



правило, они точно знают, сколько спален, гардеробных, санузлов, кладовок нужно для комфортной жизни. А вот внимание покупателей-мужчин часто фокусируется на вспомогательных помещениях — от библиотеки до комнат для хранения коллекций (марок, фарфора, оружия, охотничьих трофеев и пр.). «Покупатели-мужчины реже чувствуют объемные параметры жилья, а иногда и вовсе лишены пространственного воображения. В этом вопросе они вынуждены полагаться на своих жен или доверять профессиональным консультантам», — замечает управляющий директор компании Soho Estate Ирина Егорова. Женщины умеют планировать внутреннее пространство и представляют, как его можно обустроить, даже если речь идет о новостройке без отделки и внутренних перегородок. Наконец, в отличие от большинства мужчин их спутниц интересует не только жилище, но и инфраструктура. Они выясняют, какие школы, фитнес-центры, магазины, парки расположены поблизости. Найдя подходящий вариант, женщины всегда будут добиваться максимального дисконта — они прагматичнее мужчин.

Но половина из них (около 300 сделок в год — более \$700 млн) совершается при активном участии жен и спутниц предпринимателей. То есть прямо или косвенно женщины покупают апартаменты на сумму порядка \$900 млн ежегодно. Получается, роль первой скрипки при выборе элитных объектов играют именно женщины. Покупательницы элитных квартир избирательны: приобретение жилья для них сопоставимо с покупкой одежды или ювелирных украшений. В магазине женщина редко купит первый попавшийся товар, подходящий по цене и фасону, — сначала она изучит весь ассортимент. Так и на рынке недвижимости: количество просмотренных вариантов исчисляется десятками. Независимо от уровня достатка для прекрасных дам важны уют и функциональность жилища, поэтому они не ограничиваются стандартным набором удобств, уделяя внимание отделке и качеству строительства. Женщины лучше представителей сильного пола представляют, что необходимо семье. Как

**У**спешная карьера и собственный бизнес сделали многих женщин не зависимыми от мужчин: бизнесвумен позволяют себе покупать многое — вплоть до столичных элитных апартаментов. Правда, «женская» доля в общем объеме сделок с жильем класса де-люкс невелика: по статистике, за свой счет дамы покупают 10% элитных объектов. Ежегодно они приобретают примерно 70 элитных квартир, тратя на высококлассную недвижимость около \$160 млн. Оставшиеся 90% сделок на рынке элитного жилья — «мужские».

# ЖЕНСКАЯ ДОЛЯ В ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ