



Московский Бизнес Клуб

Присоединяйтесь к лидерам!

т/ф: +7 (499) 261-57-91
тел: +7 (495) 507-46-60

Россия г. Москва,
Денисовский пер., д.23, стр. 1
2 этаж, офис № 21

secretary@mosbizclub.ru
www.mosbizclub.ru

Как нащупать «ценовое дно» в условиях современного рынка?

Как ориентироваться в условиях нестабильного рынка? Этот вопрос является сегодня одним из самых актуальных. Особенно много споров разгорается вокруг того, что будет с ценами на недвижимость – жилую, загородную, коммерческую. Ведь недвижимость слишком долго была в нашей стране одним из главных инвестиционных инструментов, как для физических лиц, так и для институциональных структур. Для всех них крайне важно ответить на вопрос, достиг ли рынок ценового дна. С одной стороны, практика развитых стран Европы и Америки показывает: недвижимость – это один из стабильных активов. Падение цен на рынке быстро сменяется ростом. С другой стороны, есть пример Японии, где цены на недвижимость снижались в течение 16 лет.

Поэтому очередной выпуск Дискуссионного Клуба Московского Бизнес Клуба мы посвятили именно этой проблеме. В заседании приняли участие: Юрий Хлестаков, Генеральный директор, «Русский Дом Недвижимости»; Дмитрий Гаркуша, Генеральный Директор ЗАО «Дойче Банк Девелопмент»; Михаил Кудрявцев, председатель Совета Директоров, УК «ИТКОЛ»; Павел Иванушко, Генеральный директор, СК «Отечество»; Сергей Козловский, Президент Корпорации "ИНКОМ"; Георгий Дзагуров, Генеральный директор, Penny Lane Realty.



Для начала мы решили разобраться с самим понятием «ценового дна». Здесь у участников рынка нет единого мнения.

Очень распространено мнение, что «ценовое дно» - это нижний предел рентабельности. А поскольку большинство компаний уже подошли к нему, дальнейшего падения цен ожидать не следует. Выразителем этой точки зрения является Сергей Козловский, Президент Корпорации «ИНКОМ»: «Ценовое дно в моем понимании это рентабельность конкретного проекта. Это не только себестоимость самого строительства, цена подведения коммуникаций, земли, но и тот минимум расходов, который позволяет держать компанию на плаву, функционировать ей, как организму. Если компания в массовом порядке распродает все свои объекты ниже этой границы, то ее будущее, как единой структуры, очень туманно. Поэтому я уверен, что девелоперы к подобной практике не прибегнут. Они, как это уже происходит, либо пустят инвесторов в акционерный капитал, либо пригласят их в свои проекты. За бесценюк ничего продаваться не будет».



Московский Бизнес Клуб

Присоединяйтесь к лидерам!

т/ф: +7 (499) 261-57-91
тел: +7 (495) 507-46-60

Россия г. Москва,
Денисовский пер., д.23, стр. 1
2 этаж, офис № 21

secretary@mosbizclub.ru
www.mosbizclub.ru

Но есть и другая точка зрения. Например, Павел Иванушко, Генеральный директор, СК «Отечество», считает, что дно - это «докризисная цена деленная на три. Когда цены на рынке достигнут этого порога — можно покупать недвижимость. Например, если докризисная цена составляла 6000\$, - ниже 2000\$ цены уже не упадут.» Это высказывание зрения косвенно подтверждается Анатолием Аксаковым, депутатом Государственной Думы РФ, членом Национального банковского совета Банка России, Президентом Ассоциации Региональных Банков России, который, как банкир, не может исключить рисков дальнейшего падения цен. «Объекты на начальном этапе строительства кредитные организации практически не рассматривают — слишком высок риск падения стоимости строящегося здания и, соответственно, риск невозврата». Но как утверждает Михаил Кудрявцев, председатель Совета Директоров, УК «ИТКОЛ: «Должно пройти еще минимум полгода, что бы мы смогли говорить о «ценовом дне».

Георгий Дзагуров, Генеральный директор, Penny Lane Realty говорит о том, что средний уровень цен и суммы определяется теми цифрами, на основании которых реально заключаются сделки в компании, а также на тех величинах, до которых доходят переговоры. Именно эти цифры и показывают насколько реально готов снизить цену предложения продавец.

«Далеко не всегда мы можем убедить стороны в том, что цена разумна, однако, мы ставим стороны перед фактом: вот цена, которую мы сможем или уже смогли достичь. Далее решение о приобретении или продаже принимает участник сделки. В действительности так случается, что покупатель не верит, что имеется конкурентное предложение со стороны другого приобретателя и теряет уникальную возможность покупки. Полагаю, что эффективные решения принимаются в том случае, когда наши клиенты нам, как операторам рынка, доверяют, ведь именно мы держим руку на пульсе сделок каждый день, видим тенденции спроса и предложения, знаем, до каких пределов стороны готовы идти навстречу друг другу, имеем информацию, действительно ли имеет место конкурентное предложение», - замечает Георгий Дзагуров.

В таких условиях очень сложно провести оценку объекта. Известно, что в своей работе оценщики должны опираться на три метода — сравнительный, затратный и инвестиционный. Долгое время участники рынка ориентировались, в основном, на результаты сравнительного метода оценки. Но сегодня он перестал их устраивать. Как верно заметил Юрий Хлестаков, Генеральный директор компании «Русский Дом Недвижимости»: «Сейчас в ситуации неопределенности, когда декларируемая цена, при серьезных намерениях покупателя может подвергаться серьезной коррекции, было бы крайне ошибочно использовать только одну методику оценки, поэтому мы в оценке объектов очень активно используем «затратный метод», который позволяет нам, выходить на рынок с привлекательными предложениями, даже в это непростое время». Хотя Дмитрий Гаркуша, Генеральный директор ЗАО "Дойче Банк Девелопмент", считает, что «в настоящее время наиболее информативным может быть сравнительный подход, позволяющий при возможности подбора соответствующих аналогов и внесении стоимостных корректировок». Правда, мало кто говорит, какими методами подбираются «соответствующие аналоги» в условиях нестабильного рынка.

По мнению Анатолия Аксакова, на динамику цен сейчас влияет слишком много разнонаправленных факторов. «Уровень цены зависит от того, будет ли спрос на недвижимость. А спрос может взяться лишь при наличии стабильного положительного тренда в экономике. Безусловно, нельзя сбрасывать со счетов тех, у кого есть накопления для покупки недвижимости, но кто не готов сейчас свои сбережения, ожидая самого выгодного предложения по цене. Когда состоится всплеск отложенного спроса и насколько сильным окажется его влияние на рынок — покажет время. На противоположной чаше весов, которая тянет цены вниз — большое количество залоговой недвижимости, которая в случае роста просроченной задолженности станет собственностью банков. Многие кредитные организации будут вынуждены выставлять на торги эту недвижимость, и тогда количество предложений на рынке увеличится, и цены могут пойти вниз».

Кстати, по мнению Павла Иванушко, сегодня во многих сферах, связанных с недвижимостью, выросло число



Московский Бизнес Клуб

Присоединяйтесь к лидерам!

т/ф: +7 (499) 261-57-91
тел: +7 (495) 507-46-60

Россия г. Москва,
Денисовский пер., д.23, стр. 1
2 этаж, офис № 21

secretary@mosbizclub.ru
www.mosbizclub.ru

рисков, требующих оценки и страховой защиты. При замедлении темпов строительства, сужении инвестиционного горизонта, снижение рисков составляющей в производстве работ является важным аспектом управления. Например, Страховая компания «Отечество» застраховала строительно-монтажные работы Генерального подрядчика на сумму 84 000 000 рублей. ООО «Инжстрой» обеспечен страховой защитой на случай гибели, повреждения, уничтожения объекта строительства. Также, г-н Иванушко рекомендует своим клиентам прибегать к комплексному страхованию, чтобы минимизировать свои расходы на страхование.

В столь непростое время многие компании задумались над термином «успешный facility management». И по мнению Михаила Кудрявцева: «Это поиск оптимальности качества предоставляемых услуг их стоимости. У клиента, арендующего помещения класса «С» нет ожиданий по комплексу услуг и принципу их предоставления, присущих помещениям класса «А», да и зачастую это и не требуется. Нашими клиентами являются в основном компании малого и среднего бизнеса. Для них сейчас главное невысокая цена за аренду и ее прогнозируемость, стабильность и доступность для переговоров арендодателя и стандартный комплекс услуг (уборка помещений, Интернет, связь, охрана, наличие точки питания, организованные парковочные места и пр.), но при этом, предоставляющихся качественно и бесперебойно».

В завершении хотелось бы закончить словами Юрия Хлестакова: «Если динамику цен отобразить графически, то «полка» на падающем графике, параллельная оси абсцисс, и есть ценовое дно. Другими словами, это стоимость, ниже которой собственник, по тем или иным причинам, не готов опускаться в определенном временном промежутке. Но в любом случае, правильно выстроенный и аргументированный диалог, как с покупателем, так и с продавцом позволяет скорректировать понимание цены объекта у сторон, и приблизиться к «золотой середине» - справедливой цене. Для разных категорий клиентов аргументы свои, тем более для покупателей и продавцов (ведь задачи перед ними стоят прямо противоположные). Для инвесторов это – инвестиционная привлекательность, для людей решающих жилищные проблемы это время, потерю которого, порой невозможно переоценить. В общем, этих аргументов множество, и профессиональное их использование это и есть залог успешной сделки, которая отличает настоящих мастеров своего дела».