

Замороженные после кризиса проекты редевелопмента промышленных территорий постепенно возвращаются к жизни. Однако теперь, как отмечают аналитики, функциональное назначение объектов, которые возводятся на промплощадках, меняется. Если в середине 2000-х на месте промзон вырастали бизнес-центры или торговые комплексы, то теперь из-за дефицита пятен под застройку девелоперы стремятся строить жилье.

Промышленная разморозка с переменной функции

редевелопмент

Исполнительный директор по коммерческой недвижимости ООО «КВС» Дмитрий Беляев считает, что в настоящий момент около 50% промышленных объектов Санкт-Петербурга нуждаются в реформации в силу того, что они перестали отвечать экономическим, социальным и экологическим требованиям. По его подсчетам, сегодня не более 10% от всех промышленных территорий вышли на начальный этап реформирования.

До недавнего времени редевелопмент рассматривали в основном как преобразование административных зданий бывших предприятий в офисные центры разных классов. Около 15% функционирующих сегодня бизнес-центров появились именно таким способом и пользуются стабильным спросом у арендаторов.

Сегодня все больше проектов редевелопмента связано с жилой недвижимостью. Отчасти это объясняется отсутствием в городе мест под застройку жильем.

Гений места

Василий Довбня, директор департамента консалтинга «Colliers International Санкт-Петербург», отмечает, что особенно активно ведутся проекты редевелопмента на Петроградской стороне, здесь процесс редевелопмента активизировался именно в последние два года за счет



Ожидания собственников предприятия зачастую выше, чем те предельные цифры по затратам на метр производимых улучшений, которые может себе позволить девелопер

возобновления строительства проектов, заявленных еще до кризиса. «Эта часть города и так обладает имиджем элитной, а редевелопмент существующих здесь промзон способен превратить ее в уникальный район Петербурга, сочетающий в себе историче-

скую ценность, транспортную доступность и новаторские технологии строительства», — поясняет он.

«В 2012 году открыты продажи в двух элитных жилых комплексах, построенных на месте бывших предприятий: ЖК „Собрание“ на территории

бывшей автоколонны Таксомоторного предприятия №1 и МФК „Леонтьевский мыс“ на территории, принадлежавшей заводу „Красное знамя“, — рассказывает менеджер департамента коммерческой недвижимости ООО «Александр Недвижимость» Оксана

Ковалева. — Уже выведено на рынок несколько проектов жилых комплексов бизнес-класса — МФК Riverside на Ушаковской набережной (территории бывшего НИИ Северного завода), „Премьер Палас“ (редевелопмент территории завода „Вулкан“), „Классика“ (Санкт-

Петербургский механический завод), „Империял“ (автотранспортное предприятие на Киевской улице) и „Граф Орлов“ („Пигмент“) и др.».

Господин Довбня говорит, что в 2012 году также начал реализовываться такой крупный проект в области редевелопмента, как «Измайловская перспектива». «В прошлом году о планах по ближайшему выводу на рынок новых объектов в районе станций метро „Фрунзенская“ и „Балтийская“ заявили несколько застройщиков: „ЛенСпецСМУ“ (пересечение Обводного канала и Московского проспекта, комплекс „Галактика“), ЮИТ (там же, комплекс „Новомосковский“), „Лемминкяйнен“ (там же, комплекс „Тапиола“), „ЛенСпецСМУ“ (Смоленская улица, комплекс „Галант“), „Юнит“ с „Петрополем“ (на месте „Петмолы“, комплекс „Времена года“)», — перечисляет господин Довбня.

Причинами такого резкого выхода сразу нескольких крупных проектов можно назвать, во-первых, наличие подготовленных под строительство участков, а также практически исчерпанный земельный ресурс для нового жилого строительства в хороших локациях в Петербурге.

Еще один крупный проект редевелопмента — развитие территорий ОАО «Силовые машины». Большую часть территории планируется отдать под жилье. Остальную часть займут деловые центры и сопутствующая инфраструктура:

паркинги, торговля, кафе и рестораны, сервисные центры, а также детские сады, школы, поликлиники, спортивные объекты, общественные зоны.

Первой площадкой, планируемой к переделу, станет участок филиала «Электросила» площадью 7,2 га по четной стороне Московского проспекта также планируется создание коммерческой зоны, включающей офисные здания, торговые галереи, кафе, рестораны.

Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A.Ricci — Санкт-Петербург», полагает, что в ближайшие годы процесс редевелопмента будет ускоряться, потому что количество «чистых и свободных» участков для развития стремительно уменьшается. «При благоприятных экономических условиях и активном содействии городских властей процесс редевелопмента промышленных зон Санкт-Петербурга в ближайшие годы может усилиться, что даст дополнительный толчок для развития городской среды», — оптимистичен господин Радзимовский.

По данным комитета по земельным ресурсам Смольного, к территориям промышленности относятся 19 тыс. га городской земли, что составляет 13,6% общей площади Петербурга.

(Окончание на стр. 14)

страница

14

Кооперативный выбор

Банки поверили в ЖСК

страница

14

Региональная треть

Квартирные предпочтения иногородних покупателей отличаются от запросов местных жителей

страница

15

Городские фобии

Из-за неприятного соседства сегодня редко можно получить скидку на жилье



страница

16

Смена приоритетов

Элементы «красивой жизни» могут устаревать

СПБ
РЕНОВАЦИЯ

новая жизнь
городских кварталов

Создаются в Стокгольме,
строятся в Петербурге

ООО «СПб Реновация»

Johannes Tovatt*
архитектор
квартала Gutenberg**
архитектурная студия
Tovatt Architects & Planners***

*Йоханнес Товатт, **Гутенборг
***Товатт Архитектс энд Плэннерс

680-35-35

www.spbren.ru

Реклама

ДОМ

Городские фобии

Из-за неприятного соседства сегодня редко можно получить скидку на жилье

пространство для жизни

Неприятное соседство в виде дымящей трубы, неблагоустроенной территории или шумного стадиона вряд ли позволит клиенту добиться от застройщика скидки. Сегодня жилье находит своего покупателя, с каким бы объектом оно ни оказалось рядом.

К объектам, соседство с которыми способно негативно повлиять на спрос на квартиры в жилом доме, можно отнести источники повышенного шума и загрязненного воздуха, такие как автомагистрали, железнодорожные пути, разгрузочные зоны супермаркетов, гаражные комплексы. Настороженно относятся покупатели жилья и к проживанию рядом с источниками излучения: линиями электропередач, телевизионными башнями, вышками базовых станций операторов мобильной связи. К источникам повышенной опасности для жильцов можно отнести также автозаправки, химические предприятия. Не приветствуется близость любух, даже неведрых производств и промышленных зон, так как такое соседство делает окружение дома некомфортным для проживания.

Вынуждены мириться

Очень часто значимым негативным фактором при покупке жилья является не просто расположение объекта, а соседство, оказывающее влияние на видовые характеристики. Например, покупатели очень не любят, когда окна выходят на огромные дымящиеся трубы, например, ТЭЦ. Если говорить о точечной застройке, то покупателям не нравятся старые гаражи. Очень часто бывает так, что эти «минусы» проясняются только после покупки квартиры. Например, девелоперы могут построить рядом с домом многоуровневый паркинг. Случалось, покупатели жаловались на расположение рядом гипермаркета: когда окна выходят на его внутренний двор, целый день приходится наблюдать, как разгружают фуры, не говоря уже о том, что остатки еды у гипермаркетов способны вызвать увеличение популяции грызунов.

«Если по многим параметрам проект устраивает, покупатель вынужден мириться с видом, например, на промзону. Но зато он живет в обжитом районе, а не на пустынной окраине. Уплотнительной застройки в городе уже нет, но есть дефицит участков, который толкает застройщиков на освоение новых территорий в городе. И у покупателя, по сути, вроде бы есть большой выбор объектов в разных локациях, на разных стадиях готовности, но уже нет возможности жить именно в том месте, о котором он мечтал», — говорит Олег Пашин, генеральный директор ООО «ЦРП „Петербургская недвижимость“».

Андрей Ильичев, коммерческий директор ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», говорит, что некоторые покупатели жилья в качестве нежелательного фактора рассматривают даже близость к станции метро или рынку из-за больших людских потоков, которые характерны для таких мест, хотя



Застройщики не снижают цену на жилье, если оно расположено рядом с каким-либо непопулярным объектом, полагая, что если покупатель имеет какие-то предубеждения на предмет подобных мест, то никакой демпинг не сможет решить проблему

для многих такое соседство, наоборот, является плюсом. Но неприятие неприятием, а на цену такое соседство серьезного влияния может и не оказывать. Галина Санамян, директор департамента долевого строительства агентства недвижимости Home Estate, говорит, что, как правило, расположение вблизи какого-то непопулярного места, вроде кладбища или ЛЭП, не снижает стоимость объекта. «Пут дело в покупателе: если он боится, имеет какие-то предубеждения на предмет подобных мест, то никакой демпинг не сможет решить проблему. Конечно, застройщики не акцентируют внимание на таких проблемах, но и имидж объекта здесь особо никак не повысить», — говорит госпожа Санамян.

«Какие бы меры ни предпринимал застройщик, часть потенциальных покупателей изначально исключает объект с неприемлемым для них окружением из числа рассматриваемых для покупки», — соглашается господин Ильичев.

Обычное дело

Анна Корсакова, заместитель генерального директора АН «Балтрос», отмечает, что ситуация, когда новое строительство возникает на территориях бывших промзон, вблизи КАД и даже исторических захоронений, становится для рынка все более заурядной, привычной. «Отношение покупателей к данным проектам меняется, они становятся более лояльными, тем более что в данном случае речь обычно идет о проектах, расположенных в обжитых районах, в шаговой доступности от станций метро. Испугать, оттолкнуть покупателя может разве что расположение на землях бывших химических производств, либо захоронений их отходов. Остальные факторы при наличии хорошей локации на спросе на данный объект вряд ли скажутся и на стоимости не повлияют», — уверена госпожа Корсакова.

Юха Вятто, генеральный директор ЗАО «Лемминкяйнен Рус», подтверждает мнение коллег: «В условиях дефицита участков под строительство жилья застройщики действительно иногда вынуждены идти на такое „соседство“. Однако нельзя сказать, что этот фактор значительно влияет на цену

или интерес покупателей. При хорошо продуманной концепции проекта, и тем более, если масштаб проекта достаточно велик и застройщик создает обособленную, благоустроенную территорию, покупатели не будут испытывать отрицательного влияния близости таких объектов».

Всего лишь имидж

Виталий Виноградов, директор по маркетингу «Лидер Групп», обращает внимание, что чаще всего неприятное соседство носит лишь имиджевый аспект: «Если дом получил положительное заключение, значит, все нормы соблюдены. В этом случае никакого негативного влияния на человека ЛЭП или иные производства оказать не могут. Все это просчитывается и укладывается в нормы, и если эти нормы нарушаются, то экспертизу пройти невозможно. Но, тем не менее, подобное соседство влияет на цену. Если взять два аналогичных дома, один из которых будет рядом с ЛЭП или кладбищем, а второй нет, то очевидно, что стоимость квадратного метра в первом случае будет несколько ниже».

Светлана Киимова, директор офиса ООО «Александр Недвижимость» на Московском пр., 216, рассказывает: «Зона дискомфорта — так, пожалуй, можно завуалированно назвать место расположения жилых домов возле кладбищ. СанПиН 2.1.1279-03 рекомендует застройку жилых домов производить не ближе 300 метров от таких зон. К этим нормативам не имеет отношение расположение мемориальных кладбищ, памятных мест, которых в нашем городе, пережившем блокаду, очень много. Установленная зона для этих мест, согласно все тому же документу, — 50 метров. Соседство с кладбищем не вредит здоровью человека, но производит неприятное впечатление. Совсем другое — ЛЭП. Продолжительное пребывание людей в электромагнитном поле ЛЭП может привести к неблагоприятным изменениям здоровья, вызвать сдвиги в состоянии сердечно-сосудистой системы, нервной, эндокринной, гематологической, половой, иммунной систем, а также увеличивает риск развития онкологии. Но, смею вас уверить, все дома, находящиеся в зоне ЛЭП, построены в соот-

ветствии с СанПиН 2971-84 (не менее 50 метров от зоны такого рода объектов)».

Парадоксы

Павел Лепиш, генеральный директор компании «Домус Финанс», отмечает, что кладбища не всегда могут быть «неприятным» соседом. В Москве, как ни парадоксально, близость к некоторым погостам может оказаться дополнительным плюсом. «Как правило, крупные московские кладбища располагаются за МКАД, на удалении от жилых массивов. А вот старые находятся в центре города, в престижных и привлекательных районах. Поэтому „квартира возле Новодевичьего кладбища“ или „в районе Ваганькова“, скорее, наоборот, будет пользоваться спросом. Если, конечно, окна не выходят непосредственно на погост», — рассказывает господин Лепиш.

Константин Барсуков, заместитель генерального директора «Релайт-Недвижимость», полагает, что жилье возле кладбища — это еще не самый худший вариант. «Куда более „проблемны“ в этом отношении квартиры, окна которых выходят на мосты. Наблюдать выезжающие и приезжающие катафалки — не самое приятное зрелище», — отмечает он. Господин Барсуков считает, что неприятное соседство все-таки может снизить ликвидность квартиры. Например, если рядом расположены ЛЭП или ТЭЦ; если окна квартиры выходят на железную дорогу или крупную магистраль. Близлежащий аэропорт тоже может негативно отразиться на стоимости квартиры.

«Соседство с экологически неблагополучными объектами представляет гораздо критичнее. Например, крайне непопулярное место для жилья в Москве — нефтеперерабатывающий завод в Капотне и жировой комбинат в Текстильщиках», — соглашается с коллегой господин Лепиш.

Но в Москве есть примеры, на первый взгляд, не столь однозначные. Так, на улице Баженова расположен дилерский центр одной немецкой марки. «В данном случае интерес покупателей к близлежащему дому снижается скорее из-за сопутствующих неудобств. Улица, на которой он расположен, заканчивается тупиком, и по-

стоянное движение фур по ней не прекращается даже ночью. Избавиться от большинства столь значимых „недостатков“ невозможно, а, следовательно, и продать такое жилье будет сложнее. Тем не менее при правильной цене и должном терпении продать можно все что угодно. В зависимости от сложности такого „соседства“ дисконт на квартиру может достигать пяти процентов от стоимости. Однако, как правило, такие факторы уже заложены в стоимость квартиры. При этом срок экспозиции таких квартир, конечно же, зависит от того, на сколько продавец готов поступиться. Как показывает практика, продажа такого жилья может продлиться до года», — рассказывает господин Барсуков.

Приукрасить действительность

«При проектировании объекта по возможности следует не ориентировать окна, особенно на нижних этажах, на непривлекательные объекты. Хотя понимание непривлекательности вида может быть неоднозначным. К примеру, вид с 20-го этажа на кладбище для кого-то может показаться привлекательным из-за дефицита зеленых насаждений в городе», — соглашается Андрей Ильичев.

Формулу улучшения имиджа проекта с неоднозначным местоположением господин Ильичев видит такой: «При продаже квартир в таких проектах строительная компания должна быть максимально открыта клиенту. Все необходимые согласования, сертификаты, результаты обследований, свидетельствующие о безопасности объекта, должны быть доступны в отделе продаж, чтобы предоставлять их потенциальным покупателям по первому требованию. Следует также оказывать клиентам содействие в проведении независимых экспертиз».

«К решению проблемы нежелательного объекта рядом возможен и креативный подход, к примеру, одна строительная компания отремонтировала и украсила рисунками унылые стены соседнего промышленного здания, на которое выходили окна строящегося дома», — добавляет господин Ильичев.

Денис Разимовский, генеральный директор «S.A.Ricci-Sankt-Peterburg», говорит также, что девелоперы могут улучшить имидж объекта, например, создав зеленую зону, которая будет отделять жилой дом от проблемного соседства, но, безусловно, это потребует дополнительных вложений.

Константин Мурашкин, руководитель группы ипотечного кредитования регионального центра «Северо-Западный ЗАО «Райффайзенбанк», резюмирует: «Соседство с непопулярными объектами не является ключевым стоп-фактором при приобретении жилья, поскольку цена на квартиры в таких домах может иметь некоторый дисконт, который в конечном счете окажется приоритетнее для конкретного покупателя, нежели имиджевые аспекты объекта. В Петербурге есть подобные примеры, и едва ли стоит говорить о серьезной коррекции цены».

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Трава у дома

Внешний вид придомовых территорий может повысить продажи

благоустройство

Значение грамотного обустройства придомовых территорий, использования интересных приемов ландшафтного дизайна в последнее время возрастает. Комфортная среда обитания, индивидуальность придомовой территории, оригинальный и узнаваемый ландшафтный дизайн — все это способно повысить уровень покупательского интереса к строящемуся объекту. И если о том, как влияет ландшафтный дизайн на стоимость жилья в многоквартирном доме, можно спорить, то повышение ликвидности такого объекта на рынке очевидно.

В аспекте благоустройства придомовой территории на завершающей стадии строительства дома застройщик должен выполнить ряд обязательных требований. Для сдачи дома госкомиссии требуется убрать весь строительный мусор, проложить пешеходные дорожки и подъездные пути. В то же время высадка деревьев и кустарников ввиду сезонности этих работ на момент принятия дома госкомиссией неизбежна, их выполнение, как правило, переносится на весну или осень.

Аналитики говорят, что успешно продать дом помогают все элементы благоустройства, все имеет значение — как организованы парковки, проезды, проходы, где расположено оборудование детских площадок и в достаточном ли объеме, красивы ли зеленые насаждения. «Не могу сказать, что это колоссально увеличивает цену продаж. Во время строительства немногие клиенты склонны верить красивым картинкам в буклетах, хотя, конечно, на уровне подсознания даже на pessimistic влияют изображения уютного благоустроенного двора, симпатичных лестничных клеток. В цене продаж, возможно, „сидит“ некая дополнительная величина, но очень маленькая, вряд ли более одного процента от стоимости», — говорит директор по маркетингу компании «ЮИТ Санкт-Петербург» Екатерина Гуртова.

Иной может быть ситуация после завершения строительства, когда в доме реализованы далеко не все квартиры. Многие застройщики тогда начинают особое внимание уделять благоустройству территории, заново отделять входные группы в парадных. Впрочем, как правило, идут на это в тех случаях, когда квартиры в сданном доме (что наиболее привлекательно для покупателя — ведь все риски уже сняты) оказываются «зависшими» или имеются какие-то серьезные проблемы у застройщика с объектом.

Член совета директоров O2 Development Виктор Осокин отмечает: «Сегодня мы сталкиваемся с тем, что требования покупателей жилья к новостройкам возрастают; и относится это не только к метражу и планировке квартир или к организации внутридомовых инженерных сетей. Не менее важна и та среда, которую девелоперы готовы создать для будущих жителей возводимых ими домов. Ведь свою квартиру каждый человек может оформить так, как пожелает, а в случае с придомовой территорией отдельному жителю почти невозможно что-либо изменить».

Каждому свое

По результатам исследования, проведенного ГК «Пионер», почти 40% женщин и 33% мужчин — участников опроса отнесли к важным элементам благоустройства территории жилого комплекса озеленение. Важность благоустройства детской площадки отмечали преимущественно женщины (26%), но также и мужчины (21%). Мужская аудитория активнее высказывается за организацию спортплощадок, а женская — за организацию зон отдыха, установок скамеек и беседок (по 8%).

«Если в коммуникациях с потребителями делать акцент на отличительных особенностях конкретного жилого комплекса в части благоустройства, например, рассказывать о фонтане во дворе, то это может стать для покупателя дополнительным поводом сделать выбор в пользу данного комплекса, то есть это делает предложение девелопера более конкурентоспособным», — говорит Денис Лола, директор по маркетингу ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург». — Следует отметить, что качественно выполненное благоустройство будет замечено не только непосредственно жильцами домов, но и теми, кто будет посещать жилой комплекс. Отметив для себя благоустроенную территорию, они уже сами могут обратиться к девелоперу этого проекта за покупкой квартиры».

Элитный фонтан

Зоя Захарова, генеральный директор компании London Real Invest, говорит: «Благоустройство придомовой территории — обязательное требование к жилым комплексам повышенной комфортности. В комплексе класса „комфорт“ на придомовой территории обычно имеются клумбы, газоны, пешеходные дорожки, детские игровые площадки. Жилые комплексы классов „бизнес“ и „комфорт“, как правило, предусматривают наличие прогулочных зон с декоративными элементами на охраняемой территории. Это могут быть различные скульптурные композиции, вазоны, небольшие фонтаны. Ландшафтный дизайн в классическом понимании этого слова востребован в жилых комплексах класса „элита“. В этом сегменте рынка покупатель наиболее требователен к эстетическим характеристикам здания и придомовой территории».

Денис Бабаков, коммерческий директор бизнес-единицы «ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад», подтвердил, что во всех премиальных жилых комплексах строительной корпорации «Возрождение Санкт-Петербурга» внутренняя территория оформляется по индивидуальному дизайн-проекту. «Например, центральную площадь жилого комплекса „Парадный квартал“ украшает целый фонтанный комплекс», — рассказал он.

Сергей Нагорный, коммерческий директор компании «Пробизнес-Девелопмент», считает, что в сегменте «эконом» благоустройство играет последнюю роль: «Для этой категории новостроек „ландшафт и благоустройство“ ограничиваются, как правило, посадкой деревьев вдоль дома и высадкой газона, организацией детских площад-

щадок и установкой лавочек, ведь ключевым аргументом в таких проектах является стоимость жилья. Немного другому обстоит дело в сегменте малоэтажного строительства. Покупатели таунхаусов, даже в экономклассе, ориентированы на проживание в квартире с отдельным входом и собственной территорией. Поэтому и двор они рассматривают как место отдыха, где покупатель может проводить время с семьей, детьми, соседями, домашними животными. Правда, говорить о том, что „наполнение“ территории поселка может увеличить спрос, — не совсем верно. Скорее отсутствие ландшафтного дизайна, дорожек, детских площадок может снизить спрос, в отдельных случаях — практически до нуля», — отмечает господин Нагорный.

Некоторые застройщики создают рядом со своими объектами целые парки. Так, Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест», рассказал, что его компания в Кудрово в равном партнерстве с компанией «Отделстрой» создала парк с велосипедными дорожками, пляжной зоной, игровым городком, освещением и скамейками. «И для многих покупателей наличие благоустроенной зеленой зоны возле дома стало решающим фактором при выборе квартиры», — уверен он.

Все чаще на рынке реализуются проекты, не столько связанные с благоустройством, сколько уже с более высоким уровнем — ландшафтной архитектурой. Анна Мишуткина, аналитик ИК «Финам», говорит, что в крупных проектах на долю затрат на ландшафтный дизайн может приходиться около 2–3% от общего объема инвестиций. «Наблюдается тенденция к некоторому увеличению числа заказов от застройщиков, реализующих проекты высокого ценового сегмента в черте города, а также все чаще появляются различные государственные заказы. Также в последнее время у крупных и средних фирм все больше получают распространение практики постпроектного сервиса и дополнительного обслуживания. В целом объем российского рынка ландшафтного дизайна, по условным оценкам, может составлять \$500–700 млн. Большая его часть, 40–50 процентов, на наш взгляд, приходится на долю рынков Москвы и области», — отмечает госпожа Мишуткина.

Гасан Архулаев, генеральный директор компании «Сезар-Строй», входящей в холдинг Sezar Group, считает, что статус объекта, как правило, определяет затраты на благоустройство придомовой территории: «Например, в экономклассе (самом большом сегменте по объемам вводимого жилья) они составляют 2–3 процента от общей стоимости строительства, в классе „комфорт“ — от 3,5 до 5 процентов. В эту сумму включены затраты на внутриквартальные дороги, тротуары, проведение освещения гостевых парковок, озеленение и многое другое. В более высоких ценовых сегментах девелоперы прибегают к нестандартным решениям, например, реализуют авторские проекты ландшафтного дизайна, стоимость которых может быть очень высокой».

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ



Вид из квартиры на 9 этаже

скидка 12% при 100%-й оплате





www.rbi.ru

Тел.: 320 7676

Санкт-Петербург, В.О., Малый пр. д. 22 А, БЦ «Соверен»

ХОЛДИНГ RBI
основан в 1993 г.

Реклама. ООО «Новгородская». Проектная декларация и подробности акции* на сайте: www.rbi.ru. СРОН:0006-2009-7825005179-С-3 от 11.02.2010г.



«Александрия» — элитный жилой комплекс в центре Петербурга, обращенный фасадом к Смольному собору.

Архитектор: Рикардо Бофилл (Испания)

- Богатая инфраструктура дома
- Квартиры от 40 кв.м до 200 кв.м
- Благоустроенный двор — терраса
- Подземный отапливаемый паркинг
- Эксклюзивный дизайн холлов
- Коммерческие помещения от 30 до 1200 кв.м

ДОМ

Смена приоритетов

Элементы «красивой жизни» могут устаревать

комфортное жильё

В понятие «комфортное жильё» каждый вкладывает собственные представления об удобстве. Тем не менее специалисты признают: за последние 10–20 лет требования покупателей жилья претерпели серьезные изменения. Те атрибуты «красивой жизни», без которых раньше жильё считалось непрестижным, сегодня уже не играют сколько-нибудь значимой роли при принятии решения о покупке. И напротив — появились требования, которые еще десять лет назад массовому покупателю не пришли бы в голову.

За последние 20 лет появились новые критерии, определяющие уровень комфортности, такие как наличие интернет-подсоединения, квартирной отделки, высококачественных бесшумных лифтов, отделки мест общего пользования, остекленных лоджий, стеклопакетов, железной входной двери, домофона, консьержа, видеонаблюдения и детских площадок.

Сильно изменилось отношение клиентов к планировке и состоянию квартир. На сегодняшний день смежные комнаты, совмещенные узлы, отсутствие ремонта в квартире практически не влияют на ликвидность. Упрощение процедуры регистрации перепланировки, доступные дизайнерские услуги и огромный выбор отделочных материалов делают привлекательными объекты без отделки или «под ремонта».

В конце прошлого века потенциальные покупатели жилья не мечтали о свободной планировке квартир, больших площадях (более ста метров), панорамном остеклении окон, нескольких санузлах в квартире, гардеробных. Подземный паркинг был неведомым чудом.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International



В конце прошлого века потенциальные покупатели жилья не мечтали о свободной планировке, больших площадях квартир, панорамном остеклении окон, нескольких санузлах и гардеробных

Санкт-Петербург», говорит: «Еще десять лет назад для покупателей было немаловажно наличие стационарного телефона. Сегодня же это не имеет абсолютно никакого значения в силу мощной интернет-технологии в жилых комплексах. Обеспечение телекоммуникационными кабелями — важная задача как застройщиков, так и провайдеров». Она при этом отмечает, что совершенно нормальным требованием стало и наличие подземного паркинга, так как жильцам постоянно не хватает парковочных мест. При покупке очень серьезное внимание уделяют управляющим компаниям, в частности, вопросам стоимости их услуг.

Директор по маркетингу компании «ЮИТ Санкт-Петербург» Екатерина Гуртова при этом отмечает такой курьез: «Поскольку прежние нормы не изменились, мы обязаны обеспечивать в квартирах не только телефон и телевидение, но и проводить радио-

розетки, которыми реально никто не пользуется, это уже явный рудимент».

Впрочем, Татьяна Бегунова, руководитель группы отдела вторичного жилья компании «Домус Финанс», отмечает, что не для всех категорий жилья телефон или радиоточка являются «рудиментами»: «Наличие стационарного телефона в квартире может быть плюсом, если речь идет о покупке жилья для пожилых людей, привыкших пользоваться именно таким видом связи».

Еще одним отголоском советской эпохи можно назвать антресоли, которые имелись почти в каждой квартире, а в хрущевках — обязательно. Сегодня хранить «добро» над головами уже непопулярно, для этого используются «темные» комнаты или встроенные шкафы. А антресолями вернули историческое значение — это верхняя часть комнаты, разделенной на два полуэтажа.

Директор департамента новостроек NAI Becar Эльдар

Султанов говорит, что к устаревшим атрибутам комфортно-го жилья можно отнести и наличие мусоропровода, который теперь считается зоной антисанитарии — известные случаи, когда жильцы договаривались вообще заваривать люки мусоропровода и выносить мусор на улицу.

Олег Канке, руководитель офиса «Тургеневское» компании «Инком-Недвижимость», говорит, что кардинально изменилось отношение риэлтеров и к крайним этажам. «Возможность присоединения чердачных помещений и перевод первых этажей в нежилой фонд для ведения коммерческой деятельности увеличило количество желающих приобрести крайние этажи», — объясняет он.

Алексей Новиков, директор представительства производственных систем Proplex на Северо-Западе, отмечает: «Наличие в квартире газовой колонки, вполне обыденное для старого жилого фонда и

спокойно воспринимавшееся еще 20–30 лет назад, сейчас откровенно пугает россиян. По словам специалистов, 70 процентов клиентов категорически отказываются приобретать квартиры с газовой колонкой, опасаясь угрозы взрыва. Для более смелых покупателей, не исключаяющих для себя такого варианта, дисконт по сравнению с аналогичными квартирами с централизованным горячим водоснабжением может достигать 15 процентов».

Елена Шишулина, директор по маркетингу «Старт Девелопмент», говорит, что сегодня у жильцов больше требований и по инженерии — по количеству киловатт на квартиру, по наличию терморегуляторов на батареях. «А так как часто покупателями жилья становятся молодые семьи, много внимания уделяется комфортной среде для мамы с коляской — наличию пандусов, грузового лифта. Но не колясочных — мало кто сегодня рискнет оставить коляску в подъезде, особенно если нет консьержа».

Галина Санаян, директор департамента долевого строительства агентства недвижимости Home Estate, говорит: «Из наиболее часто задаваемых вопросов по предлагаемым опциям лидирует вопрос о наличии в доме консьержа или охраны. Сегодня помещение под эти нужды предусматривается практически во всех домах; эта тенденция начала зарождаться уже более десяти лет назад, хотя до этого была прерогативой элитных объектов».

Владимир Спарак, заместитель генерального директора АН «АРИН», добавляет, что сегодня покупатели по-другому стали относиться к ремонту, поскольку поколения материалов быстро меняются. «Покупатели скорее смотрят на это как на снижение собственных затрат, в том числе и временных. Это же касается и бытовой техники и электроники. Однако ни один из этих факторов все же

не влияет на стоимость квартиры», — отмечает он.

В целом наличие тех или иных мелких бытовых удобств (телефона, кондиционера, теплых полов) сегодня не является определяющим фактором для покупателя квартиры. Современному человеку свойственно индивидуализировать жилье — то есть переделывать «под себя». Покупатели больше оценивают пространство и потенциальные возможности «работы» с помещением, чем то, что уже есть в квартире. Из новых «несоветских» требований можно выделить: наличие гардеробной и хозяйственных помещений, качественных стеклопакетов, правильной электроразводки, остекления на лоджии или балконе. Очень многих (около 40% покупателей) интересует возможность перепланировки квартиры в соответствии с собственными представлениями о комфорте. Причем речь обязательно идет об объединении жилых помещений. Нередко при покупке крупногабаритной квартиры клиент, напротив, хочет разделить большое пространство на несколько комнат. «В советское время на перепланировку квартир решались немногие», — говорит Татьяна Бегунова.

Поскольку Гуртова отмечает: «Я не стала бы говорить, что на этапе покупки жилья предоставление услуг телевидения, интернета, телефоники является решающим вопросом. Однако сегодня продукт, особенно в сегменте комфорт-класса, создается благодаря целому пулу сопутствующих элементов, и отказ, допустим, от одного-двух элементов может оказаться незаметным, а если от десятка опций, то сразу почувствуется разница. Покупатели жилья, причем относящиеся к любому классу, сейчас все более требовательно относятся к его качеству и всем составляющим комфорта».

ДЕНИС КОЖИН

Региональная треть

(Окончание. Начало на стр. 14) К третьей категории относятся более взыскательные клиенты, которые ориентированы на жилье бизнес-класса или — реже — элитное. Чаще всего это жители Норильска, Сургута и Тюмени. Они готовы доплатить за хорошую локацию, улучшенную инженерию, повышенный уровень безопасности.

Без привязки к месту

Андрей Ильичев полагает, что по месту расположения наибольший спрос со стороны покупателей из других регионов пользуются объекты в северных районах Петербурга, также приоритет отдается Выборгскому району, центру, Московскому проспекту и районам, примыкающим к заливу, особенно на Васильевском острове.

Госпожа Мамчур добавляет, что покупатели с высокими запросами (жители Москвы, Сургута и Тюмени) предпочитают приобретать жилье в престижных районах Санкт-Петербурга (Петроградский, Василеостровский и Московский районы).

Член совета директоров O2 Development Виктор Осокин рассказал, что иногородние покупатели часто также опасаются новых форм договора. Так, они понимают важность работы по 214-ФЗ, но при этом не всегда готовы покупать квартиры по механизму ЖСК. Есть и недоверие к покупке жилья на нулевых стадиях строительства, а также к работе с молодыми застройщиками, не получившими пока признания во всей России.

Сергей Степанов говорит, что спрос у иногородних покупателей равномерно распределен между однокомнатными квартирами, которые чаще всего покупают для подростков детей-студентов, и большими двух- и трехкомнатными квартирами, в которые переезжает вся семья.

Арсений Васильев отмечает, что среди требований

иногородних покупателей основным является близость к метро. И с этим соглашались и остальные участники рынка.

«Региональные покупатели часто не ориентируются в городе и не владеют полной информацией о транспортной доступности, поэтому слушают советы знакомых, родственников, соседей. Здесь важным фактором для них становится обязательная близость к метро. Если петербуржцы уже спокойно относятся к тому, что до дома нужно будет проехать на маршрутке 10–15 минут, то иногородние покупатели почему-то хотят жить только рядом с метро», — объясняет господин Осокин.

Галина Санаян, директор департамента долевого строительства агентства недвижимости Home Estate, добавляет: «Основная особенность иногороднего покупателя в том, что он плохо знает город, плюсы и минусы всех районов, достаточно смутно понимает, что такое центр в Петербурге. Поэтому такие покупатели чаще всего обращаются в агентство.

Иногороднему покупателю особенно важна надежность застройщика. Очень часто людям из другого региона необходимо въехать в новую квартиру как можно быстрее, поэтому зачастую иногородние покупатели выбирают или вторичный рынок, или дом на высокой стадии готовности и с отделкой».

«Большинство региональных покупателей предпочитают приобретать квартиры с отделкой. Это понятно — из другого города крайне неудобно контролировать ход ремонтных работ, сложно найти хорошую строительную бригаду. Закономерно, что и отделка «для галочки» региональных клиентов привлекает мало, потому как после получения ключей все придется переделывать», — говорит госпожа Лутовская.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

«Время доказывать аксиомы»

интервью

В интервью корреспонденту «Ъ-Дом» НИКОЛАЮ ВОЛКОВУ генеральный директор компании «ЮИТ Санкт-Петербург» МИХАИЛ ВОЗИЯНОВ рассказал о своем видении новой градостроительной политики в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

— Начнем, пожалуй, с наиболее актуального на данный момент, хотя и достаточно конкретного вопроса. В декабре губернатор Георгий Полтавченко заявил, что неплохо бы сделать предложение Парка 300-летия Петербурга, которое должно будет пройти по одному из участков, принадлежащих вашей компании, на котором вы хотели построить жилой дом. Предприняли ли власти какие-нибудь действия, например, узнавали, готовы ли вы продать участок?

— Нет, помимо заявления, которое было вышено на сайте администрации, мы пока не получали никакой официальной информации. Тем не менее сейчас работы практически приостановлены. Заявление было в начале декабря, после этого мы получили письмо от КГА о том, что нас соберут в конце января и что-то скажут. Но, как говорится, «воз и ныне там»... Прошло три месяца, и по-прежнему нет никаких официальных предложений, обращений. Это крайне удивительно, ведь фактически принятое решение, причем без участия инвесторов, мы узнаем об этом из газет, а затем почему-то не ведется никакого взаимодействия с инвесторами. Между тем, если говорить о размерах вложений в участки у трех компаний, то это не менее \$100 млн.

Все проекты, о которых шла речь в начале декабря, сейчас приостановлены на высокой стадии готовности. Таким образом, есть некое политическое решение чиновников, которое, с нашей точки зрения, не подготовлено, по крайней



мере, мы не видим за этим решением никакой градостроительной логики. И никаких конкретных предложений нам не делали. Надеемся, что назначение нового вице-губернатора по строительству поможет улучшить ситуацию.

— Насколько я понимаю, вообще никакой градостроительной логики у городских властей не видно?

— Нет, так сказать нельзя. Был отменен ряд крупных инфраструктурных, бюджетных проектов (тоннель, мосты и др.). Какова мотивация — градостроительная или бюджетная — мы не знаем. Тем не менее эти решения были озвучены и понатыны.

Второй момент. Ограничено серьезным образом согласование проектов планировки. В 2011 году свыше 200 проектов было согласовано, в 2012-м, по данным НП «Объединение строителей Санкт-Петербурга», — 21 проект. То есть в десять раз меньше. А по площади земельных участков цифра снизилась в еще большей степени. Относительно строительства в центре города не было предпринято никаких действий, чтобы снять законодательную

неопределенность, более того, действует, по сути, мораторий политической.

В общем, если мы говорим о градостроительной политике властей, то она есть и выражается в сворачивании инфраструктурных проектов, в уменьшении на порядок согласований развития новых территорий и фактически в моратории на строительство в центре города. Это де-факто градостроительная политика. Я никак к ней не отношусь, я констатирую.

— Какими вы видите перспективы своей компании при такой политике?

— Во-первых, разрешения на строительство по существующим проектам планировки продолжают выдаваться. Другими словами, нельзя говорить, что процесс остановлен вообще. Снижение объемов будет идти плавно. Мы для себя видим перспективы и при меньшем объеме строительства. Если город будет строить не 3 млн кв. м, а 1,5, мы все равно имеем перспективы. Рынок Санкт-Петербурга достаточно большой, и даже при 1,5 млн кв. м он все равно останется в тройке-четверке лидеров в России.

Во-вторых, очевидно, что эта пауза не сможет длиться вечно. Крупные компании сегодня так воспринимают ситуацию: есть некая пауза, она может длиться год-два, но не бесконечно. В дальнейшем все равно возобладает логика жизни и потребности города в строительстве жилья, новых объектов. Хотя многие пришли к мысли, что сейчас время доказывать аксиомы — в частности, что вообще жилье нужно городу, поскольку ставится под сомнение сам факт необходимости строительства жилья. Причем это сомнение, на мой взгляд, не выглядит чем-то обоснованным. Мы не видим градостроительного анализа, стратегий, соответствующих мнений специалистов, что, кстати, и подчеркивается многими экспертами.

— Каково ваше отношение к большому градостроительному совету, созданию которого продвигает советник губернатора Вячеслав Семененко?

— Я считаю, что это хорошая идея, потому что такой совет включает в себя не только архитекторов, но и градозащитников, и специалистов более широкого профиля. Архитекто-

ры как цех имеют свое мнение в рамках КГА и существующего градостроительного совета — естественно, тоже полезного органа. Но сейчас мы подошли к той точке, когда развитие города необходимо рассматривать с разных сторон, не только с позиций какого-то одного цеха.

— А Генплан, который был принят и должен был показать развитие города?

— Консолидированное мнение и застройщиков, и градозащитников, и вообще общественности. Генплан не основан на стратегии развития города. Есть разные мнения, но для нас это факт.

— Хорошо, что дальше делать будете? Земельных участков пока хватает?

— Участки есть, деятельность ведется. Я бы сравнил нашу петербургскую ситуацию на рынке с происходившим в Москве. В Москве мы видели смену губернатора, пересмотр решений по участкам... Но, надо признать, что Москва год стояла полностью с точки зрения градостроительных решений, однако за этот год власти все пересмотрели и приняли решения об отказе от каких-то проектов или, напротив, об их продолжении. В результате ушла неопределенность. В Петербурге другая ситуация. Прошло полтора года, но ничего не происходит. Говорится, что ситуация плохая, что будет слишком много построено, что у города нет средств на строительство социальности. Но при этом решения не отменяются, взамен ничего не предлагается.

— Позиция областных властей: вы строите «социалку», мы вам из ваших же налогов вычитаем — это конструктивно?

— Да, это определенное предложение. Сейчас в Ленобласти приняты решения о региональных нормативах градостроительного проектирования, которые ограничивают высотность, ведется работа по пересмотру ранее утвержденных генпланов и ПЗЗ. Идет проверка. Мы видим, что проводится работа, которая нам как инвесторам по-

нятна. И мы понимаем, что эта работа должна привести к тому, что инвестиционный климат в области будет улучшаться, поскольку появится определенность. А в Петербурге вопрос состоит не в том, что решения принимаются плохие, а в том, что нет вообще никаких решений, которые показывали бы перспективность и системность работы! Между тем для инвесторов самое главное — определенность. Если же город в принципе считает, что инвестиции в жилищное строительство — это вред для города, то можно и это сформулировать. Однако и этого не говорится. К чему приводит столь странное для рынка состояние? Мы общаемся с коллегами из других западных компаний, в том числе из промышленного сектора, и складывается впечатление, что очень много инвестиционных решений пока откладывается. Сегодня это еще не очень заметно, но, возможно, это станет очевидно в ближайшие годы.

Сейчас в Ленинградской области возникает ряд ситуаций, когда будет отменены градостроительные решения. Мы смотрим с интересом на область, но ждем, когда пройдет эта волна. Инвестировать в какую-то землю, где, возможно, была неправильно утверждена градостроительная документация, — слишком большой риск. Есть определенная надежда на улучшение ситуации в области, но властям региона, очевидно, нужно еще какое-то время.

— Вы смотрите на область? Какие участки наиболее интересны?

— В первую очередь это может быть Всеволожский район, в котором сосредоточено все. География города такова, что Пушкинский район очень далек от административной границы города, а здесь она практически совпадает. С точки зрения логики развития агломерации Всеволожский район — наиболее близкий.

— По какой оценке, 70 тыс. рублей за квадратный метр в Девяткино, Буграх — это приемлемая цена или завышенная?

— В Петербурге однокомнатные квартиры на вторичном рынке стоят 100 тыс. рублей за метр. Соответственно, на «первичке» средние цены — 80–85 тыс. рублей, а если локация получше, то и 100–120 тыс. рублей (хотя это, конечно, уже другой класс жилья). — В городе дешевой земли не осталось? — Сложный вопрос. Сейчас идет пересмотр Генерального плана. Это очень медленный процесс. Поскольку никакой политики нет в отношении «серого пояса», то мы не можем угадать, какие участки будут переведены в другую категорию и изменены их функциональное назначение, а какие не будут. И о стоимости земли говорить очень сложно. Не совсем понятно, о стоимости чего говорить — слишком высокая неопределенность. Когда есть какой-то участок, но не знаешь, когда сможешь начать на нем работать и сколько там построить, бесполезно говорить и о ценах. В этом смысле сейчас в Петербурге земля не имеет стоимости! Не в том смысле, конечно, что она стоит «ноль», а в том, что ее стоимость просто неизвестна.

— Опущаете, что в последний год застройщики начали подходить к жилью более креативно? Например, что-то придумывать по картографии...

— Мы видим определенный креатив со стороны единичных застройщиков, но он не носит массовый характер. Во-первых, когда 90% усилий топ-менеджмента уходит на вопросы согласований, то и внимание девелоперов к продукту минимально. При этом я уверен, что ограничения по объемам продукта на рынке не играют позитивной роли для развития самого продукта. Если предложение будет в силу обстоятельств существенно ниже, то какой смысл заниматься развитием продукта, который и так в любом случае будет продаваться? И подобным образом станет думать большая часть застройщиков.

Приемлемая, конечно. Сейчас в Петербурге однокомнатные квартиры на вторичном рынке стоят 100 тыс. рублей за метр. Соответственно, на «первичке» средние цены — 80–85 тыс. рублей, а если локация получше, то и 100–120 тыс. рублей (хотя это, конечно, уже другой класс жилья).

— В городе дешевой земли не осталось?

— Сложный вопрос. Сейчас идет пересмотр Генерального плана. Это очень медленный процесс. Поскольку никакой политики нет в отношении «серого пояса», то мы не можем угадать, какие участки будут переведены в другую категорию и изменены их функциональное назначение, а какие не будут. И о стоимости земли говорить очень сложно. Не совсем понятно, о стоимости чего говорить — слишком высокая неопределенность. Когда есть какой-то участок, но не знаешь, когда сможешь начать на нем работать и сколько там построить, бесполезно говорить и о ценах. В этом смысле сейчас в Петербурге земля не имеет стоимости! Не в том смысле, конечно, что она стоит «ноль», а в том, что ее стоимость просто неизвестна.

— Опущаете, что в последний год застройщики начали подходить к жилью более креативно? Например, что-то придумывать по картографии...

— Мы видим определенный креатив со стороны единичных застройщиков, но он не носит массовый характер. Во-первых, когда 90% усилий топ-менеджмента уходит на вопросы согласований, то и внимание девелоперов к продукту минимально. При этом я уверен, что ограничения по объемам продукта на рынке не играют позитивной роли для развития самого продукта. Если предложение будет в силу обстоятельств существенно ниже, то какой смысл заниматься развитием продукта, который и так в любом случае будет продаваться? И подобным образом станет думать большая часть застройщиков.

Приемлемая, конечно. Сейчас в Петербурге однокомнатные квартиры на вторичном рынке стоят 100 тыс. рублей за метр. Соответственно, на «первичке» средние цены — 80–85 тыс. рублей, а если локация получше, то и 100–120 тыс. рублей (хотя это, конечно, уже другой класс жилья).

— В городе дешевой земли не осталось?

— Сложный вопрос. Сейчас идет пересмотр Генерального плана. Это очень медленный процесс. Поскольку никакой политики нет в отношении «серого пояса», то мы не можем угадать, какие участки будут переведены в другую категорию и изменены их функциональное назначение, а какие не будут. И о стоимости земли говорить очень сложно. Не совсем понятно, о стоимости чего говорить — слишком высокая неопределенность. Когда есть какой-то участок, но не знаешь, когда сможешь начать на нем работать и сколько там построить, бесполезно говорить и о ценах. В этом смысле сейчас в Петербурге земля не имеет стоимости! Не в том смысле, конечно, что она стоит «ноль», а в том, что ее стоимость просто неизвестна.

— Опущаете, что в последний год застройщики начали подходить к жилью более креативно? Например, что-то придумывать по картографии...

— Мы видим определенный креатив со стороны единичных застройщиков, но он не носит массовый характер. Во-первых, когда 90% усилий топ-менеджмента уходит на вопросы согласований, то и внимание девелоперов к продукту минимально. При этом я уверен, что ограничения по объемам продукта на рынке не играют позитивной роли для развития самого продукта. Если предложение будет в силу обстоятельств существенно ниже, то какой смысл заниматься развитием продукта, который и так в любом случае будет продаваться? И подобным образом станет думать большая часть застройщиков.

Но я позитивно отношусь к этим проектам, к новым идеям, потому что они продвигают наш рынок в целом. С другой стороны, ряд проектов ЮИТ в Санкт-Петербурге был реализован с участием финских архитекторов, и в этих проектах уже были заложены многие решения, предлагаемые сейчас отдельными застройщиками как новые и креативные. Однако мы видим, что доля консервативных покупателей остается сегодня достаточно значительной. Например, квартиры с отдельной кухней продаются лучше, чем с европейской планировкой, — в силу сохранения еще традиций потребительской культуры. Об этом свидетельствует опыт нашей компании.

— Как вы планируете развивать продукт?

— Мы просто строим качественное жилье, а чтобы строить качественно, нужно поставить перед собой такую задачу. Это во-первых. Второй момент. Необходимо постоянное внимание менеджмента к этому и, конечно, соответствующие инвестиции. И некоторые компании занимаются инвестициями в закупку нового оборудования, обучение персонала. Естественно, и мы постоянно ведем операционные улучшения в деятельности компании.

Замечу, что у ЮИТ в Петербурге каждый дом имеет какие-то новые решения. У нас вообще нет одинаковых домов, каждый объект эволюционирует. Постоянно корректируется техническое задание. Типовых проектов нет. Есть эволюция, которая идет от потребностей покупателей. Поэтому у нас появились, в частности, такие новые для местного рынка интересные решения, как сауны в квартирах, большие финские балконы, возможность заказа и установки кухонной мебели с техникой. Мы в меньшей степени смотрим на конкурентов и больше — на коллег в Финляндии. Дома, которые мы строим, ближе к их проектам. Нам кажется, что именно такой продукт особенно востребован в Петербурге.