

# О ПОКУПАТЕЛЯХ с нестандартной ориентацией



Автор: Сергей РОМАНОВ

Российский человек покупками квартир **не избалован**. За свою жизнь среднестатистический горожанин **переезжает один–два раза**. Большая доля покупателей приобретают жилье разве что по необходимости: взрослые дети решили отселиться от родителей или замужняя пара развелась и разъехалась по разным квартирам. А коренной сельчанин может в своей родовой избе и вовсе век вековать.

**П**онятно, что опыта у россиян по сравнению с западными покупателями недвижимости, как говорится, кот наплакал. «Если мы говорим о представителях экономкласса, то они на протяжении всей своей жизни, как правило, меняют недвижимость всего один-два раза. И чаще всего для улучшения своих жилищных условий, — делится наблюдениями **генеральный директор компании «Служба недвижимости» Павел Карасев**. — Покупатели объектов бизнес- и элитного классов для поддержания статуса могут позволить себе улучшать жилищные условия гораздо чаще. И все равно в отличие от западных потребителей, большинство из которых являются арендаторами жилья и переезжают из города в город, российский покупатель рассматривает свою квартиру как «крепость» — основательную и долговечную».

### » НЕСТАНДАРТНЫЕ ПОЖЕЛАНИЯ

Риэлторы считают, что главными критериями при выборе жилья являются месторасположение дома, наличие инфраструктуры, экология, стоимость и параметры квартиры. Но нередко случаи, когда вопреки здравому смыслу покупатель выдвигает иные, довольно забавные требования к будущей квартире. К примеру, один из клиентов компании «НДВ-Недвижимость» очень просил подобрать ему жилье с видами на Бутырскую тюрьму. Другой охотно согласился заселиться в дом, в двух шагах от которого располагалась знаменитая больница имени Кашенко. Видите ли, он сам когда-то лечился от шизофрении и теперь хотел бы из окон своей квартиры наблюдать, как это делают другие психи.

Третий покупатель желал каждое утро видеть кладбищенские кресты и фасад крематория. «На этот счет он плел какую-то несуряницу, — вспоминает **руководитель отделения «Октябрьское поле» компании «Инком-Недвижимость» Михаил Раздольский**. — Дескать, он потомственный шаман. А в особом магиче-

ском сосуде у него заключен Ниби, который питается только душами умерших, поглощая их через третий глаз. Таким образом, особая обстановка и подпитка силой смерти дает этому

Но оказалось, что в квартире номер 13 жил непревзойденный аферист, который уже шестой раз продавал свою жилплощадь. Благо успели предупредить об этом черного мага, который,

Опытные брокеры пришли к выводу: если уж человек, верящий в **потусторонние силы**, пригласил **экстрасенса** на просмотр, то мнение «энергетического гуру» **станет для него определяющим**

самому Ниби возможность заглянуть и предсказать будущее».

У другого представителя магии, обратившегося за помощью к риэлторам, было сразу несколько условий. Дом должен находиться в районе Патриарших прудов, быть непременно шестизэтажным, а номером квартиры могут быть числа 13, 113 или, в крайнем случае, 213. Агенты долго мучились, но, наконец, нашли квартиру, отвечающую всем требованиям. Когда же продавец узнал, кто желает купить его «двушку», то повел себя странным образом. Отдал ключи и не возражал, чтобы покупатель в тот же день перевозил в нее все свои вещи. Только попросил небольшой задаток — всего \$3 тыс. Риэлторы стали сомневаться, не заколдовал ли его черный маг?

несмотря на свои «сверхспособности», совсем ничего не подозревал.

Время от времени в агентства заглядывают клиенты, желающие приобрести недвижимость рядом с правительственными секретными бункерами, бомбоубежищами или линиями метро, где таковые могут находиться. Ну и конечно, многие покупатели, пытаясь следовать моде, подбирают жилье по правилам фэн-шуй. Благоприятными для них считаются квартиры в домах, которые удалены от оживленных магистралей, промышленных зон, свалок, помоек, болот. Чтобы «положительная энергия ци» втекала в дом, рядом обязательно должен быть палисадник, а неподалеку — речка или пруд. Такие же завышенные требования «фэншуистами»





предъявляются и к планировкам квартир. Во внимание принимаются стороны света, расположение окон, дверей, высота и окружение дома. А мало ли клиентов, которые прислушиваются к советам астрологов, нумерологов и принимают во внимание различные народные приметы!

### » ЭКСТРАСЕНСЫ ВАМ В ПОМОЩЬ

Самое интересное, что если уж клиент самостоятельно остановил свой выбор на той или иной квартире, никакие мнения и даже самые ценные советы его уже не разубедят. Хотя если риэлтор, близкие люди или друзья одобряют его решение, указывая на достоинства нового жилья, для самого покупателя добрые слова станут психологической поддержкой, вызовут позитивные эмоции по поводу правильности его выбора.

Риэлторы соглашаются, что родственники, друзья и знакомые, которые уже не раз сталкивались с покупкой нового жилья, отчасти способны дать какую-то полезную информацию — например об инфраструктуре микрорайона, транспортной доступности и даже о «крутых» нравах соседей. «В то же время, — высказывается на этот счет **руководитель департамента городской недвижимости компании «НДВ-Недвижимость» Светлана Бирина**, — не стоит забывать, что любой совет субъективен. Скажем, такой параметр, как транспортная доступность или месторасположение дома, в зависимости от характера и стиля жизни того или иного человека может интерпретироваться по-разному. Один скажет, что выбранный район не самый лучший в отношении транспортной доступности, а другой будет утверждать, что это единственное место в Москве, где нет пробок и заторов. Так что к информации друзей следует относиться очень взвешенно. А советы незнакомых магов и экстрасенсов, которые «обнюхивают» жилье в поисках энергетических дефектов, стоит обдумать не один раз».

Однажды супружеская чета, образчик состоятельности и удачи, захватила на просмотр домовладения «настоящего мага». Риэлтор сразу заметил, как им все нравится: и искусственный водоем, и дорожки из камня, и плафоны на газонах, и кованая ограда, и радостное солнышко над головой. За ними с безучастным взглядом шел невзрачный лысый человек с мясистыми губами, не по погоде одетый в черный пиджак. «Кстати, вы незнакомы? — спросила у брокера клиентка и поманила пальчиком лысого. — Это известный экстрасенс. Он будет нам помогать». Супруг тут же делает отмашку рукой, означающую, что маг может приступить к работе. Маг достал из сумки металлическую рамку, которая в его руках стала подрагивать и крутиться, словно стрелка компаса в местах магнитных аномалий. Дом, кстати, покупателям, тоже понравился. Они даже стали прикидывать, в какую сумму выльется ремонт, где будет детская, а где — столовая и какие шторы будут в их собственной спальне. Но появился маг и скорбно покачал головой: «Нехороший дом. И участок нехороший. Ужасно отрицательная энергетика!» И вынес приговор: тут жить нельзя. Сделка не состоялась.

На другой день пришлось показывать загородные дома уже другим клиентам, с которыми, к ужасу риэлтора, тоже оказался экстрасенс. Те же рамки, похожие на тараканы усы. На первом просмотре коттедж сразу же бракуется по известному диагнозу — отрицательная энергетика. На втором экстрасенса не устраивает участок с прогнутой до земли березой: плохая земля — вон, видите, дерево искалеченное. То, что по соседству живут представители шоу-бизнеса,

крупные бизнесмены и никто из них на отрицательную энергетику никогда не жаловался, в расчет не принимается. Покупатели вошли в раж: «Можете показать еще что-нибудь?» И риэлтор решает отвезти их к отвергнутому накануне коттеджу. Экстрасенс выходит первым, хитро смотрит на риэлтора и достает рамочку. А через мгновение выносит вердикт: место благоприятное, лучше не бывает. Клиенты довольны и требуют проект договора, который готовы подписать тут же...

Повидавшие на своем веку самых разных покупателей, опытные брокеры пришли к выводу: если уж человек, верящий в потусторонние силы, пригласил экстрасенса на просмотр, то мнение «энергетического гуру» станет для него определяющим. Да и вряд ли проживание в квартире, отбракованной экстрасенсом, окажется для него счастливым.

Но все же при определении качества жилья и его характеристик предпочтение стоит отдавать мнению эксперта в области недвижимости. Правда, не всегда и не всем такие советы по карману. А потому многие потенциальные покупатели начинают поиск жилья либо в Интернете, либо на страницах рекламных газет и журналов, что нередко приводит к заблуждениям и ошибкам. Вот скажите, пожалуйста, о каком объ-

екте пойдет речь? «Огороженная и охраняемая территория, место для прогулок, система видеонаблюдения, равные по статусу соседи». Вероятно, подумает кто-то, речь идет о доме бизнес- или даже элитного класса. Ничего подобного! Под эти же параметры может попасть и здание тюрьмы.

К тому же завышение класса жилья в рекламных текстах — нормальная практика. Вполне возможно, к примеру, такое объявление: «Добротный деревянный дом в 30 м от большой воды,

при выборе дома и квартиры не так уж сильно отличаются от провинциалов. Только на первый взгляд может показаться, что москвичи более требовательны и состоятельны. На самом деле богатым опытом в покупке недвижимости они тоже не обладают. «Главное отличие заключается в том, что при выборе нового места жительства москвичи привязываются к какому-то конкретному району, в котором сами когда-то выросли и жили либо в котором уже имеют квартиры их родственни-

Обычно клиент, принимая решение о покупке, выезжает на просмотр объекта **не более двух раз**: в первый приезд — **для знакомства** с местоположением и квартирой, во второй — для более **тщательного осмотра**

в сосновом бору. Традиционная архитектура. Охота, рыбалка. Идеальное место для отдыха». А ведь таким способом можно прорекламирровать и баньку-развалюху в Архангельской области без электричества и подъездных путей. Но найдется ли в тексте рекламы хотя бы одно слово неправды?

### »» НОСТАЛЬГИЯ И ТРЕЗВЫЙ РАСЧЕТ

Многие эксперты придерживаются мнения, что коренные жители столицы

ки и друзья», — размышляет **управляющий директор компании «Century 21 Запад» Евгений Скоморовский**. Люди, жившие, к примеру, на Плющихе, редко хотят расстаться с этим местом, его атмосферой. То же самое можно сказать о жителях Арбата, Чистых прудов, Сокольников...

У провинциалов таких предпочтений нет. В результате они, как и все «замкадовцы», при выборе жилья ориентируются на чисто потребительские показатели — цену, окружающую инфраструктуру, близость к метро. Хотя обеспеченные иногородние покупатели (в основном из сырьедобывающих областей) особенно интересуются престижностью района. И многим из них, чтобы сделать выбор, хватает утвердительного ответа на вопрос, престижен ли район или направление. Ведь не секрет, что многие из провинциалов покупают дома и квартиры с целью избыточного вложения денег.

Правда, порой будущие жители Московского региона попадают в просак. Был случай, когда важный нефтяник задумал купить современный дом на Рублевке. Заказ поступил в агентство — там заверили, что коттедж обязательно подберут. Через пару недель приехал и он сам. Ему все объясняют, показывают проект дома, который возводится в одном из лучших поселков. Он со всем согласен. Только спрашивает: «Сколько? А сколько? И сколько?» (километров до кольцевой дороги, домов, стоимость усадьбы). Все его устраивает, кроме зеленой крыши.





Он готов сделать предоплату, только просит, чтобы кровлю все-таки переделали. Ему вежливо отвечают, мол, это же не просто крыша, а экологическая крыша-газон! На ней зеленая мурава высажена. На эти слова разъяренный покупатель подсакивает со стула: «Вы что думаете, я должен в землянке жить за такие деньги?»

Станным специалистам департамента городской недвижимости компании НДВ показался и запрос семейной пары из Франции, которая, обладая немалой суммой, выбрала ветхую коммунальную квартиру на последнем этаже в старом трехэтажном доме дореволюционной постройки. Как выяснилось, определяющим фактором при выборе жилья для французов стало чувство ностальгии, которым и было продиктовано желание иметь квартиру в дореволюционном доме. Да и чердачное помещение они собирались в скором времени выкупить и обустроить его точно так же, как в своем парижском доме.

Впрочем, и москвичи при выборе квартир не всегда обходятся без эмоций и ностальгии по прошлому. Знакомый маклер рассказывал, что однажды, расселяя этаж на Бауманской, он наткнулся на веселую разбитую маляршу, которая не соглашалась ехать

ни в Бутово, ни в Марьино, ни тем более в Печатники. Тогда опытный брокер проследил всю ее биографию. Выяснилось, что дом, в котором когда-то жила женщина, расселялся еще в советские времена Фрунзенским исполкомом, все ее друзья-подруги и однокурсники переехали в Строгино. Риэлтор предложил переехать в тот самый район. Малярша съездила на осмотр и вернулась совершенно счастливая: «Вот это да! До Вальки — десять минут пешком, Любка вообще живет через дом. Теперь будет с кем после работы побухать!»

### »» НЕЛЕГКОЕ БРЕМЯ ВЫБОРА

По опыту Павла Карасева, среднестатистический клиент, чтобы принять окончательное решение о покупке, выезжает на просмотр объекта не более двух раз. В первый приезд происходит знакомство с местоположением и квартирой, во второй — жилье осматривается уже более детально и тщательно. Но случаются и забавные исключения. В то время как один может практически сразу определить, что квартира ему подходит по всем параметрам, другой будет долго сомневаться, присматриваться, изучать детали и только после четвертого или пятого визита примет окончательное решение.

Застройщикам крупного жилого комплекса запомнился случай, когда клиент приезжал выбирать квартиру восемь раз. Три раза визиты в новостройку были самостоятельными. Дважды он подключал к осмотру жену. В выходные рабочие могли лицезреть, как из мини-вэна клиента, уже ставшего на стройке «родным», поочередно выбирались несколько человек. На генеральный осмотр квартиры он помимо жены привез родителей, брата, тестя и троих детей-подростков. Они поднялись на 12-й этаж, где размещалась четырехкомнатная квартира, и осматривали «углы» на протяжении трех часов. Простукивали стены, любовались видами из окон, а тесть, разложив на бетоне пару досок и застелив их курткой, даже часок успел вздремнуть.

Другая история о чуде, который, настолько контролировал строительство именно своей квартиры, что потребовал от каменщиков, чтобы для тепла они полностью заполнили полости кирпича раствором. Но все получилось с точностью наоборот. Дотошность заказчика и «доброта» исполнителей вышла боком. Новосел не учел законов физики — в результате получилась самая холодная квартира в доме.

В отделе продаж проекта «Гранатный, б» вспоминают о семье, которая в течение полугода успела побывать на стройке 13 раз. Был здесь и клиент, который первый раз произвел осмотр квартиры год назад. Потом приехал еще через полгода. Но окончательно созрел для покупки, когда свободных квартир в доме почти не осталось. И начались гонки: кто быстрее придет с юристом, кто быстрее возьмет ту или иную справку, кто быстрее заверит ее у нотариуса...

По мнению специалистов риэлторских компаний, сходу — после первого или второго просмотра — в среднем покупается лишь одна квартира из 50. Обычно покупатель находится в состоянии поиска на протяжении двух месяцев. Так, некий клиент агентства недвижимости приезжал на просмотр одного и того же объекта 38 (!) раз. Приезжал и из окна квартиры всегда смотрел на одну приметную сосну, растущую на участке. Брокеры даже в шутку предположили, что он появлялся только ради того, чтобы лишний раз помедитировать. Видимо, вид этой сосны его зачаровывал. Но дом в итоге он купил в другом месте, где сосны никогда не росли. ■



Лучший интернет-ресурс  
по недвижимости\*

Вся недвижимость России и зарубежья  
на [orsn.rambler.ru](http://orsn.rambler.ru)

Контактный телефон (495) 989-25-56

\* По результатам конкурса «Профессиональное признание-2007». Мероприятие проводилось в рамках Национального Конгресса по недвижимости. ООО «ОРСН-Консалтинг», 119991, г. Москва, ул. 5-й Донской проезд, д.15. Размещение информации на интернет-ресурсах.

УСТАНОВКА ТЕЛЕФОНА  
И ИНТЕРНЕТ

**PM Телеком**



**АБОНЕНТ ВСЕГДА В ВЫИГРЫШЕ!**

Специальное предложение:

**ТЕЛЕФОН + ИНТЕРНЕТ**  
ПОДКЛЮЧЕНИЕ БЕСПЛАТНО

[www.rmt.ru](http://www.rmt.ru) e-mail: [info@rmt.ru](mailto:info@rmt.ru) (495) 988-8212

- Подключение – в любом месте Москвы и Московской обл.
- Установка прямого московского телефонного номера
- Многоканальные телефонные номера
- Выделенные линии Интернет
- Корпоративные частные сети (VPN)
- Хостинг, услуги data-центра