

CENTURY 21

MAGAZINE

ЖУРНАЛ О НЕДВИЖИМОСТИ

Зима 2019-2020

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ



Финалист Национальной премии «Серебряный Лучник» в номинации «Внутрикорпоративные коммуникации и корпоративные медиа»

ЛУЧШАЯ

В СФЕРЕ



По итогам одиннадцатого ежегодного Национального конкурса в сфере недвижимости, строительства и ипотеки CREDO-2019 победителем в номинации «Лучшая франшиза на рынке недвижимости в России» стала CENTURY 21

ФРАНШИЗА НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ*

Реклама



- С 1971 года в мире, с 2007 года в России, 83 страны, 10000 офисов, 131000 агентов
- Культовая мировая франшиза премиум-класса
- Собственная Бизнес-академия

CENTURY 21.
Россия

CENTURY 21

MAGAZINE **ЖУРНАЛ О НЕДВИЖИМОСТИ**

УЧРЕДИТЕЛЬ

ООО «РУС ГЛОБАЛ ГРУПП»

109316, г. Москва, Волгоградский пр-т, д. 4А

+7 (495) 981-21-21

РЕДАКЦИЯ

Главный редактор

Анна Носова

anna.nosova@hq.century21.ru

Выпускающий редактор

Дарья Газизова

daria.gazizova@hq.century21.ru

Корректор

Оксана Евдокимова

oksatulka@bk.ru

ДИЗАЙН И ВЕРСТКА

Дизайнер-верстальщик

Ольга Гладышева

designer-olga85@yandex.ru

Дизайнер

Мария Троицкая

masha.troitskaya@hq.century21.ru

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

Полина Сергеева,

Арина Бондарева, Дмитрий Цимошко, Надежда Брайловская

Информационное сотрудничество: magazine@hq.century21.ru

Сотрудничество по рекламе: magazine@hq.century21.ru

Журнал CENTURY 21 Magazine зарегистрирован Министерством связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Номер свидетельства ПИ № ФС 77-59606 от 23.10.2014. Категория информационной продукции 16+. Тираж 6 500 экземпляров.

Цена свободная.

Отпечатано: ОАО «Можайский полиграфический комбинат»

143200, г. Можайск, ул. Мира, д. 93

www.oaompk.ru, www.oaompk.rf

+7 (495) 745-84-28, +7 (49638) 20-685

Полное или частичное воспроизведение статей и фотоматериалов, опубликованных в журнале CENTURY 21 Magazine, без письменного согласия редакции запрещено.

За точность и содержание предоставленных рекламных материалов ответственность несут рекламодатели.

ИНВЕСТИЦИИ В УСПЕХ

21

ОТКРОЙТЕ
ВЫСОКОДОХОДНОЕ
АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ
ПО МЕЖДУНАРОДНОЙ ФРАНШИЗЕ!

Запишитесь на
индивидуальный VIP-тур сегодня!

+7 (495) 968-32-27

CENTURY 21.
Россия

CENTURY 21®

РАБОТА МЕЧТЫ



международный бренд премиум-класса с 1971 года • бесплатное обучение
риэлтор - элитная профессия • неограниченный доход
гибкий график • работа рядом с домом • комфортный офис
развитая корпоративная культура • карьерный рост
возможность открыть свой бизнес!

**СТАНЬТЕ ЧАСТЬЮ КОМАНДЫ
ПРОФЕССИОНАЛОВ CENTURY 21!**

Риэлторский бизнес в коммерческой недвижимости — весьма прибыльное направление, но далеко не каждое агентство готово взяться за такой сложный сегмент. Этот рынок динамичный и чувствительный, даже малейшее изменение в окружающей экономической среде может оказать на него серьезное влияние, не говоря уже о каких-то значительных законодательных инициативах или кризисных явлениях. Работа на рынке коммерческой недвижимости — это высший пилотаж для агентств. Здесь требуются немалые знания экономики, глубокое понимание тенденций на рынке, хорошо развитая интуиция и логика. И конечно, обучение — базовый профильный курс и постоянное совершенствование навыков на конкретном опыте в процессе работы.

Не случайно курс по коммерческой недвижимости является одним из самых востребованных в нашей Бизнес-академии. Успешные риэлторы — это амбициозные и стремящиеся к постоянному росту профессионалы своего дела, и наши эксперты всегда рады помочь. Благодаря международному опыту, накопленному почти за полвека работы CENTURY 21 более чем в 80 странах мира, наш курс по коммерческой недвижимости обладает уникальными преимуществами и дает возможность преуспеть в сравнении с конкурентами. Он состоит из 5 модулей, посвященных рынку и инвестиционному анализу, и 5 модулей, раскрывающих особенности и секреты работы с клиентами.

Работа с коммерческой недвижимостью требует постоянной прокачки практических навыков. Стать профессионалом можно только если постоянно быть в рынке, чувствовать его, знать все подводные камни и научиться их обходить. И самое главное — важно никогда не останавливаться: курсы, семинары, вебинары, отслеживание аналитики по рынку и ключевых новостей — это образ жизни.

Мы в CENTURY 21 уверены, что коммерческая недвижимость — одно из самых перспективных направлений, и развивать его можно и нужно наряду с другими. Для агентства недвижимости расширение линейки услуг и работа на нескольких рынках — это надежная защита от возможных спадов в отдельных сегментах, колебаний экономической конъюнктуры в целом. Задача же нашего журнала — познакомить вас с наиболее интересными тенденциями на рынке



коммерческой недвижимости, особенностями работы в этом сегменте.

В новом номере вы узнаете, для чего и как проводится процедура Due Diligence, как чувствует себя рынок торговой и офисной недвижимости, каковы нюансы работы с историческими объектами для коммерческих целей, новые подходы в проектировании офисов, как трансформируются коворкинги, можно ли спасти торговый комплекс, теряющий арендаторов, и многое другое. К работе над этим номером мы привлекли как внешних специалистов по коммерческой недвижимости, так и наших внутренних экспертов. Уверены, что их знания и опыт будут полезны для вас.

Редакция нашего журнала и я желаем вам интересного и полезного чтения, и самое главное — успешного продолжения профессионального развития в 2020 году!

Егор Провкин,
генеральный директор CENTURY 21 Россия

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

10 Новости рынка

12 Новости CENTURY 21 Россия

14 Все выше и выше

Объем инвестиций в российскую
недвижимость растет

18 Мы делили магазин...

Инвестиции в торговую недвижимость

20 Прибыль в индустриальном стиле

Инвестиции в складскую и индустриальную
недвижимость

24 Второй дом

Тренды в проектировании офисных помещений

26 DEAD MALL

Как спасти торговый центр, который
теряет трафик и арендаторов

30 На невском берегу

Проекты девелопмента исторических
зданий в Санкт-Петербурге

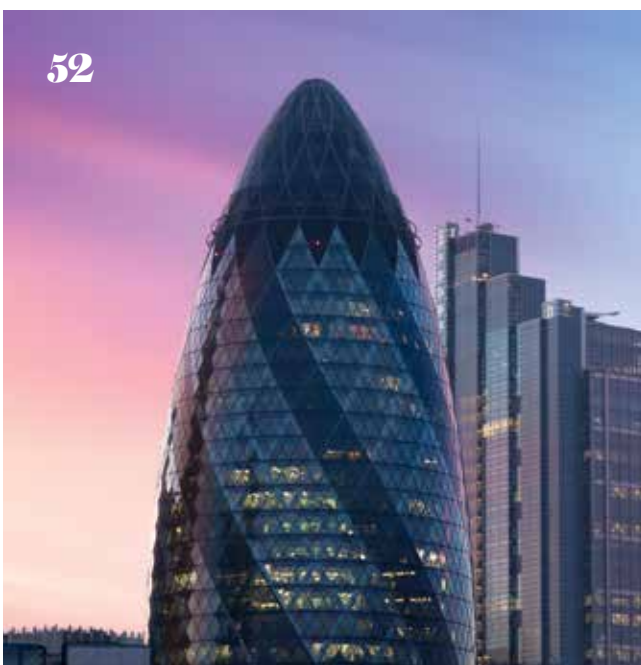
38



24



52





32 Аутсорсинг офисных пространств

Как коворкинги трансформируются в сервисные офисы

34 Бизнес выбирает

Правильные помещения для стартапов разных отраслей

37 Хостелы под запретом

Новые правила оказания гостиничных услуг с 1 октября 2019 года

38 Доверяй, но проверяй

Зачем нужен Due Diligence и почему не стоит им пренебрегать

42 Частный доход

Как заработать на приобретении коммерческой недвижимости

46 Из жилой в коммерческую

Начать бизнес в жилом помещении теперь намного сложнее

48 Добро пожаловать!

Функциональность входных групп в бизнес-центрах



50 Вечные ценности

Опыт Москвы по реставрации старинных зданий

52 Из коммерции в искусство

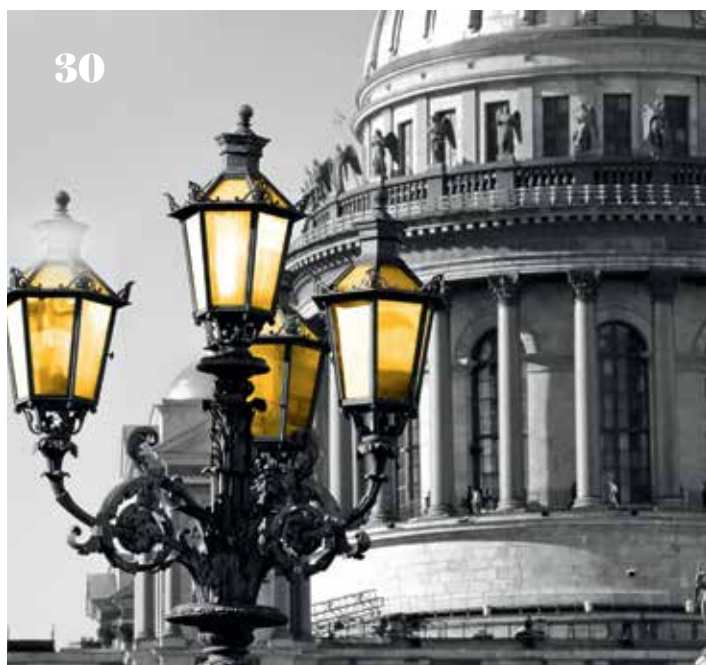
Проекты-достопримечательности в исполнении Нормана Фостера в Лондоне

54 «Да» с первого слова!

Как удесятерить свои шансы на успех и увеличить доходы, овладев мастерством общения

58 Истории из жизни

Реальные случаи из профессиональной практики агентов CENTURY 21 Россия



В США открылся молл стоимостью \$5 млрд



В американском штате Нью-Джерси открылся один из самых дорогих торгово-развлекательных центров в США. Совокупный объем инвестиций в проект составил \$5 млрд. В молле расположились тематический парк, ледовый каток, лыжные трассы, а также около 450 магазинов.

Общая площадь проекта превышает 180 тыс. кв. м. Около 55% площади комплекса отданы под развлечения, а торговые пространства займут 45% соответственно. В числе арендаторов будут как бренды масс-маркета во главе с H&M и Zara, также и люксовые марки — Hermes, Dolce&Gabbana и Tiffany&Co.

Сейчас в торговом центре уже открылись ледовый каток и тематический парк развлечений Nickelodeon Universe со множеством аттракционов. До конца года в молле возведут Legoland Discovery Centre, аквапарк и снежные трассы. Ко второму кварталу 2020 года посещаемость комплекса составит до 40 млн человек в год. В день открытия комплекс посетили 2,5 тыс. гостей.

В Мексике построят «умный» город с растениями на небоскребах

В районе мексиканского города Канкун построят «умный» город Smart Forest City со множеством растений на фасадах небоскребов. Проект разработал итальянский архитектор Стефано Боэри.

Иновационный город расположится на территории 557 га, здесь посадят 7,5 млн разнообразных деревьев и кустарников. Растения покроют фасады зданий, а общественные пространства будут похожи на ботанические сады. Зеленые насаждения смогут поглощать 116 тыс. тонн углекислого газа.

В Smart Forest City предусмотрено жилье для 130 тыс. жителей. Здесь возведут торговые комплексы, офисы и сельскохозяйственные угодья, включающие в себя «умную» систему орошения. Одним из ключевых объектов станет центр передовых исследований, направленный на изучение астрофизики, планетологии, инновационного земледелия и робототехники, а также на проблемы восстановления коралловых рифов.

В городе запланирована продвинутая транспортная система, которую разработала миланская фирма Mobility in Chain. Все жители города будут оставлять автомобили на окраине, чтобы не загрязнять окружающую среду.



Самое высокое здание Чехии построят в форме тонущего корабля



В районе Нове Бутвице на окраине Праги построят башню Top Tower, символизирующую тонущий корабль. Это здание высотой 135 м станет самым высоким в Чехии.

Проект разработали скульптор Давид Черны и архитектор Томаш Цисарж для девелопера Trigema. Необычная форма здания — напоминание о глобальном потеплении, которое вызовет повышение уровня моря. Часть небоскреба, символизирующая корабль, будет выполнена из стали красного цвета и декорирована альпийскими растениями. Внутри высотки разместятся 250 небольших апартаментов, офисы, магазины и культурный центр. На крыше здания расположится сад с панорамным видом на город. Завершить строительство планируется не менее чем через три года. Архитекторы заявили, что небоскреб не будет портить панораму старого города и оживит окраины.

Каким будет космический центр им. Хруничева

Победителем конкурса на разработку архитектурной концепции Национального космического центра им. Хруничева стало российское бюро UNK project. Комплекс возведут вдоль улицы Мясницкая на западе столицы. Здесь появятся

предприятия ракетно-космической отрасли, научно-образовательные блоки, лабораторные и экспериментальные здания.

Общая площадь территории, на которой расположится Национальный космический центр им. Хруничева, составит 60 га. Центральное звено проекта — прямоугольная плоская башня со стеклянными фасадами, где расположится штаб-квартира «Роскосмоса». К башне будет примыкать длинный корпус с исследовательскими лабораториями и офисами. Фактически он будет протяженностью с Новый Арбат.

Сквозь все здание пройдет центральная галерея, символизирующая ленту времени и рассказывающая историю освоения космоса. Вдоль галереи будут находиться столовые, предприятия бытового обслуживания и входы в офисы и лаборатории. Все блоки космического центра выполнены по единому принципу — стеклянные объемы, обернутые алюминиевыми ламелями, но при этом у каждого на витраже свой уникальный рисунок.

Помимо производственных помещений, на территории комплекса организуют многочисленные общественные пространства. Здесь возведут технопарк для взрослых и детей, музейный центр, дворы с экспозицией под открытым небом.



При подготовке раздела использованы материалы РБК, DEZEEN.COM, NJ.COM

CENTURY 21 Россия на Международном жилищном конгрессе



С 7 по 11 октября в Санкт-Петербурге прошло крупнейшее деловое мероприятие рынка недвижимости — Международный жилищный конгресс, спонсором которого выступила компания CENTURY 21 Россия.

В 2019 году Конгресс собрал более 5000 участников — абсолютный рекорд для российского рынка недвижимости. За пять дней состоялось свыше 400 мероприятий, на которых выступило около 500 ведущих практиков и экспертов не только рынка недвижимости России, но и стран ближнего и дальнего зарубежья. В рамках Конгресса прошли мероприятия по жилищному строительству, риэлторскому бизнесу, ипотечному кредитованию, малоэтажному загородному домостроению, коммерческой недвижимости, информационным технологиям, рекламе и PR, межрегиональным сделкам, образованию и подготовке кадров на рынке недвижимости, другим важнейшим темам.

Представители сети CENTURY 21 Россия традиционно приняли активное участие в деловой программе Конгресса. Генеральный директор Егор Провкин выступил с приветственной речью на пленарном заседании «Реализация национального проекта "Жилье и городская среда"», в котором поделился интересными кейсами из зарубежной практики агентств недвижимости сети, а также пожелал всем участникам плодотворной работы. Сотрудники Центрального офиса и брокеры сети выступили с докладами более чем на 10 мероприятиях, в числе которых мастер-классы, конференции, круглые столы, панельные дискуссии.

Параллельно с деловой программой свою работу вела выставка. На стенде CENTURY 21 Россия посетители смогли ознакомиться с условиями и преимуществами открытия бизнеса по франшизе международного бренда, пообщаться с представителями компании, а также принять участие в тематическом конкурсе и выиграть ценные призы.

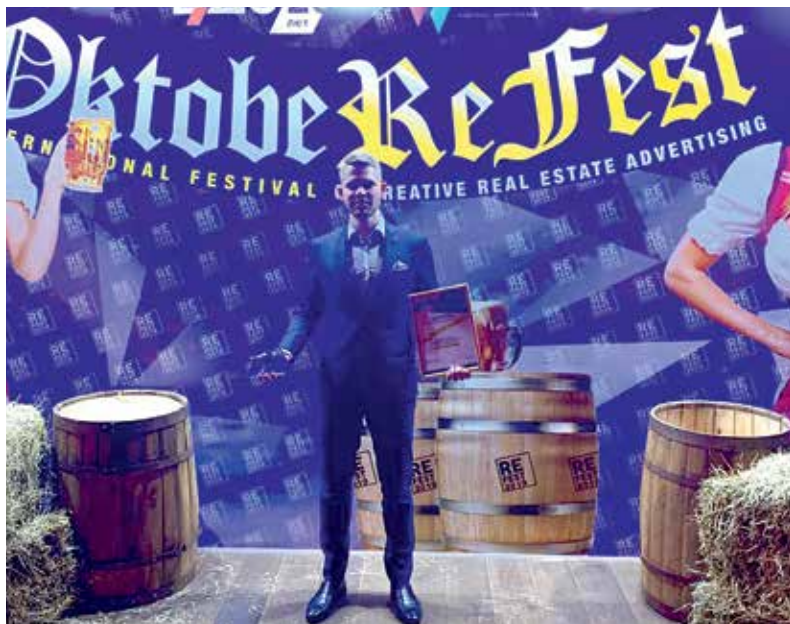
Франшиза CENTURY 21 — лучшая на рынке недвижимости!

9 октября в рамках Международного жилищного конгресса были подведены итоги одиннадцатого ежегодного Национального конкурса в сфере недвижимости, строительства и ипотеки CREDO-2019. По итогам конкурса лауреатом в номинации «Лучшая франшиза на рынке недвижимости в России» была признана компания CENTURY 21!

История конкурса начинается с 2007 года. За это время его победителями стали организации, которые внесли существенный вклад в развитие российского рынка недвижимости, а также персоны, чей профессионализм и деловые качества помогли становлению и укреплению цивилизованных отношений в этой сфере.

Наша компания была удостоена еще одной награды: рекламный ролик CENTURY 21 Австралия «Не соглашайтесь на заурядное» стал финалистом Фестиваля креативной рекламы недвижимости ReFest-2019 в категории «Агентства недвижимости».

Более 80 работ со всего мира приняли участие в конкурсе, ключевой целью которого является презентация шедевров рекламной индустрии в сфере недвижимости, лучших работ в области телевизионной, наружной, печатной рекламы.



Новые агентства нашей сети



высокий стандарт качества предоставляемых услуг; а также отточенный годами колоссальный международный опыт.

Агентство недвижимости CENTURY 21 Smart открыло свои двери для жителей Красноярска. Брокер агентства Леонид Кулаков считает CENTURY 21 одним из самых перспективных игроков на рынке, со сформировавшимся портретом и статусом. «На мой взгляд, за этой компанией большое будущее, и я хочу быть частью этого успешного движения», — отмечает Леонид.

В Твери открылось агентство недвижимости CENTURY 21 Fox. Целью присоединения к масштабной сети и открытия собственного агентства недвижимости для брокера Екатерины Разуваевой послужило желание самостоятельно расти, ориентируясь на мировой опыт. Еще два агентства открылись в Москве — CENTURY 21 Level и CENTURY 21 Авангард.

Агентство недвижимости CENTURY 21 Изумрудный город заработало в городе Московском. Брокер Екатерина Писарева к ключевым преимуществам относит надежную репутацию бренда, глубокий подход к обучению, технологии, аккумулированные профессионалами рынка недвижимости со всего мира, а также ценности компании.

В свою очередь, Сергей Петров и Светлана Анфимова, брокеры агентства CENTURY 21 А.С.К. Недвижимость, открывшегося в Зеленограде, отметили, что в планах — стать образцовым агентством в городе, оказывая услуги высокого качества в соответствии с золотым стандартом.

Сеть CENTURY 21 в России продолжает расширяться. В Волгограде открылось агентство недвижимости CENTURY 21 Лайтхаус. В числе ключевых преимуществ франшизы брокер Игорь Никитин отметил широкий инструментарий, позволяющий систематизировать работу агентства, возможность межрегиональных и международных сделок,

Бесплатно в Америку: лучшие агенты едут в Лос-Анджелес!

Агенты CENTURY 21 в России не сбавляют обороты в работе, добиваясь высоких результатов, ведь уже совсем скоро будут объявлены имена лучших по итогам 2019 года. На кону суперприз — поездка на ежегодную глобальную конференцию One21 Experience. В 2020 году она будет проходить с 23 по 26 февраля в Лос-Анджелесе (США). Лауреатов ждет не только незабываемое путешествие на другой континент, но и интенсивная программа: участие в обучающих и имиджевых мероприятиях, знакомство с успешными агентами со всего мира, грандиозное развлекательное шоу и заряд позитива на целый год!

В 2019 году One21 Experience прошла с 19 по 22 марта в Лас-Вегасе и собрала более 11 000 лучших брокеров и агентов со всего мира. Лидеры мнений и эксперты штаб-квартиры CENTURY 21 представили прогнозы по мировому и региональным рынкам, аналитику по сети, новые маркетинговые и IT-продукты для развития, в том числе в сфере международных сделок.



Все выше и выше

ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИЙСКУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ РАСТЕТ

Текст:
Полина Сергеева



Ирина Ушакова,
старший директор,
руководитель отдела рынков
капитала и инвестиций
CBRE

Согласно данным CBRE, ведущей международной консалтинговой компании в сфере недвижимости, за первые три квартала 2019 года объем инвестиций в недвижимость России составил 161 млрд руб., что на 30% выше значения аналогичного периода 2018 года. О распределении инвестиций, тенденциях и про-

личился объем вложений в участки под девелопмент, проекты редевелопмента и строящиеся объекты. Этот показатель достиг 73 млрд руб., что лишь на 3% ниже значения за весь 2018 год. В структуре этого объема 65% пришлось на жилой сегмент, 16% — на офисную недвижимость, 12% — на складскую и оставшиеся 7% — на другие сегменты. Как следствие, доля ин-

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ ПО СТАДИЯМ СТРОИТЕЛЬСТВА



гнозах CENTURY 21 Magazine рассказала Ирина Ушакова, старший директор, руководитель отдела рынков капитала и инвестиций CBRE.

ДЕВЕЛОПМЕНТ VS РЕДЕВЕЛОПМЕНТ

В I-III кварталах 2019 года более чем в 1,5 раза уве-

велись инвестиции в участки под девелопмент и строящиеся объекты, которая в 2018 году составляла около 40%, а за всю предшествующую историю развития рынка не превышала 30%, в январе-сентябре 2019 года превысила 45%.

ИНВЕСТИЦИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ РОССИИ. I-III КВАРТАЛЫ 2019 ГОДА

161 МЛРД
РУБЛЕЙобъем инвестиций
в недвижимость

+30% | 17%

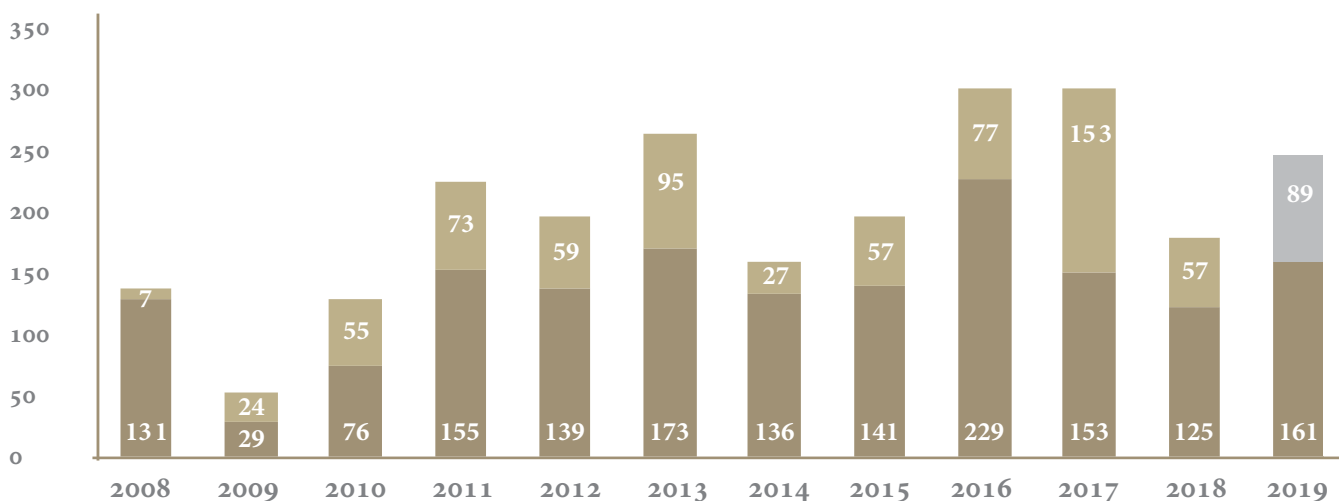
рост к аналогичному
периоду 2018 годадоля иностранного капи-
тала (исключая СНГ) в
объеме инвестиций

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Доля инвестиций в торговую недвижимость в I-III кварталах 2019 года составила 18%. В этот сегмент за первые девять месяцев 2019 года было вложено более чем на 40% меньше средств (29 млрд руб.), чем в аналогичном периоде 2018 года. Объемы вложений в объекты офисной и складской недвижимости, напротив, увеличились на 38% (до 38 млрд руб.) и 89% (до 24 млрд руб.) соответственно. Такой рост во многом произошел за счет сделок с конечными пользователями, которые в обоих сегментах сформировали значительную долю вложений. Инвестиции в гостиничный сегмент достигли 18 млрд руб. (против почти 6 млрд руб. годом ранее) за счет сделки по продаже гостиничного комплекса в Сочи.

ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Наибольший объем вложений за первые девять месяцев 2019 года был направлен в сегмент жилой недвижимости — порядка 48 млрд руб., что на 70% превышает значение сопоставимого периода 2018 года. Изменение законодательства в части долевого строительства побуждает девелоперов пересматривать стратегии относительно запланированных жилых проектов. Крупные застройщики, которые имеют ресурсы для реализации проектов как с готовой документацией, так и без нее, стараются воспользоваться ситуацией и нарастить портфель, приобретая участки под строительство у менее опытных компаний, а также непрофильные активы у банков и бывшие промышленные объекты у первичных владельцев.

ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ ИНВЕСТИЦИЙ В
НЕДВИЖИМОСТЬ РОССИИ, МЛРД РУБ.

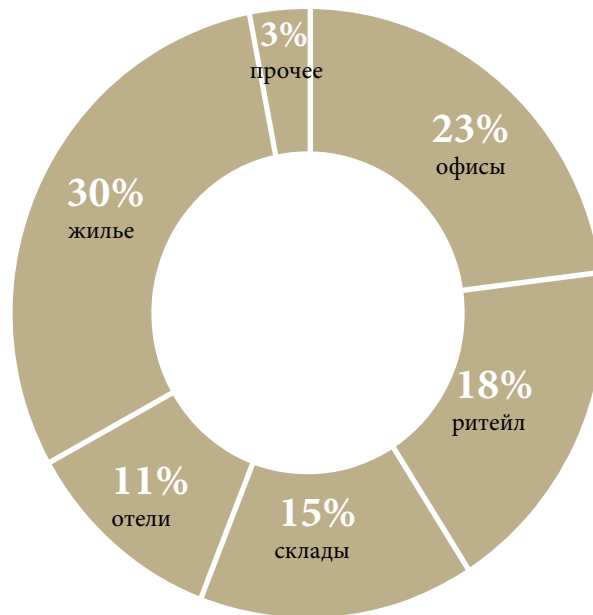
89% – прогноз на IV квартал по состоянию на ноябрь 2019 года

■ I-III квартал ■ IV квартал

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ ПО СЕГМЕНТАМ НЕДВИЖИМОСТИ

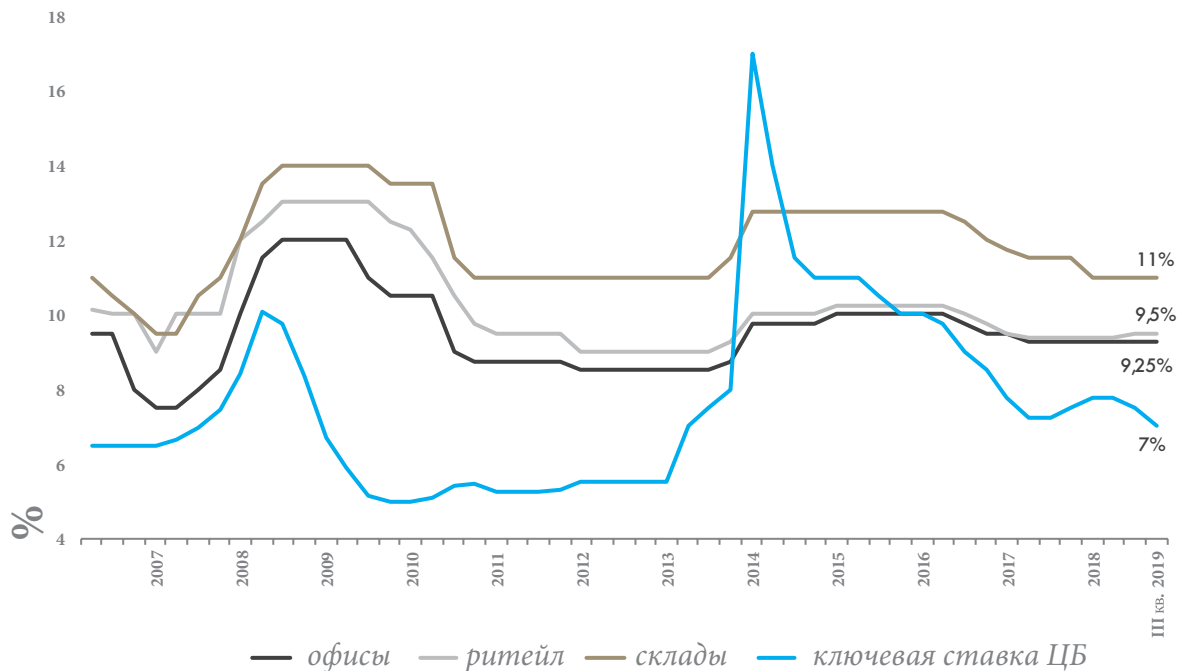
67%

доля инвестиций
в коммерческий
сектор



Источник: CBRE RESEARCH

ДИНАМИКА КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ ЦБ И СТАВКИ КАПИТАЛИЗАЦИИ НА ПРЕМИАЛЬНЫЕ ОБЪЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В МОСКВЕ



МОСКВА VS САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

В III квартале 2019 года на долю рынка Санкт-Петербурга пришлось 8% инвестиций, тогда как доля Москвы составила 79%, а доля региональных рынков — 13%. При этом по итогам первых трех кварталов года позиция северной столицы в структуре вложений сохранялась на высоком уровне за счет повышенной активности в первой половине года. На этот рынок приходится 23% инвестиций в I-III кварталах 2019 года против 24% в 2018 году. На долю Москвы за период с января по сентябрь 2019 года пришлось 67% (65% - в 2018 г.). Регионам же достались 10% (11% годом ранее).

КРУПНЕЙШИЕ СДЕЛКИ

Крупнейшими сделками в III квартале 2019 года стали приобретение компанией «Сбербанк Управление Активами» торгового центра «Речной», компанией «Райффайзенбанк» — офисного здания в бизнес-парке Nagatino I-Land (будет строиться по схеме build-to-suit), покупка гостиничного комплекса Bridge Resort в Сочи, офисной части комплекса Fusion Park на улице Усачева, а также здания Центрального телеграфа на Тверской улице в Москве.

ИСТОЧНИКИ КАПИТАЛА

Подавляющее большинство инвестиций как в III квартале 2019 года, так и по итогам девяти месяцев было сформировано вложениями со стороны российских компаний (83%). Доля иностранного капитала (исключая СНГ) в I-III кварталах 2019 года составила 17%. При этом сделки с зарубежными компаниями единичны и в этом году происходят только с представителями Европы.

СТАВКИ

В III квартале 2019 года ставки капитализации на премиальные объекты в Москве сохранились на прежнем уровне и составили 9,25% для бизнес-центров, 9,5% для торговых центров и 11% для складских объектов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Активное жилое строительство и инвестиции в крупные проекты коммерческой недвижимости свидетельствуют о начале нового девелоперского цикла. Можно предположить, что данный тренд продолжится в условиях снизившейся доли свободных площадей в сегментах коммерческой недвижимости. В I-III кварталах 2019 года не наблюдалось существенного прироста объема инвестиций в существующие объекты. По состоянию на ноябрь 2019 года, объем сделок, по которым инвесторы вели активные переговоры, давал основания прогнозировать, что IV квартал окажется сильным с точки зрения инвестиционных вложений и позволит достигнуть рынку инвестиций в недвижимость России объема в 250 млрд руб. по итогам 2019 года. ■



Мы делили магазин...

ИНВЕСТИЦИИ В ТОРГОВУЮ
НЕДВИЖИМОСТЬ



Текст:
Полина Сергеева



Егор Левченко,
директор департамента
торговой недвижимости ИЛМ

Торговая недвижимость из года в год остается востребованным сегментом для мировых инвесторов. За три квартала 2019 года объекты данного сектора вошли в тройку лидеров по количеству заключенных инвестделок в России (торговая недвижимость — 21%, жилая — 30%, офисная — 32%). Мы поговорили с Егором Левченко, директором департамента торговой недвижимости ИЛМ, об особенностях рынка, трендах и рисках подобных вложений.

КАКОВЫ ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ?

Наиболее ликвидный и востребованный объект инвестирования на коммерческом рынке — это именно торговая недвижимость. Она обладает наименьшей налоговой базой, небольшим порогом входа и довольно высоким уровнем средней доходности. У таких помещений, как правило, присутствуют отдельный вход и выделенная площадь. И, наоборот, отсутствует трудность совместного управления по эксплуатации. Например, как аналог офисной недвижимости торговая эксплуатируется вместе с общими зонами. Управление объектом торговой недвижимости может быть консолидировано в одних руках.

КАКИЕ ТРЕНДЫ ВЫ НАБЛЮДАЕТЕ НА ЭТОМ РЫНКЕ?

На данный момент торговая недвижимость трансформируется, как и во всем мире, в сторону интернет-ритейла и, скорее, размещения в торговых помещениях большей части сервисных предприятий. Спрос на аренду не падает и примерно всегда находится на одном и том же уровне. Заметен следующий тренд: все больше становится мелких арендаторов, которые занимают небольшие площади. Это связано также с развитием интернет-ритейла, потому что набирают популярность пункты выдачи и представительства онлайн-компаний, а основное складирование товара ведется не в торговом зале, а в отдельных складских помещениях.

Сейчас существенно увеличивается количество предложения по аренде и продаже торговой недвижимости за счет ввода в эксплуатацию большого количества новых многофункциональных комплексов, в составе которых идет сразу ЖК, инфраструктурные проекты, торговые центры и нежилые помещения. Активно движется программа по статье №159 ФЗ по приватизации муниципального федерального имущества, что также насыщает рынок.

Наблюдается и консолидирование сетей по сегментам в сторону крупных игроков, что делает спрос на недвижимость довольно неоднородным. Спрос фокусируется на тех местах, где есть потенциал трафика и ближайшего окружения в виде большого количества домохозяйств.

КАКОВЫ РИСКИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ТОРГОВЫЕ ОБЪЕКТЫ?

Риски присутствуют при любых инвестиционных сделках, однако в данном случае они

невысоки. Основная опасность — риск предыдущих переходов права, который надо исключить при приобретении объекта. Торговые помещения с юридической точки зрения относятся к гражданскому праву и арбитражу, то есть к корпоративному праву, и юридически, по истории некоторых объектов, можно найти риски потери права по ним. Второй риск — это изменения в градостроительной политике города и ухудшение торгового потенциала самого помещения. Поэтому необходимо подробно изучить генплан и очень тщательно подходить к выбору объекта. И третий немаловажный нюанс инвестирования — это недостижение ожидаемой доходности по объекту. Его можно исключить за счет качественного анализа рынка.

КАК ВЫБРАТЬ БЕЗОПАСНЫЙ И ВЫИГРЫШНЫЙ ОБЪЕКТ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ?

В первую очередь надо определить бюджет. Это основной показатель, с которого стоит начинать выбор объекта. Также следует определиться с форматом, который вы хотите приобрести. Варианты различны, и в каждом есть свои особенности: супермаркет в формате арендного бизнеса торгового объекта или небольшое помещение около метро, или же помещение в составе какого-либо жилого комплекса. Нужно подойти к выбору с «холодной головой», используя доходный и сравнительный подход. Желательно найти профессионального консультанта и довериться его экспертизе в выборе объекта, так как самостоятельный выбор на агрегаторах ведет к поспешным выводам и поиску привлекательной цены, которая, в свою очередь, может скрывать за собой риски отсутствия проверки объекта и потери права собственности.

КАКИЕ ОБЪЕКТЫ ЯВЛЯЮТСЯ НАИБОЛЕЕ ПРИБЫЛЬНЫМИ?

На уровень доходности влияют местоположение объекта, транспортная доступность и трафик. Важную роль играет то, каким был выбор — был ли он взвешенным, учитывались ли все возможные риски. Кроме того, для увеличения прибыли посоветовал бы всегда учитывать любой опыт неэффективного и убыточного использования помещения предыдущими собственниками. Наймите команду профессионалов, которые возьмут управление объектом в свои руки, и инвестиции себя оправдают. ■

**ДЕЛАЙТЕ ВЫБОР
С «ХОЛОДНОЙ
ГОЛОВОЙ»,
ИСПОЛЬЗУЯ
ДОХОДНЫЙ И
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ
ПОДХОД**

Прибыль в индустриальном стиле

ИНВЕСТИЦИИ В СКЛАДСКУЮ И
ИНДУСТРИАЛЬНУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ

Текст:
Полина Сергеева



Александр Перфильев,
директор департамента
складской и индустриальной
недвижимости ILM

Складская и индустриальная недвижимость, пожалуй, самая загадочная часть коммерческого рынка. Об особенностях этих объектов, рисках инвестирования, прогнозах на ближайшее время и нюансах управления нам рассказал Александр Перфильев, директор департамента складской и индустриальной недвижимости ILM.

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Складская и индустриальная недвижимость имеет меньшую стоимость и более низкие ставки аренды, чем офисная или торговая недвижимость, но при этом демонстрирует стабильную доходность. Поэтому она представляет интерес не только для профильных инвесторов, как Raven Russia, но и для компаний, которые хотят диверсифицировать свой портфель, получать дополнительный стабильный доход, помимо основного бизнеса. К таким примерам можно отнести группу «САФМАР», которая является одним из крупнейших собственников складов в России. Также о планах по строительству складов заявляла компания «Галс-девелопмент», специализирующаяся на офисной и жилой недвижимости. Спрос на склады сегодня высок, а окупаемость в сегменте составляет в среднем около 10 лет, что соответствует показателям окупаемости в других сегментах.

При выборе склада как объекта для инвестирования важно учитывать его «возраст» и локацию. Чем старше объект, тем больше затрат уходит на эксплуатацию. Кроме того, в последнее время к характеристикам объектов выросли требования, например, к соотношению складских помещений и прилегающей территории, к количеству ворот на площадь объекта. Поэтому предпочтение отдается более современным складским комплексам. По локациям наиболее востребованными в московском

регионе традиционно являются северное и южное направления. Высокие ставки на склады сейчас по западному направлению, в основном за счет того, что старый фонд там отсутствует. Самые низкие ставки — на востоке.

Важным является и расстояние до МКАД, так как близкое расположение позволяет существенно сократить затраты на логистику. Стоит отметить, что с развитием электронной торговли очень востребованы внутригородские склады, но там почти нет качественного предложения.

Индустриальная недвижимость в границах МКАД представлена в больших объемах, чаще всего она используется в качестве складов и офисов, так как промышленные предприятия Москва стремится вывести за пределы кольцевой дороги. По нашим оценкам, под склады используется порядка 5,5 млн кв. м таких помещений. Стоимость земли в Москве делает недвижимость в промзоне недешевой, несмотря на то, что качественной ее назвать сложно. Тем не менее спрос также высок. Кроме хранения, размещения офисов небольших компаний и пунктов выдачи заказов, индустриальная недвижимость используется для спортивных целей (танцы, батутные центры, футбол, картинг и др.), а также для открытия дата-центров, под задачи которых производственные площадки подходят лучше всего.

ЦИФРЫ И ПРОГНОЗЫ

В настоящее время на рынке складской недвижимости уровень спроса значительно превышает уровень нового строительства, что приводит к заметному сокращению свободных площадей. За последние полтора года вакансия упала почти в два раза — с 7,5% на январь 2018 года до 4% на конец 2019 года. По нашим прогнозам, в 2020 году этот тренд не поменяется, вакансия может достигнуть 3%, а значит, про-

должится и постепенный рост ставок. Так, в середине 2018 года средняя ставка аренды склада класса А составляла 3750 руб. за 1 кв. м, а на конец 2019 года приближается к 4000 руб.

В 2019 году к вводу был заявлен 1 млн кв. м новых складских помещений, однако спрос составил не менее 1,2 млн кв. м. Только пять крупнейших сделок, заключенных в 2019 году, по совокупной площади превышают 400 тыс. кв. м.

Таким образом, рынок разворачивается от арендатора к арендодателю, что является хорошим знаком для потенциальных инвесторов.

РИСКИ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

Основными рисками при инвестировании являются кризисные явления, связанные с глобальной экономикой и политикой. Здесь можно оценить устойчивость того или иного сегмента недвижимости на примере уже имевшего место кризиса. Так, в 2008 году ставки в Московском регионе упали со 135 долларов до 95-100 долларов за 1 кв. м, а уже к 2010 году поднялись до 110 долларов. В кризис 2014 года падение ставок также составило около 25% — с 4500 до 3400 руб. Вакансия в складской недвижимости в 2015 году выросла с 1,5% до 13%, чему кроме кризиса способствовал и рекордный ввод. Вакансия в офисах увеличилась в тот же период с 1,5% до 30%.

Как видим, складская недвижимость менее восприимчива к внешним факторам, что можно объяснить необходимостью склада как части логистической цепочки, — по сути, части

производственного процесса. Перенести офис из границ Садового кольца на ТТК, таким образом сэкономя на аренде, можно. Это может быть даже удобнее для сотрудников. Перенос склада на несколько километров дальше от МКАД не позволит много выиграть на разнице ставок, зато сильно увеличит транспортные расходы, особенно для компаний со сложной логистикой, таких как онлайн-ритейл и розничная торговля продуктами питания.

Когда мы говорим об индустриальной недвижимости Москвы, мы имеем в виду заводские помещения, располагающиеся в промзонах. Поэтому большинство объектов попадает в программу реновации промышленных территорий. Другой риск состоит в том, что коммуникации в таких объектах могут не отличаться большой надежностью ввиду отсутствия профессионального управления.

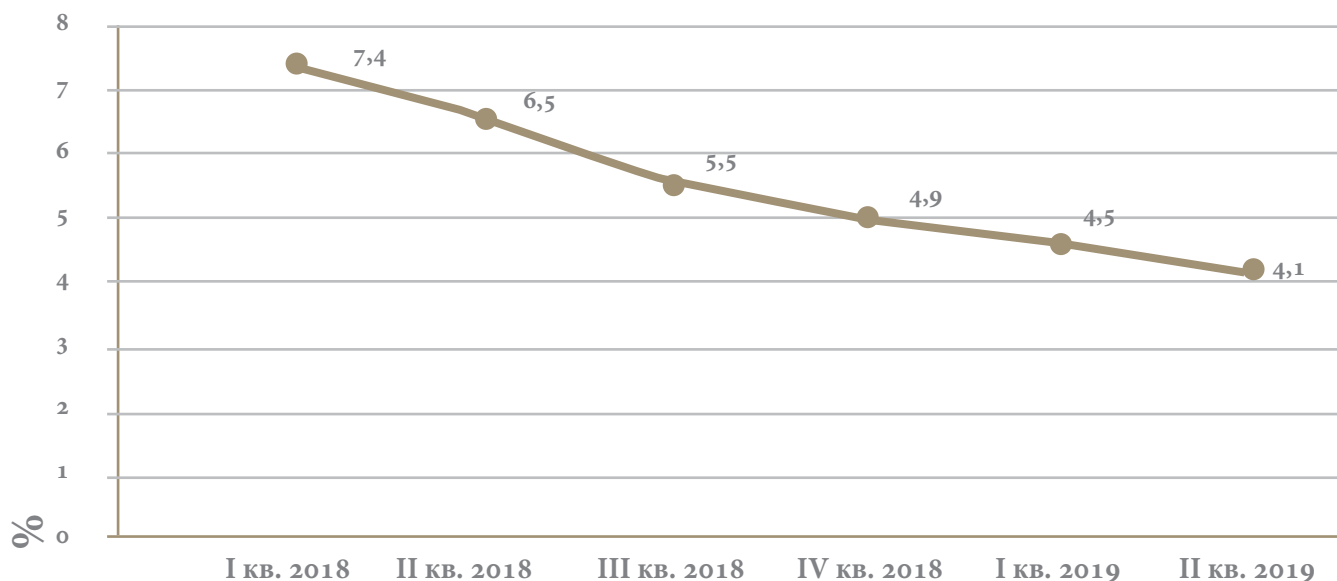
ВЫБОР ОБЪЕКТА

Как и в любой коммерческой недвижимости, в складах важны состояние инженерных систем, конструкций, отсутствие обременений и наличие арендаторов, желательно на долгосрочных договорах (8-10 лет).

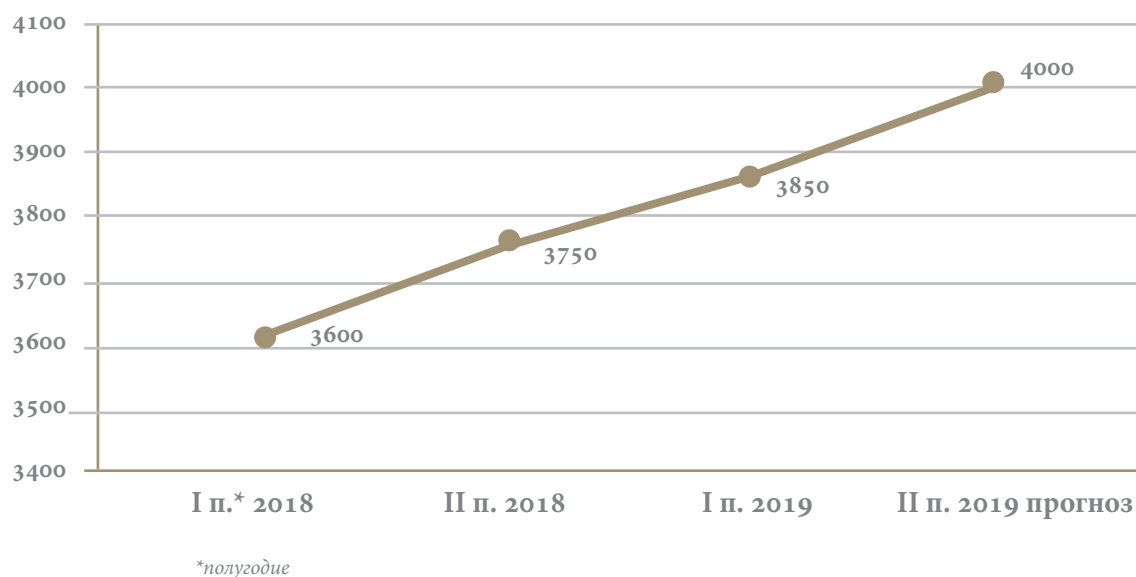
Если на объекте присутствует профессиональный РМ/ФМ-оператор*, это сокращает риски сильного износа оборудования, но в любом случае, чтобы разглядеть все «подводные камни» объекта, лучше воспользоваться услугами независимого оценщика и провести комплексный аудит.

Выигрышный для инвестиций объект должен

ДИНАМИКА ВАКАНТНЫХ ПЛОЩАДЕЙ, %



СРЕДНЯЯ СТАВКА, РУБ.



быть расположен на расстоянии не более 25 км от МКАД, в непосредственной близости от одной или нескольких автодорог федерального значения, иметь удобный выезд в обе стороны движения (в идеальном случае находиться у транспортной развязки). Качество склада должно быть не ниже требований к складам класса А (высота потолка от 10 м, нагрузка на пол не менее 5 т на кв. м, застройка не более 55% и прочее). Заполняемость инвестиционно-привлекательного объекта составляет не менее 90% от арендопригодной площади, а договоры с арендаторами рассчитаны не менее чем на ближайшие 3 года. Склад будет более привлекателен, если он построен не более 5-7 лет назад, имеет значительные ресурсы по водоснабжению, электроэнергии, газу.

УПРАВЛЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

Профессиональные инвесторы управляют складскими объектами самостоятельно или имеют свою управляющую компанию. Это логично, учитывая, что для них данное направление фактически является основным бизнесом. Для непрофильного инвестора наиболее удобным и правильным будет отдать управление складским объектом профессиональной УК,

которая обеспечит рабочее состояние помещений, клининг и работу с арендаторами. Стоимость технического управления, включающего контроль за состоянием помещений и систем, уборку, вывоз мусора и др., составляет сегодня в среднем 80-100 руб. за 1 кв. м в месяц для склада класса А, и большая часть этих затрат перекладывается на арендаторов. Поэтому когда мы говорим о средней ставке 3 800 руб. за 1 кв. м, мы имеем в виду чистую ставку без НДС и операционных расходов. Это значит, что фактически ставка аренды будет составлять 5 300-5 500 руб.

Стоимость управления недвижимостью зависит от многих факторов, например, может включать или не включать функцию поиска новых арендаторов. Но суть управления заключается в том, что привлеченная компания должна обеспечить определенный уровень дохода от объекта, по этому критерию в основном и рассчитывается ее эффективность.

Что касается индустриальной недвижимости, профессиональные управляющие компании этим сегментом в России почти не занимаются. Им это не сулит большого дохода, зато подразумевает дополнительные риски, особенно если производственные помещения относятся

*PROPERTY MANAGEMENT — управление объектами коммерческой недвижимости, основная цель которого — повышение доходности объекта и управление его стоимостью. FACILITY MANAGEMENT — управление инфраструктурой здания (инженерно-техническое обслуживание; инфраструктурный менеджмент здания, который включает в себя организацию служб уборки, охраны, ресепшен; перепланировка офисов; косметический ремонт). То есть все, что потребуется владельцу здания и его арендаторам для комфортной работы.

к старому фонду 60-70-х годов постройки и не оснащены современным оборудованием, подключены к старым сетям и, скорее всего, в течение долгого времени обслуживались очень поверхностно или не обслуживались вовсе. Поэтому для индустриальных помещений в качестве варианта остается аутсорсинг отдельных функций, например, отдельно охранная и клининговая организации. Это снимает с собственника часть забот, но полностью не освобождает от необходимости контроля и управления.

LIGHT INDUSTRIAL И SELF STORAGE *

Сегодня в Москве и в регионах начинает активно развиваться формат Light Industrial. Это формат на стыке склада и производства. Нельзя сказать, что сам он абсолютно новый, помещения малого метража под легкое производство на рынке есть давно. Однако такие помещения относятся к старому фонду и имеют низкую капитализацию, поэтому для инвесторов особенно привлекательными не являются. Сейчас же девелоперы обратили внимание на Light Industrial и начали строить качественные помещения, отвечающие как современному спросу, так и требованиям инвесторов. Зачастую предлагаются блоки именно на продажу и позиционируются как арендный бизнес. Данный формат реализуется как за городом (как правило, это новое строительство), так и внутри МКАД (в этом случае речь идет о редевелопменте производственных помещений).

В качестве варианта развития объектов в промзонах для повышения их инвестиционной привлекательности можно рассматривать формат складов индивидуального хранения (Self Storage). Сама по себе идея формата также, как и в случае с Light Industrial, не нова. С 80-х годов в СССР для этих целей активно использовались гаражные кооперативы, но и проблема для инвесторов та же — низкая капитализация активов. С 2000-х годов город начал активно избавляться от гаражей, а Self Storage вышел на более цивилизованный уровень, что позволяет рассматривать его как потенциально интересный для инвесторов продукт. ■

**РЫНОК
РАЗВОРАЧИВАЕТСЯ
ОТ АРЕНДАТОРА К
АРЕНДОДАТЕЛЮ, И
ЭТО ХОРОШИЙ ЗНАК
ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ
ИНВЕСТИТОРОВ**

**Легкая промышленность и индивидуальное хранение
(пер. с англ.)*



Второй дом

ТРЕНДЫ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

Текст:
Николай Миловидов



Николай Миловидов,
управляющий партнер
архитектурного бюро
UNK PROJECT

Зпрос на услуги профессионального проектировщика офисов появился в России недавно, вместе с приходом крупных западных корпораций со своими требованиями к внешнему виду и эргономике рабочих пространств. Причем поначалу архитектора воспринимали как «упаковщика», а офис — как «коробочку», которую достаточно красиво упаковать. Когда бизнес осознал, что офис — это не просто помещение, а рабочий инструмент, в том числе инструмент HR, PR, маркетинга, отношение к проектированию офисных пространств серьезно изменилось. По времени это совпало с активным ростом IT-кластера в конце 80-х — начале 90-х и достигло своего расцвета к 2000-м годам. Тогда же изменилось само поколение работников. Развитие интернета и возможность работать из любого места избавили от необходимости создавать фундаментальные рабочие места или изолированные кабинеты. Молодые специалисты захотели быть мобильными, передвигаться по офису с компьютером и мобильным телефоном — основными инструментами, необходимыми им для работы. Первым эту смену поколения заметил Google. IT-гиганту потребовался офис в новой, игровой форме, где сотрудники могли бы не уставать пси-

хологически и менять рабочее место и его атмосферу. При этом сотрудники могли бы использовать 100% рабочего пространства 24 часа в сутки. На сегодняшний день это остается самым известным и продаваемым подходом.

Что касается общих трендов, в проектировании офисов наметилось стремление к относительной компактности. Open space* больше не является идеальным решением, его стараются разбить на небольшие секции для работы проектных команд по 10-20 человек. При этом очень важно обеспечить коммуникацию между сотрудниками, для чего создаются специальные зоны — stand up, agile, lounge**. Важной частью современного офиса стали закрытые кабинки для телефонных переговоров или индивидуальной работы, где можно сосредоточиться на несколько часов с ноутбуком. В целом основная тенденция в архитектуре, как и в других сферах, — спрос на высокий профессионализм. Заказчик на первой же встрече по обсуждению проекта ждет от архитектора определенной подготовки и знания принципов функционирования его бизнеса. За несколько десятилетий пришло полное осознание грамотного проектирования офиса как инструмента повышения эффективности и улучшения качественных показателей работы компании. И пока офисы не уйдут в прошлое, такой подход будет единственным возможным. ■

*офис открытых пространств (пер. с англ.) — прим. ред.

**различные варианты предназначения офисных зон (прим. ред.)

CENTURY 21[®]

ONE21 EXPERIENCE^{*}

*ГЛОБАЛЬНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ БРЕНДА



**СТАНЬ ЛУЧШИМ
АГЕНТОМ В РОССИИ
И ПРИМИ УЧАСТИЕ
В ЕЖЕГОДНОЙ
ГЛОБАЛЬНОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ
СЕТИ CENTURY 21**

ЛОС-АНДЖЕЛЕС, 23-26 ФЕВРАЛЯ, 2020

DEAD MALL*

КАК СПАСТИ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР,
КОТОРЫЙ ТЕРЯЕТ ТРАФИК И
АРЕНДАТОРОВ

Текст:
Дарья Газизова

Dead mall — термин американского происхождения. Так называют торговые центры с высоким процентом свободных торговых площадей и низким трафиком. Среди возможных причин — потеря «якорного» арендатора, который выполнял функцию привлечения внимания, устаревание объекта или же влияние внешних факторов. О том, актуальна ли проблема для российского рынка и как можно спасти «умирающий» ТЦ, мы поговорили с руководителем департамента торговой недвижимости Cushman & Wakefield Оксаной Мостяевой.

*«мертвый» торговый центр (пер. с англ.)

— **Как сегодня себя чувствуют торговые центры с точки зрения заполняемости? Кризисные времена минули?**

— Если сравнивать с кризисными временами, то сейчас заполняемость торговых комплексов у нас достаточно высокая. Более того, по данным ежеквартального отчета наших аналитиков MARKETBEAT, доля свободных площадей в столичных ТЦ постепенно снижается. Низкая строительная активность и заполнение торговых центров арендаторами привели к постепенному снижению доли свободных площадей в Москве, в третьем квартале 2019 года этот показатель составил 7,7%. А если говорить о топовых объектах торговли, то там доля вакантных мест на ноябрь 2019 года не превышает 3-5%.

— **Можете привести пример «умирающего» ТЦ?**

— Наверное, самый яркий пример — это торговый центр «Комсомол» в Екатеринбурге. Причиной стало ограничение транспортной доступности. Это общеизвестная истина, что локация — самый важный параметр для коммерческой недвижимости: потеря или затруднение доступности объекта негативно влияет на бизнес, и объект попадает в категорию риска.

Случай с «Комсомолом» сложно назвать типичным, тут имели место внешние факторы. В большинстве же своем в нашей консалтинговой практике мы сталкиваемся с ситуациями, когда торговый объект испытывает трудности в силу своего устаревания.

— **Приведите, пожалуйста, примеры таких ситуаций. Как удалось решить проблему?**

— Пожалуй, уже почти хрестоматийный пример, когда из-за устаревания торговый комплекс пришлось сносить. В Москве существовал такой ТЦ — «Рамстор». Весьма известная на рынке компания Енка не стала уходить в историю редевелопмента, это не было экономически целесообразно, и было принято решение снести объект, а на его месте построить новый многофункциональный комплекс — «Кунцево Плаза». Аналогично Енка поступила в рамках проекта «Каширская Плаза», который запустился в прошлом году. В основном, конечно, мы имеем дело с редевелопментом, реконцепцией и фэйслифтингом, когда положение дел в ТЦ можно поправить без столь кардинальных решений, как снос. Например, порой для возрождения ТЦ требуется просто точно изменить состав арендаторов — это фэйслифтинг. Такой проект мы выполняем для «Военторга», где не так давно сменился собственник. В следующем году «Военторг» будет запущен в новом формате, с уже обновленным составом арендаторов, и мы надеемся, что это вдохнет новую жизнь в проект. Иногда торговый центр

можно оживить, не меняя состав арендаторов, но проведя небольшие (и относительно малозатратные) изменения в обустройстве и облике ТЦ — это реконструкция. Из последнего в этом направлении хочется отметить ТЦ «Мега» в Химках. Здесь собственники вовремя поняли, что объект нужно обновлять, что современные признаки торговых центров — это высокие потолки, широкие витрины и просторные атриумы. В результате даже небольшое увеличение высоты витрин уже позволило посетителям чувствовать себя как в новом ТК. Также весьма интересен пример Центрального детского магазина (ЦДМ) на Лубянке, когда через год после открытия собственники поняли, что требуется изменить концепцию минус первого этажа, и вместо гипермаркета там открылся фудмаркет. Изменения прошли незаметно для посетителей, торговый комплекс для этого закрывать не стали, так как это могло безвозвратно размыть трафик.

Вообще, ТЦ — это живой организм, и его нужно постоянно совершенствовать. Даже если сегодня «заселяемость» у него 100%, не факт, что завтра все будет так же радужно. Меняется покупатель и его предпочтения, меняется конкурентная среда, и непонимание этого — самая большая ошибка собственников торговых объектов.

— **По Вашему мнению, на что в первую очередь нужно обратить внимание, если чувствуешь, что объект устаревает?**

— Я бы рекомендовала начинать с фудкорта. Это главная точка притяжения в торговом комплексе, которая генерирует трафик больше, чем супермаркет. Как бы ни менялась покупательная способность (а сейчас в России она в основном снижается, мы в этом отношении наблюдаем стагнацию), какое бы влияние ни оказывало развитие онлайн-торговли, люди все равно будут заходить в торговые комплексы ради кафе и ресторанов. Кстати, уже вышеупомянутый ТЦ «Мега» значительно изменил зону фудкорта в рамках обновления.

— **А каковы рекомендации для проектируемых торговых комплексов?**

— Как я уже отмечала выше, формула современного успешного ТЦ — это высокие потолки, широкие витрины и просторные атриумы. Даже когда мы проектируем «маленькие» объекты (когда я говорю маленькие, я имею в виду объекты 12-15 тыс. кв. м GLA*), мы рекомендуем добавлять атриумные зоны, чтобы было больше света и воздуха.

Еще один момент, который стоит принимать во внимание как собственникам существующих объектов, так и строящихся, это тенденция к уменьшению площадей гипермаркетов. Если у вас гипермаркет площадью более 8 тыс. кв. м, то



Оксана Мостяева,
руководитель департамента
торговой недвижимости
CUSHMAN & WAKEFIELD

*GLA — GROSS LEASABLE AREA — арендопригодная площадь (пер. с англ.) — прим. ред.



рано или поздно арендатор попросит об изменении площади в меньшую сторону или же просто покинет проект. Новые продуктовики, которые выходят на рынок, уже не берут площади более 8 тыс. кв. м.

— В связи с чем происходит уменьшение площадей гипермаркетов в ТЦ?

— Открывается много магазинов в жилых комплексах на первых этажах, и людям всегда удобнее зайти в маленький магазин у дома, чем ехать в большой супермаркет. Если магазин у дома предлагает хороший выбор товаров, то предпочтение отдается ему.

Сегодня почти все жилые комплексы в Москве строятся с большим акцентом на торговые площади на первом этаже. У нас сейчас в работе около шести проектов ЖК, для которых требуется проработать ритейл-зону. Раньше застройщики не акцентировали на этом внимание, сейчас это важный момент на этапе проектирования. Развитый первый этаж с супермаркетом, частным детским садом и фитнес-центром — это то, что помогает продать квартиры по выгодной для продавца цене.

Ритейлеры делают ставку на торговые площади в составе ЖК или на небольшие современные ТК в спальнях районах. Что касается последнего, то в Москве готовится весьма интересный проект — 39 старых советских кинотеатров перестраиваются в торговые объекты. Собственник, который приобрел эти кинотеатры, намерен реализовать на их месте так называемые смарт-комплексы с обязательным присутствием кинотеатра, супермаркета и остальных профилей, но в компактном

формате. Проект весьма сложный, но если он реализуется и будет успешен, то, вероятно, это подстегнет развитие малых ТК в спальнях районах, что оттянет трафик и арендаторов у гигантских торговых центров.

— Каковы Ваши прогнозы на 2020 год?

— Мы полагаем, что объемы нового строительства останутся на уровне 2019 и 2018 годов (в среднем 500-700 тыс. кв. м). Но если в 2019 году прирост новых площадей был в основном за счет Москвы, то в 2020-м он будет обеспечен за счет региональных проектов. Уже анонсировано открытие новых комплексов в Екатеринбурге, Кирове, Перми, Грозном и в других городах. В столице же не запланировано ни одного более или менее масштабного проекта, увеличение объемов нового строительства в Москве мы ждем не ранее 2022 года.

Что касается содержания торговых центров, то торговая составляющая продолжит сокращаться, а акцент на развлечения и дополнительные услуги будет все ярче. Современный торговый комплекс — это микс из кафе, ресторанов, кинотеатров, пространств для мастер-классов и лекций, парикмахерских, фитнес-центров и торговых залов. ■

**ТЦ — ЭТО ЖИВОЙ
ОРГАНИЗМ, И ЕГО
НУЖНО ПОСТОЯННО
СОВЕРШЕНСТВОВАТЬ**

Реклама вашего объекта на ведущих интернет-порталах

CENTURY 21.
Россия

Яндекс
недвижимость

ЦИАН

Avito

CENTURY 21.
Global

КВАРТИРАНТ.РУ

SOB.RU
ПОРТАЛ ПРО
НЕДВИЖИМОСТЬ

DomClick.ru

WinNER

Из рук в руки

M²
МЕТР
квадратный

egent
ТОЛЬКО АРЕНДА
КАЧЕСТВО АГЕНТОВ

of.ru

BN.ru
Недвижимость в интернете

МИРКВАРТИР

RealtyMag.ru
на русском и английском

eip

Фото-Маклер

RAUI

domaza.ru



На невском берегу

ПРОЕКТЫ ДЕВЕЛОПМЕНТА ИСТОРИЧЕСКИХ
ЗДАНИЙ В ПЕТЕРБУРГЕ

Текст:
Елена Минченко



Артем Кардаш,
управляющий партнер
MILES&YARDS

Проекты девелопмента исторических зданий Санкт-Петербурга — не самая простая, но интересная задача. Расходы на работу со сложным объектом компенсируются престижностью локации и интенсивностью органического клиентского потока. В центре города, где сконцентрирована основная масса исторических объектов, они существенно выше. Безусловно, девелопер, решивший реконструировать историческое здание и приспособить его к современному использованию, столкнется с набором ограничений и необходимостью ряда согласований. «Все зависит от местоположения и статуса объекта, — комментируют специалисты петербургской компании "Центр Согласований". — Если, например, речь идет об объекте культурного наследия (ОКН) регионального или федерального значения, перед разработкой проекта инвестору придется произвести историко-культурную экспертизу, согласовать ее в комитете по государственному использова-

нию и охране памятников истории и культуры (КГИОП) и разработать проект реконструкции в соответствии с определенными экспертизой предметами охраны. Если здание, предполагающее к реконструкции, находится в охранной зоне ОКН, нужно рассчитать и согласовать комплекс мероприятий по сохранению объекта. В случае с историческим зданием без статуса изменение фасада требуется согласовать с КГИОП. В каждом конкретном случае все эти процедуры могут накладывать ограничения на допустимые изменения здания».

Исторические здания, способные заинтересовать потенциального девелопера, находятся в разной степени сохранности, и стоимость их восстановления может значительно отличаться. Большую роль играет и то, в чьей собственности находится объект.

Артем Кардаш, управляющий партнер компании Miles&Yards, создавшей проект «Севкабель Порт» (возможно, самый успешный современный проект Петербурга с точки зрения как экономики, так и имиджа города), считает, что выгода для

инвестора целиком зависит от инвестиционной модели. «Есть уже известная формула "Рубль за метр" — государственная программа, по которой здание в государственной собственности предлагается взять в аренду по крайне низкой ставке. Проблема в том, что в действительности аренда в один рубль за квадратный метр начинается только после реконструкции, а до этого инвестор должен разработать и согласовать проект приспособления к современному использованию и провести реконструкцию. До момента ввода здания в эксплуатацию придется платить арендную ставку, которую устанавливает собственник, и зачастую это может занимать до пяти лет. Формально ставка считается рыночной, но в реальности она бывает сильно выше рынка», — комментирует он.

В качестве примера Артем Кардаш приводит особняк Брусицыных на Кожевенной линии Васильевского острова. Это объект культурного наследия федерального значения, который сейчас предлагается в аренду по программе «Рубль за метр». В действительности речь идет о фактически руинированном здании. У него уникальная аура и широкая известность среди горожан, а внутри — остатки очень ценных исторических интерьеров. Однако с ними в комплекте инвестору достанутся провалившиеся перекрытия, отсутствующие местами окна и прочие крупные проблемы. «Город просит за аренду один миллион рублей в месяц, — говорит Артем Кардаш. — То есть до выхода на цену в один рубль за метр это 60 млн аренды плюс стоимость проекта, согласований и всего комплекса восстановительных работ. Неинтересная для инвестора математика».

Кроме программы «Рубль за метр» существует формат концессии, по которому город передает объект в пользование на 35-40 лет на условиях индивидуального договора. Арендной ставки в таком случае нет, стоимость определяется условиями соглашения, и здесь возможно найти интересные для инвестора варианты. Так, например, теплицы Таврического сада по концессии в этом году предлагались на условиях порядка 500 тысяч в год, и эти условия для вложений уже значительно более интересны. «В идеале сумма, которую инвестор должен потратить на приспособление объекта, должна равняться условиям аренды. Проект приспособления того же особняка Брусицыных может стоить более 10 млн рублей. Если бы, например, эти расходы и расходы на работы по восстановлению могли зачитываться в стоимость аренды, заинтересованных инвесторов было бы намного больше», — считает Артем Кардаш.

Удачные проекты восстановления исторических объектов, по мнению экспертов, в городе тоже есть. Артем Кардаш приводит в пример «Ферму

Бенуа» на Тихорецком проспекте: «Девелопер Андрей Лушников восстановил здания бывшей молочной фермы и дачи архитектора Юлия Бенуа, сейчас там интересные и экономически успешные гастрономические и образовательные проекты». Другой пример — восстановленный особняк «Пальма» в переулке Пирогова, который превращен в коммерчески успешный кластер с арендаторами из разных сегментов — от HoReCa до архитектурных бюро.

Исторические здания, подходящие для коммерческих инвестиционных проектов, выставляются на реализацию и частными собственниками. В ряде случаев это может оказаться достаточно выгодным для инвестора вложением, и многие в Петербурге покупают подобные объекты с целью реконструировать их под офисный центр, отель или торговые площади. Однако, напоминают эксперты «Центра Согласований», перед расчетом финансовой модели проекта следует обязательно провести градостроительный анализ с определениями всех технико-экономических показателей и существующих ограничений, а также запросить в КГИОП полные данные на интересующее здание. Только тогда можно будет достоверно рассчитать степень прибыльности и горизонт окупаемости проекта.

Петербург требует качественной архитектуры, и приспособление исторического здания к современному использованию — это кропотливая работа. Архитектор Александр Миронов, руководитель архитектурного бюро «Миронов и партнеры», работавший со многими знаковыми объектами в историческом центре Петербурга, считает, что любые архитектурные решения в таких случаях зависят от существующих ограничений, которые устанавливаются КГИОП, и от желаний девелопера: «Ограничений может быть много — например, в размерах наружных проемов, которые в историческом здании не расширить. Или в невозможности увеличить этажность, провести какие-либо инженерные коммуникации. И тем не менее, если здание само по себе не имеет охранного статуса, возможны различные варианты. Так, например, полностью оставляя исторические фасадные стены и сохраняя подлинный городской контекст, можно встроить внутрь современную многофункциональную "этажерку". Похожим образом в свое время было реконструировано здание на углу Невского и Владимирского проспектов, где раньше располагался знаменитый "Сайгон", а после реконструкции — отель Radisson SAS. В настоящий момент идет похожее строительство новой сцены Малого драматического театра на Звенигородской улице, где будут оставлены исторические фасады казарм Семеновского полка и полностью отстроена внутренняя часть, отвечающая нуждам современного театра». ■



Александр Миронов,
руководитель архитектурной
мастерской
«МИРОНОВ И ПАРТНЕРЫ»

Аутсорсинг офисных пространств

КАК КОВОРКИНГИ
ТРАНСФОРМИРУЮТСЯ В
СЕРВИСНЫЕ ОФИСЫ

Текст:
Николай Миловидов



Николай Миловидов,
управляющий партнер
архитектурного бюро
UNK PROJECT

Коворкинги — это свежий, интересный и бурно развивающийся во всем мире офисный формат. Популярность его в последнее время настолько высока, что даже девелоперы-тяжеловесы стали организовывать свои дочерние коворкинг-бизнесы. Однако коворкинг сегодня и коворкинг в классическом понимании — это разные типы помещений. Коворкинг в том виде, в каком он зародился несколько десятилетий назад, это пространство для фрилансеров-индивидуалов или небольших стартапов с возможностью арендовать рабочие места с инфраструктурой за определенную плату. Для комфортной работы здесь доступны переговорные комнаты, оргтехника, а также чай/кофе и прохладительные напитки. Именно так представляет себе коворкинговое пространство 90% людей. Однако современный коворкинг заметно транс-



формировался — сегодня самым востребованным форматом, приносящим наибольшую выгоду арендодателю, стал формат сервисного офиса. Арендатор такого офиса — компания, не желающая тратить время на переезд, ремонт и закупку оборудования. Причем это не обязательно маленькая компания или стартап, это может быть целый отдел крупной корпорации из 50-100 человек.

Сервисные офисы — не новое изобретение. Первым сервисным офисом (а в России они представлены с конца 90-х годов) стал формат Regus. Классический Regus в Смоленском пассаже предлагал компаниям-арендаторам близкий к современным коворкингам набор функций: микс виртуального офиса и реальной площадки для работы и проведения встреч. Сейчас мы видим, как все больше коворкинги переориентируются с не самых дорогих одиночных клиентов на корпоративный сектор.

Сервисные офисы реализуются лотами по 300-750 полностью оборудованных и обслуживаемых квадратных метров, не объединенных при этом в какую-либо общность, что было характерно для классических коворкингов.

Лучшим примером такой трансформации служит мировой лидер WeWork, начинавший как классический коворкинг с упором на сообщество и с сильной общественной частью: развитые общественные пространства с баром, тусовки в единой атмосфере WeWork и пицца по пятницам для всех обитателей коворкинга. Но именно WeWork обратил внимание на большие компании, впервые заходящие на определенный рынок в той или иной локации, заинтересованные в размещении сотрудников, но не желающие тратить время на ремонт. Вслед за WeWork все больше новых коворкингов стремятся сократить общественную функцию и несколько отойти от ориентации на стартапера-фрилансера.

Сервисные офисы — это то, что сегодня движет рынок, в том числе в Москве. Во многом этот формат соответствует концепции современного бизнес-центра: общие ресепшн, большая переговорная и конференц-зал, в которых нет постоянной необходимости. Отличие же в том, что этот офис уже отделан, меблирован и готов к заезду, а в некоторых случаях даже оборудован оргтехникой. Самое главное, он полностью поддерживается всем необходимым. Арендатор не думает о клининге, бумаге, кофе и так далее — все это забота арендодателя.

Сейчас WeWork сохраняет места для фрилансеров и продолжает поддерживать соответствующую атмосферу коворкинга: большая общественная зона для совместного досуга с фирменной фишкой — разливным пивом. Но, ознакомившись со структурой коммерческих площадей, можно понять, что идеальным пользователем WeWork является именно компания. Сейчас UNK project вместе с O1 Properties работают над новым продуктом для рынка. Это формат сервисных офисов под общим брендом Space 1.

На примере коворкингов и сервисных офисов мы можем проследить, как развитие бизнеса и его запросов сделало полный круг. Отойдя от потребности в больших офисах, на какое-то время компании перебрались в коворкинги, отправив туда на удаленную работу большинство сотрудников. Однако оказалось, что это работает не с любым бизнесом. На определенном этапе развития компаниям все равно приходится возвращаться в офисы, из чего мы можем сделать два вывода. Во-первых, офисы как явление еще долго не уйдут в прошлое. Во-вторых, для развивающегося бизнеса сервисные офисы стали идеальным решением. ■

Бизнес выбирает

ПРАВИЛЬНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ ДЛЯ
СТАРТАПОВ РАЗНЫХ ОТРАСЛЕЙ

Текст:
Полина Сергеева



Елена Иванова,
руководитель сети детских
языковых центров
«ПОЛИГЛОТИКИ»

Перед новоиспеченным бизнесменом стоит непростая задача — поиск подходящего помещения. Если бизнес связан с розничной торговлей, сферой общественного питания или обучением, именно выбранная точка становится залогом победы или, наоборот, поражения. Мы поговорили с экспертами о том, какие типы помещений идеально подходят для тех или иных отраслей и на какие параметры нужно обращать внимание в первую очередь.

ДЕТСКИЙ ЯЗЫКОВОЙ ЦЕНТР

Елена Иванова, руководитель сети детских языковых центров «Полиглотики»

Выбор помещения под детский центр — один из самых важных факторов его будущей успешности. В первую очередь я советую обращать внимание на месторасположение. Оно должно иметь достаточно высокую проходимость. При этом не обязательно выбирать центр города, можно остановиться на оживленном микрорайоне, именно там проживает целевая аудитория развивающих центров: семьи, дети.

Нашим партнерам, которые только собираются открыть языковой центр «Полиглотики», мы рекомендуем присмотреться к первым этажам многоэтажного жилого дома, но с отдельным входом. Выбирая помещение в многоэтажном доме, помните, что в идеале оно должно быть документально переведено в нежилой фонд. К счастью, есть поправка: недавно в силу вступил закон, согласно которому сегодня размещать детские центры

можно и в обычных жилых помещениях. Но здесь существует целый ряд сложностей: работать там может только ИП с согласия соседей. К тому же придется ознакомиться с санитарно-эпидемиологическими требованиями к дошкольным учреждениям, расположенным в жилом фонде.

Впрочем, ряд норм придется соблюдать в любом случае. Так, к помещениям, в которых располагаются детские центры, достаточно высокие требования предъявляет пожарная служба. Некоторые из них касаются планировки. Детский центр должен включать в себя холл, несколько кабинетов для занятий, санузел и игровую комнату.

Оптимальная площадь — около 60 кв. м, но комфортнее для детей и педагогов, если организация расположится на большей площади — от 75-80 кв. м.

Напоследок небольшой секрет по привлечению клиентов. Статистические исследования показывают, что чаще всего люди узнают о детских центрах с помощью вывесок и уличных баннеров. Поэтому при выборе места всегда обращайтесь внимание на то, где можно расположить рекламные конструкции, указатели и насколько хорошо их будет видно с разных точек, в том числе с дороги.

МАГАЗИН БЕЛЬЯ

Елена Попова, директор по франчайзингу сети магазинов белья и колготок «Стильпарк»

ТЦ или стрит-ритейл

Если ваш бренд не обладает глобальной узнаваемостью у потребителя, он не сможет генериро-

вать большой поток собственного трафика. Это, в свою очередь, не лучшим образом скажется на прибыли в целом. Поэтому в качестве локации для магазина одежды, обуви, аксессуаров, нижнего белья лучше выбирать торговый центр, который отвечает определенному перечню требований:

- Соответствует категории А или В
- Находится рядом с транспортными магистралями, ж/д станциями и метро
- Имеет полноценную парковку
- Располагается рядом с трафикообразующими объектами инфраструктуры

Также важно, чтобы это не был преимущественно развлекательный центр — в таких местах люди обычно не настроены на покупку одежды, белья, обуви и др.

Еще одним плюсом станет наличие якорного арендатора, это может быть крупный известный брендовый магазин.

Требования к помещению

При выборе помещения под розничную точку следует учитывать несколько важных факторов:

— **Конкуренты.** Идеально, если в торговом центре нет конкурентов и не будет пересечений в ассортименте. Однако если они все же есть — это не повод ставить крест на локации (если в остальном она вас устраивает). Конкурирующий бренд (особенно если он хорошо раскручен) может выступить отличным генератором трафика, вам нужно будет только простимулировать покупателя заглянуть и в ваш магазин. Это можно сделать при помощи грамотного дизайна витрин, хорошего освещения, рекламы внутри торгового центра.

— **Расположение внутри ТЦ.** От помещения, расположенного в непосредственной близости от входа в торговый центр, лучше сразу отказаться — посетитель только заходит в ТЦ и сначала хочет немного пройтись, сориентироваться и осмотреться, а ваш магазин, соответственно, пропускает. Второй раз он увидит его на выходе, когда уже будет нагружен покупками со всем необходимым, поэтому тоже вряд ли заглянет. Еще одно неудачное место для магазина белья и одежды — зона фуд-корта. Хотя по объему трафика она и подходит, но абсолютно не сочетается с нижним бельем — выбирать его под пристальным взглядом жующих людей удовольствие ниже среднего и желающих, как правило, мало.

— **Характеристика помещения.** Для магазина белья, так же как и для магазинов одежды и обуви, оптимально подойдет помещение правильной формы — прямоугольное или квадратное, с хорошей витриной. Гораздо выгоднее, если помещение не новое и уже ремонтировалось, тогда вам необходимо будет внести минимальные корректиров-

ки — освежить цвет стен, потолки и т.д. Если освещение и вентиляция уже проведены — прекрасно, если нет, уточните, возможно ли проведение необходимых систем технически и не потребует ли это дополнительных расходов.

— **Требования ТЦ.** Момент, на который не все обращают внимание и потом страдают от этого. Четко зафиксируйте все требования арендодателя относительно будущего магазина, его технического оснащения, внешнего вида, необходимого ремонта. Перечень этих требований может измениться внезапно и не в вашу пользу.

Не так давно мы открывали франчайзинговый магазин в Уфе в популярном торговом центре с хорошим трафиком. Само помещение переходило к нам от другого магазина, все необходимые технические работы были сделаны, поэтому мы рассчитывали открыться через месяц, сделав лишь небольшой косметический ремонт. В итоге мы открылись только через четыре месяца: после того как начались отделочные работы в помещении, торговый центр оповестил нас о том, что мы должны еще установить систему кондиционирования, которая по договору там якобы была, переделать освещение, а заодно и поменять им фасад. В нашем случае франчайзи не пришлось ничего переделывать за свой счет, т.к. к делу подключились юристы компании, плюс сыграла важную роль и известность бренда. Но так радужно подобные ситуации заканчиваются не всегда.

— **Размер арендной ставки.** Деньги имеют значение, и порой решающее, поэтому сначала определитесь, насколько подъемна для вас установленная арендодателем сумма, что в нее входит и не появятся ли в процессе сотрудничества какие-либо дополнительные платежи в виде расходов на рекламу или чего-то еще. Также проанализируйте, насколько заявленная сумма оправданна, а именно, как она соотносится с трафиком торгового центра.

РЕСТОРАНЫ И ФАСТФУДЫ

Ольга Аткачис, генеральный директор A2 Retail

Аренда или собственность

Открытие заведения общественного питания — как сетевого, так и единичного проекта — это затратное мероприятие. Первоначальные инвестиции в данном случае значительно превышают вложения в продуктовый ритейл и бутиковый сегмент fashion-ритейла. Затраты на оборудование для кухни и бара перевешивают стоимость ремонта в любом другом виде бизнеса.

Срок окупаемости ресторанных проектов на 2-3 года выше, чем у продуктового ритейла, и составляет не менее 5 лет для ресторана полного



Елена Попова,
директор по франчайзингу
сети магазинов белья
и колготок «СТИЛЬПАРК»



Werner Lercoy / Shutterstock.com



Ольга Аткачис,
генеральный директор
A2 RETAIL

цикла. Для небольших фаст-фуд проектов на площади до 100 кв. м срок окупаемости составляет в среднем 2-3 года. В связи с этим все рестораторы хотят минимизировать риски, заключив максимально длительный договор аренды, учитывающий все возможные риски в случае потери вложений в арендуемую площадь.

Идеальный вариант, безусловно, это приобретение помещения в собственность. Данное решение — наиболее комфортное для предпринимателя и несет в себе минимальные риски, позволяя ни от кого не зависеть. Но немногие бизнесмены (не более 5%) могут позволить себе такие инвестиции. Большинство все-таки выбирает аренду.

Правила выбора

Искомые характеристики помещений не меняются годами, они уже давно сформированы для всех групп рестораторов. Так, всегда приветствуются витрины, и 90% общепитов настаивают на том, чтобы они были. Даже на маленькое помещение требуется хотя бы одна витрина. Для больших помещений их наличие просто не обсуждается. Также важными требованиями являются возможность организации летней веранды и достаточная электрическая мощность.

Если говорить о локации, то приоритетны угловые расположения на перекрестках или на пересечении двух улиц внутри квартала.

Кроме того, в последние годы при выборе помещения преимущество отдается объектам, в которых уже размещались заведения общественного питания. Обязательно наличие согласованной «свечи» вентиляции — мощной вытяжки, необ-

ходимой для кухни. Требования к ресторанному бизнесу ужесточаются с каждым годом и согласовывать что-то новое в этой области становится в разы дороже и сложнее, чем еще 3-5 лет назад. Это не только финансово затратно, но и длительно. Прохождение всех согласовательных процедур для размещения общепита в помещении, где его никогда не было, занимает до 3-6 месяцев. Это может существенно ухудшить экономику любого проекта и не позволяет вписаться в рамки льготного периода договора аренды. В связи с этим все рестораторы хотят получить помещение, которое будет достаточно просто трансформировать под их нужды.

Если говорить об открытии в необычном месте, то сегодня это очень рискованная история, и большинство предпринимателей стараются открывать что-то в раскрученной локации и в понятном для целевой аудитории формате.

Как искать?

Встречаются разные варианты подбора помещения — как своими силами, так и при помощи риэлтора, друзей или партнеров. В Санкт-Петербурге и Москве все рестораторы знают друг друга, эти рынки часто пересекаются. Благодаря этому, все бизнесмены обсуждают между собой искомые варианты, делают запросы дружественным собственникам, у которых они уже арендуют помещения. Если крупные сетевые проекты хотят чего-то эксклюзивного, отсутствующего в открытой продаже, они обращаются к риэлторам, которые могут найти такой вариант. ■

Хостелы под запретом

НОВЫЕ ПРАВИЛА ОКАЗАНИЯ
ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ
С 1 ОКТЯБРЯ 2019 ГОДА

Текст:
Дамир Хакимов

С 1 октября 2019 года вступил в силу запрет на размещение гостиниц в жилых помещениях. Новая формулировка в ст.17 Жилищного кодекса России звучит так: не допускается размещение в жилых помещениях гостиниц; жилое помещение в многоквартирном доме не может использоваться для предоставления гостиничных услуг.

Законопроект об этом запрете был внесен в Государственную Думу группой депутатов во главе с Галиной Хованской четыре года назад и первоначально предусматривал немного более широкую формулировку. Основным аргументом инициаторов законопроекта было то, что использование квартир в качестве хостелов нарушает права жильцов в соседних квартирах, а также может приводить к ущербу объектам культурного наследия.

В течение следующих трех лет не раз откладывалось сначала рассмотрение проекта, а затем и введение закона в действие. В результате гостиничный бизнес получил некоторое время для подготовки к нововведению.

Несмотря на то, что закон появился только сейчас, правовые проблемы работы хостелов в жилых домах существовали всегда. За последние годы Роспотребнадзор, ответственный за контроль за деятельностью по временному размещению граждан, наработал практику запрета деятельности гостиниц по причине нарушения санитарных норм. Зачастую в жилых домах подобные нарушения носят неустранимый характер. Иными словами, размещение гостиниц (хостелов) в изначально не предназначенных для этого помещениях почти всегда нарушает какие-то технические

нормы (санитарные, пожарные или иные). Новый закон только добавил инструмент для борьбы с гостиничным бизнесом в многоквартирных жилых домах.

Что же диктует закон владельцу хостела? В первую очередь нужно перевести статус помещения из жилого в нежилой, если, конечно, это допустимо в отношении конкретного помещения. Для этого придется заручиться согласием большинства собственников в доме. Затем нужно обустроить отдельный вход и реконструировать инженерное оборудование (часть коммуникаций придется делать автономной). Если отдельный вход приведет к уменьшению общего имущества дома, для оформления нужно будет получить согласие всех собственников дома.

Складывается не очень-то радужная перспектива: даже если отельер каким-то чудом сможет легализовать нежилой статус хостела, это не защитит его от последующих проверок Роспотребнадзора по жалобам жильцов (или конкурентов), недовольных беспокойным соседством. Причины недовольства и санкций могут быть очень разными — от шума и табачного дыма до нарушений миграционных или пожарных правил.

Вероятно, многие хостелы выберут альтернативный путь и вернуться на предыдущую ступень развития услуг по размещению — к краткосрочной сдаче квартир и комнат в наем. Формально такой вид деятельности под запрет не попал. Однако, по сути, такой процесс означает уход в теневую экономику малого гостиничного бизнеса, упрощение системы его организации и, по крайней мере, в краткосрочной перспективе, неизбежное снижение качества гостиничных услуг в сегменте хостелов. ■



Дамир Хакимов, руководитель
юридического департамента
CENTURY 21 Россия

Доверяй, но проверяй

ЗАЧЕМ НУЖЕН DUE DILIGENCE*
И ПОЧЕМУ НЕ СТОИТ ИМ
ПРЕНЕБРЕГАТЬ

Эксперт:
Александр Дрягин



Александр Дрягин,
директор Бизнес-академии
CENTURY 21 Россия

«Доверяй, но проверяй», — гласит одна русская поговорка. «Меньше знаешь — крепче спишь», — противоречит ей вторая. В случае с покупкой или арендой коммерческой недвижимости однозначно необходимо следовать первой, так как без тщательной проверки коммерческого объекта велик риск потерять не только сон, но и огромные суммы денег.

Процедура, которая позволяет проверить объект перед его покупкой или арендой, называется Due Diligence, что означает «обеспечение должной добросовестности». В России этот инструмент активно набирает популярность. Это обусловлено тем, что повышается финансовая грамотность покупателей и арендаторов коммерческой недвижимости, и они хотят знать всю правду об объектах, прежде чем инвестировать в них.

* «должная добросовестность» (пер. с англ.) — здесь: процедура составления объективного представления об объекте инвестирования, включающая в себя оценку инвестиционных рисков и независимую оценку объекта инвестирования.



Due Diligence включает в себя детальную проверку самого объекта недвижимости, его соответствие требованиям законодательства на протяжении всего срока существования, а также проверку деятельности собственника объекта. Цель — выявить, устранить или минимизировать правовые и налоговые риски, снизить вероятность возникновения судебных и административных споров, исключить упущения, неточности, искажения данных. По итогам Due Diligence составляется детальный отчет о выявленных рисках и разрабатывается план их устранения. Так обеспечивается безопасность и выгодность сделки для покупателя или арендатора.

СКОЛЬКО ВРЕМЕНИ ЗАНИМАЕТ DUE DILIGENCE

Для коммерческой недвижимости — офисов, торговых помещений, торговых центров, апартментов — на Due Diligence рекомендуется закладывать от пятнадцати до сорока пяти дней. Для промышленных объектов — складов, заводов, производственных цехов — потребуется больше времени. Промышленные объекты, как правило, стоят дороже и требования со стороны законодательства к ним весьма жесткие, поэтому необходимо проверить множество дополнительных факторов.

7 ВОПРОСОВ, НА КОТОРЫЕ ОТВЕЧАЕТ DUE DILIGENCE

1. ЕСТЬ ЛИ КАКИЕ-ЛИБО ОБРЕМЕНЕНИЯ, ИЗ-ЗА КОТОРЫХ КОНКРЕТНЫЙ ОБЪЕКТ НЕ МОЖЕТ ВЫСТУПАТЬ КАК ПРЕДМЕТ СДЕЛКИ С ПРАВОВОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ?
2. ИМЕЮТ ЛИ ЛИЦА, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ ЗАКЛЮЧИТЬ СДЕЛКУ, ПРАВА НА ЕЁ ПРОВЕДЕНИЕ?
3. КАКОВА ИСТОРИЯ СОВЕРШЕНИЯ СДЕЛОК С ЭТИМ ОБЪЕКТОМ НЕДВИЖИМОСТИ?
4. ВСЕ ЛИ В ПОРЯДКЕ С ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ НА ОБЪЕКТ?
5. ДОБРОСОВЕСТЕН ЛИ ПРОДАВЕЦ И НАСКОЛЬКО ПРОЗРАЧНЫ ЕГО ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ?
6. СООТВЕТСТВУЕТ ЛИ ФАКТИЧЕСКОЕ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБЪЕКТА ЗАЯВЛЕННОМУ?
7. КАКОВЫ РИСКИ ПОТЕРИ ПРАВА НА ОБЪЕКТ БУДУЩИМ ПОКУПАТЕЛЕМ?



ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ DUE DILIGENCE ПРИ ПОКУПКЕ И АРЕНДЕ

Сложность Due Diligence, объем работы экспертов и стоимость их услуг зависят от характера сделки. Проверка перед арендной сделкой является наиболее простой и быстрой. При купле-продаже процедура значительно усложняется.

Так, в случае аренды на этапе Due Diligence проверяется право собственности на объект и право на использование земельного участка у арендодателя, обременения, соответствие реального состояния здания описанию в документах технического и кадастрового учета. Также определяются процедуры, которые должен провести арендодатель при заключении арендного договора. Обычно они зафиксированы в корпоративных документах.

При покупке объекта недвижимости требуется не только проверить факты, но и просчитать риски утраты прав собственности из-за каких-либо нарушений предыдущих владельцев или из-за третьих лиц, претендующих на недвижимость. Для этого нужно исследовать основания прав собственности на объект, влияние имеющихся обременений на возможность свободно им распоряжаться, а также проследить участие собственника в различных су-

дебных спорах. В ряде случаев последствием таких споров может быть потеря прав собственности на недвижимость.

Особое внимание стоит уделить исследованию правового положения земельного участка, на котором располагается объект: имеются ли в отношении него какие-либо ограничения или обременения. Нередко выявленные в результате Due Diligence риски становятся причиной снижения цены на объект недвижимости и позволяют покупателю сэкономить. В дополнение к вышесказанному при покупке недвижимости с инвестиционными целями проверяются еще и доходы и расходы собственника, связанные с объектом. Например, при покупке офисных зданий потребуются изучить налоговые декларации, бухгалтерские отчеты о прибыли и убытках, арендных платежах, счетах за коммунальные услуги, договоры на аренду.

ПРОВЕРКА ТЕХНИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЗДАНИЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Проверка технического состояния покупаемой недвижимости может занять от нескольких часов до нескольких дней и стоить от 5 до 100 тыс. рублей, иногда больше. Все зависит от размера здания и

масштабов инспекции. Экономить на этом я бы не рекомендовал, так как грустных историй о покупке объектов вслепую я знаю гораздо больше, чем веселых.

Ниже базовый список того, что нужно проверить:

- состояние электропроводки, водопровода, канализации, отопления и вентиляции;
- физическое состояние здания: крыша, фундамент, структурная целостность, водонепроницаемость;
- санитарное состояние здания: насекомые, грибок и прочее;
- качество питьевой воды;
- состояние противопожарной системы.

Также на этом этапе выявляются любые нарушения законов и положений, связанных с эксплуатацией зданий. Например, соответствие здания нормам пожарной безопасности, требованиям по адаптации для инвалидов и так далее.

Все чаще при покупке объекта инвесторы требуют проведения экологического анализа, который в зависимости от типа объекта может включать

проверку состояния почвы на предмет загрязнений, качества воздуха, просчет рисков наводнений и прочие тесты.

РЕЗУЛЬТАТЫ DUE DILIGENCE

Чаще всего результаты Due Diligence приводят к дополнительным переговорам между продавцом и покупателем. Эти переговоры сводятся либо к понижению стоимости недвижимости, либо к исправлению выявленных нарушений продавцом. В моей практике был случай, когда в результате инспекции здания, где наш заказчик планировал организовать магазин, мы выявили существенные нарушения, и это заставило продавца пойти на уступку в цене более чем в 40 тысяч долларов.

Если нарушения слишком серьезны и риски для покупателя слишком высоки, то часто все заканчивается аннулированием сделки. В любом случае покупатель в результате Due Diligence владеет всей необходимой информацией для принятия правильного решения. ■



Частный доход

КАК ЗАРАБОТАТЬ НА ПРИБРЕТЕНИИ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Текст:
Полина Сергеева



Вера Чайкина,
главный аналитик компании
«ЭДИФИКО»

Инвестиции в недвижимость давно перестали быть привилегией исключительно состоятельных людей. Сегодня даже рядовые менеджеры пробуют такой способ приумножения средств. Мы поговорили с представителями разных сфер бизнеса о том, как они пришли к инвестициям в коммерческие объекты, как избегать сложностей и наращивать свой капитал.

ВЕРА ЧАЙКИНА, ГЛАВНЫЙ АНАЛИТИК КОМПАНИИ «ЭДИФИКО»

Сегодня инвестиции — это важный инструмент экономики, который, с одной стороны, приносит заметный доход самому инвестору, с другой — оказывает позитивное влияние на развитие общества в целом. Но как быть в случае, если доступная сумма не очень высока? Выходом может стать коллективное инвестирование через краудфандинговые площадки, явление в России достаточно новое.

Несколько лет назад бизнес в сфере аналитики позволил мне вывести свободные средства. Было несколько вариантов, как их потратить. Самый очевидный — вложить в развитие своего проекта, но мне хотелось взяться за что-то новое, получить опыт в другой области. Да и наличие источников дохода в разных сферах придает устойчивости, хотелось диверсифицировать портфель. Второй мыслью была возможность покупки квартиры с последующей сдачей в аренду. Жилищный вопрос всегда актуален, особенно для Москвы и области. Но, разобравшись в вопросе, я поняла, что рынок устанавливает свои границы, и доход изначально ограничен. Если рядом с твоим объектом есть инфраструктура, больницы, школы, станция метро

— это хорошо. Но чего-то может не быть, плюс рынок «вторички» тоже вносит свои коррективы. В итоге проведенный анализ и расчет показали, что это не очень эффективный способ вложения с точки зрения получения доходности. В секторе коммерческой недвижимости дивиденды значительно выше.

Сначала я рассматривала возможность покупки складских и офисных помещений. Но в итоге от этого пришлось отказаться. Для склада непросто найти арендаторов. Почти всегда требуется покупать специализированное оборудование. И в том случае, если арендатор по какой-то причине прекратит сотрудничество, найти нового с такой же спецификой будет непросто. Либо переоборудовать склад, что потребует дополнительных финансовых вложений. Офис также обладает недостатками, главный из которых — он подвержен кризисным колебаниям. В случае экономического спада первыми под сокращения попадают офисные сотрудники базового звена, соответственно, необходимость в помещениях для них также пропадает. Выбор же торговой недвижимости устраняет вышеперечисленные проблемы. Идеальным претендентом станет небольшой торговый центр с универсамом на первом этаже, куда люди будут приходить за продуктами, два-три этажа для разнообразных бутиков, а также фуд-корт наверху. Арендаторы хорошо известны инвесторам, понятно, из чего складывается их прибыль. Деятельность такого объекта почти не подвержена кризису. Продукты питания будут пользоваться спросом в любом случае. Конечно, потребительская корзина может уменьшиться, но покупателей все равно будет достаточно, чтобы обеспечить постоянный доход. Кроме того,



арендаторы такого плана тщательно выбирают место для своей деятельности, поскольку переезд у них сопровождается большими финансовыми потерями. Порой предприниматели будут оставаться на выбранном месте даже себе в убыток, ожидая очередного подъема экономики.

Чтобы купить ТЦ, нужна приличная сумма, которой на тот момент у меня не было, поэтому я решила вложиться через краудфандинговую платформу вместе с другими инвесторами. По нашему законодательству минимальным порогом является вложение в триста тысяч рублей, верхнего предела нет — я, кстати, об этом не знала. Для примера, средний чек в АКТИВО, компании, с которой я инвестировала, составляет шесть миллионов.

Мне предложили проект, находящийся в области, а не ближе к центру Москвы, как я думала изначально: ТЦ общей площадью около 3,5 тыс. кв. м. Специалисты тщательно проверили все юридические нюансы: все ли законно со стороны расположения здания, нет ли каких-то неучтенных пристроек, нет ли проблем с местными и федеральными властями. Этому уделяют особое внимание, поскольку наличие нарушений может негативно сказаться на конечной стоимости объекта. Кроме того, площадка полностью берет на себя управление торговым центром, то есть доход от вложения действительно получается пассивным и составляет 9-10% годовых. Пай, именно так называются вложенные средства, можно продать в любой момент. Как правило, под каждый объект создаются закрытые паевые фонды, которые существуют до 15 лет, а дальше общим голосованием инвесторы решают, продавать объект или нет.

Что касается выводов, которые я сделала:

— не стоит относиться предубежденно к коллективным инвестициям. Несмотря на относительно небольшие суммы, подобные вложения могут стать отличным решением для реализации свободных средств.

— важно грамотно оценивать риски. Лучше взять что-то менее прибыльное, но более надежное. На длинной дистанции это окупится с лихвой.

— необходима финансовая и юридическая грамотность. Недостаточно вложиться в объект, нужно грамотно им управлять. И именно в этом случае услугами квалифицированных специалистов нельзя пренебрегать.

АЛЕКСЕЙ МАКСИМЧЕНКОВ, ИНВЕСТОР, ЭКСПЕРТ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Основных трудностей, с которыми я столкнулся, две. Во-первых, в коммерческую недвижимость дорогой «вход». Второе — рентабельность объектов инвестирования.

Проблемы могут быть, если объект относится к старому фонду, какая-то дверь неправильно поставлена с нарушением технического плана, произведен незаконный перенос стен. Например, коммерческое помещение, где на месте окна сделана дополнительная дверь, но по документам это никак не оформлено. Или по документам все нормально, но есть какие-то переделки, которые продержатся лишь до первой проверки. Для изучения объекта лучше брать агентство. Если агент со стороны продавца и он недобросовестный, то ему главное продать, поэтому лучше иметь агента со своей стороны.

Нюансов в коммерции больше, чем в жилой недви-



**Алексей Максимченков,
инвестор, эксперт по
финансовой грамотности**



Раиса Манаширова,
директор департамента по
организации продаж
«МД ГРУПП»

жимости. Прежде всего, площадь большая. Бывает, что объект покупается вместе с арендаторами, которые «сидят» на долгосрочных договорах. И если арендатор заплатил за год вперед, надо проверять все платежи, документы. Многие покупают коммерцию для пассивного дохода. Самое выгодное — это объекты с «якорными» арендаторами: банками, супермаркетами.

Если брать коммерческую недвижимость на рынке (не через выкупи или торги по банкротству), то объекты стоимостью до 8 млн рублей — неинтересны. Они приносят такой же доход, как и жилая недвижимость. От 8 млн рублей идут уже другие показатели прибыли. Кроме того, коммерция окупается быстрее, чем жилая. При выборе объекта решающее значение имеет место и еще раз место. Если это офис, куда не будут приезжать клиенты, а просто рабочее место для сотрудников, то можно взять где-то подешевле. Если это магазин, то надо искать, где хорошая проходимость и делать вход прямо с улицы. Все зависит от назначения коммерческой недвижимости.

Для тех, кто начинает, я бы рекомендовал пообщаться с людьми, которые инвестируют в недвижимость не один год. Встретиться со специалистами, которые работают с документами по переоформлению объектов. И просчитать всю математику «входа» и «выхода» на этот рынок. Сколько требуется для входа, какая аренда, документы. Все цифры посмотреть и понять, прибыльно или нет, чтобы не просто с головой нырнуть и потом уже наблюдать, что там происходит. Если цифры устраивают, то можно инвестировать. Деньги большие, поэтому да, лучше заранее все просчитать. Всегда можно посмотреть, кто владелец недвижимости, которая вас интересует, и найти его через социальные сети, задать вопросы, кто-то обязательно ответит. Плюс можно ходить на встречи инвесторов.

РАИСА МАНАШИРОВА, ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ «МД ГРУПП»

Основное, на что нужно обращать внимание, локация и трафик. Имеет значение все: близость к метро и остановкам общественного транспорта, плотность населения, возможность разместить заметную вывеску. Для многих видов деятельности необходимо получение лицензии, в связи с этим нужно четко понимать ограничения и возможности того рода деятельности, который планируется там осуществлять.

С тех пор как московских девелоперов обязали отводить часть площади жилых домов под коммерческие помещения, 90% новостроек строятся без квартир на первых этажах. Помещения на первом этаже отведены под кафе, мини-маркеты, парикмахерские, химчистки, фотоателье и т.д. Это стало самостоятельным и очень перспективным сегментом коммерческой недвижимости. В пользу поме-

щений на первом этаже новостройки говорят свежий ремонт, хорошее состояние здания, близость к потенциальным покупателям, возможность купить помещение на раннем этапе строительства по цене ниже готового. Лоты, купленные на старте строительства, после ввода в эксплуатацию приносят владельцу 8-9% прибыли в год и окупаются за 3-5 лет. Например, в жилом комплексе «Новое Бутово», который сейчас строит MD Group, открылись продажи коммерческих помещений в строящемся 16 корпусе. Стоимость квадратного метра составляет от 90 тыс. рублей. ЖК «Новое Бутово» рассчитан на 16 000 человек и на 80% уже заселен, что обеспечит постоянный приток клиентов и интерес арендаторов. По нашим наблюдениям, 80% арендаторов коммерческих помещений в новостройках — сами жители, которые заинтересованы открыть небольшой собственный бизнес или просто сдавать помещение, которое находится рядом с домом, что облегчает контроль и управление.

Однако покупая помещение на стадии строительства, важно быть уверенным, что его точно сдадут! То есть надежность застройщика — весьма важный момент при выборе. Не менее важным аспектом при принятии решения о покупке коммерческого помещения является знание перспектив развития района. Вы должны быть уверены, открывая свой фитнес-клуб, что рядом вскоре не планируют построить спортивный комплекс с бассейном. Чтобы перед витринами вашего цветочного магазина или салона красоты вдруг не появился шумоизоляционный экран, ограждающий от новой дороги, и многое другое. Внимательно изучите контингент, проживающий в данной локации. Целевая аудитория и ее потребности — основа выбора направления бизнеса.

Чтобы не было сюрпризов при эксплуатации помещения, будь то доленое строительство или покупка готового помещения, заключая договор, необходимо зафиксировать все характеристики передаваемого объекта, которые декларируют вам при продаже: выделенные мощности, высоту потолков, планировку, полноту отделки.

Я советую также изучить локацию — не просто детально рассмотреть карту, а пройтись по району, приметить конкурентов, оценить оживленность района и доступность выбранного лота. Отдавайте предпочтение лотам правильной формы — это позволит максимально эффективно использовать каждый квадратный метр. По возможности пообщайтесь с жителями выбранного микрорайона, чтобы узнать лучше об их потребностях, это станет одним из аргументов в переговорах с арендаторами. Обратите внимание на высоту потолков (желательно от 3 м) и размер окон. Помещения с высокими потолками и хорошей инсоляцией будут привлекательнее как для арендаторов, так и для их будущих клиентов. ■

ЖК Versis

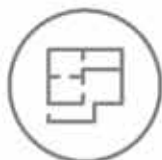
ДЛЯ ТЕХ, КТО ЦЕНИТ
УНИКАЛЬНОСТЬ И КОМФОРТ

г. Москва, Нахимовский проспект, д.73,
м. Профсоюзная



КВАРТИРЫ ПЛОЩАДЬЮ от 67 до 230 м²

РАЗЛИЧНЫЕ ВАРИАНТЫ ПЛАНИРОВОК



Оригинальный
дизайн



Подземный
паркинг



Своя
инфраструктура



Охраняемая
территория



Андрей Харламов

+7 (906) 069-11-87, +7 (495) 980-21-08

kharlamov.andrey@century21.ru

ankharlamov.century21.ru

1-й Тверской-Ямской пер., д. 18

CENTURY 21.
Харламов

Из жилой в коммерческую

НАЧАТЬ БИЗНЕС В ЖИЛОМ
ПОМЕЩЕНИИ ТЕПЕРЬ НАМНОГО
СЛОЖНЕЕ

Текст:
Сергей Пивоварчик

В соответствии с внесенными Федеральным законом от 29.05.2019 № 116-ФЗ изменениями в Жилищный кодекс РФ усложнился процесс перевода жилого помещения в нежилое (коммерческое) для ведения бизнеса. Новшества коснулись получения согласия собственников помещений в многоквартирном доме на перевод помещения из жилого в нежилое, а также требований к оформлению протоколов собраний собственников помещений в многоквартирных домах. Если оценивать масштаб изменений, то они не просто усложнили процедуру перевода жилого помещения в нежилое, но и сделали для кого-то такой перевод невозможным.

Основные изменения

1. Получение согласия большинства собственников помещений в многоквартирных домах на перевод жилого помещения в нежилое;
2. Обязательное получение согласия каждого собственника помещения, примыкающего к переводимому;
3. В помещение после его перевода из жилого в нежилое должен быть исключен доступ с использованием помещений, обеспечивающих доступ к жилым помещениям;
4. Изменение требований к оформлению протоколов собраний собственников помещений в многоквартирных домах.

Процедура перевода

ЭТАП 1

Оценить действующее законодательство, а также законодательные инициативы о запретах размещения в многоквартирных домах объектов определенного вида деятельности — для исключения риска невозможности ведения запланированной деятельности в переводимом помещении.

ЭТАП 2

Оценить технические возможности перевода помещения в нежилое. Так, обязательным условием такого перевода является наличие или возможность монтажа отдельного входа, не связанного со входом в жилые помещения или помещения, обеспечивающие проход к жилым помещениям. После перевода помещения в нежилое возможность доступа из него к жилым помещениям должна быть исключена полностью (фактически — отсутствие дверных проемов, ведущих на лестничную клетку подъезда).

ЭТАП 3

Оценить возможность размещения новой входной группы для нежилого помещения. В некоторых ситуациях могут возникнуть проблемы, связанные с правовым режимом земельного участка, на котором расположено здание, или согласием собственников жильцов многоквартирного дома на возведение крыльца.

ЭТАП 4

Получить согласие собственников помещений в многоквартирном доме на перевод жилого помещения в нежилое. Это основное нововведение, которое существенно усложняет процедуру перевода, на нем мы остановимся более подробно.

Помимо согласия большинства собственников помещений, необходимо предварительно получить письменное согласие от каждого собственника помещения, примыкающего к переводимому. Примыкающим в данном случае будет являться помещение, имеющее общую с переводимым помещением стену или расположенное непосредственно над или под переводимым помещением.

После получения согласия собственников примыкающих помещений необходимо получить согласие большинства собственников помещений в многоквартирном доме в рамках проведения процедуры голосования на общем собрании жильцов.

ЧИСЛО УЧАСТНИКОВ СОБРАНИЯ, ДОСТАТОЧНОЕ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ДАННОЕ СОБРАНИЕ БЫЛО ПРАВОМОЧНЫМ ПО ВОПРОСАМ ПЕРЕВОДА ПОМЕЩЕНИЯ ИЗ ЖИЛОГО В НЕЖИЛОЕ

ОДИН ПОДЪЕЗД	БОЛЕЕ ОДНОГО ПОДЪЕЗДА
Более 2/3 от общего числа голосов собственников помещений	Более 50% от общего числа голосов собственников помещений, в том числе более 2/3 голосов собственников помещений в подъезде, в котором планируется перевод помещения в нежилое

КОЛИЧЕСТВО ГОЛОСОВ ДЛЯ ОДОБРЕНИЯ ПЕРЕВОДА ЖИЛОГО ПОМЕЩЕНИЯ В НЕЖИЛОЕ

ОДИН ПОДЪЕЗД	БОЛЕЕ ОДНОГО ПОДЪЕЗДА
Более 50% голосов собственников от принявших участие в голосовании	Более 50% голосов собственников от принявших участие в голосовании, а также более 50% голосов собственников помещений в подъезде, в котором планируется перевод



Сергей Пивоварчик,
управляющий партнер
CONSUL GROUP

Самое серьезное затруднение при переводе помещения вызывает проведение общего собрания. Сложности возникают уже с начала организации общего собрания на стадии уведомления о нем. Кроме того, часто протоколы, которые сейчас в обязательном порядке необходимо передавать в госорган, осуществляющий перевод помещений, оформляются с нарушением требований действующего законодательства. Также не стоит забывать о банальном злоупотреблении правом собственников помещений, от которых в обязательном порядке теперь необходимо получить согласие.

ЭТАП 5

Подать документы на перевод помещения в орган местного самоуправления, осуществляющий перевод помещений, либо в МФЦ.

Перечень документов:

- 1) заявление о переводе помещения;
- 2) правоустанавливающие документы на переводимое помещение (подлинники или засвидетельствованные в нотариальном порядке копии);
- 3) план переводимого помещения с его техническим описанием (в случае, если переводимое помещение является жилым, — технический паспорт такого помещения);
- 4) поэтажный план дома, в котором находится переводимое помещение;
- 5) подготовленный и оформленный в установленном порядке проект переустройства и (или) перепланировки переводимого помещения (в случае, если пере-

устройство и (или) перепланировка требуются для обеспечения использования такого помещения в качестве нежилого помещения);

6) протокол общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме, содержащий решение об их согласии на перевод жилого помещения в нежилое, соответствующий требованиям, утвержденным Приказом Минстроя России от 28.01.2019 № 44/пр;

7) согласие каждого собственника всех помещений, примыкающих к переводимому помещению, на перевод жилого помещения в нежилое, в котором указаны сведения о собственнике (Ф. И. О. и паспортные данные физлица, полное наименование и ОГРН юрлица), номер помещения, которое принадлежит собственнику, а также реквизиты документов, подтверждающих право собственности.

ЭТАП 6

В случае подготовки и подачи в орган, осуществляющий перевод, проекта переустройства и (или) перепланировки помещения фактом надлежащего выполнения такого рода работ будет являться акт приемочной комиссии о приемке завершенных работ по переустройству и (или) перепланировке помещения.

Акт приемочной комиссии подтверждает окончание перевода помещения и является основанием использования переведенного помещения в качестве нежилого (коммерческого). ■

Добро пожаловать!

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ВХОДНЫХ ГРУПП В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ

Текст:
Николай Миловидов



Николай Миловидов,
управляющий партнер
архитектурного бюро
UNK PROJECT

В бизнес-центрах входные группы выполняют две ключевые задачи. Во-первых, это функциональная зона, где происходит прием всех посетителей, выдача пропусков и др.

Во-вторых, и об этом, как правило, задумываются в гораздо большей степени, входная группа — это «лицо» бизнес-центра. Все, что владельцы хотели бы сказать о своем здании, они говорят именно дизайном входной группы.

Если рассматривать входные группы с точки зрения функционала, то в хорошем деловом центре класса А или В+ в первую очередь должна грамотно располагаться стойка ресепшн. Причем ее локация должна быть выбрана с учетом движения основных потоков внутри входной группы: это посетители и гости, которым необходимо предварительно подойти на ресепшн и получить пропуск, а также сотрудники компаний-арендаторов, направляющиеся непосредственно к турникетам. Расположение ресепшн не должно мешать движению этих двух основных потоков. С другой стороны, стойка ресепшн не должна быть задвинута вглубь входной группы или далеко от основного прохода, так как сотрудники ресепшн или охранники визуально контролируют проходящих через турникеты.

Хороший вариант — организация рядом с ресепшн комфортной зоны ожидания. Лучше, если она будет приспособлена для общения — в этом случае посетители, ожидая встречи, смогут предварительно переговорить друг с другом. К тому же даже для простой встречи с курьером недостаточно одноместного дивана или кресла: чтобы получить, подписать, передать документы или посылку, нужно удобное пространство.

Сегодня практически в любой входной группе можно увидеть кофе-точку. Речь идет не о полноценном кафе, а именно о возможности для посетителей бизнес-центра выпить кофе в процессе ожи-

дания или захватить напиток с собой. Подобные кофе-точки всегда придают уют входной группе, к тому же функционально это очень выгодно.

В конце 90-х — начале 2000-х во входных группах можно было встретить огромное количество разнообразных ларьков с журналами, цветами и так далее. Сейчас это уже неактуально, но с учетом того, что люди много времени проводят на работе и не успевают выполнять различные бытовые дела, дополнительный функционал входной группы будет очень востребован. Если позволяет размер входной группы или есть примыкающие к ней коммерческие площади, то химчистка или небольшой аптечный пункт всегда будут пользоваться популярностью.

Если говорить об эстетической составляющей входной группы, то, как уже было сказано, это лицо бизнес-центра. Здесь не может быть единого подхода, так как каждый бизнес-центр уникален и хорош по-своему. Однако сейчас существует интересный тренд на реновацию входных групп, с помощью которой арендодатель стремится изменить представление о бизнес-центре, вдохнуть в него новую жизнь и привлечь новых арендаторов. В качестве примера можно привести реновацию входной группы бизнес-центра Central City Tower (Москва), реализованную UNK Corporate Interiors. Архитекторам была поставлена непростая задача — изменить представление о входной группе, сохраняя старую и достаточно дорогую отделку, обилие камня и лепнины. В результате удалось полностью изменить впечатление о дизайне исключительно при помощи света, цвета и мебели. С богатого натурального камня и гипсовых капителей акцент сместился на неожиданные световые решения, необычную по форме и цвету мебель, а также на живописность в буквальном смысле слова — в результате реновации во входной группе бизнес-центра появились работы современных художников, подсвеченные особым образом. ■



CENTURY 21

Россия

ЧЕРТОВСКИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ

ЦЕНЫ И ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ НА РЕКЛАМУ
ВАШЕГО ОБЪЕКТА С CRM 21 ONLINE

РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ

ОТ 5,99 РУБ.*

В НЕДЕЛЮ ЗА
РЕКЛАМУ 1 ОБЪЕКТА НА
50 ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛАХ!

ЭКОНОМИЯ
ВРЕМЕНИ ДО

5000%**

* Цена действительна по состоянию на 01.12.2019.
Список порталов уточните в CRM 21online.

**Размещение 1 объявления на 1 портале вручную занимает в среднем около 15 минут – то есть для размещения 1 объявления на 50 интернет-порталах необходимо до 12,5 часов. Соответственно, экономия времени составит в среднем до 5000%.

Вечные ценности

ОПЫТ МОСКВЫ ПО РЕСТАВРАЦИИ
СТАРИННЫХ ЗДАНИЙ

Текст:
Василий Костин



Василий Костин,
генеральный директор
компании «КБК ПРОЕКТ»

Перспективы программы реставрации исторических памятников за счет инвесторов достаточно критически воспринимались некоторыми экспертами на старте. Будущих участников запугивали огромным списком согласований с государственными комиссиями, длительными сроками окупаемости таких инвестиций, а также необходимостью привлечения узкопрофильных специалистов. Однако программа активно развивается, и в настоящее время в аренде у частных лиц находятся более двадцати сооружений, которые представляют историческую или культурную ценность. За семь лет по программе реставрации заключено договоров более чем на 2,5 миллиарда рублей.

Реставрация одного памятника культуры в Москве в среднем начинается от 20 миллионов рублей. Передача старинных зданий инвесторам помогает городу решить проблему их восстановления и сохранить бюджетные средства. У инвесторов же свои мотивы. Для одних это просто порыв души: появилось желание спасти особняк, историю которого изучали еще в школьные годы. Но для большинства решающим является отличное месторасположение объекта, подходящая транспортная развязка и оптимальная площадь помещения. Статус культурного наследия оберегает сооружение от вероятного сноса, к примеру, для строительства многоэтажки, что более чем актуально для нашей столицы. Немаловажный фактор — это привлекательные условия по продолжительной аренде зданий без каких-либо определенных требований к последующему их использованию. Речь идет о программе «1 рубль за 1 квадратный метр», предлагающей «волшебную» ставку аренды, но уже после полного восстановления объекта за счет инвестора (в период восстановительных работ аренду приходится оплачивать по стоимости, оговоренной на торгах).

Тем не менее есть и определенные риски работы с историческими объектами. Например, присутствуют ошибки в кадастровых паспортах. Соответствен-

но, инвестор не может правильно подсчитать потенциальные расходы. Но чаще проблема не только в оформлении документов. Гораздо важнее необходимость привлечения к реставрации, хотя бы даже фасадов (которые нужно воссоздать в историческом облике), квалифицированных специалистов. Для неопытного бизнесмена, который никогда не занимался реставрацией, это может стать преградой: велика вероятность «завязнуть» в деталях согласований сначала проекта, потом его реализации. В результате сорвутся оговоренные инвестиционным контрактом сроки, и никакие затраты инвестора возмещены не будут.

Несмотря на всю сложность процесса, в Москве существуют примеры успешных реконструкций. Например, недействующая ГЭС-2, где создается Центр современной культуры фонда V-A-C. Проект финансирует Леонид Михельсон (ПАО «Новатэк»), а разработкой занимается Ренцо Пьяно из компании АПЕКС. Это серьезная и образцовая работа: в здание вдохнули новую жизнь с учетом сохранения его первоначального вида. Музей русского импрессионизма на «Большевике» — также удачный пример. На объекте полностью сохранены главные достоинства и особенности архитектуры. Интересен проект по реставрации и последующему приспособлению памятника «Здание дома-коммуны Наркомфина». Реконструкцией считается и музей «Гараж» в Парке Горького.

Главное в реставрации и реконструкции — уважение к истории и правильное использование помещений. Если еще 10-20 лет назад бизнесмены предпочитали строить новые сооружения, ведь это было проще и быстрее, то теперь мнение градозащитников является более авторитетным, и инвесторы стали понимать коммерческую стоимость и вес культурного и исторического наследия. Стремление к сохранению наследия — это почти проявление генетического инстинкта. Сохранение связи с прошлым усиливает чувство стабильности и непрерывности, что и составляет основу жизни любого здорового общества. ■

БИЗНЕС-АКАДЕМИЯ CENTURY 21 РОССИЯ

ФЛАГМАНСКИЕ КУРСЫ

1. IMA: АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ «ПОД КЛЮЧ»
2. КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ
3. MIDDLE-МЕНЕДЖМЕНТ: РОПы и РОСы в агентстве недвижимости
4. SMART.РИЭЛТОР: курс повышения квалификации для опытных агентов
5. ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ В АГЕНТСТВЕ НЕДВИЖИМОСТИ
6. СУПЕРАГЕНТ: НОВОСТРОЙКИ ОТ А ДО Я
7. VIP-КЛИЕНТ: ПЕРЕХОДИ В ЭЛИТКУ!
8. ПЕРСОНА ГРАТА: НЕТВОРКИНГ КАК СИСТЕМА ПРОДАЖ
9. ЮРИДИЧЕСКАЯ ГРАМОТНОСТЬ ДЛЯ РИЭЛТОРОВ
10. ГОВОРИ! МАСТЕРСТВО ЭФФЕКТИВНОЙ РЕЧИ

СЕРТИФИКАТ НА СУММУ

3000

РУБ.

**НА ПОКУПКУ ЛЮБОГО
ФЛАГМАНСКОГО КУРСА***

*Сертификат действует до 15.05.2020 и не подлежит обмену на денежный эквивалент.
Флагманский курс – курс длительностью от 2 дней, стоимостью от 10500 рублей (без учета акций и скидок).



Актуальное расписание

CENTURY 21
academy.century21.ru

Подробности по телефону:
+7 (495) 968-32-27
Звоните сегодня!

Из коммерции в искусство

ПРОЕКТЫ-ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ
В ИСПОЛНЕНИИ НОРМАНА ФОСТЕРА В
ЛОНДОНЕ

Текст:
Дарья Газизова



360b / Shutterstock.com

Норман Фостер,
британский архитектор

В этом выпуске CENTURY 21 Magazine мы много говорили о том, как из исторически и культурно значимых объектов сделать успешные коммерческие проекты.

Однако бывают случаи, когда новые коммерческие здания становятся достопримечательностями и символами города. Их печатают на открытках и с ними делают селфи для Instagram.

По числу таких архитектурных символов современности знаменитый британский архитектор Норман Фостер, наверное, рекордсмен. Мы подготовили для вас обзор коммерческих зданий, спроектированных им и его компанией Foster and Partners, в Лондоне. Все они были построены в третьем тысячелетии, но уже стали такими же достопримечательностями города, как и Собор Святого Павла, Биг-Бен, Тауэрский мост и Вестминстерское аббатство.

«КОРНИШОН»

«Корнишоном» называют знаменитый небоскреб Фостера в деловом квартале Лондона, созданный для страховой компании Swiss Re. Официально же он называется 30 St Mary Axe и похож больше на пасхальное яйцо, чем на огурец. В здании 41 этаж, высота 180 метров.

На первых порах здание подвергалось серьезной

критике, некоторые даже предлагали его разобрать. Находясь практически в историческом центре, оно контрастирует со всеми объектами вокруг. Однако из этого небоскреба видны все исторические достопримечательности Лондона: Лондонский Тауэр, Тауэрский мост, Собор Святого Павла, Биг-Бен — все, что только можно вспомнить о столице Великобритании из учебников по английскому языку. И в этом видится скрытая философия небоскреба: он не заслоняет исторические объекты, но дает возможность их наблюдать. Сегодня «Корнишон» — полноправная достопримечательность и символ делового Лондона.

СИТИ-ХОЛЛ

Резиденция администрации Лондона была построена в 2002 году. Здание выполнено из прозрачного стекла, что символизирует «прозрачность демократического процесса». По форме Сити-холл похож на нарезанное слоями яйцо, сдвинутое на одну сторону. Архитектор объяснил эту форму стремлением сократить площадь и, следовательно, объем энергопотребления. Хотя энергоэффективность Сити-холла не раз подвергалась критике.

В целом же Сити-холл вполне фотогеничный, особенно в солнечную погоду. И здание точно ни с каким другим не перепутаешь.



СТАДИОН «УЭМБЛИ»

«Уэмбли» — один из немногих стадионов, куда водят экскурсии, и на эти экскурсии приходят не только любители футбола. Это полноценный коммерческий объект, который зарабатывает и на спорте, и на туристах, и на концертах мировых знаменитостей. Сегодня стадион «Уэмбли» — это и символ английского футбола, и спортивный символ Лондона.

Главная «фишка» стадиона — знаменитая арка, напоминающая радугу. Ее высота — 134 метра. Главная задача у арки сугубо техническая — она берет на себя большую часть нагрузки на крышу. А еще она служит прекрасной декорацией для концертов, а также привлекает внимание туристов.

WILLIS BUILDING

Еще один лондонский коммерческий небоскреб в финансовом центре. Расположен по соседству с «Корнишоном», открыт в 2008 году. Если смотреть с правильного угла, то он напоминает столбчатую диаграмму или лестницу — прямая ассоциация с бизнесом. Здание вполне вписывается в архитектурный ландшафт деловой части города и отражает окружающие его небоскребы, как диаграммы отражают финансовое состояние. ■

НОРМАН ФОСТЕР — БРИТАНСКИЙ АРХИТЕКТОР. ОБЛАДАТЕЛЬ ПРИТЦКЕРОВСКОЙ ПРЕМИИ, КОТОРАЯ СЧИТАЕТСЯ АНАЛОГОМ НОБЕЛЕВСКОЙ ПРЕМИИ В АРХИТЕКТУРЕ, А ТАКЖЕ ПРЕМИИ АГА ХАНА, КОТОРАЯ ВРУЧАЕТСЯ ЗА ПРОЕКТИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ОБЪЕКТОВ. ОН СЧИТАЕТСЯ ОДНИМ ИЗ САМЫХ УСПЕШНЫХ АРХИТЕКТОРОВ НАШЕГО ВРЕМЕНИ.

В ЧИСЛЕ РАБОТ ФОСТЕРА И СОЗДАННОЙ ИМ КОМПАНИИ FOSTER AND PARTNERS, ПОМИМО ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ В ДАННОЙ СТАТЬЕ, ТАКИЕ КУЛЬТОВЫЕ СООРУЖЕНИЯ, КАК БАШНЯ ХЕРСТА В НЬЮ-ЙОРКЕ, CLYDE AUDITORIUM В ГЛАЗГО, КУПОЛ НАД ЗДАНИЕМ РЕЙХСТАГА В БЕРЛИНЕ, МОСТ ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ В ЛОНДОНЕ И МНОГИЕ ДРУГИЕ.



«Да»

с первого слова!

КАК УДЕСЯТЕРИТЬ СВОИ ШАНСЫ НА
УСПЕХ И УВЕЛИЧИТЬ ДОХОДЫ, ОВЛАДЕВ
МАСТЕРСТВОМ ОБЩЕНИЯ

Интервью:
Анна Носова



Андрей Крылов,
эксперт-тренер
Бизнес-академии
CENTURY 21 Россия

Если вы занимаетесь бизнесом, делаете карьеру, стремитесь увеличить свой доход, да и просто хотите чувствовать себя комфортно в любой ситуации, вам жизненно необходимы навыки эффективного общения. Несмотря на то, что в эру интровертов все большая доля коммуникаций перемещается в онлайн, искусство говорить с людьми без барьеров и гаджетов имеет все большую ценность. О том, как мастерство речи и самопрезентации конвертируется в прибыль, постоянный рост доходов и реализацию самых амбициозных целей, мы поговорили с Андреем Крыловым, главным экспертом Бизнес-академии CENTURY 21 Россия по эффективным коммуникациям, нетворкингу и ораторскому искусству.

— Как соотносятся мастерство эффективной речи и успех в жизни и бизнесе?

— Опираясь на свой профессиональный опыт, отмечу, что в жизни часто оказывается неважным, что ты на самом деле умеешь делать и делаешь. Важно, как ты умеешь это преподнести, рассказать об этом окружающим, продать свои услуги. И тут, конечно, первый из инструментов — так называемый «подвешенный язык». Если же говорить о рынке недвижимости, здесь разница между теми, кто умеет эффективно общаться с клиентами, и теми, кто просто компетентен и много знает о рынке, особенно заметна по результатам. И, конечно, в пользу «ораторов».

— Что входит в понятие «мастерство эффективной речи»? Какие знания и навыки должны быть в арсенале любого успешного

человека?

— Эффективная речь на 80-90% зависит от следующих способностей и навыков: личной харизматичности, эмпатии, эмоционального интеллекта, качества трансляции своего метасообщения. Остальные 10-20% — это уже непосредственно построение речи, подбор аргументов. Эффективная коммуникация — это больше, чем просто умение говорить. Это комплекс навыков — вовремя сказать, подобрать правильную интонацию, сопроводить речь нужным жестом и взглядом, правильно слушать и реагировать на слова оппонента, считывать мимику и угадывать мысли, понимать чувства, страхи и надежды. В наше время навык говорения доступен даже бездушным машинам, которые уже научились говорить плавно, как люди. Программисты учат их сейчас эмоциональной речи, но это все еще остается односторонней коммуникацией. Пока ученые не научат машины считывать эмоции, они не заменят людей. Но когда это случится и алгоритмы будут досконально изучены, машины станут крайне высокоэффективными переговорщиками и продавцами.

— Всех ли можно научить эффективно общаться? Нужен ли какой-то особый талант, предрасположенность, или «терпение и труд все перетрут»?

— Хорошая новость в том, что навык доступен абсолютно всем. Более того, в отличие от многих современных soft skills*, этот навык применим мгновенно при правильном построении обучения — без лишней теории и с большим количеством отработок. Улучшение коммуникационных способностей требует таких же трени-



ровок, как и любая физическая цель, будь то создание атлетической фигуры или обучение игре на скрипке. Какой бы сферы ни касалось обучение, есть люди, которые более предрасположены, а есть те, кому тренировки даются сложнее. Кстати, именно последние достигают самых ярких успехов. Вспомним, например, Арнольда Шварценеггера. В подростковом возрасте его телосложение было совершенно обычным, но он поставил цель изменить себя и настойчиво шел к этому. Несколько раз пытался выиграть конкурс «Мистер Олимпия» и, проигрывая, каждый раз возвращался к тренировкам. Его же можно привести в пример как человека, достигшего ошеломительного успеха в коммуникациях. Приехав в США с сильнейшим немецким акцентом и без выдающихся ораторских способностей, он очень долго работал над собой, чтобы добиться политических высот. Сегодня он уже не просто культурист, актер или политик, а в первую очередь спикер успеха с мировым признанием.

Еще один пример, касающийся лично меня. Сейчас я эксперт и тренер речевых коммуникаций. Но признаться честно, так было не всегда. В старших классах школы я боялся микрофона как огня. Сердце колотилось при одной мысли публичного выступления перед одноклассниками. Но упорная работа над собой привела меня сначала в сферу спикерства, а после — в сферу обучения эффективным коммуникациям. Так что своим личным примером я тоже доказываю, что эффективное общение доступно и применимо для любого человека.

— С чего нужно начать тем, кто решил стать гуру коммуникаций?

— Сразу скажу, самообучение в данном вопросе не поможет. Предмет прикладной и начинать необходимо сразу с практики под чутким руководством эксперта. Базисом для вас станет тренинг ораторского мастерства, а спустя некоторое время, рекомендую взять дополнительное обучение в той сфере, в которой хотите специализироваться: это могут быть продажи, переговоры или презентационные навыки. Главное — избегайте скриптов, они не научат вас думать. Любая эффективная коммуникация — это в первую очередь умение чувствовать и быстро реагировать на партнера, думать и принимать мгновенные решения для продолжения коммуникации.

— Что самое сложное в процессе обучения? Какие навыки «даются» труднее всего?

— В ораторском искусстве нет ничего сложного. Тренируя отдельные навыки, можно достичь впечатляющих результатов. Самое сложное — это побороть внутренние страхи и предубеждения. К примеру, более половины людей уверены, что это не самый важный и полезный навык. Достаточно быть умным/добрым/хорошим/компетентным, чтобы привлечь людей и заинтересовать их. В жизни мы видим, что тянутся не к умным и добрым, а к тем, кто умеет правильно подать себя. Берут на работу тех, кто умеет выгодно презентовать себя на собеседовании; покупают у тех, кто сможет заинтересовать продуктом. По этой причине хорошие и компетентные люди часто уступают в гонке жизни тем, кто лучше владеет искусством самопрезентации. Есть еще несколько предубеждений, с которыми приходится справляться в процессе обучения.

Но все они устранимы при условии, если человек решил начать работу над собой и менять себя. В обратном случае не помогут ни курсы, ни книги, ни даже личные коучи.

— Какова роль «жизненного багажа»? Верно ли, что люди с интересным опытом, широким кругозором имеют больше шансов завоевывать собеседников?

— Жизненный опыт, несомненно, помогает в обучении, но не заменяет его. Во-первых, обучение структурирует все знания. Во-вторых, заполняет существующие пробелы. И самое главное — обучение позволяет выйти на качественно новый уровень во всех своих коммуникациях. Другими словами, обучение добавляет к интуитивному профессионализму мощный инструментальный фундамент, приводит весь жизненный багаж знаний в порядок, раскладывает все в голове по полочкам и позволяет достичь больших успехов в доходах или карьере.

— Что Вы скажете о принципе выхода из зоны комфорта? Насколько стресс-методики обучения эффективны и оправданны?

— Любое обучение — это выход из зоны комфорта, вопрос в интенсивности этого выхода. В большинстве случаев умеренное использование стресс-методик приносит ускорение результата обучения. Но есть и малое количество людей, которым такие методы будут противопоказаны. В таких вопросах важна чуткость и компетентность обучающего тренера, который сможет разглядеть таких людей в группе и предложить им альтернативные варианты продвижения в обучении.

— Общеизвестно, что в России классическое образование не уделяет должного внимания развитию навыков вербальной коммуникации, поэтому в школы ораторского искусства люди приходят практически «с нуля», независимо от возраста. А как с этим в других странах, где Вы работали?

— В пример хотелось бы привести опыт США. В их образовательной системе нет как такового ораторского искусства или чего-то подобного. Но огромный пласт в обучении у студентов занимает написание большого количества эссе и их публичная защита. Благодаря этому к выпуску из университета или колледжа человек уже имеет опыт публичных выступлений. Также американцы буквально помешаны на дополнительных тренингах. Они готовы тратить на них

внушительную часть своего дохода, потому что видят, как это с лихвой окупается в дальнейшей работе. К примеру, занять высокую должность, имея только высшее образование, в США практически невозможно. Кандидат обязательно должен добавить в портфолио несколько курсов дополнительного образования, и тренинги эффективной коммуникации по умолчанию должны быть в их числе.

— В Бизнес-академии CENTURY 21 Россия Вы ведете два флагманских курса — «Говори!» и «Персона Грата: нетворкинг как система продаж». На рынке обучения для риэлторов это первый опыт внедрения таких профильных курсов и, как показала практика, опыт весьма успешный. Расскажите о специфике курсов и первых результатах, реакции аудитории.

— Результаты неоднозначные. С одной стороны, я вижу горящие глаза тех, кто уже прошел обучение, ощущая огромную отдачу в процессе обучения. Во время курса я задаю уточняющие вопросы, видят ли участники тренинга применимость того или иного навыка в их работе. И все они в восторге от простых инструментов, которые получают в пользование, и понимают насколько сильно теперь смогут изменить свой подход к работе.

Одновременно я удивлен тем, насколько сложно объяснить людям, почему обучение искусству самопрезентации не просто необходимо, а является базовым для улучшения всех остальных рабочих и жизненных показателей. Я намеренно прошу участников записать видеозаписи, надеясь, что один агент по недвижимости сможет объяснить другому, почему так важно пройти такое обучение. Может быть, таким способом мы сможем достучаться до остальных и открыть для них новые возможности в бизнесе.

— Флагманские курсы предполагают двухдневный интенсивный формат. Однако мы понимаем, что даже самый удачный обучающий курс необходимо подкреплять постоянной практикой, в идеале — под чутким тренерским руководством. Расскажите о новом формате «кейс-марафон».

— Это крайне интересный формат, совместно с Бизнес-академией CENTURY 21 Россия мы разработали его для всех, кто хочет достичь стабильно высоких результатов. Один раз в неделю мы будем собираться в формате дискуссионного клуба. Данный формат не предполагает теоре-

тической беседы, только отработку конкретных кейсов и навыков на практике, далее получение домашнего задания и ровно неделю на освоение и доведения до абсолюта коммуникационной техники. Мы построим систему, в которой выработаем неустанный движением вперед к новым достижениям, в том числе и финансовым, ведь умение общаться с людьми напрямую влияет на ваш финансовый успех.

— **Не могу не спросить, в свете темы нетворкинга, насколько сложно овладеть искусством small talk**?**

— Если рассматривать искусство small talk как отдельный предмет изучения, то полагаю, что это трудно. В моей методике обучения нетворкингу small talk — это одна из тем общей программы, я рассказываю об инструментах, позволяющих заводить нужные знакомства с людьми и поддерживать последующие деловые связи с ними. При таком подходе тема подкрепляется предыдущими знаниями и становится не сложнее любой другой темы этого практикума. Соответственно, если изучать small talk в общей программе обучения коммуникативным социальным навыкам, то это простой и понятный навык.

— **И наконец, о сроках — можно ли измерить обучение мастерству эффективной речи в академических часах, днях, кварталах, годах, или это постоянный процесс самосовершенствования?**

— Можно ли измерить обучение математике в академических часах? Можно! Это давно измерили и ввели в программу школьного образования. Но в школе дают базис, позволяющий без калькулятора решить простые примеры, понять, как работают проценты и так далее. В обучении эффективной речи действуют все те же правила. В течение 10-20 часов почти любому человеку можно дать необходимый базис: он поймет, как его жесты и мимика влияют на восприятие слов, будет уметь правильно составлять убеждающие аргументы, освоит основные инструменты противодействия манипуляциям и многое другое. Большинству этого базиса будет вполне достаточно для действительно успешной жизни. В случае если вы захотите добиться большей эффективности в своей речи, придется развивать навыки, работать над собой усерднее. Именно для этого мы представили новый формат обучения — «кейс-марафон», о котором говорили выше. ■



***легкая беседа на отвлеченные темы (пер. с англ.), обязательный навык нетворкинга — прим. ред.*

Истории из жизни

Продажа без торга и без единого просмотра



Юлия Куряева,
CENTURY 21 Victory

Недавно ко мне обратился клиент по рекомендации. Посмотрела квартиру, подписали договор, но не по моей рекомендуемой цене, а по цене собственника, которая была завышена на 500-700 тысяч рублей. Деньги от продажи недвижимости собственник был намерен направить на погашение кредита. Он был готов немного уступить в цене, но позже. Проанализировав конкурентные преимущества квартиры, я решила, что миссия, в общем-то, выполнима. Необходимо было разработать грамотный маркетинг-план и создать уникальный листинг, чтобы выделить наш объект из множества других.

За неделю я получила шесть звонков и всего один просмотр на выходных, который впоследствии отменился. Район промышленный, и покупатель просто не захотел тратить время на просмотр. Затем был еще один звонок — уже от другого со-

искателя жилья. После весьма успешного диалога покупатель был готов внести аванс в размере 100 тысяч рублей без просмотра квартиры и без торга. Весьма приятно! На следующий день был принят аванс, еще через пару дней — выход на сделку.

Я позвонила клиенту и сообщила, что продала квартиру по запрашиваемой цене. Мой уважаемый клиент минуты две не знал, что сказать, потом спросил: «Так вы же не показывали мою квартиру? Такое у вас часто бывает?» Его реакция понятна. До обращения ко мне он продавал эту квартиру более года по этой же цене и не получил ни одного предложения.

Я уверена, что получу не одну рекомендацию от этого замечательного человека. Он ожидал, что продажа займет не менее трех месяцев и я буду снижать стоимость квартиры, а в результате квартира была продана за неделю, без торга, по желаемой цене.

Сделка за 2000 километров



Наталья Чертоляс,
CENTURY 21 Home Real Estate

Когда экстренный переезд из города в город заставляет людей действовать оперативно, необходима помощь риэлтора.

В июле мне позвонила девушка из Анапы с просьбой провести альтернативную сделку — с продажей в Перми и покупкой в Анапе. Квартира в Перми была с обременением банка (80% от стоимости квартиры), приобретена с применением материнского капитала. Доли детям не были выделены, и весь документооборот лежал на моих плечах. Работы было непочатый край. За все пять лет моей риэлторской деятельности это был первый случай, когда с клиентами можно было общаться только дистанционно — по видеосвязи. Не каждый день ко мне обращаются с просьбой продать квартиру бизнес-класса, так что, вдохновившись идеей, я рванула за ключами к друзьям клиентов.

Итак, договор был подписан, ключи в кармане, и я уже захожу внутрь. В квартиру влю-

билась с первого взгляда — это то, о чем я мечтала, работая в недвижимости. За дело взялись фотограф и маркетолог. Два дня в рекламе, и уже пошли входящие звонки.

Покупатель был найден с первого показа. И как вы думаете, кто мог заинтересоваться такой квартирой? Это был переселенец, только что приехавший в Пермь из Анапы ухаживать за своими родителями. Мне очень повезло с этим клиентом, так как он был готов рассчитаться полностью наличными.

Следующий шаг — это дистанционный выбор и покупка квартиры в Анапе с видом на море. Управляя всеми процессами из Перми, я назначала просмотры клиентам и вела переговоры с застройщиками. Две недели хлопот с документами и опекой, и моя альтернативная сделка была завершена.

Для меня это была сделка года. На расстоянии 2000 километров я помогла создать комфортные условия для многодетной семьи. Мне важно помогать людям, не бояться препятствий и всегда идти к своим целям.

Главное — продающий показ!



Сергей Ермаков,
CENTURY 21 Столичная
Недвижимость

Многие начинающие агенты переживают по поводу того, как продавать квартиру, которая находится не в самом презентабельном виде. Расскажу одну историю

из своей практики.

Однажды, как обычно заранее, приехал на показ квартиры. Это отлично помогает настроиться на встречу, освежить в памяти особенности квартиры, быть может, успеть сделать пару звонков. И вот в этот раз сижу в машине — за окном ливень. Звоню арендаторам собственника уточнить, все ли у них хорошо, и слышу: «Ой, а может быть, сегодня мы не будем показывать квартиру? У нас течет с потолка и в квартире повсюду тазики». Квартира находилась на пятом этаже пятиэтажного дома.

Поднимаюсь наверх. Вижу, что начиная со второго этажа открыты двери в квартирах и там в панике носятся хозяева, подставляя под струи воды тазики. В моей квартире ситуация была еще хуже — все-таки верхний этаж. Посмотрел, оценил ужас ситуации, заодно успел познакомиться с соседями. Делать нечего — спустился вниз.

Покупателей встречал следующими словами: «Дру-

зья, вы приехали смотреть квартиру, которая находится вот там (показываю пальцем на окна). Это у нас пятый этаж. Выше вас никто не живет, а значит никто не будет топтать и будить вас по ночам. У меня для вас есть отличная новость (с ударением на слово «отличная») — над вашей квартирой сейчас ремонтируют крышу! (у покупателей недоумение на лице). В связи с тем, что квартира находится на последнем этаже, у вас обязательно возникнет вопрос «а не течет ли крыша?» Я Вам сразу отвечаю — ТЕЧЕТ! Но она СЕГОДНЯ течет. А завтра, после того, как ее отремонтируют, этот вопрос перестанет вас беспокоить ближайшие лет десять».

Мы поднимаемся наверх, осматриваем квартиру, перешагивая через тазики. Одну из комнат мы не смогли открыть (ох уж эти арендаторы) и проверить хотя бы наличие балкона! Помогло заблаговременное знакомство с соседкой — я постучался и попросил ее разрешить нам выйти на ее балкон, чтобы посмотреть на балкон нашей соседней квартиры. Заодно покупатели пообщались с незаинтересованным человеком по поводу того, как живется в этом доме и районе. У соседки, к слову, та же беда — повсюду тазики. В итоге квартира была продана.

Реальная цена — быстрая продажа



Александр Теников,
CENTURY 21 Столичная
Недвижимость

Пропуская процесс взятия объекта в работу, отмечу, что мне удалось объяснить собственнику все его выгоды и преимущества от сотрудничества с профессионалом.

Подписание эксклюзивного договора было подтверждено вручением мне ключей от его студии. Согласовал цену, подготовил продающий текст. В течение двух недель показывал квартиру, но все покупатели просили существенный торг.

Любимая стратегия большинства продавцов — установить максимальную цену и потом плавно спускаться в ожидании «своего покупателя». Я же предложил другой вариант: сразу установить реальную цену, собрать все возможные звонки, сконцентрировать просмотры и выбрать лучшего

покупателя. Мне удалось донести эту мысль до продавца.

Установили реальную цену, я почти сразу договорился о массовом показе четырем покупателям и уже готов был выехать. Но тут поступил еще один звонок! Я в мельчайших подробностях рассказал об объекте, инфраструктуре, локации и получил предложение об авансе, без показа и без торга, прямо сейчас! Самое приятное то, что мы все-таки предполагали какой-то торг, а в данном случае речь о торге и показе не шла. Покупатели и так поняли, что это предложение выгодное, и не стали долго думать. Вся сделка в дальнейшем прошла на уровне, без каких-либо подводных камней и неприятных нюансов. Все стороны остались очень довольны.

Расстояния — не помеха



Анна Травка,
CENTURY 21 Victory

«Н ам нужно купить квартиру в Москве, но мы далеко», — с этих слов началось мое общение с клиентами из Хабаровска. Задача не из простых: многодетной семье нужно выбрать район в незнакомом городе, перспективную и надежную новостройку, согласовать договор и условия приобретения, и все это без приезда клиентов в Москву. «Я хочу купить квартиру, но совершенно не знаю как и когда, ведь я в Краснодарском крае. Приехать смогу не скоро, а стоимость хороших предложений повышается с каждым днем», — мой клиент уже месяц выбирал себе подходящий жилой комплекс, оставаясь в растерянности, пока не позвонил мне по рекомендации.

«Моим родителям нужно коммерческое помещение в строящемся доме, но по состоянию здоровья они почти не летают на самолетах, а мы из Кемерово». Ко мне обратился клиент со срочной задачей приобретения помещения, все действия необходимо было совершить на расстоянии: найти и выбрать выгодное предложение, подписать по доверенности все документы, проехать и посмотреть все объекты с друзьями семьи.

Сделки на расстоянии — сложная задача. Строительные компании не любят проводить такого рода сделки, агенты редко берутся за такую работу. С банками в случае ипотеки дела обстоят еще печальнее: проводить сделку в филиале регионального отделения сложно (все приходится обсуждать дольше и более детально), и нельзя подписать кредитный договор за родственников.

В случае многодетной семьи из Хабаровска я месяц вела общение по телефону в шесть-семь утра из-за разницы во времени. После тщательного отбора выбор пал на несколько районов и жилых комплексов, но как сузить круг даже из трех предложений? Самое легкое решение — прилететь в Москву на два дня. Мои клиенты так и поступили, но посмотрев все ЖК, отказались от покупки: картинка в реальности никак не совпадала с желаниями. Я в срочном порядке (ведь оставался всего один день) нашла совершенно другое предложение в районе мечты — на Ходынке. Выбор был сделан. После постановки брони на понравившуюся квартиру началась самая сложная часть — подготовка документации и дистанционное подписание. Одобрение ипотеки, пересылка всей документации застройщику и клиентам заняли около месяца. Клиенты стали счастливыми обладателями трехкомнатной квартиры с видом на стадион Динамо.

С клиентом из Краснодарского края ситуация была сложнее. Он не собирался приезжать в Москву в ближайшее время, а необходимую денежную сумму мог снять со своего счета только через две недели. После выяснения ситуации и долгого обсуждения всех плюсов и минусов новостроек Москвы с помощью моего экспертного мнения мой клиент сделал выбор в пользу

инвестиционно привлекательного комплекса. Естественно, перед этим мы вместе изучили всю инфраструктуру и окрестности по картам, детали комплекса по презентациям и фотоотчетам.

До снятия денег оставалась еще неделя, за это время мы оплатили бронирование, подготовили все необходимые документы у нотариуса и договор долевого участия, отправили все курьером в Краснодар. Согласовали дату и время подписания электронной версии документов в банке и открытие счета, что тоже заняло порядка двух дней. В итоге весь процесс дистанционной сделки без очного просмотра и перелетов в Москву занял две недели. Клиент отправил все документы обратно в Москву и стал счастливым обладателем студии с функцией умного дома.

Дистанционная сделка с Кемерово, на первый взгляд, выглядела достаточно стандартной: нужно просчитать окупаемость проектов, подобрать лучший, согласовать условия оплаты, показать все помещения представителям и организовать подписание по доверенности от родителей. Сложности начались на этапе выбора: посмотреть все не удалось, и клиентам нужно было довериться моей экспертной оценке. После проверки документов от некоторых проектов пришлось отказаться ввиду их ненадежности. Спустя несколько недель работы мы выбрали «фаворитов» рядом с Ботаническим садом и на Красной Пресне. Клиент планировал прилететь в Москву на несколько часов, чтобы посмотреть расположение своего будущего стрит-ритейла в строящемся доме, а затем купить все дистанционно. Впечатление было положительным на первом проекте. «Это то, что нужно, даже лучше», — сообщили мне после просмотра. Далее был сложный этап переговоров, длившийся около недели. За это время мы согласовали скидки, забронировали помещение, обсудили возможность подписания всех документов по доверенности и собрали нотариальный пакет. Переломным моментом, когда клиенты были готовы отказаться от покупки, стала невозможность подписания кредитного договора по доверенности и отсутствие необходимых банков в Кемерово. Заем требовался совсем небольшой, но сложно получаемый, так как нужный нам банк не кредитовал выбранный объект.

Решением стало не использовать ипотечные средства через застройщика, а взять потребительский кредит в банке по месту жительства. Далее нужно было успеть в короткие сроки бронирования объекта предоставить банку документы, открыв аккредитив и экспресс-почтой отправить договор для подписания. Следовало учитывать, что в случае несоблюдения сроков компания-застройщик имеет право выставить штраф будущим собственникам объекта недвижимости.

Деньги были переведены день в день, договор ушел на регистрацию, и через две недели я поздравляла своих клиентов с выгодным приобретением.

Как 33 секунды превратились в 33 сделки



Валентин Михайлов,
CENTURY 21 Эксперт

Все мы иногда сталкиваемся с моментами принятия решений, и от этих решений, безусловно, зависит наше с вами будущее.

Однажды весной 2017 года, завершив показ объекта недвижимости, я предложил собственнице подвезти ее до центра города, так как нам было по пути. Когда мы проезжали мимо одного из жилых комплексов, она вдруг прервала наш диалог и сказала: «Валентин, в этом жилом комплексе моя подруга продает квартиру. У меня ключи, но мне некогда этим заниматься, возьмете на продажу?»

Я выдержал паузу в 33 секунды, ну или примерно столько. На принятие решения было немного времени, а в голове куча мыслей... Зачем мне эта квартира... У меня через 25 минут встреча, и надо успеть вовремя. Это же надо упаковать объект, выставить в рекламу и т.д.

Тем не менее я согласился, и мы припарковались у этого жилого комплекса. У меня в багажнике был баннер с номером телефона, я его взял с собой. Осмотрел квартиру, повесил баннер и получил ключи. Это была однокомнатная квартира с черновой отделкой, с панорамным остеклением и отличными

видовыми характеристиками.

Спустя пару дней поступил первый звонок по тому самому баннеру, который удачно оказался в моей машине в тот вечер. По итогам звонка был назначен просмотр квартиры. Так я познакомился с Алексеем, который, как потом оказалось, был директором по строительству одного из крупных застройщиков моего города. С Алексеем в дальнейшем мы начали сотрудничать, я продал одну из его квартир и познакомился с одним из его подрядчиков, у которого, как позже выяснилось, в продаже было много объектов недвижимости. Я предложил заняться продажей всех его объектов с заранее оговоренной комиссией и в определенные сроки на эксклюзивных договорных отношениях. Он согласился. Таким образом я продал 33 объекта недвижимости (включая квартиру Алексея), заработал хорошую сумму денег и получил дополнительный опыт в сделках с недвижимостью.

Мораль этого короткого рассказа в том, что любая возможность — это портал, который открывается на короткий промежуток времени, и нужно успеть воспользоваться им, пока он не закрылся.

Направляющая сила



Ольга Чернова,
CENTURY 21 Capital
Petersburg

Знакомство с Александром состоялось в мае 2018 года, но только спустя девять месяцев удалось заключить эксклюзивный договор.

Использую «удалось» неслучайно, так как после моих аргументов он «сдался», сказав: «Да, Вы убедите кого угодно». В ответ на такой комплимент, я двумя руками взяла ленту своего бейджа и сказала: «Черный пояс!»

Александр относился к той категории продавцов-собственников, которые очень желают продать квартиру самостоятельно, не прибегая к помощи риэлторов, чтобы не оплачивать услуги. Ошибки, допущенные от незнания процесса продажи, начиная с хоум-стейджинга и заканчивая переговорами с покупателями, не позволяли ему продать свою квартиру в течение года, хотя объект отличался хорошей планировкой и самым выгодным местоположением дома в ЖК. А самым важным аргументом и каплей, которая сломала сопротивление, было то, что его семье требовалась направляющая и движущая сила со стороны, которая сможет организовать все в нужном направлении и в необходимое время, сумеет независимо ни от чего сказать «надо».

У Александра замечательная семья, трое детей.

Все свое время родители уделяют их воспитанию и развитию. Квартира в 95 кв. м им стала тесновата, поэтому они решили переехать в загородный дом. У квартиры было обременение — небольшой остаток ипотеки.

Используя эти исходные данные, мы заключили эксклюзивный договор. Проговорила каждый пункт и оставила дополнительно рекомендации по подготовке объекта к фотографированию. На этап подготовки выделили три недели. Периодически звонила и напоминала о приближающейся дате фотосессии. Фотосессия состоялась в назначенный день, но энергии, сил и времени было потрачено очень много, потому что квартира была не готова и все пришлось делать тут же. Участвовали все члены семьи, фотограф и я. Данный урок для собственников пошел только на пользу, а я поняла, что легко не будет.

В процессе продажи было всего четыре показа, но с некоторыми промежутками времени. Самым тревожным для клиентов событием стало то, что на рынок «высыпалось» восемь трехкомнатных квартир в этом ЖК, обычно бывало только 2-3. Продать можно было и с первого показа, но наличие обременения и нежелание затягивать сделку у покупателей не позволяло

быстро закрыть задачу. Ощущение реального покупателя на пороге квартиры позволило убедить моих клиентов досрочно погасить ипотеку. По итогам двух других показов я поняла, что надо еще и освобождать загроможденные вещами балконы. Как только они вывезли велосипеды и освободили пространство, покупатель пришел!

Наш покупатель долго не мог определиться с выбором. Он пересмотрел все двухкомнатные квартиры, но ничего не нравилось. Поэтому и решил взглянуть на трехкомнатные. К нам он с супругой зашел просто посмотреть. Находясь в квартире, они стали говорить: «Да, эта кварти-

ра нравится», но неувимая тревога чувствовалась в их словах. Провожая их на улицу, вне парадной и в отсутствие моих клиентов я стала выяснять их мотивацию на покупку, оказалось, что планировали покупать за наличные, а здесь придется добавлять заемными средствами, и есть большая вероятность, что могут не одобрить ипотеку. Супруги просто никогда ничего не брали в кредит. Правильно «считанная» с покупателей информация помогла быстро одобрить им ипотеку и выйти на сделку. Весь этот процесс занял пятнадцать дней, по прошествии которых были получены документы о переходе права собственности.

Продавец из Украины, покупатель из Владивостока и квартира в Санкт-Петербурге



Владимир Дядичев,
CENTURY 21 Capital
Petersburg

Эта история произошла около полутора лет назад. Ольга и ее сестра, обе из Украины, бросили все свои дела и прилетели в Санкт-Петербург продавать квартиру, которая им досталась по наследству от брата.

В квартире была не узаконена перепланировка. Ольга наняла специализированную компанию, чтобы решить эту проблему, и одновременно с этим выставила квартиру на продажу.

Договор с Ольгой подписал наш стажер, который пришел на просмотр квартиры и рассказал ей, почему с нами ей будет выгодно работать. К тому времени она уже понимала, что без агента ей не справиться, да и нужно было улетать на родину — там работа и семья. Через пару недель стажер, который начал работать с Ольгой, по семейным обстоятельствам был вынужден передать объект мне, а Ольга к тому времени была уже в Украине. Я позвонил клиенту. Сначала она очень переживала, так как мы с ней не виделись, но уже через десять минут разговора мы смогли найти общий язык. Я начал работать с объектом и организовал первые просмотры. Спустя месяц мне позвонила Марина, которая планировала переезжать из Владивостока в Санкт-Петербург. На просмотр пришла ее дочь, которая на тот момент жила в городе. Покупатели уже готовы были вносить аванс, и тут началось самое интересное.

У Марины была одобрена ипотека в банке, до конца одобрения оставалось тридцать дней. Проходить процедуру одобрения заново не хотелось, к тому же банк поднял ставку по ипотеке на 1,5%.

Напомню, что у нас еще шел процесс узаконивания перепланировки. Я всеми силами пытался ускорить

его, ведь без этих документов мы не могли выйти на сделку. Сложность была еще и в том, что это был конец года, и как обычно, перед Новым годом проходит большое количество сделок. IT-системы с этим потоком просто не справляются. Мне приходилось несколько раз подгружать документы в банк, потому что система постоянно «висла» и все пропадало.

Срок одобрения ипотеки заканчивался, но нам удалось убедить банк дать нам еще две недели на сделку. Они пошли нам навстречу.

Через неделю была узаконена перепланировка, осталось только дожидаться, когда придет инженер из БТИ и напишет нам, что характеристики соответствуют проекту перепланировки.

Мы назначаем день сделки в банке, и я даю отмашку клиентам лететь на сделку. Ольга с сестрой бросают все дела и едут поездом из Украины, Марина летит самолетом из Владивостока.

На следующий день мне звонит кадастровый инженер и говорит, что у него не сходится площадь с тем, что указано в проекте. Оказалось, что компания, которая узаконивала перепланировку, допустила ошибку в объеме. Он не дает нам техпаспорт.

Означает ли это невозможность выхода на сделку? Собрав все свои навыки переговоров в кулак, я отправился в БТИ. Спустя час переговоров технический паспорт с отметкой «перепланировка согласована» был у меня в руках.

Через два дня мы провели сделку, а еще через семь дней Ольга получила свои деньги и отправилась обратно в Украину к семье. Я еще долго получал от нее слова благодарности. Одно из главных условий сделки, я считаю, это доверие клиента к своему агенту. Ведь мы вместе идем к одной цели.

Один покупатель и — сделка!



Татьяна Малышева,
CENTURY 21 Capital
Petersburg

Август 2018 года в Санкт-Петербурге выдался на редкость жарким. Город опустел, на Васильевском острове шел жар от асфальта, люди прятались в тень и под кондиционеры.

Я была в офисе и решила найти и обзвонить тех собственников, которые не разъехались по дачам и отпускам.

Третий по счету «холодный» звонок — и встреча назначена. Уже на следующий день я в классической просторной петербургской квартире с высокими потолками, антиквариатом, в необычайно уютной атмосфере, сижу за огромным овальным столом, знакоюсь с собственницей. Это Валентина, приятная миловидная женщина с искренней улыбкой.

Продажа — это в том числе умение задавать вопросы. Именно мои вопросы позволили Валентине правильно оценить степень ее проблемы и, отвечая на них, она поняла, что я смогу продать ее квартиру. После встречи Валентина взяла паузу, чтобы подумать и принять решение. Спустя неделю она позвонила и сказала, что готова заключить договор и доверить продажу своей квартиры нашей компании.

Продажа была долгой. И вот, в один прекрасный

день — звонок по баннеру. Женщина, которая жила рядом, захотела посмотреть квартиру для своей иногородней подруги, подыскивающей жилье в центре Санкт-Петербурга. Спустя несколько месяцев после этого показа приехала сама покупательница и предварительно дала согласие. Покупка планировалась в ипотеку.

Перед подписанием предварительного договора со мной связалась агент покупателя и предложила существенно снизить нашу цену. Однако моей клиентке очень нужно было выйти на сделку по объективно завышенной цене, чтобы решить свои финансовые проблемы, а серьезный покупатель у нас один.

Умение сконцентрироваться на предмете переговоров, не поддаваться эмоциям, отстаивать интересы своего клиента — те качества, которыми должен обладать профессиональный агент при переговорах о цене. Я обосновала агенту цену объекта, важную для моего продавца, и сделка состоялась.

Приятно отметить, что не только наша клиентка (продавец), но и покупатель в процессе сделки были восхищены профессионализмом юристов и риэлторов CENTURY 21 Capital Petersburg. Я горжусь работой в своей компании.

Продажа квартиры без рекламы за два дня



Дмитрий Гоцкало,
CENTURY 21 Vesta

Санкт-Петербург. Встреча с продавцом квартиры закончилась подписанием эксклюзивного договора и выставлением объективной цены. В работу взята однокомнатная квартира в новом ЖК с отделкой от застройщика.

Владелец подписывает акт приема-передачи у застройщика в тот же день, когда передает мне ключи для дальнейшей фотосессии и проведения показов для потенциальных покупателей без личного присутствия собственника. На следующий день уже организован выезд фотографа. Все четко по плану, выстроенному изначально.

И вот здесь наступает кульминация: в нашем офисе я встречаю коллегу, которому нужна квартира для покупателей точь-в-точь как имеющаяся у меня в наличии. Мы эту квартиру еще не успели

выставить в рекламу по всем ресурсам, так как ожидали фотографий. Поэтому о ней еще никто не знал на рынке.

Закономерный итог разговора с коллегой — выезд на показ квартиры с клиентами в этот же день. И после проведенного грамотного показа покупателями принято решение о покупке. На следующий день был принят задаток, и оставались только технические моменты совершения сделки.

Через три дня я сообщаю продавцу, что квартира продана по требуемой цене. Видеоотзыв собственника по этой сделке можно посмотреть на нашем сайте. И самое главное, что все абсолютно довольны: агент, продавец, покупатель.

Вывод из этого кейса: о продаваемых вами объектах должны знать в первую очередь ваши коллеги.

Помощь людям — превыше всего!



Татьяна Крылова,
CENTURY 21 Terra

К о мне обратилась клиентка Мария, которая продавала свою двухкомнатную квартиру и покупала четырехкомнатную в этом же доме. Обе сделки шли по договору опеки, так как собственниками были несовершеннолетние дети.

Мы нашли покупателя на продаваемую квартиру и готовы были к покупке новой, но, в связи с разницей в цене, недостающие средства Мария хотела покрыть материнским сертификатом. На этом этапе возникла сложность — подтверждение об использовании сертификата необходимо было ждать на протяжении двух месяцев. Мы не располагали временем, нужно было как можно скорее вносить залог за приобретаемую квартиру. Мария приняла реше-

ние взять ипотеку на недостающие средства, внести залог за новую квартиру и ждать поступления средств на счет в течение двух месяцев. Казалось, сделка вот-вот успешно закроется, но случилось несчастье — Мария умерла и поступление сертификатных средств приостановили до решения суда.

Проникнувшись сложившейся ситуацией, на помощь пришел директор агентства CENTURY 21 Terra Недвижимость — Константин Тунев. Он взял на себя все непредвиденные расходы по ипотеке Марии. В итоге все участники сделки дождались решения суда по перечислению сертификатных средств на счет, и сделка была благополучно закрыта. Мы получили благодарность за профессионализм и успешное решение такой непростой ситуации.

Обещание выполнено



София Ходакова,
CENTURY 21 Vesta

П о объявлению моего коллеги был получен запрос на английском языке. Будучи неуверенным в своем английском, он согласовал перевод лида мне.

Получив номер телефона с загадочным именем Джейми, я долго пыталась связаться с ним. Номер телефона был с российским префиксом. Написав несколько сообщений с предложением пообщаться по вопросу недвижимости в Санкт-Петербурге и не получив ответа, я уже собиралась сдать ся, но вдруг в шесть утра раздался звонок. Это был Джейми.

Мы немного познакомилась (насколько это было возможно в столь раннее утро). Причина такой разрозненной коммуникации оказалась в том, что Джейми работает на Сахалине, разница во времени с Санкт-Петербургом огромная. Он оказался подданным Великобритании и находился в России по рабочей визе. Русского языка он совсем не знает.

Недвижимость, которой Джейми интересовался, на тот момент уже была неактуальна, поэтому я стала предлагать аналоги и пыталась выяснить его потребности. Клиент обозначил максимальную стоимость и требования к апартаментам, которые он собирался купить гражданину РФ. Он также настойчиво попросил меня не задавать лишних вопросов по этому поводу.

Доверие на расстоянии более девяти тысяч

километров быстро установить весьма тяжело. Я приступила к работе. Отобрала несколько вариантов, рассчитала стоимость «под ключ» с учетом того, что данный подарок должен быть в новом доме, с отделкой, мебелью и техникой. И наконец мы выбрали хороший ЖК от финского застройщика, который как раз кроме отличной отделки предлагает полностью мебель и технику подходящего качества.

Теперь мне оставалось найти нужные апартаменты по цене и срокам сдачи. Такой объект оказался в продаже по переуступке у моего коллеги, который из-за своих сомнений в английском передал мне контакты Джейми. Отсюда совет: общайтесь с коллегами, это может быть очень полезно.

Далее нас ожидали сложности по проведению самой сделки как со стороны продавца, так и со стороны покупателя.

Продавец переуступки от моего коллеги территориально находился в Екатеринбурге и не намерен был прилетать на сделку. Мы достаточно долго получали все документы и доверенности, чтобы сделка состоялась. В дополнение к этому, сама квартира была куплена в рассрочку и еще не вся сумма была погашена. Мы ожидали полного погашения. Потом запрашивали акты-сверки и так далее. При всем при этом рабочая виза покупателя заканчивалась, а средства на приобретение объекта недвижимости хранились в банке в британских фунтах, что требовало дополни-

тельного времени для перевода. Но самая большая проблема ожидала нас дальше. Мой клиент из Великобритании начал мне доверять и рассказал, что покупает квартиру для русской девушки, которой он дал такое обещание. Он хочет его выполнить и покинуть Россию навсегда. Звучит как киношная история, но это еще не все. Эта самая девушка потеряла паспорт, справки нет... Прописка у нее сахалинская, а сама она проживает в Сестрорецке. Нам с коллегой пришлось распутывать

этот клубок, чтобы все успеть в срок. В итоге все закончилось хорошо. Джейми понравилась квартира, она оказалась даже лучше, чем он ожидал. Девушка, как выяснилось, планировала учиться в Институте кино и телевидения, который находится в шаговой доступности. А еще Джейми рекомендовал наше агентство своему начальнику на Сахалине, который тоже думает приобретать жилье в Санкт-Петербурге. Для меня это высшая степень похвалы.

«Чай, не царевна»



Галина Винокурова,
CENTURY 21 Эксперт

Одна из самых моих легких продаж в бытность стажером. Продавалась у меня однокомнатная квартира в так называемом Балтийском районе Калининграда. Мы праздновали Старый новый год, и тут раздался звонок. Пожилая, судя по голосу, женщина просила показать эту самую квартиру. Ранним туманным утром, в воскресенье, я ехала на показ с уверенностью, что еду впустую. Потому что, во-первых, это первый показ, а во-вторых, покупательница, судя по голосу, пенсионерка, что может предполагать ограниченные финансовые возможности. У подъезда меня встретила миниатюрная, очень приятная и улыбчивая женщина лет семидесяти. С ней женщина помоложе, по всей видимости, ее дочь. Я вежливо поздоровалась, и мы поднялись в квартиру. Все прошло стандартно: покупательница спрашивала про соседей, как далеко магазины, какая поликлиника, что остается из мебели, а так-

же жаловалась на непутевого внука, которого она растила еще совсем крохотного, а нынче вырос и совсем от рук отбился.

Вышли из квартиры, и на мой вопрос касательно этой квартиры бабушка ответила: «Да, Галочка, я подумаю, еще с дочкой посоветуюсь и, наверное, я ее возьму». На этом мы распрощались, а через час она мне перезвонила и подтвердила свое намерение. Без торга.

Предыстория оказалась такова: вечером за день до показа моя покупательница повздорила с домашними, вышла в магазин, увидела на подъезде мою расклейку и решила переехать. Кстати, она оказалась очень позитивной, на все перипетии в процессе оформления покупки ни разу не проявила нетерпения (как вы понимаете, из-за неопытности не все процессы мне удалось провести гладко). Как-то на мое предложение заехать за ней на машине она ответила: «Ну что вы, сама приеду, не рассыплюсь. Чай, не царевна».

Продавец в Твери, покупатель в Кемерово




Андрей Рогожников,
CENTURY 21 Бенефит

Совершая «холодные» звонки, я предложил собственнику одной из квартир встретиться. В процессе разговора выяснилось, что она проживает в Твери, но согласна подписать эксклюзивный договор дистанционно (мы отправили ей документы почтой). Квартира была с обременением — ипотека с остатком более одного миллиона рублей. Покупатель на этот объект нашелся быстро. Он был из Кемеровской области и искал однокомнатную квартиру с ремонтом и мебелью. Квартиру он оценил по фото и видео, и у нас выстроились настолько доверительные отношения, что он осуществил перевод денег для внесения аванса на

агентство.

Одновременно велись консультации с собственником по подготовке квартиры к продаже с участием менеджеров банка и юристов нашей компании по работе с залогом и остатком долга по ипотечному договору. Все прошло успешно, и собственник с покупателем встретились уже на сделке.

Это была сложная, но успешная командная работа. Покупатель остался доволен оперативностью несмотря на все сложности организации сделки из другого региона, а собственник продал с нашей помощью квартиру, не успев даже подписать эксклюзивный договор, это произошло уже на сделке.



МЕЖДУНАРОДНЫЙ УРОВЕНЬ БРОКЕРСКИХ УСЛУГ

Realty Holdings Corporation – мировой франчайзинговый холдинг,
владеющий самыми известными брендами в сфере недвижимости



REALOGY

Better
Homes
and Gardens
REAL ESTATE



CLIMB
REAL ESTATE

CENTURY 21[®]

COLDWELL
BANKER

COLDWELL
BANKER
COMMERCIAL

CITI HABITATS

Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

corcoran
corcoran group real estate

Москва

CENTURY 21 Diamond
ул. Льва Толстого, д. 5, стр. 2
+7 (968) 400-82-00

CENTURY 21 Milestone
5-й Донской пр., д. 21Б/10, оф. 759
+7 (495) 136-99-61

CENTURY 21 Panorama Realty
ул. Ленинская Слобода, д. 19
+7 (495) 780-99-49

CENTURY 21 Street Realty
ул. Крылатская, д. 33, к. 2
+7 (495) 258-52-23

CENTURY 21 Victory
ул. Бауманская, д. 32, стр. 2
+7 (495) 790-37-21

CENTURY 21 Welcome
Пресненская наб., д. 12 (Москва-Сити)
+7 (925) 838-10-75

CENTURY 21 Римарком
г. Троицк, Парковый пер., д. 4
+7 (495) 840-56-00

г. Троицк, ул. Центральная, д. 28
+7 (903) 721-73-60

CENTURY 21 Серебряный Век
3-й Самотечный пер., д. 11
+7 (495) 961-21-00

CENTURY 21 Столичная Недвижимость
Варшавское ш., д. 1, с. 1-2 (БЦ W-Plaza),
эт. 1, оф. В-116А
8 (800) 444-41-21

CENTURY 21 Харламов
1-й Тверской-Ямской пер., д. 18
+7 (495) 980-21-08

CENTURY 21 Юго-Запад
ул. Профсоюзная, д. 56, эт. 15, оф. 18
+7 (495) 259-25-41

CENTURY 21 Level
Мичуринский пр-т, д. 21, к. 3
+7 (495) 414-34-00

CENTURY 21 Авангард
ул. Мосфильмовская, д. 74Б, оф. 2
+7 (985) 660-17-77

CENTURY 21 А.С.К. Недвижимость
г. Зеленоград, Георгиевский пр-т, к. 1651
+7 (495) 969-40-09

CENTURY 21 Изумрудный город
г. Московский, 1-й мкр., д. 23, оф. 101
+7 (977) 477-55-75

Московская область

CENTURY 21 Перспектива
г. Люберцы, Октябрьский пр-т, д. 18, к. 1, оф. 21-9
+7 (495) 740-56-06

CENTURY 21 Римарком
г. Чехов, Симферопольское ш., д. 6, эт. 3, оф. 12
+7 (496) 722-13-47

Санкт-Петербург

CENTURY 21 Capital Petersburg
Университетская наб., д. 25
+7 (812) 940-21-00

CENTURY 21 Vesta
ул. Ташкентская, д. 1, эт. 6
+7 (812) 330-01-30

CENTURY 21 Linder & Partners
ул. Льва Толстого, 1-3, лит. А
+7 (812) 900-45-00

Анапа

CENTURY 21 Архитекторы Мечты
ул. Астраханская, д. 79, оф. 10
+7 (988) 339-89-09

Барнаул

CENTURY 21 Красиво Жить
Социалистический пр-т, д. 109, эт. 2, оф. 223
+7 (929) 397-25-57

Благовещенск

CENTURY 21 Legion
ул. Ленина, д. 171
+7 (4162) 46-86-46

Владивосток

CENTURY 21 New Home
ул. Светланская, д. 145
+7 (423) 272-47-24

Волгоград

CENTURY 21 Лайтхаус
ул. им. Маршала Еременко, д. 108
+7 (988) 961-58-56

Горячий Ключ

CENTURY 21 Мой Дом
ул. Ленина, д. 193, к. Д, лит. Б
+7 (861) 594-21-65

Екатеринбург

CENTURY 21 Eva Home
ул. 8 Марта, д. 167
ул. 8 Марта, д. 97
ул. Кузнецова, д. 2Б
+7 (343) 243-53-21

Иркутск

CENTURY 21 Недвижимость Мира
ул. Чкалова, д. 15, эт. 6
ул. Горького, д. 27
ул. Розы Люксембург, д. 176в/3
+7 (3952) 43-03-64
г. Ангарск, 32-й мкр., д. 5/9
+7 (3955) 64-52-46

Казань

CENTURY 21 Магпо
ул. Сибирский тракт, д. 13, эт. 3, оф. 1
+7 (987) 225-57-00

CENTURY 21 Stone City
ул. Декабристов, д. 85, пом. 1049
+7 (843) 260-31-31

Калининград

CENTURY 21 Идеальный Дом
Московский пр-т, д. 14Б
+7 (921) 610-21-21

CENTURY 21 Эксперт
Советский пр-т, д. 81, к. 4, пом. 4
+7 (906) 234-51-77

Калуга

CENTURY 21 Бенефит
ул. Кирова, д. 21а
+7 (930) 758-48-48

Краснодар

CENTURY 21 InKrasnodar Vip
ул. Дальняя, д. 39/2, оф. 51
+7 (967) 930-00-21

Красноярск

CENTURY 21 Smart
пр-т Мира, д. 94
+7 (913) 032-10-99

Махачкала

CENTURY 21 Вся Недвижимость
ул. Азиза Алиева, д. 3
+7 (928) 802-11-99

Нижний Новгород

CENTURY 21 Comfort
ул. Максима Горького, д. 260, оф. 30
+7 (831) 283-11-88

Новосибирск

CENTURY 21 Grand
Красный пр-т, д. 77/1
+7 (913) 915-46-93

CENTURY 21 Алгоритм
Красный пр-т, д. 220, к. 10
+7 (3832) 63-70-80

Пермь

CENTURY 21 City
ул. Аркадия Гайдара, д. 16А
+7 (342) 287-21-21

CENTURY 21 Home Real Estate
Комсомольский пр-т, д. 38, оф. 506
+7 (342) 204-43-53

CENTURY 21 PermGrad
ул. Стахановская, д. 45, оф. 236
+7 (342) 293-02-36

CENTURY 21 Terra Недвижимость
ул. Петропавловская, д. 53, эт. 2, оф. 206
+7 (342) 204-17-44

Петрозаводск

CENTURY 21 Альфа
ул. Андропова, д. 1А
+7 (8142) 67-11-21

Саранск

CENTURY 21 Pro Estate
ул. Есенина, д. 80/1
+7 (952) 126-88-86

Саратов

CENTURY 21 FreeDom
ул. Большеинская, д. 30
+7 (8452) 21-24-79

Сочи

CENTURY 21 InSochi
ул. Горького, д. 87, оф. 13
+7 (862) 291-77-21

Тамбов

CENTURY 21 Адрес
ул. Советская, д. 103
+7 (4752) 77-00-77

Тверь

CENTURY 21 Fox
Свободный пр., д. 5, к. 1
+7 (903) 630-74-53

Улан-Удэ

CENTURY 21 Евразия Недвижимость
ул. Ленина, д. 49А
+7 (30125) 151-78

Ульяновск

CENTURY 21 Союз
пр-т Нариманова, д. 38
пр-т Ленинского Комсомола, д. 38
+7 (8422) 71-76-76

Уфа

CENTURY 21 Недвижимость и Право
ул. Рихарда Зорге, д. 35
+7 (917) 785-46-03

Хабаровск

CENTURY 21 New Town
ул. Калинина, д. 81
+7 (4212) 77-00-81

Чита

CENTURY 21 Восток
Скоро открытие!

CENTURY 21®