

ВОКРУГ ДОМА

ТЕНДЕНЦИЯ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ В ПРОЕКТАХ КОМПЛЕКСНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ — УВЕЛИЧЕНИЕ ЗЕЛЕННЫХ ЗОН И РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ ФУНКЦИИ: СОЗДАНИЕ ПАРКОВ, ВЕЛОСИПЕДНЫХ ДОРОЖЕК, ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ОБЪЕКТОВ ДЛЯ АКТИВНОГО ОТДЫХА. НО, КАК ОТМЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ, ДЛЯ «ЖИВОГО» РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ЭТОГО МАЛО.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Чтобы эти рекреации были не просто местом на карте, требуется качественное проектирование, зонирование и внимательное управление, говорят аналитики. Кроме того, важно грамотно выбрать привлекательные для будущих жителей функции, предусмотреть механизм их смены и адаптации, подобрать (или даже создать) операторов и арендаторов, а также спрогнозировать ротацию или рост отдельных арендаторов в рамках рекреационной зоны. «В частности, в качестве арендаторов здесь могут быть уместны кафе и другие точки общественного питания, точки проката спортивного инвентаря, центры обучения, оказания услуг и многое другое. Ведь эти зоны могут развиваться подобно парку вне жилого комплекса, по схожему принципу. Они могут являться местом притяжения не только жителей, но малого и среднего бизнеса. Скорее, даже так: наиболее привлекательное пространство создается в точке органичного взаимодействия обеих групп — жителей и обслуживающего их бизнеса», — считает Илья Тюкин, директор ГК «Арт-фасад». По его мнению, сегодня этой синергии нет, качество рекреационных зон в большинстве проектов Петербурга страдает. Тем не менее, тенденция наметилась, и в ближайшие годы, считают участники рынка, можно ожидать появления все более качественных проектов.

ПРОДУМАННЫЙ БАЛАНС Высокая обеспеченность необходимой и дополнительной социально-бытовой инфраструктурой — фактор, несомненно позитивно влияющий на уровень привлекательности и рыночную стоимость объекта, говорят аналитики. В том числе, наличие в рамках жилого комплекса или поблизости от него магазинов различного профиля, заведений общественного питания, финансового сервиса, фитнес-клубов или культурно-развлекательных объектов, как правило, обеспечивает значительную премию к средней рыночной цене. «При этом, безусловно, необходимым условием выступает соблюдение баланса — избыточное предложение может вести к негативным последствиям: слишком высокому потребителюскому трафику в зоне жилого объекта, давлению на локальную инфраструктуру и другим неблагоприятным факторам, снижающим привлекательность локации», — рассуждает Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент».

Арсений Васильев, генеральный директор компании «Унисто Петросталь» говорит, что веянием последнего времени стало строительство спортивных комплексов и гипермаркетов в проектах комплексного освоения территорий: «Пытаясь внедрить новый подход к планированию среды обитания, девелоперы включают в проект кинозалы, торгово-



ЕСЛИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА ЯВЛЯЮТСЯ СЕМЬИ С ДЕТЬМИ, ТО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ ФАКТОРАМИ МОГУТ СТАТЬ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ОБЪЕКТЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ НА ТЕРРИТОРИИ: ДЕТСКИЙ, САД, ШКОЛА И ПР.

развлекательные центры, теннисные корты и даже ледовые арены — новые жилые комплексы должны стать не просто местом для ночевки будущих новоселов, но местом, где можно провести культурный досуг».

Алексей Харитонов, директор по маркетингу и продажам «ЮИТ СитиСтрой», считает, что высокий темп современной жизни определяет требования к доступу услуг и сервиса: «Основным критерием становится шаговая доступность или возможность быстрой курьерской доставки. Основные потребности новых жилых комплексов направлены на решение проблем досуга детей и взрослых, создания сферы мелких бытовых услуг. В современных жилых комплексах первые этажи, как правило, выделены под коммерческую недвижимость, и покупателей интересует, какие услуги можно получить, спустившись на лифте в любое удобное время». По его мнению, основными точками притяжения сегодня служат детские развивающие клубы и дома творчества, дошкольные учреждения, локальные булочные с небольшим производством, салоны красоты, аптечные пункты, салоны мелких бытовых услуг (ремонт одежды, обуви, приемный пункт химчистки), мини-маркеты основных продуктов, автомойки и шиномонтаж в подземных и наземных паркингах, сетевые кофейни и мини-рестораны.

Владимир Скигин, председатель совета директоров УК Satellit Development, приводит пример: «Из оригинальных и нестандартных примеров точек притяжения можно привести один из планирующихся проектов компании Setl City в

Красносельском районе, где девелопер рассматривает возможность строительства Дома молодежи и Дворца культуры района».

СЛАБЫЕ РОСТКИ Впрочем, тенденция к расширению рекреационных зон, многофункциональности в жилых кварталах развивается пока медленно. Светлана Попова, маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент», говорит, что до сих пор основная доля покупок приходится на эконом-класс: «Магнитом для покупки служит невысокая цена. В более высоком ценовом сегменте возможно появление интересных точек притяжения, но их роль не стоит переоценивать: на первом месте наверняка останется местоположение жилого комплекса, а также уровень цен. И только в следующую очередь возникает фактор „дополнительной функции“ в зависимости от класса: спортклуб, яхт-клуб, бассейн». Более того, она считает, что необходимо очень внимательно подходить к вопросам продажи или аренды коммерческих помещений в домах премиум-сегмента. «Важно, чтобы данные помещения не нарушали камерность дома и его социальную однородность. В домах наивысшей ценовой категории помещения на первых этажах могут быть использованы только для служб и организаций, поддерживающих уровень комфорта жильцов, — сигарных, лобби, службы портье, детских комнат», — поясняет госпожа Попова.

В домах бизнес-класса возможно использование коммерческих площадей для размещения организаций торговли и услуг, но размещение там кафе и ре-

сторанов, продуктовых магазинов может снизить привлекательность всего дома. Кроме того, в жилых комплексах высокого ценового сегмента нежелательно наличие организаций, оказывающих услуги широкому кругу населения, так как это может привести к повышению проходимости дворовых территорий и снижению камерности и безопасности жильцов. К основным «точкам отторжения» специалисты компании «ЮИТ СитиСтрой» относят производство, сферу государственных услуг: многофункциональные центры, расчетные, миграционные центры (связанные с большим людским и автомобильным трафиком), крупные рестораны и пабы с ночным режимом работы.

В ЦЕНТРЕ — ИДЕЯ «Центральной при создании проектов комплексного освоения территорий должна стать идея формирования так называемых минигородов, где человек не чувствует себя в ограниченных условиях, а обеспечен элементарной возможностью выбора. Помимо социального срез и „арендаторов первой необходимости“ (отделение банка, салон красоты, магазин), должна быть качественно проработана рекреационная составляющая, организованы места отдыха: где погулять, куда сходить, что посмотреть», — полагает господин Скигин.

Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real, полагает, что для создания комфортной среды необходимо также изучить портрет будущих жильцов дома еще на этапе его строительства. «При создании концепции развития коммерческих помещений в жилом квартале необходимо создать сообщество будущих жильцов из тех, кто уже купил квартиры в этом доме, и тех, кто только собирается приобрести недвижимость. Это поможет девелоперу определить портрет будущих жильцов, например их возраст, наличие детей, и соответственно определиться с будущей концепцией коммерческой зоны. Например, если целевой аудиторией комплекса являются семьи с детьми, то дополнительным магнитом для покупателей могут стать школы иностранных языков для детей, развивающие клубы, школы танцев. При этом застройщик для таких операторов должен оставлять помещения площадью 500–600 кв. м в собственности и заниматься управлением. Для остальных коммерческих помещений застройщик должен разработать концепцию, чтобы избежать ненужных арендаторов и продавать помещение уже с готовой идеей. Тогда инвесторы, приобретая помещение, понимают, кому они могут сдать в аренду этот объект, по какой ставке. Сегодня день по такой схеме работают единицы: до сих пор 90 процентов коммерческих помещений продаются без концепции дальнейшего развития», — резюмирует господин Трушин. ■