

НЕУДАЧНОЕ СОСЕДСТВО

ВЫСОКОВОЛЬТНАЯ ЛИНИЯ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧ, СВАЛКА, СКОРОСТНОЕ ШОССЕ, ПРОМЗОНА ИЛИ КЛАДБИЩЕ, РАСПОЛОЖЕННЫЕ РЯДОМ С ДОМОМ, МОГУТ СНИЗИТЬ ЦЕНУ НА ЖИЛЬЕ. ВПРОЧЕМ, ЭКСПЕРТЫ ГОВОРЯТ, ЧТО ПРИОРИТЕТЫ У ЛЮДЕЙ МЕНЯЮТСЯ И СОСЕДСТВО, КОТОРОЕ ЕЩЕ ДЕСЯТЬ ЛЕТ НАЗАД КАЗАЛОСЬ НЕПРИЕМЛЕМЫМ, СЕГОДНЯ ДЛЯ МНОГИХ СТАНОВИТСЯ СОВЕРШЕННО НЕЗНАЧИТЕЛЬНЫМ ФАКТОРОМ ПРИ ВЫБОРЕ ЖИЛЬЯ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Стоимость жилой недвижимости на первичном и вторичном рынке зависит от целого ряда факторов: типа и класса жилья, процентных ставок в экономике, экономической конъюнктуры, баланса спроса и предложения на локальном рынке, транспортной доступности, экологии. «Таким образом, очевидно, что расположение жилья рядом с кладбищами или ЛЭП является одним из важных, но далеко не единственным фактором с точки зрения ценообразования. При прочих равных неудачное расположение может способствовать снижению цены на единицы, а иногда и на десятки процентов», — утверждает Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик ИХ «Финам». Тем не менее, говорит он, эффект кардинально различается для разных классов жилья. Для экономкласса снижение стоимости будет незначительным. Элитная недвижимость будет стоить гораздо дешевле. При этом в последнем случае резко возрастет срок экспозиции.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости компании Colliers International в Санкт-Петербурге, считает, что расположение жилого объекта в дискомфортном окружении (кладбище, ЛЭП, трасса с очень высокой проездовой емкостью, отсутствие метро в непосредственной близости) может стоить дешевле на 10–15% по сравнению с домами в более комфортном окружении аналогичного класса. «Как правило, такие дискомфортные локации сами по себе определяют класс жилья — локация скорее снижает классность целиком, нежели делает цену на отдельный объект ниже, чем в аналогичных по классу проектах», — полагает она.

О том, какие именно объекты могут отпугнуть покупателя, в среде экспертов единого мнения нет. К объектам, соседство с которыми способно негативно повлиять на спрос на квартиры в жилом доме, можно отнести источники повышенного шума и загрязненного воздуха. «Если окна, из которых открывается вид на кладбище, морг или тюрьму, можно занавесить, то от постоянного шума за окном порой не спасают даже тройные стеклопакеты», — говорит начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Светлана Денисова. Именно поэтому низколиквидным считается жилье, под окнами которого находятся трамвайные или железнодорожные пути, гаражные комплексы, крупная автомагистраль. Нестороженно относятся покупатели жилья и к источникам излучения: линиям электропередачи, телевизионным башням, вышкам базовых станций операторов мобильной связи. К источникам повышенной опас-

ности для жильцов можно отнести также автозаправки, химические предприятия. Не приветствуется близость любых, даже невинных производств и промышленных зон. «Близость всех вышеперечисленных объектов снижает привлекательность и стоимость жилья на 10–20%. Но если тюрьма и кладбище вызывают отторжение на уровне эмоций, то промзона, свалка, полигон по захоронению мусора, КАД, ЛЭП, ТЭЦ — это уже прямая угроза здоровью. Проблематичным считается также соседство с развлекательными центрами. Покупателей отпугивает факт нахождения под квартирой ресторана или ночного клуба: громкая музыка, нетрезвые посетители около подъезда — не лучшие условия жизни для пожилых людей, молодых мам или несовершеннолетних подростков. Также покупатели очень не любят, когда окна выходят на огромные дымящиеся трубы, например ТЭЦ. Самым значимым может оказаться человеческий фактор, то есть социально неблагополучные или неуравновешенные жильцы. Порой ущерб от такого соседства превышает воздействие и промзоны, и оживленной трассы вместе взятых», — добавляет госпожа Денисова.

СМЕНА ПРИОРИТЕТОВ «Приоритеты покупателей жилья меняются. Мы сейчас стали более подвержены трендам Москвы, где жить рядом с автотрассой, но в центральной локации, считается нормальным. Фактор экологии становится все менее актуальным по сравнению с транспортной доступностью. В этой гонке в Петербурге начинают преобладать такие же ценности. Жить рядом с дорогой, с проездом, с ЛЭП уже не так страшно, если это гарантирует хорошую транспортную доступность или другие бонусы», — рассуждает госпожа Конвей.

Часто бывает, что недострой поблизости тоже негативно влияет на темп продаж. Много ограничений существует в элитном сегменте — очень ярко это выражается в ситуации в Центральном и Адмиралтейском районах. «Абсолютно невозможно реализовать проект на еще не подвергнутой редевелопменту территории, где много коммуналок, полуразваленного старого фонда либо заброшенных промышленных зданий. Это одна из проблем Адмиралтейского района — причина, по которой он развивается не тем темпом, каким мог бы. Несмотря на то, что время от времени появляются новые проекты, изобилие старого фонда в плохом состоянии не дает девелоперам возможности приобретать там участки. Хотя есть интересные локации, да и район очень благоприятен по своей транспортной доступности. Но здесь

действительно необходима поддержка города, чтобы ликвидность возросла. Либо требуются дополнительные инвестиции девелопера по приведению в порядок окружающей среды вокруг его проекта», — рассуждает госпожа Конвей.

ТИХИЕ СОСЕДИ Нежелание приобретать жилье возле кладбищ для покупателей больше связано с субъективным фактором. Коммерческий директор ФСК «Лидер» Григорий Алтухов говорит: «По большому счету кладбища — это самые, если так можно выразиться, безобидные объекты соседства, отдельные категории покупателей вообще не видят в них никакого негатива, особенно если кладбищу уже много лет и оно засажено деревьями. В таком случае, уже начиная с четвертого этажа, визуально оно ничем не отличается от обычного парка или сквера».

Марина Агеева, руководитель отдела продаж жилой недвижимости УК «Теорема», добавляет: «При условии соблюдения санитарной зоны, соседство с кладбищем, где не делают новых захоронений, не имеет особых минусов. По большому счету, под окнами — большая зеленая парковая зона, отсутствие высотной застройки, то есть возможность продавать видовые квартиры, опять же избитая история про „тихих, знаменитых соседей“. В целом дискомфорт от соседства жилых домов с кладбищами сводится к психологическому, эмоциональному аспекту. Лично я не готова гулять с ребенком по кладбищу вместо парка или, отмечая семейные праздники, смотреть из окна на могилы. Тем не менее, если такие проекты строят, значит, их создатели в них верят, видимо, положительный опыт реализации есть. Возможно, у застройщиков таких проектов и их покупателей есть особая философия на этот счет. Опять же, не так давно готика была в большой моде».

«Кладбище кладбищу рознь. Смоленское кладбище — это один вариант, а заброшенное кладбище в Невском или Красногвардейском районе — другой. Все зависит от состояния кладбища, от степени его мемориальной значимости, от его благоустроенности. Можно сказать, что основная проблема заключается не в том, что это кладбище, а в том, какое это кладбище и в каком оно содержится виде, — считает госпожа Конвей. — Если это ухоженный мемориально-парковый ансамбль, то успешным продажам это не мешает. Как не мешает, например, продажам в комплексе The Residence на Васильевском острове через дорогу от Смоленского кладбища и еще ряду проектов, которые находятся в непосредствен-



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

К НАХОДЯЩИМСЯ ПО СОСЕДСТВУ С ДОМОМ ЛИНИЯМ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ, ТЕЛЕВИЗИОННЫМ БАШНЯМ, ВЫШКАМ СТАНЦИЙ ОПЕРАТОРОВ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ ПОКУПАТЕЛИ ЖИЛЬЯ ОТНОСЯТСЯ НАСТОРОЖЕННО

ной близости от него. Так, например, в проекте «Айно» девелоперской компании «Лемминкяйнен», расположенном между Армянским и Смоленским кладбищами, средний темп продаж составляет 55 квартир в квартал, что является показателем даже выше среднего по рынку. В проекте Green City от «Северного города», расположенном рядом с Еврейским кладбищем, темп продаж составляет 58 квартир в квартал, что также выше среднего».

Девелоперы нередко стараются нивелировать негативный эффект, связанный с неудачным расположением объекта. Наиболее распространенный способ — строительство специальных шумозащитных экранов для ограждения от многополосных автомобильных дорог и железнодорожных путей. Также используются декоративные экраны и естественные препятствия (например, зеленые насаждения). Хотя эксперты констатируют: если у покупателя есть предубеждение по поводу какого-то неприятного соседства, то переубедить его не сможет никакое маркетинговое ухищрение. ■