стройщиков — повышение себестоимости строительных материалов и оборудования, затраты на социальные объекты, изменения в законодательстве о долевом строительстве, повышение ставки НДС — все это не дает оснований для предоставления скидок. Напротив, мы планируем повышение цен на наши квартиры, как и заявляли ранее»,— рассказала она.

Юлия Куклева, директор по рекламе и маркетингу ГК Docklands Development, говорит, что успех той или иной акции зависит от размера скидки и условий ее получения. «Данное предложение мы используем только по особым случаям и не чаще двух раз в год. Его ждут и отслеживают — рост обращений всегда превосходит наши прогнозы. Поэтому мы искренне считаем такую акцию настоящим новогодним подарком. Конечно, все ждут и сюрпризов, поэтому клиентам, оформляющим покупку в декабре, мы дарим приятные подарки. Считаем, что бутылка дорогого шампанского в канун праздника куда уместнее обычной сувенирки».

Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена», сообщил: «Как таковые дополнительные скидки на Новый год мы не предоставляем. Мы считаем, что наши цены справедливы и делать специально к Новому году какие-то акции не имеет смысла».

Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости ГК ЦДС, полагает, что скидка — это всего лишь один из маркетинговых инструментов, нацеленных на привлечение покупателя, но сейчас рынок и так крайне активен, спрос квартиры в качественных проектах высок и цены повышаются постоянно. «Поэтому у нас есть комплексные предложения, которые действуют на часть квартир в жилых комплексах»,— говорит он.

Виктория Федорова, директор департамента продаж и рекламы застройщика «Мастер Девелопмент», поясняет: «Такой инструмент, как скидки, широко используется в продажах на протяжении всего времени, пока эти самые продажи существуют. Если же мы говорим о действительно хорошем, интересном проекте, с комплексным подходом, с продуманными планировочными решениями, то речь никогда не идет о большом дисконте. Да, возможен комплимент от застройщика в виде 100 тыс. рублей, но это максимум. Почему? Все просто. Весомые скидки как стимулятор продаж делаются в одном простом случае — когда у проекта существуют какие-либо проблемы. Если цена продукта честная, места для больших скидок просто нет. Сегодня вся информация находится в открытом доступе, и если у вас как у потенциального покупателя жилья закралось какое-либо сомнение и вас смущает огромная скидка, которую сулит застройщик,— изучите информацию, убедитесь, откуда такая огромная скидка взялась».

Елена Гутман, начальник управления маркетинга и продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», считает, что трудности с реализацией испытывают компании, стройки которых находятся за КАД, там есть некий избыток предложения. «Им имеет смысл проводить серьезные стимулирующие мероприятия. Что касается объектов, расположенных внутри городской черты, с хорошей, правильной локацией и безошибочно сформированной квартирографией объекта, то, как правило, проблем не возникает, поэтому необходимости в масштабных скидочных акциях нет»,— уверена она.

**В ЧЕРНЫХ ТОНАХ** Несколько лет назад, когда до России дошло такое явление, как «черная пятница», девелоперы тоже включились в акцию. Однако в этом году участников было гораздо меньше.

«Сегодня рынок демонстрирует подъем: стремительно растут цены, увеличиваются объемы продаж. Только за ноябрь цена предложения на рынке новостроек увеличилась на 3–4%. Такая ситуация не была характерна для рынка уже почти три года. Поэтому говорить о каких-то масштабных распродажах, таких как „черная пятница“, для девелоперов в этом году совсем не актуально, а вот порадовать выгодными условиями покупки своих клиентов застройщики готовы»,— говорит госпожа Ульянова из «Полис Групп».

Впрочем, некоторые девелоперы не спешат списывать со счетов такой инструмент, как всеобщий день распродаж. Госпожа Хурамшина говорит: «Мы еще ни разу не участвовали в „черной пятнице“. Но в целом само по себе это мероприятие очень интересное, и мы не исключаем участие в нем на будущее».

Катерина Соболева, управляющий директор центра инвестиций в недвижимость Becar Asset Management, рассказала, что «черная пятница» на рынке недвижимости в этом году была, но скидок свыше 15% она не встречала.

Евгений Богданов, основатель проектного бюро Rumpu, сообщил: «Я не слышал, чтобы в этом году кто-либо из застройщиков принимал участие в „черной пятнице“. Наоборот, все компании повсеместно повышают цены. Кто-то из застройщиков делает это практически в режиме онлайн, кто-то меняет цены раз в неделю или раз в месяц, а кто-то пока не выводит в продажу самые ликвидные объекты».

Юрий Лакеев, коммерческий директор RDI, сообщил, что компания принимала участие в «черной пятнице». Максимальная скидка при покупке квартиры составляла 550 тыс. рублей, рассказал он.

**ВМЕСТО ДЕНЕГ** В последнее время вместо денежных скидок застройщики часто предлагают различные акции и бонусы. Например, на рынке до сих пор есть акция «паркинг в подарок» при покупке определенных типов квартир. Паркинги остаются неликвидным товаром, поэтому застройщики вынуждены стимулировать продажи таких объектов.

Людмила Заиченко, заместитель директора департамента исследований Colliers International, говорит, что скидки за ипотеку в размере 7–10% в зависимости от сегмента пока остаются одним из ключевых инструментов стимулирования продаж. «Что касается рекламных акций, то их формат и содержание зависят от сегмента, в котором предлагается продукт. Масс-маркет всегда отличался изобилием акций — от „кладовки в подарок“ до „отделки в подарок“. Обычно они распространяются на последние квартиры в корпусе или проекте, и, как правило, стоимость кладовки или отделки уже включена в смету проекта. В сегментах „бизнес“ и „премиум“ — та же история, только вместо отделки здесь часто предлагается паркинг со скидкой 20–50%. В некоторых элитных проектах паркинг предлагается в качестве подарка, как правило — при большой сумме покупки. Эти акции действуют на рынке последние пять лет, и эффективность их пока сохраняется, в том числе и в конкурентной борьбе»,— сообщила госпожа Заиченко.

Госпожа Хурамшина полагает, что одна из оригинальных находок последнего времени в маркетинге жилья — это кешбэк. «По сути, это та же скидка, только названная по-другому. Один из застройщиков недавно предложил кешбэк на покупку одновременно двух квартир. Однако мне сложно судить о реальной эффективности этой акции, все-таки очень немногие клиенты готовы приобретать сразу две квартиры»,— отмечает она.

Юрий Лакеев рассказал, что в RDI действует акция «Кешбэк», которой уже воспользовались более 50% покупателей квартир. Особенность этой акции состоит в том, что после покупки квартиры на счет покупателя возвращаются «живые» деньги в сумме до 5% от стоимости недвижимости, которые можно потратить на свое усмотрение. «Максимальная скидка составляет 700 тыс. рублей. Кроме того, у нас действует акция „Собери свою скидку“, которая позволяет покупателю подобрать для себя лучший вариант жилья по оптимальной цене. Максимальная скидка по этой акции составляет 1,2 млн рублей за трехкомнатную квартиру. Этой акцией пользуется каждый третий покупатель»,— говорит эксперт.

Будут ли действовать скидки в январе, большинство девелоперов сказать затрудняется. Ольга Копейкина, директор по продажам и маркетингу ГК «Ленстройтрест», комментирует: «Ждать ли январских скидок, покажет декабрь. Он может быть достаточно активным в плане продаж, поскольку покупатели в ожидании предстоящих изменений на рынке и возможного роста цен поспешат завершить год покупкой квартиры. Или же с середины декабря мы увидим снижение покупательской активности — люди уйдут отмечать новогодние праздники».

Петр Буслов, руководитель группы маркетинга ГК ЦДС, резюмирует: «В текущем году немногие застройщики предложили покупателям скидки в преддверии Нового года, так как спрос на первичном рынке близок к ажиотажному. По этой же причине большинство петербургских девелоперов проигнорировало „черную пятницу“. Однако в январе, после спада ажиотажного спроса, можно ожидать возобновления скидочных программ. Полагаю, что мы можем увидеть скидки в размере 10–15% от текущей цены». ■

# САМАЯ ДОРОГАЯ

Ванна из цельной породы горного хрусталя, изготовленная на заказ итальянской компанией Baldi, появилась в одной из вилл в комплексе XXII Carat Club Villas на Пальме Джумейре — искусственном острове в Дубае.

Для этого роскошного комплекса Baldi изготовит несколько ванн стоимостью $1 млн из цельного десятитонного амазонского хрусталя. Ванны не будут ограны снаружи и подчеркнут естественную красоту и форму мерцающего кристалла. Ванны украсят интерьеры нескольких вилл категории Sapphire.

Другие ванны Baldi будут изготовлены вручную из единых блоков розового кварца с золотой отделкой и с использованием драгоценных камней, напоминая о ванных комнатах королевских особ Европы.

XXII Carat Club Villas — это закрытый комплекс с собственным 200-метровым пляжем и 22 виллами на Пальме Джумейре. Виллы площадью от 900 до 1300 кв. м выполнены в трех стилях — Emerald, Ruby и Sapphire, в каждой — семь спален, собственный бассейн и панорамный вид на Дубай. ■

**ИНТЕРЬЕР**