

БРОКЕРИДЖ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Якупова М.З.,

научный руководитель доц. Березовская Р.Э.,

Сибирский Федеральный Университет

Инженерно-строительный институт

На российском рынке брокеридж появился сравнительно недавно, этот термин стал наиболее популярным, в связи с оживлением рынка коммерческой недвижимости и заставляет компании, в период кризиса, сокративший свой персонал, вновь заняться его поиском. Что же означает этот термин и какую смысловую нагрузку он несет в сфере недвижимости?

Основной целью данной статьи является изучение понятия брокеридж, какие проблемы существуют в данной деятельности, кто такой брокер и есть ли различия между брокером и риэлтором.

Термин брокеридж изначально (а в отечественных словарях и по сей день) трактуется так: «комиссия (куртаж), взимаемая биржевым брокером за выполнение поручения клиента». А альтернативой английскому слову *brokerage* является словосочетание *broking commission*.

Брокеридж- это не:

- услуга, а финансовый инструмент, или институт, или деньги, за которые брокер будет работать;

- плата за услугу, а комиссия за «то, что я мог бы сделать сам»;

- цена, указанная в договоре, а уже сам договор.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что брокеридж – это комиссионное вознаграждение, получаемое брокером от клиентов, исчисляемое в процентах от стоимости заключенных сделок. Российские же профессионалы девелопмента решили не усложнять себе жизнь и оперируют понятием «**брокеридж**» лишь в одном его значении – посредническая деятельность по подбору поставщиков товаров и услуг, в наибольшей степени отвечающим запросам клиента. Как и в любой посреднической деятельности, заработком брокера является комиссионное вознаграждение.

Базовые цели и задачи брокериджа на рынке коммерческой недвижимости:

- поиск арендодателей для объектов (коммерческих площадок, складских, офисных, торговых и других объектов),

- подбор якорных арендаторов (как местных, так и федерального уровня) под утвержденную концепцию торгового центра, заполняем торговую галерею операторами известных марок

- ведение переговоров с покупателями и арендаторами,

- содействие по заключению долгосрочных или краткосрочных контрактов аренды и отслеживанию договоров по продаже,

- купле объектов между двумя сторонами (покупатель – продавец).

Основные обязанности:

- согласование с арендатором и арендодателем условий сделки и порядка перечисления платежей;

- участие в предварительных обсуждениях намеченной сделки;

- контроль и осуществление рекламных мероприятий и маркетинговых кампаний;

- расчет бюджета, закладываемого в рекламные мероприятия;
- маркетинговый разбор проекта и его анализ.

В России, по сравнению с Европой, брокеридж стал развиваться не так давно. Однако рынок у нас становится все более цивилизованным, и собственники уже осознали, что функционирование крупных объектов – бизнес- и торговых центров, заводов и пр. – нуждается в услугах профессиональных брокеров. И чем быстрее собственник осознает это, тем легче ему будет в дальнейшем.

Профессиональный брокер должен быть связующим звеном между объектом недвижимости и арендатором. Проще говоря, он должен, во-первых, обеспечивать за счет данного арендатора вклад в капитализацию объекта, а во-вторых, повышать эффективность бизнеса самого арендатора. Следовательно, брокер должен служить посредником и консультантом для обеих сторон, то есть на брокера возлагается и маркетинговая функция.

В компании, предоставляющие брокерские услуги должны работать специалисты с многолетним опытом, должна быть накоплена большая база данных по торговым операторам регионального и федерального уровня, налажены личные контакты с менеджерами, принимающими решения. Брокер должен знать потребности потенциальных арендаторов, отлично понимать специфику рынка и все его тонкости, постоянно общаться с девелоперами, архитекторами и управляющими компаниями и предоставлять четкие рекомендации владельцам недвижимости, минимизируя их риски.

Специалисты, предоставляющие брокерские услуги работают по агентскому договору и получают вознаграждение за свои услуги в виде комиссионного вознаграждения. Как правило, размер комиссионных определяется в процентном отношении от результата сделки: 2-5 % от стоимости проданной недвижимости и 7-11 % от арендного дохода за год за сдачу в аренду торговых площадей.

Из данной информации можно сделать вывод, что по сути брокер, тоже самое что и риэлтор... А не тут то было, риэлтор в нашем понимании — это человек, владеющий информационной базой. Основной его задачей является подбор объекта недвижимости, и сопровождение сделки купли-продажи.

Брокер на рынке недвижимости тоже выполняет эту работу. Но брокер — это агент, действующий в интересах того, кто его нанимает. И когда он получает заказ найти определенный объект недвижимости, зная ключевые требования своего клиента, он начинает «прочесывать» весь город по нужным параметрам. Технологии работы риэлторов и брокеров очень схожи, и есть некая разница в нюансах: риэлтерскую деятельность можно сравнить с рекламой, а брокеридж — с маркетингом. Реклама — это всего лишь инструмент маркетинга, но в нем есть множество и других дополнительных инструментов. И брокер должен уметь пользоваться каждым из них. При этом в первую очередь брокер работает с «якорями» — крупными федеральными сетями, те операторы, которые подписывают «длинные» договора и знают, как торговать и какого покупателя привлекать.

Сегодняшнее положение брокериджа в России оставляет желать лучшего, существует особенность данной деятельности: когда рынок идет вниз, брокеридж — тоже, так как иногда просто отпадает надобность в этой услуге. В таких условиях выживают как раз наиболее сильные брокеры — те, кто не экономил на повышении квалификации персонала». Но все же, положение брокериджа не так плачевно, данная услуга эволюционирует, правда, не очень заметно, потому как суть ее неизменна. Сейчас сектор услуг во многих отраслях сокращается, чего нельзя сказать о брокеридже. Он востребован, потому что нельзя обойтись без работающих бизнес- и торговых центров».

На Западе профессиональные брокеры обеспечивают 10% сделок с коммерческой недвижимостью. В России до таких показателей пока далеко. Тем не менее, рынок с каждым годом движется к разделению труда: девелопер создает объекты, собственник получает доход, брокер сдает или продает коммерческие площади, управляющий – управляет.

Основной проблемой в данной сфере является не компетентность специалистов, и ощущение «информационного голода» давно присутствует в сфере обучения брокеров по коммерческой недвижимости. В 90-х годах не было возможности научиться этой профессии, да и сейчас ситуация с образованием в этой области особо не изменилась. Практически нет программ по обучению брокериджу коммерческой недвижимости, нет профильных образовательных учреждений. В столице России сейчас пытаются открывать некоторые курсы для обучения брокеров, но для набирающего оборота рынка недвижимости это очень маленькая крупица помощи в большое дело, конечно же, необходимо открывать какие-либо учреждения для повышения квалификации специалистов по всем регионам России.

В заключение хотелось бы сделать несколько выводов. В России существует два определения понятия брокеридж:– это комиссионное вознаграждение, получаемое брокером от клиентов, исчисляемое в процентах от стоимости заключенных сделок; – посредническая деятельность по подбору поставщиков товаров и услуг, в наибольшей степени отвечающим запросам клиента.

В начале данной статьи был поставлен вопрос есть ли различия между риэлтором и брокером, безусловно есть, риэлтерскую деятельность можно сравнить с рекламой, а брокеридж — с маркетингом, ведь основной задачей риэлтора является подбор объекта недвижимости, и сопровождение сделки купли-продажи, брокер на рынке недвижимости тоже выполняет эту работу, но это агент, действующий в интересах того, кто его нанимает.

В наше время набирает высокие обороты рынок коммерческой недвижимости, основной проблемой брокериджа является некомпетентность специалистов, исходя из этого, пришли к выводу, что необходимы учебные заведения для брокеров и специалистов по недвижимости, так как брокеридж становится неотъемлемой частью быстроразвивающегося коммерческого рынка недвижимости.

Список литературы

- <http://www.commercialrealty.ru/new.php?id=116991> – брокеридж коммерческой недвижимости;
- <http://www.topdom.ru/cons7/2.htm> - брокеридж торгового центра;
- <http://www.1ao.ru/sdelki/uslugi.html> - услуги брокериджа;
- <http://www.bpn.ru/publications/45314/> - особенность национального брокериджа;
- <http://www.mcmr.kz/ru/services/brokeridj.php> - управляющая компания;
- <http://www.rfinance.ru/magazine?id=123&aid=128&tid=0> – кредитный брокеридж;
- <http://credit.ru/publication/show/id/5094/> - риэлтор или брокер;
- http://professionali.ru/Soobschestva/kommercheskaya_nedvizhimost/rieltor_s_brokers_kimi_zamashkami/#topic – риэлтор с брокерскими замашками.