

Несмотря на активное развитие ипотечного кредитования, для покупателей жилья рассрочка остается одним из самых востребованных инструментов для покупки квартиры. Этот факт заставляет девелоперов включать рассрочку в список услуг, предоставляемых при покупке квартиры. Сегодня до 30% сделок на первичном рынке жилья осуществляются с применением рассрочки.

Твердая треть

— схемы —

В течение достаточно долгого времени, пока банки считали кредитование приобретения квартир в строящихся домах невозможным по причине повышенных рисков, рассрочка от застройщика была единственным способом заключить договор на разных стадиях строительства, не имея при этом полной суммы денег. До 60% сделок заключалось застройщиками с использованием этого инструмента.

По синусоиде

С момента начала сотрудничества банков с застройщиками по совместным ипотечным программам доля сделок с рассрочкой платежей от застройщика заметно сократилась, и перед кризисом 2008 года она составляла уже 30–40%. В период кризиса многие банки закрыли свои ипотечные программы и перестали кредитовать под обеспечение строящимся жильем. В этот период рассрочка платежей вновь отыграла свои позиции и была чрезвычайно востребована.

Сегодня рассрочка платежей, предоставляемая застройщиками, по-прежнему является привлекательным инструментом для покупателей — это выгодная альтернатива ипотеке благодаря разнообразным вариантам по графику платежей, срокам погашения и



В сторону рассрочки чаще обращают свое внимание те покупатели, у которых есть деньги, но нет подтвержденных доходов для получения ипотеки

более простой процедуре оформления, не требующей сбора документов. Застройщики активно пользуются этим инструментом продаж в соответствии со стратегией, выбранной для реализации своих проектов. Как правило, рассрочка предоставляется на весь

период строительства (в среднем на два-три года) и ограничена сроком ввода объекта в эксплуатацию. По отдельным проектам для повышения привлекательности покупки застройщик идет на более длительные сроки и готов ждать полной оплаты по договору до пяти-семи лет. В этом случае зачастую обязательным условием является оплата не менее 60–70% от стоимости договора на момент окончания строительства.

В структуре продаж доля сделок с применением рассрочки от застройщика составляет 30–35%. Сумма первого взноса, необходимая для заключения договора, составляет, как правило, 10–30%, далее застройщик предпочитает ежемесячное или ежеквартальное финансирование строительства со стороны должника равномерными платежами. По договоренности сторон может быть составлен индивидуальный

график платежей. Чаще всего застройщики заявляют о бесплатной рассрочке платежей, предоставляя скидки тем, кто намерен оплатить приобретение единовременно после заключения договора. Возможно и предложение так называемой платной (процентной) рассрочки. В этом случае проценты начисляются на невыплаченный остаток, и у должника есть возможность эффективно определять стоимость договора, регулируя его суммой первого взноса и графиком последующих платежей.

«Для тех, кто на момент заключения договора долевого участия не имеет полной суммы, но при этом не заинтересован в длительных сроках займа, преимущества рассрочки от застройщика очевидны: нет возрастных и иных ограничений, нет необходимости проходить аккредитацию, собирать документы, тратить время, нести дополнительные расходы, платить повышенный процент по кредитному договору в период строительства дома. Главное для покупателя — выбрать в партнеров надежного застройщика и, выполняя обязательства по договору, наблюдать за строительством объекта, ожидая новоселья», — говорит Екатерина Немченко, директор департамента жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg.

Оплатить репутацию

— маркетинг —

При выборе жилья, говорят специалисты, определяющим фактором является его география — большинство покупателей приобретает жилье в том же районе, где и проживает. Но при всех прочих равных, если выбирать между двумя одинаковыми объектами, расположенными по соседству, выбор падет на тот, который возводит компания с известным именем. Поэтому разница в цене жилья от именитого застройщика и от малоизвестного может отличаться на 10–15%, и у менее известной компании жилье будет дешевле.

Задачей позиционирования застройщика на рынке является формирование бренда, обладающего уникальными характеристиками, абсолютно удовлетворяющими потребности конкретной целевой аудитории. Это значит, что данная группа покупателей будет рассматривать при приобретении квартиры исключительно предложения данного застройщика. За счет сильного бренда компания имеет преимущества относительно остальных участников рынка, чьи предложения менее ценны для потребителя или не рассматриваются вовсе.

Светлана Попова, маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент», полагает, что развитие рынка первичной недвижимости со всеми его потрясениями и скандальными историями привело к тому, что для многих покупателей бренд застройщика — чуть ли не единственный гарант и признак надежности. «И именно в случае недвижимости эта логика не лишена смысла. Все крупные застройщики годами создавали себе имя, преодолевая кризисные явления, стараясь при этом не оставить за собой шлейф из обманутых должников и контрагентов.

РЕКЛАМА

ВСЁ ЛУЧШЕЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ

НОВЫЙ ЖИЛОЙ

ДЮНА

КОМПЛЕКС

ТЕЛЕФОН ОТДЕЛА РЕАЛИЗАЦИИ

320-12-00

г. Сестрорецк, Дубковское ш./ул. Токарева

ОТ 2,5 МЛН РУБ.

ЦС ЦДС

ГРУППА КОМПАНИЙ

www.cds.spb.ru

Приглашение вступить в ЖСК «ЦДС-Сестрорецк». Приобретение квартир и предоставление рассрочки осуществляется посредством вступления в ЖСК «ЦДС-Сестрорецк» и уплаты взносов. Подробная информация о вступлении в ЖСК в отделах реализации. С информацией о застройщике и о проекте строительства можно ознакомиться на сайте cds.spb.ru