

«ФАКТОР МЕТРО» ОСТАЕТСЯ В СИЛЕ

МАССОВАЯ АВТОМОБИЛИЗАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ, ПРОИЗОШЕДШАЯ В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ, НЕ СНИЗИЛА ФАКТОР БЛИЗОСТИ МЕТРО ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ЦЕНЫ НА ЖИЛЬЕ. КАК ГОВОРЯТ УЧАСТНИКИ РЫНКА, НАЛИЧИЕ В ПЕШЕХОДНОЙ ДОСТУПНОСТИ СТАНЦИИ ГОРОДСКОЙ ПОДЗЕМКИ ДЕЛАЕТ КВАРТИРУ НА 15–20% ДОРОЖЕ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

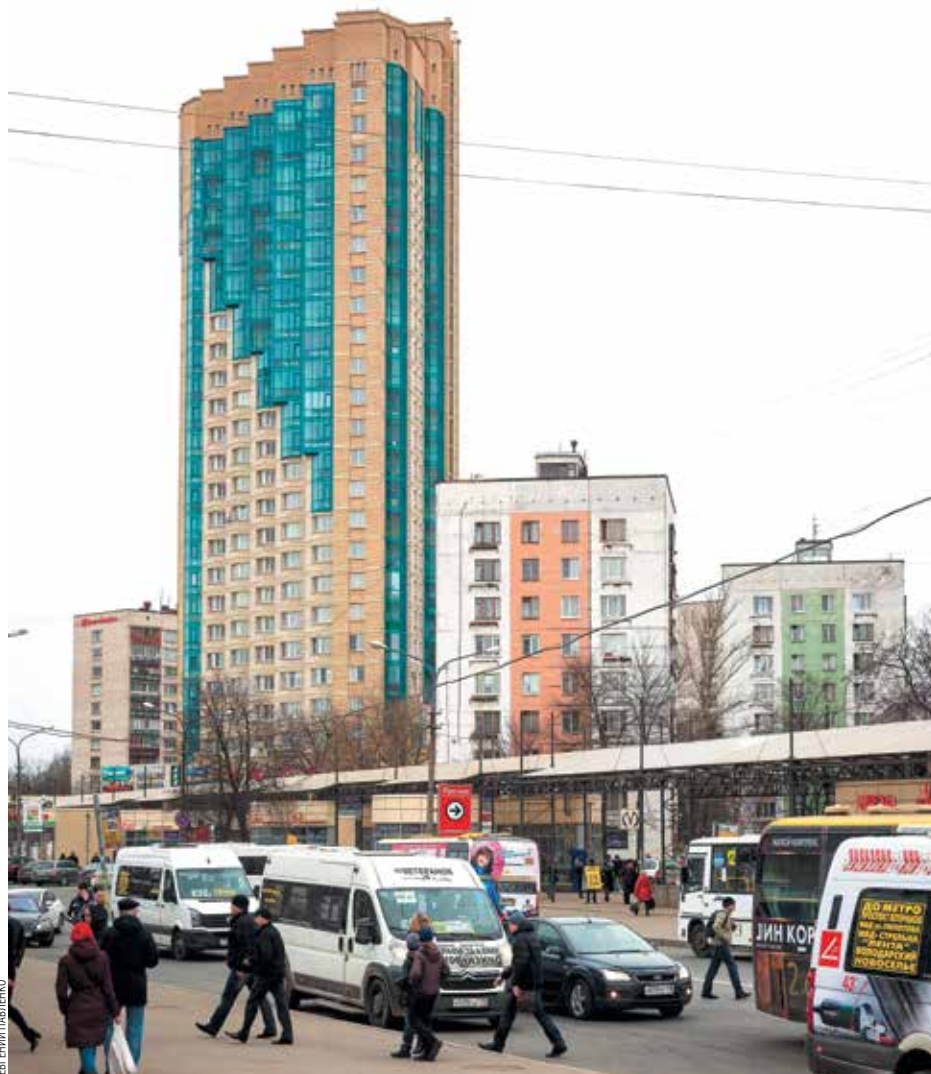
Хорошая обеспеченность локации транспортной инфраструктурой — фактор, в большинстве случаев позитивно влияющий на рыночную стоимость объекта. В том числе наличие станции метро в непосредственной близости, как правило, обеспечивает значительную премию к средней рыночной цене. И пока, как замечает Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», рост количества автовладельцев и увеличение парка личного транспорта на это обстоятельство влияют незначительно.

Сегодня, как говорят аналитики, при выборе жилья учитываются следующие факторы (в порядке убывания): цена, месторасположение объекта (близость к метро), надежность компании, планировка квартиры, качество отделки.

Метрополитен остается одним из наиболее надежных транспортных средств в мегаполисе, поэтому близость к метро означает прежде всего высокий уровень транспортной доступности. Кроме того, строительство метрополитена является фактором притяжения для коммерсантов, которые возводят торговые комплексы, развлекательные центры в непосредственной близости от станций, ориентируясь на большой пассажиропоток, тем самым обеспечивается развитие района в части наполнения объектами коммерческой инфраструктуры. «Сегодня по-прежнему фактор близости станций метрополитена имеет большое значение при приобретении жилья. Так, активный процесс строительства метро, результаты которого уже хорошо заметны, влечет за собой рост цен на квартиры, которые находятся в зоне влияния строящейся станции, до 15%. Открытие станции поднимает цены на жилье еще на 8–10%, а в последующие полгода увеличение стоимости возможно в пределах 2–3% в месяц. Близость к метро в среднем поднимает стоимость жилья на класс, что составляет более 30%», — считает Арсений Васильев, генеральный директор компании «Унисто Петросталь».

Петр Буслов, руководитель аналитического центра ООО «Главстрой-СПб», говорит: «Если не рассматривать другие составляющие, то фактор „близость к метро“ прибавляет к цене 10–15%. Учитывая, что сегодня у метро возводится меньше жилья, чем несколько лет назад (например, в 2006–2008 годах), по причине отсутствия земельных участков под застройку вблизи станций петербургского метрополитена, то фактор близости к метро может сильнее влиять на цену — до 20%».

Алексей Колгушкин, коммерческий директор, партнер ГК «Глубина», также считает, что наценка за близость жилья к станции метро в среднем составляет 15–20%: «Разумеется, если говорить об удаленных от центра районах города. Чем ближе к центру — тем меньше влияет „фактор метро“ на стоимость жилья. Районы с центральным расположением более



БЛИЗОСТЬ НОВОГО ДОМА К МЕТРО ИМЕЕТ И СВОИ МИНУСЫ. НАЗЕМНЫЕ ВЕСТИБЮЛИ СТАНЦИЙ МЕТРОПОЛИТЕНА — МЕСТА ПОВЫШЕННОЙ АКТИВНОСТИ: ЗДЕСЬ ОБШИРНЫЕ ТРГОВЫЕ ЗОНЫ И ОСТАНОВКИ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА, ЧТО ОТРИЦАТЕЛЬНО СКАЗЫВАЕТСЯ НА КОМФОРТНОСТИ ПРОЖИВАНИЯ В БЛИЗКОСТЯЩИХ ДОМАХ

или менее равномерно обеспечены транспортной инфраструктурой, поэтому здесь наценка „за метро“ незначительная».

Валерий Лазугин, заместитель генерального директора АН «Итака», полагает, что близость к метро влияет на разные классы жилья по-разному: «Близость к метро повышает стоимость жилой недвижимости массового спроса на 5–10%. На цену жилья бизнес- и премиум-класса этот фактор не влияет. На данный момент на выбор жилья главным образом влияют три фактора: инфраструктура района (социальная, транспортная, развлекательная), социальная однородность и окружающая среда (отсутствие промзон, вредных предприятий и свалок)».

Евгений Клец, руководитель отдела продаж компании «Вектор Инвестментс», говорит, что на столичном рынке картина аналогична: «Когда на карте города появляются новые станции метро, стоимость жилья в соседних жилых комплексах (тех, что находятся в быстрой пешей доступности) увеличивается на 10–15%. В Подмо-сковье, где теперь тоже появляются стан-

ции метро, есть и случаи более заметного удорожания — на 20% и более».

Евгений Семенов, директор по продажам девелоперской компании «К-55», уверен: «За последнее время „фактор метрополитена“ остается очень актуальным при выборе жилья. Порой люди даже могут переехать из противоположной части города ради близости к метро».

При этом аналитики считают, что массовая автомобилизация населения никак не снижает значимость «фактора метро». Более того, по мнению господина Буслова, данный фактор стал еще важнее, учитывая существенный рост пробок на городских дорогах. «Сегодня повысить собственную мобильность возможно только за счет близкого проживания к метро», — уверен он.

Екатерина Никандрова, начальник отдела маркетинга компании «Петрополь», согласна: «Несмотря на растущее количество автомобилей в городе, метрополитен не становится менее востребованным у горожан — даже автомобилисты используют его, чтобы миновать многочисленные городские пробки».

Впрочем, автомобилизация населения все же влияет на предпочтения в покупке жилья. Как говорят в компании «Лемминкяйнен», в последние годы повысилось также значение наличия удобного выезда на КАД или ЗСД. Но и там признают, что этот фактор пока еще не универсален для жилья сегмента масс-маркет и влияет на ценообразование в меньшей степени, нежели расстояние до станции метро.

Полина Яковлева, директор департамента новостроек NAI Bescar, полагает, что даже если у покупателей есть машина, время от времени они могут передвигаться в мегаполисе общественным транспортом, и вот тут как раз для удобства проживания и потребуются метро и остановки общественного транспорта в непосредственной близости.

При этом госпожа Никандрова отмечает, что в последние годы понятие «близости к метро» несколько растянулось: «Строительство новых станций метрополитена катастрофически отстает от темпов жилищного строительства, и теперь уже на рынке „жилым комплексом рядом с метро“ может считаться жилой комплекс, удаленный от метрополитена на 1–2,5 км».

Юлия Жалеева, руководитель отдела маркетинга и продаж ЖК «Триумф Парк», рассуждает: «Об оптимальном расстоянии здесь говорить сложно, скорее можно констатировать, что если пешком от дома до метро идти дольше чем 15 минут, то оно перестает считаться находящимся в пешеходной доступности».

Кстати, слишком близкое расстояние к метро, считают эксперты, также может повлиять на стоимость жилья — причем отрицательно.

Господин Буслов считает, что метро является дополнительным преимуществом проекта, влияющим на цену недвижимости, только в том случае, если станция расположена в десятиминутной доступности от дома. «Тогда можно говорить об отсутствии дискомфорта от большого пассажиропотока», — считает он.

Господин Васильев согласен: «Непосредственная близость жилья к метрополитену скорее может рассматриваться как минус, так как в этом случае владельцы таких квартир будут испытывать дискомфорт от постоянного шума, грязи, которая скапливается около станций, а близлежащие дворы могут стать местом, где обитают маргинальные личности. Оптимально пешая досягаемость метрополитена должна составлять десять минут».

Господин Колгушкин добавляет: «Если дом находится слишком близко к станции (в пределах 50–100 метров), серьезным минусом для жителей дома могут стать шум и вибрация, а также избыток объектов торговой инфраструктуры, которые часто концентрируются возле вестибюлей станций». ■