

Д

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Дом

Вторник 2 сентября 2014 №156 (5429 с момента возобновления издания)

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

ВТБ

Реклама

ОАО Банк ВТБ. Генеральная лицензия Банка России № 1000

www.kommersant.ru/regions/78

14 | Шоу-румы становятся неотъемлемой частью строительных проектов. Они способны серьезно ускорить продажи жилья

16 | Осенью стоимость аренды жилья традиционно растет. Однако в этом году, говорят аналитики, этого не случится

После весеннего ажиотажа, когда показатели продаж строящегося жилья били многолетние рекорды, наступило летнее затишье. В такие периоды девелоперы нередко прибегают к скидкам как к инструменту, способному стимулировать рост реализации жилья. Однако пока, как уверяют участники рынка, массового характера скидки не приобрели.

Повода для скидок нет

— маркетинг —

Скидки на рынке жилой недвижимости являются инструментом для стимулирования спроса. Они могут носить как временный, акционный характер, так и предоставляться на постоянной основе для создания более комфортных условий для приобретения квартир определенным группам покупателей. Стандартная скидка с величины первого взноса сегодня составляет в среднем 10% от базовой стоимости. В отдельных случаях, например, при выходе проекта на рынок или в отношении отдельных акционных квартир величина скидки может достигать 25%. Но данные акции кратковременны и действуют в отношении ограниченного количества квартир. Во время сезонного спада на рынке недвижимости (последние два года сезонный спад приходится на май и июнь) количество специальных предложений от застройщиков увеличивается. «Но исключительно ценовая конкуренция сегодня на рынке не приносит значительного эффекта, застройщики начинают конкурировать идеями, новыми сервисами, качественным уровнем среды обитания, запрос на повышение

которого от потенциальных клиентов звучит все громче», — говорит Арсений Васильев, генеральный директор ГК «Унисто Петросталь». Во время кризиса 2008 года застройщикам пришлось искать новые подходы к стимулированию продаж. Так, заметным событием для рынка стал старт продаж проекта компании «Главстрой-СПб» «Северная долина», где цены были заявлены на уровне 49,9 тыс. рублей за квадратный метр, что было существенно ниже рыночных цен подобных проектов. Это была почти революционная цена и в принципе новый подход к ценообразованию, поскольку заявленная стоимость была не просто акцией или временной скидкой, это была политика компании в ведении продаж и по присутствию на рынке. Такая цена привлекала очень большое количество клиентов и позволила в короткие сроки реализовать большое число квартир. «На сегодняшний день застройщики предпочитают не менять прайс в сторону понижения, а предлагать сезонные и временные скидки, посвященные разным праздникам и сезонам. Мы отмечаем большое разнообразие в предложении специальных программ и акций практиче-

ски у всех игроков рынка», — говорит Екатерина Немченко, директор департамента жилой недвижимости компании Knight Frank St. Petersburg. Девелоперы подтверждают, что время для скидок, которые бы стимулировали спрос, не пришло. Елена Валуева, директор по маркетингу компании Mirland Development Corporation, говорит: «Мы не заметили спада спроса. Нет ажиотажа, который наблюдался в первой половине года, но о спаде говорить преждевременно. Скидки применяются в зависимости от того, что нужно в данный момент девелоперу. Нужно существенно увеличить количество продаж — тогда будут скидки и спецпредложения». Людмила Тэор, руководитель направления продаж и маркетинга группы Solo, с ней согласна: «Сейчас официальных скидок на рынке практически нет. Вместо этого наблюдаются различные дополнительные предложения от застройщиков: паркинг, отделка или дизайн-проект в подарок. В более высоких сегментах возникает ситуация, когда застройщик и покупатель обсуждают индивидуальные условия сделки. Обычно данная информация является

закрытой. Скидки могут достигать и 10–15 процентов, но больше застройщик старается делать акцент на дополнительные опции». По словам госпожи Тэор, стандартная скидка сегодняшнего рынка — 5%. Покупатель может получить ее, например, при единовременной оплате, и это сейчас стало стандартом. «Но более интересное предложение для покупателя — это рассрочки платежа, поскольку в связи с уровнем инфляции покупателю такая сделка более выгодна. Таким образом, беспроцентная рассрочка на пять лет становится более привлекательной, чем единовременная скидка в пять процентов», — поясняет она. — Как правило, минимальная скидка составляет пять процентов для экономкласса и до 15 процентов в более высоких сегментах. Если скидка превышает 15 процентов, возникают сомнения относительно реальной стоимости квартир — вполне возможно, что речь идет об искусственной «зарядке» цен. «У нас в настоящее время при стопроцентной (единовременной) оплате стоимости квартиры скидка составляет 10–15 процентов, она устанавливается для каждого объекта

индивидуально. Есть скидки для иногородних клиентов (100–120 тыс. рублей), для тех, кто приобретает места в паркингах, для тех, кто покупает уже не первую квартиру. При использовании ипотеки клиентам предоставляются скидки в размере 10–15 процентов, существуют также дополнительные скидки в рамках совместных акций с банками-партнерами. Поскольку концерн УГТ является открытым акционерным обществом и финансовые результаты являются открытыми данными, иногда надо очень оперативно улучшить эти показатели — вывести объем продаж на более высокий уровень. В этих случаях в течение какого-то короткого периода времени мы проводим дополнительные акции. Это бывает не так часто и, конечно, нерегулярно», — рассказала директор по маркетингу компании «ЮИТ Санкт-Петербург» Екатерина Луртовая. Начальник отдела маркетинга компании «Петрополь» Екатерина Никандрова подтверждает слова коллег: «Этим летом размер скидок соответствует спокойному рынку — это скидки в 5–15 процентов, предоставляемые при стопроцентной оплате квартиры.



Чтобы купить квартиру в строящемся доме по наиболее привлекательной цене, покупателю необходимо в первую очередь отслеживать старт продаж в новых объектах

Также популярностью пользуются «скрытые» скидки — предложение в подарок места в паркинге, дополнительных квадратных метров, отделки. Мария Цветкова, директор департамента маркетинга группы компаний «Эталон», рассказала: «Традиционными для нас являются скидки: при единовременной оплате и

ипотеке, а также скидка с первоначального взноса, если квартира приобретается в рассрочку. Помимо этого, действуют скидки постоянным клиентам и иногородним покупателям, студентам». Впрочем, в Colliers International отмечают, что из-за перегрева цен на отдельные объекты в первом полугодии максимальные скидки достигают 25–30%. Такие скидки чаще всего предоставляются на наименее ликвидные квартиры, но есть и исключения. с 14



Реклама

Комплексный подход в масштабах Вашего бизнеса



Мир без преград

- РКО
- Кредитование
- Управление ликвидностью

8 (800) 200–77–99
звонок по России бесплатный
www.szrc.vtb.ru

Эффективное управление финансами — залог успешного бизнеса.

В Вашем распоряжении — индивидуальный комплекс решений, который поможет реализовать Ваши планы.