Василий Перлов. Он создал модный в конце XIX века дачный поселок Перловка. Несмотря на неказистое название, вызывающее ассоциации с армейской кашей, по тем временам Перловка была, можно сказать, поселком премиум-класса. Деревянные домики в стиле модерн стояли на общем участке без всяких заборов (огораживать дачу забором тогда считалось дурным тоном), но зато имели все удобства – душ и туалет в каждом. Поселок был окружен сосновым бором, а с севера его огибала река Яуза, на берегу которой специально для дачников оборудовали купальни. Кроме того, в поселке была развита развлекательная инфраструктура: Перлов построил танцевальную веранду, летний театр и приглашал из Москвы музыкантов и театральные труппы. Результатом такого грамотного подхода стала невероятная популярность поселка среди москвичей. Возникали очереди из желающих арендовать там дачу, а платить за аренду горожане были готовы столько же, сколько и за престижное жилье в центре Москвы.

Советское время: классика дачного жанра

В советское время ситуация резко изменилась. В 1930-е годы государственные дачи предоставлялись во временное пользование партийным, советским и профсоюзным работникам, а также военным и государственным деятелям. Пока занимаешь пост – пользуешься дачей, уходишь на пенсию или другую работу – и дача переходит преемнику по должности. Служебные дачи полагались даже рядовым сотрудникам партаппарата, но это не значило, что целую дачу отдавали в одни руки – обычно в одном загородном доме отдыхали сразу несколько семей. Пока рядовые сотрудники ютились в мансардах, высокопоставленные чиновники выделяли себе роскошные особняки со множеством комнат. Ситуация немного выровнялась в 1938 году, когда постановлением СНК СССР и ЦК ВКП(б) был установлен максимальный размер дач для руководящих советских работников: 7–8 комнат среднего размера для семейных и 4–5 – для несемейных.

Строились дачные поселки и для научной и творческой интеллигенции, генералитета, за особые заслуги получить дачу мог и рабочий-ударник. В отличие от дач партийных и государственных деятелей, эти дачи были не служебные, выделялись не на время, а предоставлялись государством в пожизненное пользование. Однако пожизненное пользование – это не собственность. В СССР вся земля была в собственности у государства. Дома в таких поселках, как правило, подходили для круглогодичного проживания: они были подключены к отоплению, электричеству, газу, к ним протягивали телефонную линию. Позже уже российские СМИ окрестили подобные поселки стародачными.

Для остальных, рядовых граждан создавались коллективные сады, которые возделывались, например, совместно коллективом завода, а урожай делился между работниками или сдавался государству по фиксированным ценам. Конечно, коллективные сады были предназначены не для праздного загородного отдыха советских граждан, а для выращивания сельскохозяйственной продукции, которой советская торговля не могла обеспечить горожан в полной мере. Позднее, в 1949 году, было принято Постановление Совета Министров СССР «О коллективном и индивидуальном огородничестве и садоводстве рабочих и служащих». Этот документ положил начало массовой раздаче земельных участков обычным гражданам. В тексте постановления был оговорен максимальный размер участка, ставший со временем классическим, – 0,06 га, то есть 6 соток. На участке можно было построить небольшой дом.

Итак, если не брать в расчет дачи особо отличившихся в глазах государства граждан (видных деятелей науки и искусства, генералитет и т. д.), на которых можно было проживать круглогодично, то единственное, что роднит загородную недвижимость советского периода и дореволюционного времени, – это то, что участки за городом по-прежнему воспринимались исключительно как места для летнего труда и отдыха, а не постоянного проживания.

Становление рынка: практика эволюции

После распада Советского Союза в 1991 году ситуация с загородной недвижимостью изменилась. Вследствие приватизации дачные участки, которые раньше были в бессрочном пользовании, стали переходить в собственность граждан. Значит, появилась возможность их продавать. Самые обычные поля, пашни и сенокосы, прежде принадлежавшие колхозам или совхозам, делили на паи и раздавали экс-колхозникам/экс-работникам совхозов бесплатно. Однако поскольку это земли сельскохозяйственного назначения, на них нельзя было возводить никаких строений, и растерянные новые владельцы, не понимая, что им делать с землей, за бесценок продавали ее более дальновидным гражданам или юридическим лицам, в чьих активах, таким образом, оказывались значительные земельные массивы. Это и стало началом зарождения рынка загородной недвижимости, который мы можем наблюдать сегодня, хотя на том первоначальном этапе его еще не совсем корректно называть рынком, потому что ситуация была абсолютно хаотичной и вплоть до 1996–1997 годов оставалась такой.

Примерно с 1996 года начинается период активного строительства индивидуальных коттеджных строений премиум- и бизнес-класса частными лицами «под себя», неорганизованно. В те годы само слово «коттедж» ассоциировалось с дорогим домом в претенциозном стиле, например ампир. Новых коттеджей эконом-класса не существовало, само сочетание «коттедж эконом-класса» в то время воспринималось как оксюморон. То, что развитие загородного рынка началось с «элиты», отразилось и на его географии. Самым первым направлением, которое привлекло внимание состоятельного населения, стало Рублево-Успенское шоссе. Отчасти эта популярность связана с историчностью местности: еще во времена Ивана Грозного именно здесь проходила «царская дорога», располагались одна из дач Сталина и дачи других крупных партийных деятелей времен СССР (подробнее см. главу 1 «На все четыре стороны: география подмосковного рынка недвижимости»); отчасти – с тем, что и в черте города запад всегда считался самым престижным из-за хорошей экологии.

Следующим за Рублево-Успенским стало развиваться еще одно западное направление – Новорижское, а затем юго-западное – Киевское. Параллельно на вторичный рынок, до этого по большей части представленный стандартными советскими дачами в шесть соток, стали попадать первые коттеджи и другие постсоветские загородные постройки. Их стоимость была меньше, чем домов на первичном рынке, и таким образом они занимали нишу, приближающуюся к эконом-классу.

В 1999–2000 годах появились первые организованные поселки. Тогда же на рынок загородной недвижимости обратили внимание крупные риелторские агентства, в которых начали открываться подразделения, специализирующиеся на загородном жилье. Однако и тогда все еще было очень разрознено, неструктурировано, определить ценовую политику не представлялось возможным.

Период с 2001 по 2004 год характеризуется высокими темпами строительства и ростом спроса на коттеджи в организованных поселках премиум- и бизнес-класса за счет увеличения числа потребителей с высоким уровнем дохода, изменения потребительских предпочтений. Объем подобного предложения за это время увеличился в 2,5 раза. Самыми заметными проектами в этих сегментах стали «Шервуд», «Лазурный берег», «Риверсайд», «Величь», «Кислово». Чуть позже, в 2005 году, к данному списку присоединился «Гринфилд». Стоимость земли в коттеджных поселках в 2–2,5 раза выше, чем в садовых и огородных товариществах и в хаотичной застройке. В то же время предложение ликвидной земли на рынке ограничено. Особенно остро дефицит земель ощущается на Рублево-Успенском направлении, вследствие чего цены на недвижимость здесь исключительно высоки и продолжают расти. Поскольку выделение новых земельных участков после 1999 года происходит довольно медленно, предложение

свободной земли сильно отстает от спроса, что стимулирует постоянный рост цен. С дефицитом земли в 30-километровой зоне связана и возросшая популярность участков в более отдаленных районах Подмосковья, где цены пока остаются низкими, но также имеют тенденцию к росту.

В 2004–2007 годах замедляется объем продаж коттеджей в организованных коттеджных поселках премиум– и бизнес-класса и одновременно увеличивается объем продаж и растет спрос на жилье эконом-класса. Начинают формироваться небольшие проекты по строительству коттеджных поселков эконом-класса на недорогих направлениях, по характеристикам уступающих застройке бизнес– и премиум-класса.

В этот период самым крупным и заметным в сегменте элитного жилья становится коттеджный поселок Millennium Park, расположенный на 24-м км от МКАД по Новорижскому шоссе. Также выделяются поселки премиум-класса «Сосновые берега» и «Папушево». В бизнес-сегменте один из самых успешных проектов – коттеджный поселок «Ильинка», расположенный между Рублево-Успенским и Новорижским шоссе. Среди проектов эконом-класса выделяется поселок «Русские Узоры», расположенный на 78-м км Калужского шоссе. В апреле 2007 года на рынок выводится новый элитный бренд – Villagio Estate, его проектам в ближайшие 5 лет предстоит стать самыми востребованными и успешными.

В 2004–2007 годах наметилась тенденция к росту объемов строительства и продаж загородной недвижимости эконом-класса, однако настоящий толчок к развитию этого ценового сегмента дал кризис 2008 года. Он в корне изменил ситуацию на рынке: в лидеры продаж выбились участки без подряда, которые позволяли покупателю вложить свои сбережения, недостаточные для покупки чего-то большего, в земельный надел, а строительство дома начать в отдаленном будущем, когда удастся собрать необходимую сумму. Стали активно осваиваться традиционно замыкавшие рейтинг престижности земли вокруг Симферопольского, Новорязанского, Каширского, Дмитровского, Горьковского шоссе.

Основной причиной изначально неравномерного развития сегментов рынка загородной недвижимости, отставания эконом-класса от бизнес– и элит-класса была не только проблемная общеэкономическая ситуация в России, но и большой разрыв между категориями потребителей, возникший в 1990-е годы. Появилась прослойка очень богатых людей, имеющих возможность приобрести элитное загородное жилье. Однако доходы большинства населения, которое должно было стать средним классом и потребителем недвижимости бизнес– и эконом-сегмента, не позволяли приобрести никакого загородного жилья вообще. Существенное влияние на замедленное развитие сегмента жилья эконом-класса оказывало отсутствие в 1990-е годы экономических материалов и технологий строительства таких объектов, как, например, каркасно-модульные конструкции, а также предубеждение потребителей по отношению к материалам, отличным от традиционных. Кризис заставил по-новому взглянуть на ситуацию как покупателей, так и девелоперов.

Некоторый перекося рынка долгие годы проявлялся не только в переразвитости одних сегментов и недоразвитости других, но и в отсутствии профессиональных застройщиков определенной категории.

«Еще два года назад на рынке не было профессиональных девелоперов среднего сегмента, – рассказывает эксперт по загородной недвижимости Компании «ИНКОМ» Ксения Кастова. – Все застройщики делились на две категории. Первая – это компании-гиганты, которые могли вложить многие миллионы долларов сразу. Вторая – это самодельные, самостоятельные девелоперы, которые нашли где-то \$ 2 млн и действовали по довольно примитивному плану: на \$ 1 млн покупали землю, на второй ставили столбы и делали дороги, а потом пытались все это продать за \$ 4 млн. Однако очень мало кто из этой второй категории перерастал в средний сегмент. Нормальное же девелоперство – это когда осознанно выбирается участок земли, осознанно принимается решение, что именно нужно построить,

чтобы оно было востребовано, когда есть не \$ 2 млн на землю и дороги, а как минимум \$ 3 млн: на землю, дороги и еще \$ 1 млн на случай непредвиденных расходов».

Конечно, не следует забывать и о наследии советских времен – вторичном рынке дачных домиков и участков в садоводческих товариществах.

Современная ситуация: новые возможности для новых клиентов

Последние два-три года на рынок загородной недвижимости стали выходить банки, в собственность которых во время кризиса поступали земельные активы обанкротившихся или не сумевших выплатить займы девелоперов. При этом отошедшие активы делились на три категории: недвижимость, проекты в стадии строительства и земля. Быстро поняв, что найти покупателя на крупный участок очень сложно, банки начинали либо работать в тандеме с девелоперами, либо строить поселки своими силами, ставя целью не столько извлечение прибыли, сколько возвращение тех средств, которые задолжали им бывшие землевладельцы. На сегодняшний момент для покупателей приобретение недвижимости в таком банковском поселке – одно из наименее рискованных вложений. Дело в том, что при необходимости дополнительного финансирования строительства поселка, владельцы банка, скорее всего, эти вложения сделают, потому что, во-первых, располагают необходимыми средствами, а во-вторых, не покупали землю сами, поэтому психологически дополнительное вложение воспринимают как свою первую трату.

Изменения на рынке наблюдаются не только на стороне продавцов и девелоперов, но и в среде покупателей. *«Последнее время клиенты принимают решения очень долго, – утверждает Ксения Кастова. – В поисках наилучшего объекта они могут ездить по Подмосковию и год, и два. У меня были клиенты, которые искали дом шесть лет, посмотрели десятки поселков. Шесть лет – это, конечно, нетипичная ситуация, но год-два – нормальный среднестатистический срок. Они не просто выбирают понравившийся объект, они смотрят на динамику, какое-то время наблюдают за поселком: как идет строительство, продажи – и только потом принимают решение о покупке. Однако сохранилась какая-то прослойка покупателей старого образца, по-советски наивных. Обычно это люди, располагающие небольшими средствами и покупающие участки без подряда. Цена для них является основополагающим фактором, когда им обещают участок с коммуникациями в 30-километровой зоне от Москвы за 1 млн руб., они где-то в глубине души понимают: что-то не так, но обманывают сами себя. Смотрят в глаза продавцу и спрашивают: “Но ведь коммуникации правда будут, да?” Конечно, он говорит: “Да”. И они идут и покупают. Отсюда валовые сделки по участкам без подряда. Условно говоря, есть психологический ценовой барьер – 1,2–1,5 млн руб. за участок по любому направлению. Как только цена участка переходит эту черту, продажи встают».*

На рынке загородной недвижимости бурное развитие в последнее время также получил сегмент таунхаусов до 15 км от Москвы по любому направлению. Для многих покупка жилья в таком таунхаусе – это не просто решение насущного квартирного вопроса, но прежде всего желание изменить свой социальный статус, проживать в однородной социальной среде. Кроме того, привлекают внимание к таунхаусам относительно низкие цены при довольно приличных, по меркам московских квартир эконом-класса, метражах. То есть за сопоставимые деньги можно купить таунхаус в ближайшем Подмосковье или квартиру на окраине Москвы, но в первом случае вы будете жить в ухоженном поселке, где за счет малой этажности существует гораздо меньшая концентрация людей, причем соседи будут одного с вами социального статуса.

По тем же причинам становится все более популярным и востребованным еще один формат загородной недвижимости – малоэтажное строительство. По прогнозам специалистов рынка, в ближайшие годы поселки с малоэтажными домами с квартирами от 30 до 200 м² широко распространятся в 30–40-километровой зоне от МКАД. Привлекательность подобного жилья для покупателей очевидна: это и все то же однородное проживание, и усталость москвичей

чей от мегаполиса с его тесными серыми многоэтажками, и гигантская плотность населения в столице, и стремление жить в комфортабельном жилье и на природе одновременно, и доступная цена. Привлекает этот формат и девелоперов. Учитывая такой обоюдный интерес, можно ожидать, что малоэтажное строительство, на которое уже сейчас приходится 10 % рынка загородной недвижимости, ждет большое будущее.

Впрочем, сегодняшняя ситуация такова, что делать далекоидущие прогнозы достаточно проблематично, потому что они основаны на внутрирыночных механизмах, а сейчас на первый план выходят внешние, глобальные макроэкономические факторы. Связано это прежде всего с тем, что капиталистическая экономика терпит системный кризис, который начался в 2008 году, продолжается до сих пор и, по прогнозам аналитиков, будет идти еще неопределенно долго. *«Прошлый кризис в США, так называемая “Великая депрессия”, продолжался 10 лет, – рассказывает руководитель аналитической службы Компании «ИНКОМ» Дмитрий Таганов. – Однако тогда это было локальное явление, которое затронуло в основном Штаты, немного Европу. Нынешний кризис более глубокий. Тот кризис был кризисом перепроизводства, сопровождался дефляцией, сейчас это кризис общества потребления. Тогда выход из кризиса обеспечил Рузвельт: он фактически централизовал экономику в США, и это позволило преодолеть депрессию. А сейчас в мире должна произойти какая-то смена глобальной доминирующей экономической доктрины, и только при этом условии кризис прекратится. Конечно, с проявлениями кризиса можно бороться, и довольно успешно, но они будут возникать вновь и вновь, ведь все мы знаем, что лечение симптомов не избавляет от заболевания. Это не значит, что будет все время плохо. Это значит, что установится определенная периодичность, когда будет какое-то время плохо, потом лучше, будут периоды длительного снижения, затем длительного восстановления. Эти периоды будут перемежаться, как черное и серое, но “совсем хорошо” так и не наступит, пока не будут приняты радикальные меры».*

В таких условиях прогнозирование рынка недвижимости приобретает определенную специфику. Прежде всего должен учитываться общий экономический фон, причем не столько российская экономика, сколько общемировые тенденции: ситуация в Европе, в США, процессы, которые происходят внутри этих государств, политика, возможные войны и т. д. Эти факторы на 90 % определяют рынок. Остальные 10 % – это внутрирыночные факторы: спрос-предложение, сезонность (пики продаж загородной недвижимости приходятся на весну и осень). Причем парадокс в том, что если судить по внутренним факторам, то рынок недвижимости сегодня спокоен и стабилен, а значит, легко прогнозируем. Однако это впечатление обманчиво, так как любые изменения в макроэкономике (а они бывают совершенно непредсказуемыми) могут повлечь и резкое изменение рынка жилья.

Наконец, еще одна особенность сегодняшней ситуации на подмосковном загородном рынке – это то, что он, подобно концентрическим кругам на воде, распространяется все дальше от столицы, накрывая все более отдаленные от Москвы области. В настоящее время можно сказать, что рынок Подмосковья смыкается и постепенно включает в себя и части рынков Калужской и Владимирской областей. Многие покупатели охотно приобретают коттеджи в зоне дальше 100 км от столицы, тем более что участки там заметно дешевле, плотность застройки намного ниже, а природа в меньшей степени испытала вмешательство человека. Что касается направлений, то из-за тяжелой транспортной ситуации в Подмосковье в целом сейчас на первый план вышла проходимость трассы, отсутствие пробок. Поэтому самыми востребованными являются поселки по Новорижскому, Калужскому, Киевскому и Симферопольскому шоссе.

Как уже говорилось, с течением времени развиваются не только девелоперы, но и покупатели. Специалисты рынка отмечают, что для современных покупателей характерно более бережное отношение к собственному времени, понимание, что на загородном рынке много подводных камней, и отсюда желание обезопасить свою покупку. Именно поэтому клиенты охотно подписывают договоры на оказание услуг с надежными риелторскими компаниями.

Кроме того, квалифицированный риелтор гораздо быстрее, чем это произошло бы без его участия, поможет человеку понять, что именно тот хочет купить. Ведь большинство клиентов, вставая на тропу поиска загородного жилья, не понимают, чего они хотят. Даже если у них есть некое представление, то, увидев все разнообразие предложений рынка, они приходят к выводу, что ошибались. Риелтор выступает в роли консультанта в огромном супермаркете, где на полках – объекты недвижимости. Он дает покупателю представление об ассортименте, указывает на преимущества и недостатки товара, привлечшего внимание, задает вопросы, которые помогают человеку понять, какой именно объект ему нужен. Таким образом, покупатель имеет возможность за 3–4 месяца составить представление о рынке, выбрать ликвидный объект, который не разочарует его в будущем.

«Самостоятельно заниматься поиском объекта на загородном рынке – слишком великий риск, – рассказывает Ксения Кастова. – Все-таки мы говорим о больших суммах денег, а загородный рынок, в отличие от квартирного, менее однороден, прозрачен, понятен. Могу привести случай из своей практики, чтобы стало ясно, о чем идет речь. Строился коттеджный поселок в 2 км от шоссе. Шоссе не очень нагруженное, за ним еще железная дорога. Поселок строился, люди приезжали в него, смотрели – все замечательно: птички поют, березы шумят, дома растут. Они покупали там участки. Прошло полгода, клиенты приехали и не могут понять в чем дело: в поселке постоянный гул, как будто автомобильную и железную дороги перенесли на 2 км прямо под забор. Что произошло? Из-за неграмотности, неопытности девелопера какой-то из домов при строительстве расположили таким образом, что он стал отражать шумовую волну от трассы и бросать ее на поселок. Так вот, опытный риелтор, который знает, кто есть кто на рынке, мог бы предостеречь людей от покупки, объяснив, что девелопер – новичок, а это всегда определенный риск».



Глава 1. На все четыре стороны: география подмосковного рынка недвижимости

В отличие от русских сказок, где сложности и преимущества всех трасс и направлений точно и правдиво описаны на придорожных камнях, на подмосковном рынке загородной недвижимости все не так просто. Во-первых, если в сказке камень-указатель мог стоять веками и надписи на нем не устаревали, то в современном Подмосковье все меняется так быстро, что каждый раз расходовать дорогостоящий гранит на придорожные столбы было бы просто нецелесообразно. Еще вчера направо пойдешь – самый престижный коттеджный поселок найдешь, а год спустя пойдешь направо – и намертво встанешь в автомобильной пробке. Во-вторых, если во времена богатырей с направлениями все было однозначно и всем понятно: на севере – варяги, на юге – греки, на востоке – татары и царевны-лягушки, а на западе – немцы, то современный подмосковный рынок загородной недвижимости столь неоднороден, что для его характеристики понадобится очень и очень большой придорожный камень. Собственно, чем-то вроде этого камня для надписи и является данная глава.

Изначально люди, как правило, в каком районе жили, по тому направлению и покупали дачи. Так имидж московских округов выходил за границы столицы и распространялся на смежные районы Подмосковья. Например, если Восточный округ всегда считался непрестижным, «рабоче-крестьянским», то и за востоком Московской области автоматически закрепился такой же имидж. Социальный фактор тесно связан с другим – экологическим. Действительно, рабочие селились на востоке не потому, что им там больше нравилось, а потому, что в советские времена именно в этой части Москвы была сконцентрирована основная масса промышленных предприятий и государство намеренно выделяло людям жилье рядом с работой. Выбор под промышленный район восточной части города тоже неслучаен – роза ветров столицы такова, что ветер дует с северо-запада или юго-запада. Поэтому, располагая вредные производства в Восточном округе, власти заботились о том, чтобы выбросы не оседали в городе, а уходили в область и там рассеивались. Итак, самыми благоприятными традиционно считаются северные и западные, а более загрязненными – восточные направления. Таким образом, инфраструктура того или иного района города влияла на престижность соответствующего направления двояко: напрямую, благоприятно или наоборот пагубно изменяя экологию, и опосредованно, привлекая в район определенный контингент и, как следствие, отпугивая иные социальные группы.

В настоящее время оба этих фактора сведены к минимуму: большинство промышленных предприятий закрыто или переоборудовано под бизнес-центры, а у бывших рабочих давно выросли дети и внуки, которые получили высшее образование и никогда в жизни не стояли за станком. Однако поскольку «престижность» – понятие субъективное, исчезновение реалий, на которые оно опиралось ранее, не мешает ему продолжать существовать в умах людей, влиять на их восприятие, выбор и, как следствие, цены на рынке загородной недвижимости.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.