

мебель, которая подбиралась хозяевами исходя из их предпочтений и желаний»,— указывает господин Пашков. И здесь задача профессионального брокера — найти того покупателя, которому будет по душе данная квартира. Иначе потенциальный покупатель будет оценивать квартиру как квадратные метры в определенном доме в определенной локации, что понизит стоимость объекта, объясняет он. При реализации же объектов в новых домах у покупателя появляется простор для реализации своих идей. «Это как белый холст, на котором он может реализовать свои желания. Кроме этого, рынок недвижимости не стоит на месте, и новые дома — это всегда что-то более современное, продуманное и передовое. Девелоперы следят за тенденциями на мировом рынке и внедряют их в свои новые проекты»,— рассуждает Николай Пашков.

РАЗНИЦА В ПОДХОДАХ Брокерам, занимающимся реализацией элитного жилья, приходится экономить время клиентов, подчеркивают эксперты. Портрет покупателей и продавцов недвижимости высокой ценовой категории (50–100 млн рублей) отличается от тех, кто рассматривает недвижимость за 5–10 млн рублей, замечает господин Щегельский. «У состоятельных людей есть практически все. Пожалуй, единственное, в чем они испытывают недостаток,— это свободное время. Кроме того, обеспеченные покупатели привыкли вести дела с профессионалами, и брокеру нельзя быть исключением из этого правила»,— говорит госпожа Раджабова. Однако, по ее словам, одного профессионализма недостаточно: важно также умение расположить клиента к себе. «Чтобы найти идеальный вариант, нужно знать мотивы покупки. Клиент никогда не расскажет о своих истинных целях брокеру, к которому не испытывает симпатии»,— замечает она. Наконец, брокер элитного жилья не может не быть интересным человеком. Нужно разбираться в музыке, литературе, живописи, экономике и, конечно же, быть в курсе всех последних новостей, добавляет она.

Дмитрий Фалкин соглашается с тем, что разница в продаже жилья разных классов состоит в подготовке менеджеров. «Продажа элитной, нетиповой недвижимости, взаимодействие с более требовательным клиентом — все это требует серьезных профессиональных навыков и компетенций. Для любого менеджера переход от продаж массового жилья к продажам элиты — это профессиональный рост»,— объясняет он. С другой стороны, взаимодействие с клиентом, покупающим элитное жилье, иногда даже проще: здесь не возникает ситуаций, когда ограниченные финансовые возможности клиента затрудняют подбор квартиры.

Другая особенность — разница в объеме предоставляемых услуг. «Сделка на элитном рынке требует от брокера большего количества усилий: нужно подготовить больше информации для принятия решения, правильно оценить инвестиционную привлекательность сделки, подобрать приемлемую для всех сторон юридическую схему, провести сделку „под ключ“ с учетом напряженного графика всех участников»,— перечисляет господин Фалкин. Но все эти усилия окупаются, если брокеру удастся себя хорошо зарекомендовать и получить постоянного клиента, говорит эксперт.

РИЕЛТОРЫ

Покупатели элитной недвижимости — это взыскательная публика, они привыкли работать с профессионалами: им необходимо знать весь рынок, актуальные предложения, объекты в закрытой продаже, выстраивать доверительные отношения с клиентами, а также всегда соблюдать конфиденциальность, уверен господин Пашков. «Покупатель элитной недвижимости общается только с тем, кому доверяет. Говоря упрощенно, зачастую его необходимо привести за руку, обратить внимание на проект и дать экспертную оценку, стоит данный объект рассматривать или не стоит»,— солидарен с коллегой господин Рысев.

Юлия Паршина добавляет, что сделка по купле-продаже элитной недвижимости в среднем занимает три-шесть месяцев, в то время как в комфорт-классе — двадцать дней. Сергей Бобашев указывает, что иногда продажа элитной недвижимости может длиться до нескольких лет. «Собственникам элитной недвижимости, в отличие от других категорий продавцов, зачастую нет причин торопиться. И если объект не выходит продать за желаемую цену, он просто может снять его с продажи»,— добавляет Леонид Рысев.

ПЕРСОНАЛЬНОЕ ЗНАКОМСТВО По мнению господина Пашкова, сейчас большинство клиентов предпочитает общение в мессенджерах. «Фото объектов и брифы — в электронном варианте. Многие предпочитают получать видеотуры по объектам и ехать на личный просмотр только тех объектов, которые покажутся наиболее привлекательными. Все чаще сделки проходят дистанционно, без знакомства с объектом в реальном формате, а только онлайн»,— говорит он.

Госпожа Раджабова соглашается, что наблюдавшаяся в 2020 году диджитализация, драйвером которой стали ограничения, связанные с пандемией, изменила работу брокеров высокобюджетных квартир. «Однако в премиуме и в элитном классе этот процесс шел медленнее, чем в других сегментах. Причина заключается в том, что состоятельные люди не готовы покупать недвижимость дистанционно. Чтобы принять окончательное решение, им нужно побывать в квартире, посмотреть на возведение новостройки или, по крайней мере, поддержать в руках ее макет»,— поясняет она.

Господин Рысев, солидарен с коллегой, что никакой видеотур не сможет заменить эмоций от личного общения и осмотра квартиры «в реальности». «Кроме того, это даже может испортить впечатление о квартире, и покупатель примет неверное решение»,— считает эксперт. Что касается применения технологий продвижения, то, по словам господина Рысева, хорошо работает таргетированная реклама. «Знание о том, что человек любит и на что обращает внимание, дает возможность проводить правильные кампании»,— объясняет эксперт.

Виталий Коробов, директор группы «Аквилон», добавляет, что развитие технологий упрощает обмен информацией, но все равно на таком специфическом рынке, как премиальная недвижимость, крайне важным остается фактор персонального общения между покупателем и продавцом, ведь здесь особенно важно возникновение доверия между ними. «Доверие никакой техникой не заменишь»,— заключает он. ■

АПАРТАМЕНТЫ ЖДУТ ОТДЕЛЕНИЯ ОТ ПСЕВДОЖИЛЬЯ

РЫНОК АПАРТ-ОТЕЛЕЙ ПЕТЕРБУРГА ЗАМЕР В ОЖИДАНИИ: В ГОРОДЕ ДЕЙСТВУЕТ НЕГЛАСНЫЙ МОРАТОРИЙ НА ВЫДАЧУ РАЗРЕШЕНИЙ НА СТРОИТЕЛЬСТВО АПАРТАМЕНТОВ. ДЕЛО В ТОМ, ЧТО ПРЕЗИДЕНТ РОССИИ ВЛАДИМИР ПУТИН ПОРУЧИЛ ПРАВИТЕЛЬСТВУ ДО 1 АВГУСТА ВНЕСТИ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ ИЗМЕНЕНИЯ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРАВОВОЙ СТАТУС АПАРТАМЕНТОВ. И ДО ТОЙ ПОРЫ, ПО МНЕНИЮ АНАЛИТИКОВ, БРАТЬ НА СЕБЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЧИНОВНИКИ НЕ РИСКУЮТ.

КСЕНИЯ ПОТАПОВА

Санкт-Петербург является лидером российского рынка недвижимости в сегменте сервисных апарт-апартаментов. Но сейчас в городе, по данным участников рынка, действует негласный мораторий на выдачу разрешений на строительство новых проектов. И девелоперы ждут решения «статусного» вопроса, рассчитывая на адекватное разделение имеющегося массива объектов на гостиничные и жилые.

В конце 2020 года Минстрой РФ обозначил планы по прекращению строительства апарт-апартаментов и переводу уже возведенных объектов в статус жилой недвижимости. Как отмечает Константин Сторожев, генеральный директор УК Valo Service, последнее разрешение на строительство апарт-отеля в Северной столице было выдано в апреле 2020 года, и с тех пор рынок замер в состоянии неопределенности. Участники рынка полагают, что мораторий продлится до решения вопроса на федеральном уровне.

При этом в пресс-службе Службы государственного строительного надзора и экспертизы Санкт-Петербурга (Госстройнадзора) отметили, что в ведомстве отсутствует информация о введении «моратория» на выдачу разрешений на строительство апарт-апартаментов. Для получения любого разрешения на строительство застройщик должен подать определенный пакет документов. Закон обязывает заявителя соблюсти все требования по формированию и согласованию документов. В противном случае ведомство будет вынуждено отказать.

По словам Константина Сторожева, спрос на апарт-апартаменты стабилен, а в ответ на обсуждение запретов в ноябре и декабре 2020 года он даже вырос. Но ликвидных лотов в структуре предложения остается все меньше, хотя частные инвесторы проявляют к ним заметный интерес. Экономическая нестабильность, ослабление рубля, падение ставок по депозитам, снижение доходности квартир,

только усиливающееся за счет доступной ипотеки,— все это ведет к росту популярности доходной недвижимости и, в частности, апарт-апартаментов с текущей прибылью в 7–12% годовых.

По мнению участников рынка, действие негласного моратория на рынке ощущается не так остро, как могло бы. «Его введение произошло в сравнительно подходящий момент: когда предложение юнитов в строящихся комплексах было на высоком уровне, а покупатели стали осторожнее из-за крайне негативного влияния пандемии на действующие сервисные апарт-отели. В противном случае мы бы наблюдали ажиотажный спрос, вертикальный рост цен и вымывание ликвидного предложения»,— рассуждает Андрей Косарев, генеральный директор Colliers в Санкт-Петербурге.

По мнению эксперта, ситуация выглядит некомфортной для девелоперов, уже вложивших деньги в новые проекты (покупку земли, концепцию, проектирование), но не успевших получить разрешение на строительство. Очевидно, они рискуют потерпеть убытки, как минимум — из-за заморозки инвестированных средств, затаившейся оплаты процентов по кредитам и возможного перепроектирования. Однако с точки зрения самого рынка апарт-апартаментов ничего критичного нет: в предыдущие годы был создан большой задел по проектам апарт-апартаментов, даже избыточный в отдельных сегментах. Так, по данным Colliers, к 2023 году объем сервисных апарт-апартаментов превысит объем гостиничного рынка категории «три-четыре звезды» и составит около 58% этого нового предложения.

КРИТЕРИИ РАЗДЕЛЕНИЯ Участники рынка считают, что решение по статусу апарт-апартаментов в формате признания псевдожилья жилыми помещениями, а апарт-отелей — объектами гостиничной инфраструктуры было бы идеальным для всех участников рынка. → 26

ЗАКОНЫ