ОТРАЖЕНИЕ НА ЧОВЕШКИЯ КАПИТАЛ И СОЦИОКУЛТУРНАТА СРЕДА ВЪРХУ ПАЗАРА НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ ОТ ВИСОК КЛАС

Докторант Кристиян Вълчев
Русенски университет „Ангел Кънчев“

IMPACT OF HUMAN CAPITALAND SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENT ON THE REAL ESTATE MARKET HIGH CLASS

Kristian Valchev
Ruse University „Angel Kanchev“

Abstract: *In the modern science and practice is already well established that human capital and socio-cultural environment are the basis for the development of the people of their community and nation. The symbiosis between human capital and socio-cultural environment has a bilateral manifestation and effects - on the one hand, the socio-cultural environment will to a large extent the priority of education and investment opportunities of the individual and his family; on the other hand, the level of accumulated human capital determines the culture and social status, and they in turn determine the opportunities and needs for the purchase of one kind or another property.*

Key words: *human capital, socio-cultural environment, real estate*

Увод

Темата за продажбите на луксозни недвижими имоти е претърпяла множество анализи от страна на брокерските къщи по света. На базата на тези изследвания, през годините са създавани редица стратегии, стандарти, нови методи за продажба и обучение на служителите в агенциите и т.н. Тези мерки разбира се, оказват някакъв ефект върху продажбите, но най-важното условие за тяхната реализация е да е налице платежоспособно население (клиент), които да изпитат потребността от такъв тип имот и да могат да си го позволят, т.е. за продажбата на луксозен имот е необходимо богатство, с което да бъде заплатен.

В съвременната наука и практика вече е утвърдено, че човешкият капитал и социокултурната среда са в основата на развитието на хората, на тяхното общество и нация. Симбиозата между човешкия капитал и социокултурната среда има двустранно проявление и въздействие – от една страна, социокултурната среда предопределя в голяма степен приоритетността на образованието и инвестиционните възможности на индивида и неговото семейство; от друга страна, степента на натрупания човешки капитал предопределя културата и социалния статус, а те от своя страна предопределят възможностите и потребностите за покупка на един или друг вид недвижим имот.

Обект на настоящата е пазарът на луксозни недвижими имоти.

Предмет на изследване е влиянието на човешкия капитал и социокултурната среда върху него.

Основната **цел** на работа е да представи отражението на човешкия капитал и социокултурната среда върху пазара на луксозни недвижими имоти.

За нейното постигане се поставят за разрешаване следните **задачи:**

1. представяне на основните концепции за човешкия капитал и социокултурната среда в контекста на повишаване на благосъстоянието и статуса на индивида и обществото;
2. анализиране на пазара на луксозни недвижими имоти, на търсенето и предлагането; на факторите, определящи търсенето и цената;
3. анализ на влиянието на човешкия капитал и социокултурната среда върху пазара на луксозни недвижими имоти посредством извеждане на профила на купувачите и техните потребности и изисквания;
4. очертаване на тенденциите и перспективите пред симбиозата човешки капитал - социокултурна среда - пазар на недвижими имоти.

ГЛАВА ПЪРВА:
Същност и особености на човешкия капитал и социокултурната среда

1.1. Човешки капитал

Проблемът за човешкия капитал не е нов за икономическата и социална наука.[1] Развитието му датира още от XVIII век и се свързва с името и творчеството на Адам Смит.[2] Той за първи път прави успешна аналогия между разходите за създаването на по-скъпа и производителна машина с разходите за обучението и повишаването на квалификацията на работника с цел нарастване на неговата производителност. Според Смит, по-квалифицираният труд е по-производителен и осигуряващ по-висока печалба, поради което инвестициите за неговото създаване се възвръщат чрез нарастващата печалба и чрез заплащането през активния трудов живот.[3]

Един от първите основоположници на теорията за човешкия капитал е американският икономист Теодор Шулц, който през 1961 г. в една от своите статии изтъква, че „хората са важна част от богатството на нациите".[4] Той извежда, че индивидите съзнателно инвестират в себе си, за да повишат икономическите си доходи, а също така, че човешкият капитал, т.е. образователното равнище и здравният статус, могат да се свържат с икономическия растеж. Според Шулц, съвременната икономика не може да се развива без образована работна сила.

Най-голямото приложение на идеята за човешкия капитал се намира в публикациите на Гари Бекер, и по-конкретно в неговата книга „Human Capital", публикувана през 1964 г. Той сравнява и охарактеризира човешкия капитал аналогично на физическия: в човешкия капитал може да се инвестира (посредством образованието, обучението, здравеопазването), както и във физическия, а производството зависи от направените инвестиции, и от тяхната възвръщаемост.

---

[1] Дулевски, Л., Оценяване на човешкия капитал: подходи и решения, Годишник на УНСС, 2012, с.7
[2] По-подробно виж: Smith, A., The wealth of nations, New York, Random house, 1932
[3] Smith, A., The wealth of nations, New York, Random house, 1932
[4] Schultz, T., Investment in human capital, American Economic Review 51, 1961

Бекер подчертава и двупосочността на връзката между човешки капитал и икономически растеж. Подобряването на образованието, т.е. на човешкия капитал, води до повишаване на икономическия растеж, но и обратното – икономическия растеж обуславя усъвършенстването на образованието.

Посредством своя труд, човекът се явява основен производствен фактор, заедно със земята и капитала. За да се развива производството и да нарастват печалбите са необходими постоянни изменения и подобрения в производствените фактори. Така, през определен етап от жизнения си цикъл, човек посвещава своето време в натрупването на човешки капитал. Налице е типичен инвестиционен процес, свързан с производството и развитието на човешки капитал. След време, човек предлага на пазара на труда по-квалифициран труд, който е по-производителен, а оттам – с по-високо равнище на заплащане. По-високият доход на квалифицираният работник с течение на времето трябва да възвърне направените вече инвестиции в човешки капитал и да осигури допълнителен доход от труд.

Човешкият капитал се извежда като знанията и уменията на отделния човек, които определят нивото на интеграция на този човек в обществото, неговата реализация на пазара на труда и производителността му в отделните предприятия и организации. Най-общо, човешкият капитал се разглежда като „комбинация от следните характеристики на отделната личност: образованост, опитност, ценностна система, здравословно състояние и природни дадености и таланти”.[5]

В изследването си „Актуални въпроси на качеството на труда в сектор „Строителство” в България, Р. Калчев извежда, че „инвестициите в човешки капитал се определят като основен фактор за формирането и повишаването на качеството на човешкия труд.”[6] Според него в понятието „човешки капитал” се включват характеристиките на човешките ресурси, които формират тяхното качество. Само по себе си обаче, според Калчев „качеството на човешките ресурси не може да се нарече капитал ако не се вложи в производството или не носи някаква изгода на своя носител.”[7]

Не подлежи на съмнение, че **основният и най-големият инвеститор в човешкия капитал е държавата.** Нейната инвестиционна политика има за цел да осигури общообразователната подготовка на индивидите (подрастващите) и предостави фундаменталните знания и умения, приложими в различните сфери и дейности (което предполага да осигури професионалната подготовка на подрастващите). Тя определя политиката в областта на образованието и професионалната квалификация, инвестиционните разходи за образователната система и очакваните ползи за обществото от по-високото качество на човешкия капитал.

Инвестиции, осъществявани от индивида

Къде и колко средства да инвестира в себе си, индивидът сам (или в рамките на семейството) решава. Във всички случаи той действа целесъобразно, **като съпоставя разходите във времето с приходите** и ползите в след инвестиционния процес.

---

[5] Симеонова-Ганева, Р., Влияние на човешкия капитал върху икономическия растеж, СУ „Св. Климент Охридски”, 2006, с.4

[6] Калчев, Р., Актуални въпроси на качеството на труда в сектор „Строителство” в България., Варна, 2013, с.52

[7] Калчев, Р., Актуални въпроси на качеството на труда в сектор „Строителство” в България., Варна, 2013, с.52

Индивидът ще продължи да инвестира до момента, в който очакваният ръст на дохода и времето вложени в образованието превишават направените разходи. За да се проследи целесъобразността на инвестирането и конкретизира едно решение на индивида може да се вземе за пример 4 годишно обучение в университет.

Фирмени инвестиции в обучения и квалификации

Инвестициите на фирмите в човешкия капитал са така необходими и неизбежни, както и частните инвестиции. Към най-често срещаните форми на инвестиране във фирмата се отнасят:

- обучение на работното място;
- програми за професионално образование;
- обучение чрез работа.

По-високо образованата личност има по-висока и по-бърза възвръщаемост на вложените в човешки капитал инвестиции, посредством по-високото възнаграждение за труд. Така, след време тези личности /при равни други условия/ започват да трупат богатство, което инвестират в различни активи – акции, банкови депозити, недвижими имоти и т.н. Както ще бъде коментирано в следващите глави на студията, по-голямото богатство води до повишаване на търсенето на по-луксозни имоти в локации, в които средата отговаря на социалния статус на индивида и неговото семейство.

1.2. Място и роля на човешкия капитал в икономиката на знанието

Глобализационните промени утвърждават тези теории и налагат разработването на нови концепции за човешкия капитал, като в тях вече не стои въпросът дали, и до каква степен той е генератор на икономически растеж и благосъстояние. В днешният ден стои въпросът по какъв начин да се генерира, използва и управлява знанието, придобито и притежавано от отделния човешки индивид.

Съвременните начини на комуникация осигуряват достъпа до знания по начин, който човечеството не познава в досегашното си развитие – интернет пространството дава възможност за он-лайн курсове за образование и обучение; водещите бизнес организации се борят да наемат най-добрите лектори, които да им помогнат в развиването на идеи и стратегии за управление на знанието, с които да постигнат своето конкурентно предимство.

Глобализацията променя коренно не само начините на придобиване на човешки капитал, но и неговото използване. Наличието на Интернет конферентни връзки, видео разговори, телефонни приложения и т.н. от известно време променя традиционната трудова заетост в лицето на работно време и място, а също така и на достъпността до самия човешки капитал. Ежедневно се създават нови професии, за които вече не е необходима директна лична връзка между служителите и възложителите на техните работни задачи. Така се стига до практиката хора от различни континенти да работят заедно по даден проект без никога да са се виждали. Тези възможности осигуряват лесно достъпна връзка на човешкия капитал с хората и организациите, които имат нужда от него, независимо от това в коя точка на планетата се намира.

Възможностите за мобилност, посредством евтините и бързи транспортни услуги, които съпътстват глобализацията, повишава мобилността и на формирането и използването на самия човешки капитал. Утвърждава се ролята и влиянието на престижните университети, мобилността и достъпността до знанията, но в същото време и огромните усилия и стремеж за достъп до тях. Д. Бел обръща голямо внимание на тези тенденции в образованието и нарича тези организации „мултиуниверситети”. По-високообразованите хора, в професии с високо търсене вече сами определят за

компания искат да работят, според условията и предложението, което ще им отправят конкурентните организации. Тук се откроява една нова особеност на пазара на труда на висококвалифицирани служители и тя е, че условията на него се поставят от изпълнителите, а не от възложителите.

Глобализационните промени отправят сериозно предизвикателство пред онази част от човечеството, която по една или друга причина не е в състояние да инвестира в придобиване и развитие на човешкия си капитал. В се по-съществено става разделението между бедните и богати нации; между бедните и богати обществени слоеве.[8]

Най-четеният труд през 2014 г., разглеждащ тази проблематика е книгата на **Т. Пикети** „Капиталът в 21 век"[9], в която авторът разглежда именно тези предизвикателства, като обръща внимание на още по-задълбоченото неравенство след проявленията на глобалната финансово-икономическа криза.

Изискванията на съвременните наука и технологии, генериращи нови професии и изискващи заемането им от „новите" служители на съвременната информационна епоха поставя сериозни предизвикателства пред големи обществени прослойки от световното население, които са заплашени от социално изключване. Това са т.наричаните от Тофлър „функционално неграмотни" прослойки, които не са се адаптирали към новите стандарти, изисквания и очаквания на този съвременен цивилизационен етап от развитието на човечеството.

Теорията за човешкия капитал при тези нови условия вече е съсредоточена в **проблемите за неравенството**, които пораждат наличието и/или липсата на конкурентоспособен човешки капитал. Тази проблематика заема водещо място в световните икономически форуми; в международните организации и разбира се, в международната, вече не само икономическа, но и социологическа, хуманитарна, управленска, социална и др. наука, което само по себе си доказва революционните промени, които глобализацията предизвиква в теоретичната мисъл, ангажирана с човешкия капитал.

1.3. Социокултурна среда

Културата в широк смисъл на думата обхваща целия живот на хората – както материален, така и духовен. В по-тесен смисъл тя е свързана с обособяването на специфичен набор от човешки дейности, които са израз на духовното начало у човека – образование, наука, изкуство[10].

Няма съмнение, че социокултурната среда оказва силно влияние върху богатството както на отделния индивид, така и на нацията като цяло. Промяната в средата изисква винаги нов начин на мислене и съществуване, поставя нови въпросителни пред човек.

Социокултурната среда влияе върху икономическите субекти главно чрез морални, психологически, традиционни и.т.н. ограничения, които налага при реализа-

---

[8] Делът на най-богатата част (1%) от населението на Земята, притежава 44% от световното богатство през 2009 г., през 2014 г. делът на богатството им се повишава на 48%, а според световните прогнози до края на настоящата (2016) година, този 1% от населението, ще притежава над 50% от общото генерирано благосъстояние.

[9] Piketty, T., Capital in the Twenty-First Century, Harvard Univ. Press, 2014

[10] Минчев, Д., Ренесанс на политическата икономия, Русе, с.127

цията на икономическите интереси, както и различния акцент и обществена оценка, които поставя в тези икономически отношения[11].

За целите на настоящата работа понятието „социокултурна среда" се възприема като културните, социалните, икономическите, материалните и природните фактори и условия за живот и дейност на обществото.

Семейната среда оказва изключително важно значение върху развитието на човешката личност. Привържениците на социологическата наука поставят ролята на социалната среда като първостепенен фактор за индивидуалното, а от там – и обществено развитие. Според социолозите[12], хората се раждат еднакви, а всички неравенства между тях в последствие, се проявяват посредством различните социални условия на живот.

Неоспорим факт е, че социалната среда оказва ключово влияние върху човешката личност, но трябва да се отбележи и, че човекът съзнателно и активно си взаимодейства с нея, а не просто се приспособява към нея.

Семейство, роднини, приятелски кръг е „основно ядро" и съществен елемент в изучаването на теорията за човешкия капитал. Той се утвърждава от виждането за това, че именно семейството е базовата единица, в която детето се ражда и получава първите си знания за света. Там е мястото, където се оформят обективните процеси, свързани с физическо възпитание, образование, културни и морални качества. Освен тези процеси П.Шишманова характеризира и „субективните компоненти на изграждането на човешкия капитал", които са част от последиците на обществената среда, изградила семейството, като базова единица.[13] В този аспект важно място заема личността на родителите, тяхното образователно равнище, начина на хранене, грижата за здравето и профилактиката на децата, неформалното домашно възпитание и т.н. Изброените характеристики оформят социокултурната среда на семейството, но следва да се отбележи, че съществуват и „обективни социално-икономически условия"[14]. Те се характеризират с доходите, жилищните условия, които възпрепятстват пряко възможността за правилното изпълнение на функциите по отглеждане и възпитание на децата. Създават се предпоставки за неефективно развитие на човешкия капитал, намиращо израз в понижено образователно ниво. Това създава риск от неефективната реализация и пълноценно участие в трудовия и обществения живот. Не на последно място следва да се отбележи, че влошеното икономическо състояние в семейството създава и множество предпоставки за влошена здравна култура.

Така представените концепции за човешкия капитал и социокултурната среда, без съмнение доказват ролята си за прогреса и богатството както на отделната личност, така и на обществото като цяло.

В контекста на настоящата работа всичко изложено до момента е с цел да се изведе връзката между човешкият капитал и социокултурната среда от една страна и икономиката на недвижимата собственост – от друга. Това разбира се, не е трудно,

---

[11] Минчев, Д., К. Вълчев, Влияние на обществената среда върху качеството на човешкия капитал. Научни трудове на русенския университет, 2014, с.9.

[12] Locke, John. A Letter Concerning Toleration. New York, Routledge, 1991.p.5

[13] Шишманова, П., Икономически аспекти на човешкия капитал в България, Велико Търново, 2008, с.96

[14] Шишманова, П., Икономически аспекти на човешкия капитал в България, Велико Търново, 2008, с.96

имайки предвид доказаната роля на социокултурната среда и човешкия капитал за личностното и обществено развитие, което от своя страна води до повишаването на богатството.

Тук трябва да се отбележи, че недвижимите имоти съставляват основна част от богатството на всяка нация, което от своя страна само по себе си опосредства предстоящата за анализ в следващите глави връзка.

ГЛАВА ВТОРА:
Анализ на пазара на луксозни недвижими имоти

2.1. Фактори, определящи търсенето и цената

В тази точка от студията се разглеждат факторите, които оказват влияние върху търсенето и цените на недвижимите имоти. Най-общо те могат да се разделят на обективни и субективни.

Обективните фактори са: демография; лихвените нива и състоянието на финансовата сфера; състоянието на икономиката; правителствената политика; инфлация; културни различия.

Субективните фактори включват: семейните традиции; принадлежност към определени професионални съсловия и социални групи; миграционни процеси; модни тенденции; местоположението на имота – района; видът на строителството, завършеността и качеството; инфраструктурата и комуникациите; етажът и изложението; моментното състояние на жилището; географските посоки на света; възрастовото разпределение на населението и т.н.

За разлика от обективните фактори, влияещи на формирането, динамиката и развитието на методиката за ценообразуване при подготовка на инвестиционни проекти и реализация на сделки с недвижими имоти, субективните фактори оказват скрито, но осезателно влияние и при тяхното игнориране може да се стигне до грешни анализи и изводи за цялостното състояние на пазара на недвижими имоти.

2.2. Динамика на пазара на жилищата от висок клас в България

2.2.1. Търсене

Локацията е един от водещите мотиви при търсенето, което поставя София на първо място в предпочитанията на купувачите на такъв тип имот. Стандартът на живот в столицата е по-висок, отколкото в останалите големи градове на страната. Търсенето на луксозни имоти от страна на българските граждани се формира основно от служителите във високоплатените сектори (IT, фармация, финансови услуги и т.н.), предприемачи и мениджъри на различни нива в местни и международни компании. Поради нарастването на оборотите и печалбите на фирмите, които осъществяват своята дейност както на външния, така и на вътрешния пазар, доходите на високоплатените професионалисти се увеличават по-бързо през последната година – средно с около 10% годишно.

Фигура 1. Потребление на домакинствата

Източник: НСИ

Отделни сделки в разглеждания в настоящата студия са от висок и среден сегмент, а също така и ексклузивните имоти се осъществяват и в другите големи градове – Варна, Бургас и Пловдив, но в момента фокусът на тази пазарна ниша е върху пазара в София.

Налице е и сериозна експанзия при строителството, но горната средна класа в София сериозно се разраства, все повече хора искат да живеят в по-добри райони и жилища, така че новото строителство ще бъде усвоено много бързо. Все по-голям брой чуждестранни компании аутсорсват своята дейност по отношение на IT отделите си, отделите си за обслужване на клиентите (call center) и други административни дейности в България. Налице е и сериозно присъствие на утвърдени международни компании на нашия пазар. Това, от своя страна изисква качествено подготвена работна сила, която получава срещу своите качества доходи, значително надвишаващи средните за страната. Тези служители (в т.ч. и мениджмънт), а също така и представителите на частния бизнес формират новата средна класа в България – класата на хората, които притежават стойностен човешки капитал и се адаптират успешно в информационно общество. Все повече се изразява разликата в социокултурния статус между тази нова обществена прослойка и масовия гражданин в страната. Тези носители на новото информационно общество, със своите нови професии, работни позиции, които нямат конкретно стационарно работно място и заплащане, отговарящо и надхвърлящо вложенията им в човешки капитал, доказват, че и в нашата страна е дошло времето на обществото на знанието и служителя на знанието.

Именно тази нова класа отказва да инвестира средствата си в панелни жилища, които на практика вече не отговарят на социалния й статус и търси имот с луксозно изпълнение в затворен комплекс или в кооперации и локация, отговарящи на социалния им статус.

Множеството от купувачите на жилища в този сегмент от пазара търсят жилища с 2, 3 или 4 спални. Апартаментите с 1 спалня най-често се търсят от хора с цел инвестиция, включително и хора от провинцията, които се интересуват от южните райони на София и районите, които са близо до най-популярните дестинации за работа като цяло.

Луксозните апартаменти и къщи традиционно имат голяма за българските стандарти жилищна площ (често над 200 кв.м.) и от 2 до 4 пъти по-високи цени от тези на стандартните жилища.

Хората, които планират да обитават жилището, търсят апартаменти с поне 2 спални. Все повече се засилва търсенето на жилища с 3 спални, но предлагането на такива апартаменти е слабо и не е лесно търсенето да бъде задоволено.

Най-предпочитаните райони са южните, както и центъра на София, „Изток“, „Изгрев“, „Лозенец“, когато става въпрос за апартаменти. Все повече хора се интересуват и от къщи в околностите на града. Купувачите с бюджети от 200 хил. - 300 хил. евро, ако не намерят това, което търсят, те се ориентират към къща в кварталите в подножието на Витоша. Купувачите, които си търсят къща, ако не открият това, което търсят, се ориентират към покупка на парцел за строителство.

Що се отнася до цените, апартаментите с две спални са в диапазона 150 хил. - 180 хил. евро, а за тези с три спални – около 250 хил. евро. Повечето от хората, които търсят апартаменти, са с бюджет от 120 хил. до 250-350 хил. евро. Имаме и купувачи, които търсят жилища с поне три спални, чиито бюджети достигат и 500 хил. - 600 хил. евро.[15]

При къщите много от клиентите биха искали цена около 200 хил. евро, но реалността на пазара е, че за имот с добра локация и с добър достъп, който не се нуждае от много ремонти и е построен качествено, минималната цена е около 300-350 хил. евро.

2.2.2. Предлагане

Предлагането на този тип жилищни имоти към момента все още е ограничено. Пазарът все още се възстановява от световната финасово-икономическа криза. Налице са множество нови проекти в строеж, съсредоточени във високия сегмент, чието предназначение е да се задоволи нарастващото търсене, но към момента предлагането не може да задоволи търсенето на такъв тип имоти.

Луксозните жилища представляват 3% процента от завършените през 2012 г. жилища в София, като през 2015 г. този процент вече е 6%.

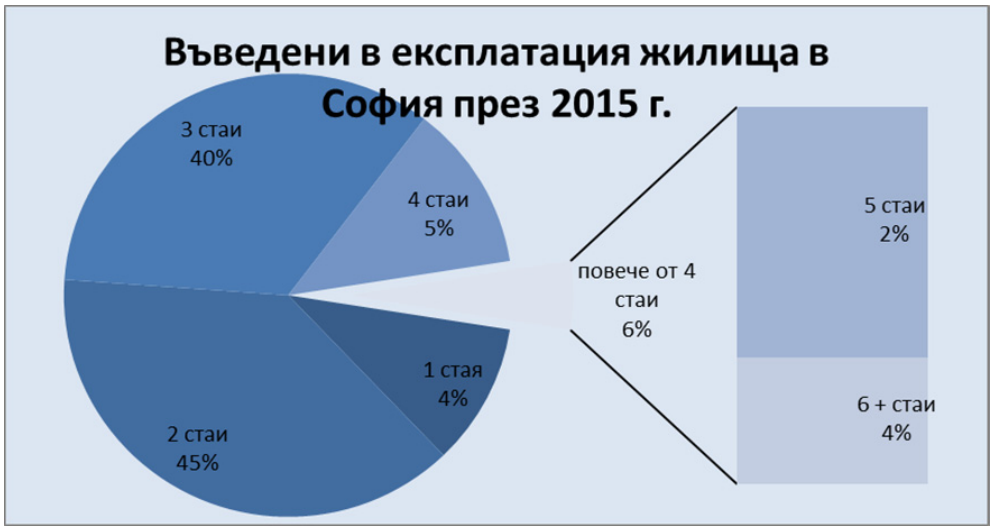
Около ¾ от всички новозавършени жилища са 2- и 3-стайни, 10% са 1-стайни, а 12% са 4-стайни.

Жилищата с повече от 4 стаи, които най-често попадат в категорията „луксозни“, представляват не повече от 10% от общия пазар на жилища (апартаменти и къщи).

---

[15] Интервю на Миглена Иванова с Паскал Дъфи. Публикувано на 22.04.2016 г. в www.imoti.net Достъпно на: http://www.imoti.net/investor-bg-%CF%E0%F1%EA%E0%EB-%C4%FA%F4%E8%3A-%CD%EE%E2%EE%F2%EE-%F1%F2%F0%EE%E8%F2%E5%EB%F1%F2%E2%EE-%ED%E0-%E6%E8%EB%E8%F9%E0-%E2-%D1%EE%F4%E8%FF-%F9%E5-%F1%E5-%F3%F1%E2%EE%E8-%C8%ED%F2%E5%F0%E2%FE--nno9233.html

Фигура 2. Структура на въведените в експлоатация жилища



Около 300 са уникалните къщи и апартаменти, които се предлагат от агенциите с определение луксозен имот в София. Прави впечатление, що се отнася до локацията, че те са разположени основно в централните и югоизточни райони на столицата. Квартали като „Лозенец", „Изток", „Изгрев" и големите булеварди в центъра на столицата – „Витоша", „България", „Оборище" и „Цар Освободител" са сред най-скъпите, защото предлагането там е доста редуцирано.

Предлаганите в широк център луксозни недвижими имоти София са 74, от които три за над 1 млн. евро. Трябва да се отбележи, че все още липсват такъв тип оферти във високия ценови клас в северните и северозападни квартали на столицата.

Най-скъпият имот с обявена, не подлежаща на договаряне цена, е за 1,5 млн. евро. Намира се в сграда паметник на културата, строена в началото на миналия век, непосредствено до Народен театър „Иван Вазов". Апартаментът, който изцяло заема пети етаж на къщата разполага с 3 спални и 250 кв. м. обща площ. Съответно най-евтиният луксозен имот в София в централния квартал „Лозенец", е ателие на ул. „Хан Крум". Там 54 кв. м. могат да се придобият срещу 60 000 евро. Най-евтината къща в същия район е старо строителство с цена 615 000 евро за 416 кв.м.[16]

За желаещите спокойствие, тишина и чист въздух търсенето сочи 23 оферти за луксозни апартаменти в кварталите в подножието на Витоша. На вниманието им са предложени и 93 къщи и резиденции. 25 от къщите и 3 от апартаментите са с цени много над 1 млн. евро, независимо от нелицеприятната инфраструктура, с която се характеризират тези части на столицата. Най-скъпи сред луксозните недвижими

[16] „Най-високи и най-ниски цени на лукс имоти в София". Статия в: http://www.apartamentisofiabg.com/%D0%BB%D1%83%D0%BA%D1%81%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B8_%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B8%D0%BC%D0%B8_%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%B8_%D0%B2_%D1%81%D0%BE%D1%84%D0%B8%D1%8F-7107-15999-kw/

имоти в София са две резиденции в атрактивния кв. „Драгалевци”. Площта им е съответно 1440 кв. м и 920 кв. м., към всяка от тях има парцел от поне 5000 кв.м. Резиденция на емблематичната улица „Секвоя” предлага имот срещу 2 млн. евро, чиято застроена площ е 638 кв.м. в парцел от 1200 кв.м. Къщите под 300 000 евро, каквато е и цената на луксозен апартамент в София са 22.[17]

Средно със 6% са поскъпнали жилищата в **Бургас**. Кварталът с най-голям ръст – от 16%, е Зорница. Единствено в Крайморие и Сарафово цените са спаднали с 2%. Стойността на квадратен метър жилищна площ се движи в широкия диапазон между 370 EUR/кв.м. и 830 EUR/кв.м. В централната част на Бургас сделки към края на 2015 година се сключват на нива с около 6% по-високо в сравнение с януари същата година.[18]

Варна. В близо една трета от варненските квартали се наблюдава спад в цените на жилища. Той е в рамките от 1% до 9%. Най-висок – -9% е в Морската градина. В началото на 2015 година там сделки се сключват на нива около 1430 EUR/кв.м. а към края на декември те вече са почти 1300 EUR/кв.м. Средно поскъпването на жилищата във Варна е подобно на това в Бургас – около 6%. Над 10% са се повишили цените в квартали като Христо Ботев, ВИНС, Автогара, района около Grand Mall Варна. В центъра сделки се сключат с 5% по-скъпо. Цената на квадратен метър се е повишила от 734 EUR през януари 2015 г. до 777 EUR към края на 2015 година.[19]

Пловдив. Най-силен ръст в цената на квадратен метър жилищна площ през изминалата година се наблюдава в Стария град – от 480 EUR/кв.м. на 623 EUR/кв.м. Това е повишение от 29% за 12 месеца. Мараша и Марица Север са другите два района, в които стойностите са се повишили, съответно с 13% и 11%. Със 6% по-скъпо се продават апартаментите в центъра, както и в Кършияка. Единствено в Остромила и Изгрев се наблюдава спад в цените, съответно от 7% и 1%.[20]

Русе. Най-силно изменение на цените на имотите както в посока поевтиняване, така и в посока поскъпване, се наблюдава през 2015 година в крайдунавския град. Най-много от стойността си са загубили жилищата разположени в Централен южен район, които са поевтинели с 10%, а най-много са поскъпнали тези в Цветница – 19%. Това е и градът с най-ниски цени – от около 300 EUR/кв.м. до малко под 600 EUR/кв.м.[21]

Очакванията до края на 2016 г. са именно пазарът в най-големите градове след София да претърпи сериозно развитие. Плавното поскъпване на цената на жилищата се очаква да продължи, като според пазарните анализатори, тя ще бъде в рамките на около 10%.

2.2.3. Продажби

В последната година няма рекордно скъпи сделки, но пък чувствително повече са покупките на средно-луксозни апартаменти до 300 000 евро и къщи до 0,5 млн. евро. Купуват ги мениджъри на средни и високи позиции в български или международни компании и хората от търсените професии, които са на добри заплати. Те по-често са семейни с 2-3 деца и съответно са добри кредитополучатели.

---

[17] Пак там
[18] По пазарни данни от http://www.imot.bg/
[19] По пазарни данни от http://www.imot.bg/
[20] По пазарни данни от http://www.imot.bg/
[21] По пазарни данни от http://www.imot.bg/

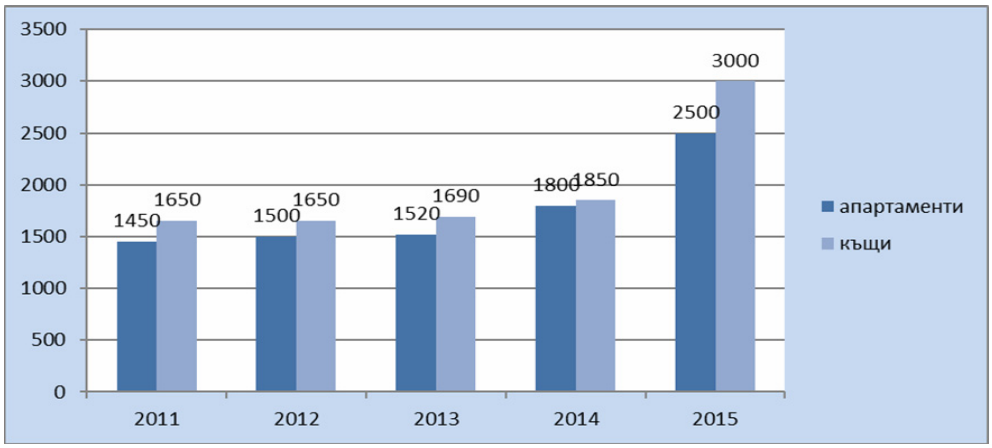
Средната вноска, която се заплаща по ипотечен кредит в България е около 600 лв., плаща се от хора със заплата до 2000 лв. и е по кредит за 20 години.[22]

При ипотечните кредити за жилища от високия сегмент месечните вноски варират между 6 000 и 10 000-12 000 лв. месечно. Те се заплащат от хора с доходи в рамките на 10 000 и 20 000 лв. месечно.[23]

Все по-често се срещат предложенията и сделките, стартиращи проекти за изграждане на затворени комплекси като многофункционалният комплекс „Сан Стефано плаза", изграден в центъра на София на мястото на бившата бирена фабрика на братята Прошек. Проектът обединява жилищна част от 115 апартамента, офиси, търговски център, галерия, ресторанти, SPA, фитнес и медицински център, банков клон, детски и учебен център, паркинг с близо 500 места.

Цените в проекта достигат рекордни за пазара на жилища до момента равнища – двустаен апартамент от 76 кв. м струва 391.6 хил. евро, а ателие от 98 кв. м струва 374.7 хил. евро без ДДС, което прави между 2800 и 5000 евро на квадратен метър. Това са цени, които българският пазар на недвижими имоти не познава до момента и които българският потребител не е предвиждал. Въпреки това обаче, интересът към луксозни комплекси от затворен тип на най-желаните локации е много висок, което още веднъж потвърждава високата устойчива платежоспособност на професиите, които изискват специфичен човешки капитал с висока възвръщаемост на неговата инвестиция.

Фигура 3. Офертни цени на жилищните имоти от високия клас по години



През 2015 г. и първото тримесечие на 2016 г. в района на Докторската градина в София цените на жилищни имоти във високия сегмент варират от 1500 до 2500 евро/кв.м, в „Лозенец" – от 1200 до 1800 евро/кв.м, в „Изток" – от 1200 до 2000 евро/кв.м.

---

[22] „Как се движи пазарът на ипотечно кредитиране?" Статия в: http://creditcenter.bg/about/ipotechni-krediti/

[23] „Как се движи пазарът на ипотечно кредитиране?" Статия в: http://creditcenter.bg/about/ipotechni-krediti/

Интересно е да се отбележи, че **40% от сключените сделки са второ или следващо жилище**, което отново заслужава да се обърне внимание на факта, че в страната има трайно установена социална прослойка, представляваща „висока средна класа", която вече не само основно жилище, но и инвестира в недвижимо имущество, с цел получаване на допълнителна доходност срещу притежаваните активи.

Както бе отбелязано по-горе, една от причините за повишаването на интереса към пазара на недвижими имоти е установилата се съществена разлика между доходността от отдаването на жилище под наем и банковия депозит. Луксозно жилище, което се отдава под наем през 2015 г., носи доходност от 6.3% средногодишно. Доходността леко се повишава в последните пет години и остава над 6% годишно. Същевременно, лихвите по банковите депозити продължават да се понижават и през 2015 г. новооткрит банков влог със срок до 1 година понижава лихвата до 1% от около 4,5-5% годишно през 2012 г. По този начин инвестицията в луксозно жилище е с по-висока възвръщаемост от банков влог.

2.3. Общи данни за пазара на жилища от висок клас в световен мащаб

В своето проучване на пазара на луксозни недвижими имоти в десетте града с най-високо търсене на „Christie's Internationa Real Estate"[24] се прогнозира, че е налице възраждане на силата на луксозните стоки и услуги, независимо от това дали световните пазари се възстановяват.

Точната локация е определяща за хората с високи доходи при закупуването на луксозен дом в 10-те града с най-високо търсене на луксозни имоти.[25]

За пазара на недвижими имоти градовете са по-важни от държавите по много начини. Хората работят и живеят на различни места и предприятията са на различни места по света. Главно, защото използването на интернет преобразява света на бизнеса, на световното изкуство и света на недвижимите имоти, като ги свързва в глобални структури. Светът става все по-достъпен – летенето вече не е лукс и много хора летят частно.

В резултат на търсенето от страна на хората с високи доходи за покупка в различни локации, процентът на продажбите на луксозни имоти, които са втори или трети дом в 10-те най-желани градове, е висок. Доказателство за тази тенденция е Лондон, където по-голямата част от купувачите имат други имоти. Лазурният Бряг, традиционен пазар за второ жилище, има най-малък брой купувачи на първо жилище, 5%.

Въпреки осезаемото повишаване на търсенето на имоти от високия сегмент, което е съпътствано с повишаване на цените, то тази тенденция не е релевантна за цяла Европа. Старият континент превъзмогна силните сътресения на глобалната финансово икономическа криза, но част от европейските страни внезапно попадат в дългова криза, от която все още не е намерен окончателен изход. Тази дългова криза предизвиква обратна тенденция на пазара на луксозните недвижими имоти в тези държави – намаляване на техните цени, поради спад в търсенето им.

---

[24] Проучването е достъпно на:
http://www.citybuild.bg/uploads/files/201308/doklad_unique%20estates.pdf

[25] Далас, Лондон, Лос Анджелис, Маями, Ню Йорк, Париж, Сан Франциско, Торонто, Хонг Конг, Лазурен бряг /поради високата предпочитаемост за покупка на втори имот на френската ривиера/.

ГЛАВА ТРЕТА:
Анализ на влиянието на човешкия капитал и социокултурната среда върху пазара на луксозни недвижими имоти

3.1. Профил на купувачите на недвижими имоти от висок клас

Профилът на купувачите на висок клас жилищни площи са предимно български граждани, на възраст между 30-55 години, семейни или живеещи на семейни начала. Клиентите в този сегмент, в по-голямата си част, притежават вече собствено жилище и планират покупка на второ.

➢ **Професионална позиция**

По отношение на социалния статус, те заемат ръководни позиции в големи международни компании, развиват свой собствен бизнес или са служители в най-търсените и високоплатени отрасли, изискващи наличието на специфичен човешки капитал.

В ИТ сектора, където броят на заетите се увеличава значително – с над 20% до близо 70 хиляди в началото на 2015 година, пазарът обявява недостиг от кадри в този отрасъл през 2015 и 2016 година. Поради високото търсене, в сектора се отчитат най-високи заплати в България – по-високи от традиционно силни сектори като финанси, енергетика и добивна индустрия.

Медицинските специалисти са една от най-конвертируемите специалности – не само че български лекари и медицински сестри масово си намират работа в Западна Европа, но и медицинските ни университети са първенци по привлечени чуждестранни студенти (около 1/3 от студентите в медицинските направления са чужденци).

Луксозни имоти се купуват и хората, които се осмеляват да рискуват и да започнат **собствен бизнес**.

➢ **Цел на покупката**

Луксозните жилища обикновено се купуват за лично ползване и по-рядко с цел отдаване под наем. Доколко тази тенденция ще продължи обаче, е под въпрос, тъй като както беше показано по-горе, през последната година 40% от осъществените сделки в този сегмент са били за второ или следващо жилище с цел инвестиция.

➢ **Предпочитания**

Купувачите обикновено са семейни и това е една от причините да търсят по-голямо и функционално жилище, което от своя страна е и с по-висока цена. Клиентите имат високи изисквания относно качествата, които имотът трябва да притежава, защото искат да поддържат висок стандарт на живот, съответстващ на генерираните от тях доходи.

➢ **Финансово богатство на купувачите**

През 2015 г. финансовото богатство на заможните домакинства достигна нови рекордни стойности. Депозитите в размер над 100 хил. евро, които са над 8000 на брой, надминават 3.8 млрд. лева.

Фигура 4. Брой депозити над 100 хил. евро

Източник: НСИ

Като обобщение на профила на купувача може да се изведе: служител в най-търсените и високо платени сектори, мениджър на висока или средна позиция с две или три деца, който решава да повиши стандарта си на живот и да се премести в по-голямо и по-качествено жилище, е най-честият купувач на жилища в по-високия сегмент имоти. Собствениците на бизнес са тези, които инвестират в луксозни къщи и дори резиденции с басейни и големи градини.[26]

3.2. Изисквания на купувачите

Отчита се покачване на броя на сделките с жилища в средно високия и високия клас, като най-съществено е нарастването при сделките с апартаменти с три спални или къщи с повече от три.

По-голямата част от жилищата в този сегмент се купуват за собствено ползване и по-малко – с инвестиционна цел. Нуждата от по-голямо жилище, както и закупуването на първо такова, се посочват като основни причини за покупка.

Едно от основните изисквания на купувачите е близостта до главен булевард, който да осигурява бърз и удобен достъп до центъра на града.

Предпочитаемостта е закупуването на жилища в комплекси. Те се характеризират с добре развита вътрешна инфраструктура, наличие на паркоместа, професионално управление на общите части, характеристики на цялостната околна среда – липса на градски шум, близост до планината, наличие на зелени площи. Заедно с високото ниво на услугите, които предлагат, сред основните предимства на комплексите са качеството на живот, сигурността и удобствата. Не на последно място е благоприятната

[26] http://www.luximoti.bg/bulgaria/oblast-sofiya/sofiya-luksozni-imoti/index.html?property=32&gclid=CJ3m4-Hbp8wCFTUW0wodjwQE8Q

среда, която се формира благодарение на съжителството на сходни по социален статус семейства.

Трите основни фактора, които оказват влияние при избор на ново жилище, са качеството на изпълнение, кварталът и цената, следвани от пътната инфраструктура и наличието на зелени площи.

Платежоспособният клиент не наема или купува жилище, в което ще се наложи да ремонтира, освежава, модернизира или да довършва строителство.

3.3. Тенденции и перспективи пред симбиозата човешки капитал - социокултурна среда-пазар на недвижими имоти

От представената до момента в студията информация и проведените световни проучвания по отношение на новите изисквания и роля на човешкия капитал, а също така и на пазара на недвижими имоти от по-високите ценови сегменти, може да се изведе, че за в бъдеще все по-дълбока ще става симбиозата между човешкия капитал, социокултурната среда и пазара на недвижими имоти. Очаква се все по-сериозно задълбочаване на пропастта между бедното и богатото население и най-вече между бедната и средната класа. Последната, в последните години се оформя от т.нар. работници на знанието, които получават значително по-високи доходи от тези на познатата до момента средна класа, което води до обособяването и все по-често коментирана „горна средна класа”. Именно тя е потребителят на имотите от висок клас, ситуирани в престижни жилищни райони в изгражданите затворени комплекси.

Тази нова горна средна класа иска да живее в социална среда, отговаряща на нейното положение. По този начин, търсенето на жилища в подобни комплекси се диктува от релевантните потребности и новата култура на тази обществена прослойка. Те искат да живеят с хора от тяхната класа, които могат да си позволят жилища с големи квадратури, да заплащат такси за поддръжка на общите части, в които обикновено има детски площадки, басейни, барбекю зона и т.н.

Хората търсещи, и можещи да си позволят такъв начин на живот, постепенно изграждат и своя идентична социокултурна среда – започват да посещават идентични клубове, да пътуват, да коментират и избират за децата си в най-добрите частни училища, да ги образоват в най-добрите университети, което само по себе си завърта кръга, достигайки отново до култура на инвестиции в човешки капитал от родители към деца на базата на очакванията и неписаните правила на средата.

Така тези, които са извършили големи инвестиции в човешки капитал имат възможността да получават висока възвръщаемост от тях, която им осигурява такъв доход, на базата на който индивидите могат да си позволят жилище и среда, релевантна на него, а в същото време и да инвестират в човешкия капитал на следващото поколение. Това става един своеобразен дълг, част от културата на това общество.

Налице е обаче и обратната тенденция – в социокултурни общества, в които високото образование и инвестициите в човешки капитал са рядкост, поколенията не могат да излязат от своеобразния кръг на бедността. Тяхната култура и средата, в която живеят възпитава в бедност и в нейното нормално възприемане. Освен, че тези общества обикновено живеят в бедни крайни квартали с лоши условия на живот, тук трябва да се подчертае, че едно жилище се обитава от две-три поколения едновременно. Културата им е такава, че не възпитава в потребност от отделяне в самостоятелно жилище, което още веднъж доказва връзката между потребностите и социалния статус. По-конкретно връзката между човешки капитал, социокултурна среда и пазар на недвижими имоти.

Заключение

Налице са единодушни прогнози от страна на международните изследователи, че бъдещето на човечеството е в ръцете на човешкия капитал. В това отношение те споделят възгледите си както за просперитета на отделната човешка личност и повишаването на нейния жизнен стандарт посредством инвестициите в човешки капитал, така и просперитета на нациите като цяло, благодарение на тези инвестиции. В тази връзка, прогнозите предвещават много мрачно бъдеще за обществата, които пренебрегват ключовото значение на човешкия капитал. Очертават се прогнозите за все по-голяма дистанция между обществените класи.

Това, разбира се, оказва своето влияние и върху търсенето и предлагането на пазара на недвижими имоти и по-конкретно – на пазара на недвижими имоти от висок клас.

Така ако в началото на миналия век успешната концепция на предлагането е „масово производство“ на еднотипни жилища /обикновено с панелна конструкция/ за масовия еднотипен купувач, то днес строителните компании предлагат широка гама от имоти т.е. имат диференцирано портфолио от жилищни имоти, които са диверсифицирани за различните нужди на различните социални класи.

Освен това, промени в търсенето и предлагането на такъв тип имоти се съобразяват с променените социални приоритети /обществото се интересува не само от количествените, но и от качествените характеристики на живот/. Те поставят фокус върху страничните (външните) ефекти – качество на материалите, качество на общите площи, наличие на допълнителни екстри в тях, екологично чист район, достъпност до централните части на града, характеристики и социален статус на съседите и пр.

Промененият образователен ценз на потребителите и факта, че общото ниво на образование на потребителите се повишава, в контекста на променените социални приоритети, води до това, че потребителите искат и активно търсят информация, за това, което потребяват, настояват за следпродажбено обслужване и поемане на социална отговорност от страна на строителя, допълване на „зелена“ стойност на имота.

Всички тези промени в последните две десетилетия са продиктувани от промените в човешкия капитал, в неговото ново възприемане на ключов фактор за просперитет и в осъществяваните все по-големи инвестиции в него. На базата на това се формира новата горна средна класа, чиято социокултурна среда поставя всички тези нови изисквания към качеството не само на жилището, но и на самата среда и живота като цяло.

Използвана литература

Литературни източници:

1. Бурдийо, П., Практическият усет, С., 2005
2. Дулевски, Л., Оценяване на човешкия капитал: подходи и решения, Годишник на УНСС, 2012
3. Дулевски, Л., Човешки инвестиции и човешки капитал, в. „Трудова борса”, бр.4, 1991
4. Зарева И., Човешкият капитал в България. Формиране, състояние, използване, насоки за развитие., С, 2010

5. Калчев, Р., Актуални въпроси на качеството на труда в сектор „Строителство” в България., Варна, 2013
6. Кънев М., Идеята за прогрес отвъд икономиката, С., 2013
7. Минчев, Д., Ренесанс на политическата икономия, Русе, 2013
8. Минчев, Д., К. Вълчев, Влияние на обществената среда върху качеството на човешкия капитал. Научни трудове на русенския университет, 2014
9. Мирчев, М., Социална динамика и цивилизационно разслояване. Възпроизводство на населението, човешкия капитал и трудовите ресурси в България, С., 2009
10. Симеонова-Ганева, Р., Влияние на човешкия капитал върху икономическия растеж, СУ „Св. Климент Охридски”, 2006
11. Човешкият капитал. Формиране, функциониране и инвестиционни решения, С, 2010,
12. Шишманова, П., Икономически аспекти на човешкия капитал в България, Велико Търново, 2008
13. Шопов, Д., и кол. Икономика на труда, С, 2002
14. Bellaiche, J; Kluz, M; Mei-Pochtler, A; и Wiederin, Д. Boston Consulting Group. Luxe Redux: Вдигане на летвата за продажба на лукс-стоки. (Юни 2012 г.) https://www.bcgperspectives.com/
15. Locke, John. A Letter Concerning Toleration. New York, Routledge, 1991
16. Meinser J., „Investment in Human Capital and Personal Income Distribution” The Journal of Political Economy. 1958
17. Piketty, T., Capital in the Twenty-First Century, Harvard Univ. Press, 2014
18. Schultz, T., Investment in human capital, American Economic Review 51, 1961
19. Smith, A., The wealth of nations, New York, Random house, 1932

Интернет ресурси:

1. „Как се движи пазарът на ипотечно кредитиране?” Статия в: http://creditcenter.bg/about/ipotechni-krediti/
2. „Най-високи и най-ниски цени на лукс имоти в София”. Статия в: http://www.apartamentisofiabg.com/%D0%BB%D1%83%D0%BA%D1%81%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B8_%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B8%D0%BC%D0%B8_%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%B8_%D0%B2_%D1%81%D0%BE%D1%84%D0%B8%D1%8F-7107-15999-kw/
3. Проучване на „Christie’s Internationa Real Estate” на пазара на луксозни недвижими имоти, достъпно на: http://www.citybuild.bg/uploads/files/201308/doklad_unique%20estates.pdf
4. Интервю на Миглена Иванова с Паскал Дъфи. Публикувано на 22.04.2016 г. в www.imoti.net Достъпно на: http://www.imoti.net/investor-bg-%CF%E0%F1%EA%E0%EB-%C4%FA%F4%E8%3A-%CD%EE%E2%EE%F2%EE-%F1%F2%F0%EE%E8%F2%E5%EB%F1%F2%E2%EE-%ED%E0-%E6%E8%EB%E8%F9%E0-%E2-%D1%EE%F4%E8%FF-%F9%E5-%F1%E5-%F3%F1%E2%EE%E8-%C8%ED%F2%E5%F0%E2%FE--nno9233.html
5. http://www.imot.bg/
6. http://www.nsi.bg/
7. http://www.luximoti.bg/