

ДОМЦЕНЫ

Назад, к бартеру

Подмосковье

Спрос на загородную недвижимость вырос, а предложение расти перестало. При этом скидки на дома продолжают предлагать, а спросом все равно пользуются участки без подряда.

С началом весны наступило оживление и на загородном рынке — правда, как и на городском, это не привело к значительному увеличению количества сделок.

«С началом весны спрос на загородную недвижимость вырос почти на 20%, в то время как в первые два месяца отмечался спад покупательской активности (на 8–10% в январе и на 3–5% в феврале). По нашему мнению, повышение активности связано прежде всего с сезонным фактором —

приближением дачного сезона, а также улучшением условий для просмотра объектов, подъезд к которым в зимнее время был затруднен», — говорит Алексей Кудрявцев, руководитель департамента маркетинга МИАН.

Девелоперы считают, что ожидания дальнейшего существенного падения цен со стороны покупателей необоснованны. «Сейчас очень много звонков от клиентов, у которых есть средства на небольшую квартиру в Москве, но

они считают, что за эту сумму можно приобрести как минимум большой коттедж или даже целый дворец за городом», — замечает Мария Воронова, заместитель директора по маркетингу компании Mil-land Development Corporation.

«Количество покупателей увеличивается, но в то же время предложение на рынке становится меньше. С рынка уходит непрофессиональные игроки», — констатирует Геннадий Теряев, директор департамента развития бизнеса Rodex Group.

Реальных новых предложений за февраль—март практически не было представлено. Правда, это не касается вторичного рынка, на котором в феврале, по данным МИАН, предложение выросло на 44%.

При этом в феврале—марте продолжали проводиться акции, направленные на привле-

чение покупателей. Скидки действовали в основном на строения, а именно на дома, таунхаусы и т. п. «В среднем цены на недвижимость в прайс-листах снизились на 10–15% в долларах, но застройщики не скрывают, что готовы предоставить дополнительные скидки в размере 5–30% от заявленной цены», — рассказывает Мария Воронова.

Одна из последних тенденций на рынке загородки — смена формата продаж. Девелоперы, столкнувшись с кризисом ликвидности, с целью снижения рисков начинают выводить на рынок земельные участки в поселках без подряда, что раньше было для них нехарактерно. Большая часть последних вышедших на рынок поселков не домовладения, а размежеванные участки с подведенными коммуникациями и дорогами. Покупате-

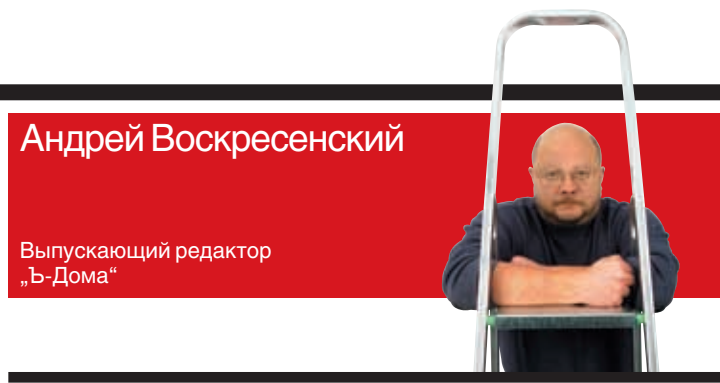
ли отреагировали на такие изменения позитивно — всплеск спроса в основном коснулся земельных участков без подряда. «В дальнейшем многие поселки ждет реконцепция с целью понижения класса качества жилья», — полагает Владислав Луцков, генеральный директор консалтингового центра «Мизель».

А вот другие новшества вряд ли вызовут такой же энтузиазм у покупателей. Последняя тенденция рынка загородной недвижимости — рост количества бартерных схем, которые стали «средством выживания» для всех участников процесса. «С целью оптимизации ресурсов девелоперы заключают бартерную сделку с компанией-подрядчиком. Таким образом, компания—поставщик строительных материалов по итогам выполненных работ по-

лучает в качестве оплаты загородные объекты на сумму заключенного договора. Такой вариант устраивает все стороны. Компания-девелопер имеет возможность получить строительные материалы и снизить затраты на последующую реализацию домовладений. Для компании-подрядчика заключенный договор — это шанс получить заказ и оплату за свой товар, пусть даже натуральным продуктом», — объясняет Алексей Коротких, руководитель отдела продаж компании Villagio Estate.

Впрочем, если ситуация будет развиваться в том же направлении и девелоперы начнут не только расплачиваться бартером, но и заключать соответствующие сделки с покупателями, это может придать рынку новый толчок.

Татьяна Комарова



Следите за рекламой

Реклама — не только двигатель торговли, но еще и индикатор рынка. Потребителю иногда стоит оценивать рекламу и с этой точки зрения, хотя бы для того, чтобы понимать, кто в настоящий момент на рынке главный — продавец или покупатель.

Общественная организация с игровым названием РЕПА (это профессиональное объединение пиарщиков, работающих в сфере недвижимости) сейчас составляет рейтинг лучших рекламных компаний 2008 года. Естественно, по своему прямому профилю: на тему домов, квартир, поселков и т.д.

Случись это событие год или два назад, никто бы и внимания не обратил: ну, собрались ребята своим междусобойчиком и решили профессионально оценить, кто лучше продвигает свой продукт. Имеют право.

Но давайте оглянемся вокруг: продажи стоят, стройки тоже не очень-то продвигаются, настоящее мрачно, будущее в тумане, «дно» рынка пока не прощупывается. И вот тут-то пиарщики решили выяснить, а кто же лучше всех рекламировал недвижимость в прошлом году, когда она и так уходила «с колес».

Недвижимость — один из немногих товаров, который сам способен себя рекламировать. Даже автомобили к числу таких не относятся. Визуально мы можем оценить только дизайн, а не то, что под капотом. А у недвижимости, как известно, три главные характеристики — location, location и еще раз location. Оценить местоположение каждый способен сам и без помощи рекламы.

Архитектура, планировки, инженерия, даже цена — это все вторично по сравнению с местом. А потому самая эффективная реклама недвижимости — простая растяжка на строящемся объекте: «продаются квартиры в этом доме». Несколько сложнее с коттеджами — они ведь обычно не просматриваются с трасс (по крайней мере, правильно расположенные). Но и это не беда, достаточно установить щит на перекрестке: «за этим поворотом строятся очень хорошие дома по приемлемым ценам».

Все это верно для растущего рынка. Вспомните рекламу прошлого года — она была скучна, незатейлива, конкретна и немногословна. Как там будут РЕПовцы составлять свой рейтинг — ума не приложу. Наверное, отберут настоящих перфекционистов, которые стремятся сделать все как можно лучше, даже если ситуация позволяет особенно не напрягаться.

Зато обратите внимание, как изменилась реклама недвижимости сейчас. Она стала подробной, убедительной и отчасти заискивающей. Нам теперь объясняют с рекламных щитов, что данный объект строится не как-нибудь, а по 214-му закону, просто-таки уговаривают торговаться, обещают собственные расценки взамен почившей в бозе ипотеки, не говоря уж о подарках и бонусах.

Именно сейчас креативная реклама как раз и нужна продавцам — им ведь надо не просто показать товар, но и объяснить, что он лучше, круче, дешевле и надежнее, чем у других. А также убедить нас, что строящийся дом или поселок всенепременнейше будет достроен до самого конца.

Я, конечно, с интересом посмотрю на результаты рекламного рейтинга прошлого года. Но мне кажется, что через год итоги аналогичного рейтинга окажутся куда более увлекательными.



Весенняя акция от Корпорации «ИНКОМ»

КРИЗИС РОЖДАЕТ НОВЫЕ РЕШЕНИЯ. КОРПОРАЦИЯ «ИНКОМ» ОБЪЯВЛЯЕТ СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ* НА ПОКУПКУ ЗАГОРОДНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В СВОИХ ПРОЕКТАХ.

30% скидка на последние 10 домов в полностью построенном элитном загородном поселке «Гринфилд» на Новорижском шоссе. Окончание продаж.

При приобретении недвижимости в поселках таунхаусов эконом-класса «Маленькая Шотландия», бизнес-класса «Покровский», а также элитных загородных поселках Villagio Estate – Millennium Park и Monteville действуют следующие предложения:

Рассрочка на 10 лет под 15% годовых в рублях. Цена фиксируется в рублях. Первый взнос 30%.

Уникальная услуга trade-in на рынке загородной недвижимости. При покупке загородного дома мы готовы принять в зачет городскую квартиру, находящуюся в вашей собственности. Таким образом, мы берем на себя заботы по продаже квартиры, а вы приобретаете загородное жилье по цене за вычетом стоимости вашей квартиры.

www.small-scotland.ru
www.pokrovsky.su
www.villagio.ru

ПОДРОБНОСТИ
ПО ТЕЛЕФОНУ

(495) 363 5544

Реклама



• новый жилой комплекс «Arco di Sole» на набережной реки Яузы – дом, где восходит солнце • гармония комфорта и уюта • современная архитектура, новые технологии строительства • собственный детский сад с бассейном, спортивные площадки, подземный паркинг, гостевые автостоянки • прекрасные виды на набережную • рядом – природный парк «Сокольники» • район с развитой инфраструктурой •

ЖИЛОЙ ДОМ ARCO DI SOLE
Русаковская набережная



232-08-08
www.magistrat.ru



* Действительно до 10 мая.