ДОМ

Оплатить репутацию

ДЕНИС ВЛАДИМИРОВ

На строительном рынке традиционно принято заниматься брендингом конкретного проекта, а бренд компании-застройщика «проседает»

— маркетинг —

с13

Такие бренды действительно работают и гарантируют надежность в некотором смысле. Приятно, что покупатели в настоящее время стали отличать такие настоящие бренды от „брендов псевдонадежности“, которые на слуху только благодаря невероятно большому рекламному бюджету», — говорит госпожа Попова.

По ее мнению, действительно работающий бренд на рынке недвижимости создает только работа в течение многих лет. «И именно такой бренд способен приносить компании дивиденды. Так, квартиры в одном и том же микрорайоне от именитого застройщика и новичка могут различаться в цене на 10–15 процентов — это плата за дополнительный риск, который несут покупатели, обращаясь к новому игроку рынка, который еще не зарекомендовал себя», — рассказывает она.

Заключая договор долевого участия, потенциальный покупатель осознает, что фактически станет собственником квартиры только через несколько месяцев, а то и лет — строящийся дом должен быть достроен и сдан в эксплуатацию. «Строительство — процесс сложный, многоэтапный, в нем задействовано огромное количество людей. Конечно, компания-застройщик, обладающая огромным опытом, сможет выстроить процесс более четко, у нее уже налажены долгосрочные контакты с поставщиками строительных материалов, выработан свой стандарт качественных характеристик, отработаны схемы подключения дома к коммуникациям. У такой компании есть возможность совершенствоваться, предлагая клиентам новые, даже революционные решения. Нет ничего удивительного в том, что потенциальные покупатели строящегося жилья больше доверяют компаниям „с именем“, спрос на объекты таких компаний выше, чем у конкурентов, даже несмотря на более высокую стоимость квартир», — поясняет экономическую подоплеку доверия потребителей к известным брендам девелоперов Арсений Васильев, генеральный директор ГК «УНИСТО Петросталь».

Ольга Пономарева, вице-президент ГК Leorsa, говорит: «Бренд — это инструмент формирования репутации, а репутация компании, особенно компании-застройщика, это очень важный аспект для принятия решения о покупке недвижимости. На мой взгляд, если в сегменте экономкласса ключевым аспектом покупки является стоимость, то в премиальных классах — это местоположение и компания-застройщик. Многие иностранные компании позитивно зарекомендовали себя на рынке недвижимости Петербурга, это позволяет им весьма успешно продавать свои объекты даже на ранних циклах строительства».

Ирина Могилатова, управляющий партнер агентства недвижимости Tweed, согласна с коллегой: «На элитном рынке застройщики, бренд которых не вызывает доверия покупателей, точно не задержатся. Но, конечно, покупатель понимает, что примерно стоит за тем или иным именем (подход к концепции, архитектура, инженерия, дальнейшая эксплуатация объекта)».

Ирина Михеева, коммерческий директор АН «Плюс», говорит: «Влияние бренда застройщика на продажи достаточно сильное. Например, такие компании, как группа ЛСР, „Северный город“, Setl City, осуществляют большинство продаж именно за счет бренда. Сначала эти компании работали на репутацию, а теперь репутация работает на них».

Впрочем, она отмечает, что появляются и новые застройщики с демпинговыми ценами на старте продаж. «Конечно, такие варианты интересуют покупателей. Они стараются проверить все необходимые документы: статус земли, договор. И если с бумагами все в порядке, то покупатели часто делают выбор в пользу менее известной компании, которая продает квартиры дешевле», — рассказывает она.

Некоторые специалисты отмечают, что на строительном рынке традиционно принято заниматься брендингом конкретного проекта. По этой причине зачастую «проседает» бренд компании-застройщика. Объекты становятся популярными, названия многих жилых комплексов на слуху, а кто строил эти дома — мало кто знает. «На рынке петербургского жилья на сегодняшний день не так много брендов. Например, „Петербургская недвижимость“, „ЮИТ Дом“, „Северный город“, Lemminkainen — это бренды, и популярность отдельно взятых проектов этих компаний не затмевает застройщика. Известный зонтичный бренд для строительства — вопрос важный. Ведь именно бренд дает возможность проецировать успех завершенных проектов на следующие, так возникает преемственность, поэтому над этим вопросом имеет смысл внимательно работать», — считает Юха Вятто, генеральный директор ЗАО «Лемминкяйнен Рус».

Руководитель PR-отдела компании O2 Development Кристина Никитина согласна с коллегой: «Несколько лет назад на рынке недвижимости продвигали в основном бренды объектов, а бренды компаний-застройщиков формировались стихийно. Сегодня, когда на петербургский рынок выводится рекордное количество новостроек, предлагать очередной проект „качественного жилья по привлекательным ценам“ стало недостаточно. К тому же существует ряд задач, с которыми даже самая креативная реклама объекта справиться просто не в состоянии. Сильный бренд, безусловно, вызывает больше доверия, привлекает больше покупателей и, соответственно, положительно сказывается на продажах. Некоторые застройщики уже уловили эту волну и принялись демонстрировать свою открытость, просвещать „потерявшихся“ в многообразии рынка недвижимости покупателей, находить с ними общие „ценности“ и поддерживать высокий уровень сервиса».

Руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость» Ольга Трошева считает, что сегодня надежность застройщика по важности для покупателя идет сразу после цены или даже наравне с ней. «Продуманность проекта и репутация девелопера способны нивелировать, например, не очень удачное местоположение жилого комплекса», — уверена она.

Денис Лола, директор по маркетингу ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», ссылаясь на исследования компании Infowave, говорит, что известность и надежность застройщика занимают четвертое место в рейтинге факторов, на которые ориентируются клиенты, принимая решение о покупке квартиры в новостройке. «А в ряде регионов России данные факторы являются едва ли не самыми важными, в связи с большим количеством мелких застройщиков, которые зачастую не соблюдают сроки строительства», — соглашается он с заявлением госпожи Трошевой.

Лилия Ганагина, директор по маркетингу и коммуникациям дивизиона «Москва и регионы» концерна ЮИТ, впрочем, отмечает, что известность и размеры компании не являются гарантией ее безупречной репутации: прозрачность, соблюдение заявленных сроков строительства и иных обязательств перед клиентами — вот «лакмусовая бумага» любого застройщика. «И особенно важным этот аспект становится сейчас, в эпоху триумфа информационных технологий: портрет того или иного застройщика передается от одного клиента другому уже не по „сарафанному радио“, а посредством огромного количества каналов, эффективность которых очень высока, — это различные информационные сайты, форумы», — говорит госпожа Ганагина.

Роман Русаков

Дом из подручных средств

— малоэтажное жилье —

с15

В последние десятилетия развитие строительных технологий позволяет архитекторам все шире использовать нетрадиционные материалы при проектировании частных домовладений. Одним из таких материалов является стекло. Разумеется, дом не может быть полностью стеклянным, но создание прозрачных стен, элементов кровли и внутренних перегородок вполне возможно. Часто в таких проектах применяются энергоэффективные технологии, что позволяет существенно снизить расходы на климатическое оборудование.

«В Европе повышенным спросом пользуются объекты, выполненные полностью из стекла, но, к сожалению, у нас данная технология не прижилась ввиду более суровых климатических условий. Разумеется, конструкции из стекла оказываются более дорогостоящими, но такое жилье привлекает своими видовыми характеристиками», — считает госпожа Яковлева.

В мире есть множество домов из самых необычных материалов: из бутылок, из бумаги, из мешков с землей, из покрышек и другого мусора, из конструктора «Лего», дом из бетонных кубов, покрытый искусственной травой, из стекла (отель Kakslauttanen в Финляндии), отель из соли (в Боливии), изо льда (ледяной отель в Финляндии).

«Стоимость нестандартного жилья в два раза дороже обычного дома вследствие оригинальной концепции и технически сложного архитектурного проекта. Некоторые дома благодаря дешевым и подручным материалам могут оказаться дешевле обычного дома, например экодома, и помогут сэкономить затраты на используемые энергоресурсы. В России практика строительства и приобретения таких домов неразвита, скорее пока это воспринимается как экзотика», — говорит Арсений Васильев, генеральный директор ГК «УНИСТО Петросталь».

Елена Валуева, директор по маркетингу компании Mirland Development Corporation, приводит еще примеры: «Есть варианты строительства домов из соломы. Пишут про их невысокую стоимость, но примеров конкретных привести не могу. Есть пример „активного дома“ в Подмосковье — это экспериментальный дом, там стены сделаны из термодревесины, „пирог“ стены специально разработан для выдерживания определенных заданных параметров по энергоэффективности. Этот дом достаточно дорогой — по информации из открытых источников, его стоимость составляет 40 млн рублей по курсу трехлетней давности. Дом очень комфортный, продуманный, внешне необычный, но серийного производства таких зданий нет. Очень много домов из нестандартных материалов представлено в парке BRE под Лондоном, но это скорее площадка выставочных образцов, немногие из этих проектов выходят в массовое строительство».

Михаил Фуксман резюмирует: «В США строят дома из картона, однако не думаю, что такая практика получит широкое распространение. Такие экстравагантные примеры в российской действительности — скорее исключение из правил и заявка на некую оригинальность. Их предназначение не совсем понятно».

Денис Кожин

Твердая треть

— схемы —

с13

Как говорят аналитики, сегодня рассрочку предоставляет большинство проектов, за исключением элитного сегмента и объектов, находящихся в высокой стадии готовности. По некоторым оценкам в настоящее время рассрочка стала более гибкой, многие застройщики предлагают рассрочку даже после госкомиссии, и уже стала нормой беспроцентная рассрочка.

Но не все застройщики предпочитают предоставлять рассрочку. Игорь Оноков, генеральный директор девелоперской компании «Леонтьевский мыс», говорит: «Мы стараемся в своем жилом комплексе „Леонтьевский мыс“ не продавать квартиры в рассрочку, чтобы избежать покупки жилья с инвестиционной целью для последующей сдачи в аренду или продажи. В первую очередь мы делаем это для будущих жителей дома, которым вряд ли понравится неопределенное соседство рядом».

Если ипотека недоступна

«В сторону рассрочки чаще обращают свое внимание те покупатели, у которых есть деньги, но нет подтвержденных доходов. Они готовы выложить деньги в короткий срок, потому что рассрочка, как правило, более короткая и более дорогая, чем ипотека», — считает Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International в Санкт-Петербурге.

Андрей Ильичев, коммерческий директор ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», рассказывает, что у разных застройщиков размер минимального взноса может варьироваться от 5 до 65%.

«После сдачи дома минимальный взнос при покупке жилья в рассрочку может составлять от 10 до 60 процентов под 0–25 процентов годовых. Срок предоставления рассрочки может составлять как один-два квартала после сдачи дома, так и от года до семи лет», — говорит господин Ильичев.

«Как правило, если компания предлагает беспроцентную рассрочку, то размер первоначального взноса составляет минимум 30 процентов. Если же это рассрочка с ежегодным процентом, то первоначальный взнос может составлять 10 процентов, а сам процент варьируется от 12 до 18. В сравнении с последним вариантом ипотека может быть выгоднее. Тем не менее многие выбирают рассрочку по нескольким причинам. Во-первых, нет необходимости собирать большой пакет документов. Во-вторых, если речь идет о длительной рассрочке (три-четыре года), то большую ее часть можно погасить после переезда покупателя в новую квартиру за счет продажи старого жилья», — соглашается с коллегой Галина Санамян, директор департамента долевого строительства агентства недвижимости Home Estate.

Она констатируют, что основной минус рассрочки — это ее недоступность для многих покупателей в сегменте массового спроса. «Чаще всего рассрочка предполагает высокий первоначальный взнос и высокий ежемесячный платеж», — говорит госпожа Санамян. Она подсчитала, что сегодня доля сделок, осуществляющихся с использованием рассрочки от застройщика, составляет около 25%.

Галина Санамян констатирует, что большинство застройщиков предлагают рассрочку до окончания строительства дома. Есть также застройщики, которые продлевают срок на три (Setl City) или даже на четыре года (ЦДС), то есть рассрочка выплачивается и после сдачи объекта.

Сергей Гребенюк, руководитель ипотечного направления департамента новостроек NAI Becar, также говорит, что срок рассрочки, которую сегодня можно получить у компании Normann, составляет восемь лет.

Ирина Онищенко, генеральный директор ЗАО «Центральное управление недвижимости „ЛенСпецСМУ“» (входит в Etalon Group), рассказала, что компания предлагает своим покупателям длительную рассрочку на строящиеся и на уже построенные дома, выплаты по которой могут продолжаться до двух-трех лет после завершения строительства. Также она сообщила, что у «ЛенСпецСМУ» действует акция на квартиры в некоторых уже построенных корпусах жилого комплекса «Ласточкино гнездо», согласно которой деньги за квартиру можно выплачивать в течение десяти лет. «Мы уже проводили подобные акции в 2010 году на квартиры в комплексе „Юбилейный квартал“», — говорит она.

На сегодняшний день доля жилья, приобретаемого при помощи рассрочки в компании «ЛенСпецСМУ», составляет около трети от количества всех сделок по покупке жилой недвижимости. «Рассрочку можно оформить сразу, как только открываются продажи квартир. Клиенты „ЛенСпецСМУ“ могут комбинировать способы выплат, перейдя с рассрочки на ипотеку. Выплатив 50 процентов от стоимости квартиры, если дом сдан, покупатель уже может заселяться», — сообщила госпожа Онищенко.

Евгений Богданов, генеральный директор финского проектного бюро Rumpu, отмечает, что ряд западных компаний предлагают рассрочку и на более длительные сроки, составляющие приблизительно пять-шесть лет. Раньше, по его словам, таких предложений не было.

Михаил Фуксман, директор по продажам компании «Петростиль», объясняет это так: «Это непосредственно связано с тем, что компания западная, финансирование проекта, вероятно, финское, а это значит, кредитные средства получены под очень низкие проценты, поэтому девелопер располагает такой возможностью».

Срок зависит от схемы

Алексей Гусев, коммерческий директор ООО «Главстрой-СПб», говорит, что срок рассрочки зависит от того, по какой схеме компании реализуют свое жилье: «Застройщики, работающие по 214-ФЗ, предлагают рассрочку до срока окончания строительства объекта (примерно на два года). Строительные компании, реализующие квартиры по схеме ЖСК, могут предлагать рассрочку на более длительный срок (до 8–10 лет). Но доля таких компаний на рынке незначительна — лишь 10–15 процентов работают по схеме ЖСК».

Светлана Попова, маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент», отмечает при этом, что условия рассрочек при продаже жилья по схеме ЖСК и по 214-ФЗ отличаются.

При заключении договора долевого участия (ДДУ) все права и обязанности сторон возникают из договора, который заключают стороны. Это основной документ, в котором обозначены «правила игры». Конечно же, Федеральный закон от 30.12.2004 № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» является одним из основных законов, регулирующих отношения между сторонами ДДУ.

При покупке жилья по схеме ЖСК (то есть участие в жилищно-строительном кооперативе) «покупатель» вступает в ЖСК и становится его членом, то есть можно говорить о том, что граждане объединяются, чтобы построить себе дом. Сначала есть всего несколько человек, которые создают и регистрируют ЖСК (это и есть застройщик). Все остальные граждане присоединяются (вступают) в уже созданный кооператив, поэтому отношения между самим кооперативом регулируются не только договором, но и уставом ЖСК, его внутренними документами, принимаемыми в соответствии с нормами Гражданского кодекса, Жилищного кодекса и самого устава. Кроме того, дольщик приобретает право собственности на квартиру на основании ДДУ (при исполнении его условий), а член ЖСК приобретает право собственности на квартиру в случае выплаты паевого взноса полностью — на основании документов ЖСК о выплате пая (ст. 129 Жилищного кодекса РФ).

«Если брать рассрочку при покупке жилья по договору долевого участия, то только в прошлом году появилось решение суда, которое утвердило, что 214-ФЗ не устанавливает обязанность выплатить стоимость квартиры до окончания строительства. До этого использование рассрочки после введения дома в эксплуатацию считалось невозможным, так как регистрационная палата отказывала в регистрации права собственности на вновь построенное жилье в случае, если оплата по ДДУ производилась после ввода дома в эксплуатацию. Теперь же застройщик и дольщик могут установить в ДДУ условия выплаты стоимости квартиры после ввода дома в эксплуатацию, по схеме: часть — в период строительства, часть — после его окончания. Таким образом, рассрочка по ДДУ может быть и после ввода дома в эксплуатацию», — рассказала госпожа Попова.

При этом она обращает внимание, что рассрочка при членстве в ЖСК регулируется несколько иначе. «Статья 125 Жилищного кодекса РФ устанавливает, что порядок и условия внесения паевого взноса членом жилищного кооператива определяются уставом жилищного кооператива. То есть сама схема ЖСК, установленная в ЖК РФ, предусматривает, что основанием для предоставления (вселения) жилого помещения (квартиры) в домах жилищного кооператива является решение общего собрания членов жилищного кооператива. Таким образом, рассрочка при приобретении квартиры через ЖСК может быть после ввода дома в эксплуатацию, только право собственности здесь будет возникать только после полной выплаты взноса», — говорит она.

Олег Привалов

Тематические страницы отпечатаны в типографии ООО «ЛД ПРИНТ» 196044, Санкт-Петербург, Колпинский р-н, пос. Саперный, территория предприятия «Балтика», д. 0/4, лит. Ф. Заказ № 10235