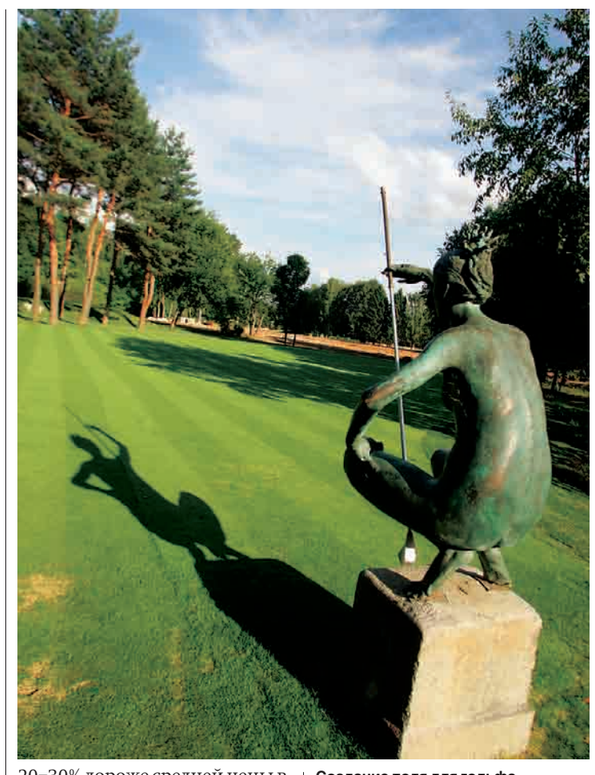
Полевые игроки

Строящийся гольф-клуб на берегу Клязьминского водохранилища уже известен ценителям современной архитектуры ФОТО АЛЕКСЕЯ КУДЕНКО



Создание поля для гольфа требует минимум трех лет упорной работы над качеством газона ФОТО АЛЕКСЕЯ КУДЕНКО

загородное жилье

(Окончание. Начало на стр. 17)

За два десятка лет, что гольф существует в России, застройка в столице (как и в любом крупном городе страны) приобрела точечный характер. Поэтому сегодняшний день ставит организаторов гольф-клуба перед выбором, создавать «компактный» городской клуб или выносить проект за черту города. Когда речь идет о страдающих перенаселением мегаполисах, решение принимается, как правило, в пользу второго варианта. Для Москвы и других крупных российских городов это стало тенденцией последних лет.

Лунка и грош

Идея гольф-клуба, размещенного в пригороде, расширяет возможности инвесторов. В рамках одного проекта вместе с полем для гольфа могут быть построены конюшня или яхт-клуб, то есть объекты, строительство которых затруднительно или невозможно в черте города. Поэтому строительные компании объединяют в комплекс гольф-клубы и коттеджные поселки. Их мотивация такова: если инфраструктура, которой «обрастает» гольф-клуб, увеличивает окупаемость объекта, то эта тенденция распространится и на жилой комплекс.

Свою оценку дает Ирина Радченко, вице-президент Международной ипотечной компании, занимающейся оценкой недвижимости, ее строительством и страхованием: «Близость гольф-клуба повышает цены на жилье, по моим оценкам, на 20%. Когда открылся клуб в Нахабине, Красногорский район моментально занял второе место по престижности и привлекательности после Рублевки. Если Рублевку считать элитным районом, то Красногорский — это бизнес-класс. На соответствующем уровне развивается и инфраструктура. Поэтому жилой комплекс и гольф-клуб должны быть рассчитаны на одного покупателя, поскольку такой проект априори соответствует уровню бизнес-класса».

Между тем аналитики рынка оценивают идею комплексного строительства неоднозначно. Мария Разоренова, специалист аналитического отдела ЗАО «УК „Северо-Запад“»: «Стоимость строительного проекта, содержащего гольф-клуб, увеличивается: предложение может быть на 15–20% дороже, чем в аналогичных проектах, но без гольфа. В идеале — когда гольф-поле есть где-то поблизости. Соседство коттеджного поселка с гольф-полем — это в любом случае положительный момент, потому как наличие такого объекта инфраструктуры определяет социальную среду и является неплохим ландшафтным решением».

Тем не менее пока тенденция к комплексному строительству (гольф-клуб, плюс спортивно-оздоровительный центр, плюс жилье, плюс инфраструктура) сохраняется. Даже несмотря на то, что цены на жилье повышаются, а число потенциальных покупателей по этой причине ограничивается.

Таким образом, для создания одного объекта бизнес-класса и его успешной реализации достаточно 500 человек (таково среднее количество игроков клуба), которые в состоянии себе позволить жить, играть и вести здоровый образ жизни, буквально не выходя из дома.

Имидж гольфа как игры для богатых людей увеличивает стоимость недвижимости, но одновременно тормозит развитие спорта в регионах. Ресурсы для строительства все есть, но многим российским компаниям выгоднее заниматься строительством гольф-клубов за границей. При этом строительство гольф-клуба и без того дело нескорое — только подготовка инвестиционно-строительного проекта занимает не менее двух-трех лет.

В Европе стало понятно, насколько хорошо гольф вписывается в бизнес, лишь 10–15 лет назад. Показателен пример Майорки, где на территории гольф-клуба «Санта Понса», созданного более 20 лет назад, было построено 5 млн кв. м недвижимости на «первой линии гольфа», то есть непосредственно на гольф-поле. Коттеджи продавались в среднем на 20–30% дороже средней цены в этом регионе. Идея оказалась настолько популярной, что, продав 80% от построенного, клуб заложил проект строительства еще 5 млн кв. м.

Между тем распределение профессиональных клубов по стране может сыграть роль в развитии туристической отрасли. Потому что, согласно мировой статистике, каждый приезжающий за границу гольфист оставляет в стране пребывания в семь раз больше денег, чем обычный турист. Каждый настоящий гольфист — и это еще одна специфическая черта гольфа — стремится поиграть на незнакомом поле с определенным рельефом. И у каждого профессионала существует свой список полей в разных странах мира, которые он стремится посетить. При разработке программы строительства гольф-сооружений во всем мире учитывается одно общее правило: куда бы гольфист ни приехал, минимум три гольф-поля должны располагаться в зоне часовой досягаемости.

Вокруг гольф-клубов строятся коттеджные поселки, в названиях которых присутствуют заветные для гольфиста слова «кантри», «грин хилл», «гольф». Застройщики пытаются наладить контакт с руководством гольф-клубов, чтобы владельцы недвижимости имели какие-либо привилегии членов клуба. Для самих гольф-клубов такое сотрудничество выгод особых не сулит, поскольку они не нуждаются в дополнительной рекламе.

Зато коттеджный поселок, который построен через забор от гольф-клуба, не имея своего поля и, по сути дела, не имея отношения к самому клубу, позиционирует себя как заветное «кантри». Таким образом, построив небольшие коттеджи на общем с клубом бывшем совхозном поле, предприимчивые инвесторы имеют возможность продавать каждый из них на 15–20% выше средней для этого направления цены.

ОЛЬГА БЕЛИКОВА

«Подружить гольф с экономикой»

популяризация спорта

КОНСТАНТИН КОЖЕВНИКОВ, президент Ассоциации гольфа России, сам хотя и достиг высот в банковском бизнесе, уверен, что гольф — игра вполне демократичная. О том, как от лунки к лунке эта игра продвигается по нашей стране, он рассказал корреспонденту «„Ъ“-Дома» ОЛЬГЕ БЕЛИКОВОЙ.

— В России играют в гольф почти 20 лет после открытия первого поля в столице. Как изменилось отношение к этому виду спорта?

— Гольф отражает качество жизни. Чем выше уровень жизни в стране — тем лучше обеспеченность гольф-полями. Например, после Америки японцы на втором месте по интересу к гольфу. 18 лет назад, как раз когда в СССР открывался первый клуб, в Китае уже было более 200 полей. В Шотландии поле приходится на 12 тыс. жителей, при том, что нормой считается наличие одного поля на 25 тыс. жителей.

Нужно сказать, что и в нашей стране интерес к гольфу заметно вырос. К нам обращаются за консультациями из самых неожиданных регионов: город Артем Приморского края, город Углич Владимирской области, Старый Оскол, Сахалин...

— Распространение гольфа не сделает эту игру менее элитарной?

— Если будет больше хорошей еды, люди не перестанут ходить в рестораны. Здесь то же самое. Элитарность гольфа — в его демократичности. В США 600 млн человек имеют клюшки. Вот так и должно быть. Кстати, на Западе самый распространенный вид полей — муниципальные.

— Но все же российских проектов муниципальных гольф-клубов пока нет. Напротив, любое поле обрастает богатой инфраструктурой и соседствует с дорогими жилыми объектами. Как это влияет на популяризацию игры?

— В регионах гольф действительно воспринимается как атрибут роскоши. К счастью, постепенно там начинают понимать реальное положение вещей. Ведь это прежде всего вид спорта, и во всем мире он поддерживается правительствами из госбюджета. Наша задача в том и заключается, чтобы, во-первых, познакомить страну с гольфом, а во-вторых, подружить гольф с экономикой.

— Каким образом?

— Показать, что гольф — это перспективно. Ведь открывается гольф-клуб, а вокруг начинают открываться «гольф»-рестораны, «гольф»-отели, «гольф»-санатории. А это значит — возрастает доход. Ведь, например, Le Meridian Country Club — крупнейший налогоплательщик района. У него обширная социальная программа: компьютерными классами оснастили Красногорский район, турниры для детей устраивают. При гольф-клубе вообще всегда есть детская обучающая программа.

— Как взаимосвязаны строительство гольф-клуба и развитие инфраструктуры?

— Когда мне звонят и предлагают землю под строительство гольф-клуба, я отвечаю, что мы готовы заплатить по $1 за квадратный метр. Окупаемость проекта после строительства возрастает так, что сделка становится выгодной для продавца.

— Соглашаются?

— Понимание есть, примеров мало. Все инвестиционно-строительные компании в конце концов придут к нам как девелоперы. Сейчас мы зонируем территорию: Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Золотое кольцо, далее Япония и Китай. Чтобы и для нас была обычной картинка, знаете, как в классическом американском фильме, когда водитель грузовика едет по бескрайней прерии, останавливается, достает из машины клюшку для гольфа, выстреливает пару мячей в эту самую прерию, садится в машину и едет дальше.

НОВЫЕ ПРОЕКТЫ «БИЗНЕС-КЛАССА»

Жилой комплекс «Аэробус», жск
Кочновский проезд, владение 4

Св-во ОГРН: №1057746878779 от 14.04.05

Жилой комплекс «ЭКО», жск
Мироновская улица, владение 27

Св-во ОГРН: №1057746878164 от 14.04.05

Многофункциональный комплекс «Авеню, 77», жск
Мкр. Северное Чертаново, владение 1А

Св-во ОГРН: №1057746756748 от 22.04.05

Жилой комплекс «Северный Город», жск
Дубнинская улица, владение 40-42

Св-во ОГРН: №1057746679210 от 14.04.05

НОВЫЙ ПРОЕКТ КЛАССА «ЛЮКС»

Св-во ОГРН: №1067746858520 от 20.07.2006

Загородные резиденции «Барвиха Хиллс», жск
8-й км Рублево-Успенского ш., пос. Барвиха

«Барвиха Хиллс» – престижные загородные резиденции с абсолютно новым взглядом на устройство загородной жизни. Это современный поселок западного типа в экологически чистом месте, на территории легендарной Барвихи, с уникальной системой подземных дорог.

Необычная для загородного строительства архитектура, органично вписывающаяся в местный ландшафт, изолированность и абсолютная безопасность, новейшие технологии делают этот проект одним из самых привлекательных мест обитания в районе Рублево-Успенского шоссе.

НОВЫЙ ПРОЕКТ КЛАССА «ПРЕМИУМ»

Жилой комплекс «Тихвинская Усадьба», жск
Тихвинская улица, владение 39

Новый жилой комплекс класса «премиум» «Тихвинская Усадьба» расположен в центре Москвы, на Тихвинской улице, рядом с представительством Ватикана, у станций метро «Новослободская», «Менделеевская» и «Савеловская». Удобный подъезд к комплексу возможен как с Садового, так и с Третьего транспортного кольца. Развитая инфраструктура района и собственная огороженная, охраняемая территория обеспечивают удобство и безопасность для Вас и Ваших близких. Проект благоустройства и озеленения территории комплекса предусматривает ландшафтный дизайн с элементами садовой архитектуры. Во дворе дома – красивый дизайнерский фонтан.

Св-во ОГРН: №1067746574386 от 05.05.06

Объекты ООО «Капитал Груп» – это правильные метры по правильной цене.
Качественная архитектура, удобное расположение, передовые технологии строительства.
Ваш дом – это наша репутация.

Объекты в реализации	Годы реализации	Стоимость, $/кв. м, 2003	Стоимость, $/кв. м, 2004	Рост стоимости за год, %	Стоимость, $/кв. м, 2005	Рост стоимости за год, %	Стоимость на текущий момент, $/кв. м	Итоговый рост стоимости с начала реализации на текущий момент, %
Жилой комплекс «ЭКО»	2005-2007	–	–	–	1 250	–	2 650	112
Жилой комплекс «АЭРОБУС»	2004-2007	–	1 150	–	1 690	47	2 430	111
Жилой комплекс «АВЕНЮ, 77»	2005-2007	–	–	–	890	–	2 280	156
Жилой комплекс «СЕВЕРНЫЙ ГОРОД»	2003-2006	700	1 000	43	1 500	50	2 400	242

реклама

Лиц.: ГС-1-99-02-27-0-7710360850-003984-1

КАПИТАЛ ГРУП

ООО «Капитал Груп» работает в России с 1991 года.

С 1993 года приоритетное направление – комплексное развитие проектов в сфере недвижимости. Основной вид деятельности – начальный анализ потенциального земельного участка, исследование рынка недвижимости для определения продукта, который может быть востребован рынком на конкретном земельном участке.

В качестве заказчика ООО «Капитал Груп» осуществляет организацию процесса строительства и контроль качества выполняемых строительно-монтажных работ на площадке.

ООО «Капитал Груп», как заказчик, построил и ведет строительство более 50 объектов коммерческой и жилой недвижимости общей площадью более 3 000 000 квадратных метров, большинство из которых имеют награды Российской академии архитектуры и строительных наук, Московского правительства.

КАПИТАЛ ГРУП +7 (495) 771 77 77 363 02 63 WWW.CAPITALGROUP.RU