

ПОМОЛОДЕВШИЙ ПОКУПАТЕЛЬ

УЧАСТНИКИ РЫНКА КОНСТАТИРУЮТ: ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ ПОСТЕПЕННО МОЛОДЕЕТ. ВМЕСТЕ С ВОЗРАСТНЫМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ МЕНЯЮТСЯ И ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ.

РОМАН РУСАКОВ

Условно развитие рынка элитной недвижимости в России можно разделить на несколько этапов. Первый — это конец 1990-х — начало 2000-х, когда понятие «элитная недвижимость» впервые появилось: начался процесс расселения коммунальных квартир в Центральном районе. В это же время, чуть позже, стал точечно появляться и девелопмент, и рынок начал расти, достигнув максимума после резкого скачка доллара в предкризисный 2006 год. Именно в этот период появился ощутимый разрыв в цене между элитными проектами и типовым жильем, и начал формироваться тот класс людей, представители которого являются покупателями именно элитной недвижимости. Это было благословенное время для девелоперов — неискушенные покупатели были не слишком требовательны к качеству, к отделке, к окружающей инфраструктуре — достаточно было местоположения. В кризисный период произошла переоценка объектов недвижимости, да и покупатели уже стали предъявлять более высокие требования к жилью. «В настоящее время покупатели элитного жилья — это очень разборчивая категория клиентов, которые обладают богатым опытом и информацией обо всех трендах и технологиях, реализуемых при строительстве жилых объектах за границей, и желают видеть здесь, в России, ничуть не меньшее качество», — говорит Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости «Colliers International Санкт-Петербург».

Директор по маркетингу компании Л1 Надежда Калашникова говорит: «В посткризисное время покупатели элитной недвижимости изменились, и, как следствие, изменились и их запросы. Если до кризиса элитную недвижимость очень часто покупали в качестве вложения средств, то сейчас этот процент снизился, и большинство покупателей приобретает такое жилье для себя. Современный покупатель требует от создателя элитной недвижимости не только высоких уровней комфорта и качества, но и индивидуальности. Если дом похож на массу других построек в районе, он вряд ли найдет своего новосела».

РАЗБИТЬСЯ НА ГРУППЫ Светлана Чевдарь, директор департамента консалтинга и оценки недвижимости КГ «Лаир» считает, что потенциальными покупателями элитной недвижимости являются в первую очередь жители мегаполисов (Санкт-Петербург и Москва). «Данную группу составляют преимущественно топ-менеджеры известных российских и зарубежных компаний или учредители собственного бизнеса. Средний возраст — 30–50 лет. Это люди с активной жизненной позицией, с определенным социальным статусом, ориентированные на семью (1–2 ребенка в семье), часто бывающие за границей, живущие «в ногу со временем» и интересующиеся последними достижениями в сфере новейших разработок. Элитные квартиры представители данной группы в большинстве случаев приобретают



ЗА ПОСЛЕДНИЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ ПОКУПАТЕЛЬ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ ПОМОЛОДЕЛ НА 5–7 ЛЕТ

для собственных нужд, с целью повысить статусность и класс жилья. Для жителей Москвы покупка квартиры (как правило, второй или более) может быть интересна в качестве жилого актива на время командировок, когда бизнес завязан на оба города», — говорит она.

Значительную долю покупателей жилья премиум-класса в Петербурга также составляют жители регионов. «Представителями этой группы являются состоятельные люди, рассматривающие возможность миграции из регионов России (Дальний Восток, Мурманск, Калининград и др.) в крупные мегаполисы. Миграция может быть связана с расширением собственного бизнеса или сменой должности внутри крупного холдинга («Газпром», «Лукойл»). Также покупка элитного жилья может рассматриваться с точки зрения инвестиций в будущее своих детей, например, при поступлении в вуз», — делится мыслями госпожа Чевдарь. Третьей категорией потенциальных покупателей стали иностранные граждане. «Основную часть данной группы составляют преимущественно экспаты, представители стран дальнего зарубежья и Европы. Работа по контракту в большинстве случаев подразумевает покупку или аренду качественного жилья для своих сотрудников», — говорит госпожа Чевдарь.

Она уверена, что за последние 5–10 лет потенциальный покупатель элитного жилья помолодел, стал более требователен к параметрам «элитности», разбавив и осведомлен в ценах данного сегмента.

«Предпочтения первой и второй группы при выборе элитного жилья направлены в основном на квартиры во вновь постро-

енных домах, расположенные как в центральной части города, так и в спальных районах. В данном случае особое внимание уделяется репутации застройщика, выбирают, как правило, среди проверенных строительных компаний в данном сегменте — СК «Возрождение Петербурга», RBI и пр. Для представителей третьей группы самым важным является удобство и престижность местоположения. Таким образом, иностранцы предпочитают покупать квартиры в «золотом треугольнике» с хорошими видовыми характеристиками. Основная масса подобных квартир представлена в домах-памятниках с богатой историей», — говорит Светлана Чевдарь.

Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A.Ricci — Санкт-Петербург», тоже делит покупателей элитной недвижимости на несколько категорий: чиновники, профессиональные спортсмены, бизнесмены, собственники компаний с годовым оборотом более 100 млн рублей. По его мнению, средний возраст покупателей жилья премиум-класса варьируется от 30 до 50 лет.

«Зачастую покупатели элитных квартир, таунхаусов, загородных домов рассматривают такие объекты как инвестиции. Поскольку даже во время кризиса стоимость «квадрата» в сегменте элитной недвижимости практически не изменялась, за редким исключением», — говорит он. При этом господин Радзимовский указывает на то, что представления об элитной недвижимости кардинально изменились за последние 10–15 лет. В 1990-е годы, например, строились шикарные дворцы на огромных участках земли. «Сейчас эти объекты не востребованы рынком. Покупатели жилья премиум-класса предпо-

читают вычурной архитектуре и отделке хорошее техническое оснащение дома, с ремонтом, выполненным по авторскому дизайн-проекту», — перечисляет он новые тенденции в предпочтениях покупателей.

ВРЕМЯ НАЗАД Елена Амирова, генеральный директор агентства недвижимости Home estate, согласна с тем, что покупатель элитного жилья помолодел на 5–7 лет. Если раньше средний возраст покупателя дорогой квартиры был от 45 лет и старше, то сегодня достаточно большой процент спроса приходится на молодых бизнесменов или топ-менеджеров, получивших хорошее образование, в возрасте 32–35 лет. Кроме того, отдельный сегмент покупателей — дети состоятельных людей», — говорит она.

«Надо отметить, что и сам рынок изменился, соответственно, повысились и требования покупателей. Если раньше элитный объект определяла только локация, то сейчас это обязательно должен быть дом с паркингом, развитой инфраструктурой, высоким уровнем сервиса, улучшенной отделкой мест общего пользования, приточной вентиляцией, дополнительными фильтрами воды с ультрафиолетом. Разумеется, покупатель стал более придирчив и избирателен. В элитном доме должно быть предусмотрено все. Например, для покупателя очень важна планировка квартиры: наличие гардеробных, рациональное расположение всех комнат; например, недавно покупателю не понравилась квартира, потому что кухня в ней располагалась в самом конце, и чтобы вынести оттуда мусор, приходилось бы нести его через всю квартиру. → 29