

КВАРТИРА НА ВЫРОСТ

ОСТРАЯ ФАЗА КРИЗИСА МИНОВАЛА. ЭТО ПРИВЕЛО К ТОМУ, ЧТО РОССИЯНЕ ПЕРЕСТАЛИ ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ ПОКУПКОЙ ЖИЛЬЯ НАИМЕНЬШЕЙ ПЛОЩАДИ. ПОКУПАТЕЛЕЙ ВСЕ ЧАЩЕ ИНТЕРЕСУЮТ БОЛЕЕ ПРОСТОРНЫЕ КВАРТИРЫ С СОВРЕМЕННЫМИ ПЛАНИРОВКАМИ. ОНИ БОЛЬШЕ НЕ ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ ЗА НЕЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТРЫ. НА СМЕНУ ТАКИМ КВАРТИРАМ ПРИХОДИТ ЖИЛЬЕ ЕВРОФОРМАТА — С ОБЪЕДИНЕННОЙ ГОСТИНОЙ И КУХОННОЙ ЗОНОЙ. АЛЕКСАНДРА МЕРЦАЛОВА

Значительное снижение доходов населения на фоне экономического спада в 2014 году быстро сделало свое дело. Уже по итогам 2015 года риэлторы заявили, что почти треть продаж жилья во многих регионах России приходится на малогабаритные предложения площадью до 35 кв. м, а средняя площадь продаваемых объектов уменьшилась. Рынок отреагировал молниеносно: в 2014–2015 годах включение в состав строящихся жилых комплексов большого числа ставших хитом продаж квартир-студий площадью 20–25 кв. м стало частью антикризисной стратегии многих застройщиков. Но спустя три года ситуация изменилась.

МЕТРАЖ С ЗАПАСОМ Впервые с начала кризиса средняя площадь покупаемого жилья перестала сокращаться. Согласно данным компании «Метриум», в первом квартале 2018 года средняя площадь купленной на первичном рынке квартиры составила 54 кв. м, что соответствует аналогичному показателю 2017 года. В Est-a-tet заметили более существенный сдвиг: согласно данным этой компании, площадь среднего лота выросла до 58 кв. м. Хотя управляющий партнер «Метриума» Мария Литинецкая предупреждает: статистика в этом вопросе, к сожалению, не так однозначна. Оперативно увидеть в продажах происходящие в настроениях покупателей изменения не так просто, ведь покупатели пока вынуждены выбирать из того, что есть на рынке.

Но, как рассказывает директор департамента продаж Est-a-tet Валерий Ручий, многие девелоперы уже подстраиваются под меняющийся рынок. Сейчас, по его словам, доля квартир-студий в выходящих на рынок новых проектах в среднем не превышает 12%, тогда как еще несколько лет назад в отдельных случаях она доходила до 50%. Время подготовиться у застройщиков было. Директор по маркетингу ГК А101 Дмитрий Цветков рассказывает, что настроения покупателей начали меняться еще в конце 2016 года, но формирование тренда пришлось на весну 2017 года. Именно в этот момент, по его словам, компания начала корректировать квартирографию в пользу предложений большей площади, и эти изменения благоприятно отразились на продажах. «Наша статистика показывает, что примерно 30% покупателей, которые приходят в офис продаж за конкретной квартирой, после просмотра всего пула меняют решение в пользу большей по площади квартиры», — объясняет господин Цветков. За счет этого, продолжает он, в первом квартале 2018 года стоимость среднего проданного лота в проектах компании выросла на 5,5% относительно четвертого квартала прошлого года.

Гендиректор Ikon Development Евгения Акимова рассказывает, что если в первом полугодии прошлого года двухкомнатные квартиры формировали 54% продаж в проектах компании, то сейчас их доля выросла до 70%. Гендиректор «КБК Проект» Василий Костин говорит о 30-процентном увеличении спроса на трехкомнатные квартиры лишь за первые месяцы этого года. По его словам, студиями при этом интересуются все меньше. С этим соглашается начальник отдела продаж департамента новостроек «Инком-недвижимости» Валерий Кочетков. Он подсчитал, что за два года востребованность трехкомнатных квартир выросла в 2,3 раза, а за год — на треть: в среднем по Москве и Подмосковию «трешки» в составе спроса занимают 23,4%.

ФАКТОРЫ РОСТА Дмитрий Цветков называет основной причиной переориентации покупателей на более габаритные квартиры повышение доступности ипотечно-

го кредитования. Исходя из его расчетов, снижение кредитной ставки на один процентный пункт повышает доступность квартиры на 5%, позволяя заемщику сократить размер ежемесячного платежа. «С марта 2017 года ставки по ипотеке снизились в среднем на два процентных пункта, повысив доступность жилья на 10% — в этих условиях большинство покупателей предпочли купить квартиру на 10% дороже, причем чаще всего за счет увеличения площади, а не выбора квартиры в доме на высокой стадии готовности», — объясняет господин Цветков. Коммерческий директор группы «Сити-XXI век» Виталий Разуваев соглашается, что повышение доступности ипотеки стало ключевым фактором. «Например, покупатели „однушек“ при том же бюджете могут позволить себе „евродвушку“ от 45 кв. м», — подсчитал он. Но господин Разуваев обращает внимание и еще на один момент: с первичного рынка недвижимости постепенно уходят покупатели-рантье, которые приобретают жилье на первичном рынке для последующей сдачи в аренду. Именно они, по его мнению, формировали спрос на небольшие квартиры, рассчитывая таким образом увеличить доходность своих вложений. По наблюдениям господина Разуваева, для собственного проживания клиенты предпочитают квартиры площадью 38–40 кв. м.

Евгения Акимова называет другим важным фактором роста интереса к жилью большей площади старт программы помощи семьям с детьми. «Семьи, которые пока только планируют рождение детей, готовы сразу приобрести просторное жилье на перспективу, рассчитывая снизить ставку по ипотеке до 6%», — объясняет она. Василий Костин предлагает добавить к этому перечню психологические перемены в сознании покупателей: люди все больше задумываются о создании качественного пространства для жизни. Этот тренд, по его мнению, хорошо иллюстрирует растущий интерес к квартирам с двумя санузлами и грамотными решениями для хранения вещей.

ЗАПЛАНИРОВАННАЯ ВЫГОДА Основа любого решения застройщика, в том числе планировочного, — выгода. А ее величина зависит от востребованности товара покупателями. Дмитрий Цветков уверен: времена, когда покупатели спокойно относились к необходимости полностью переделать стены в купленной только что квартире, прошли. Сейчас большинство из них стремится сразу найти максимально подходящий для них вариант. Поэтому оптимальное решение для девелоперов — разнообразить число предлагаемых вариантов. Гендиректор «МИЭЛЬ-Новостроек» Наталья Шаталина подтверждает:

КВАДРАТ КОМФОРТА

➤ За прошедшие 30 лет в планировках жилья произошла настоящая революция. Сегодня застройщикам приходится учитывать, что покупатели ценят рациональность. Так, «Дон-Строй Инвест», по словам представителя компании, работает в четырех классах. «Мы видим, что параметры, важные в «премиум-люкс», не так принципиальны в бизнес- и комфорт-классе», — отмечает он. Но есть и общие принципы. Во-первых, базовые параметры квартиры — высота потолков, количество и размер окон — это тот случай, когда чем больше, тем лучше. «Поэтому даже в нашем первом проекте комфорт-класса Fresh потолки в 3–3,5 м и окна высотой 2–2,5 м и шириной до 2,3 м, — говорит представитель компании. — Во-вторых, эргономичность и функциональность». Лучшее всего их обеспечивают формы квадрата и прямоугольника. Поэтому и общая форма квартиры, и форма каждой комнаты должны стремиться к этому идеалу. В этот тренд вписывается популярность евроформата с объединением гостиной и кухни. Он особенно актуален для небольших квартир: хозяин получает функционал двухкомнатной квартиры, которая на 20–30% меньше

для многих покупателей психологически важно наличие в проектах большого разнообразия планировок. По ее словам, сейчас клиенты хотят увидеть как минимум пять разных вариантов для каждого типа квартир.

Валерий Ручий объясняет, что технические возможности для того, чтобы разнообразить спектр предлагаемых планировок, у застройщиков сейчас есть. Компании все чаще строят монолитное, а не панельное жилье, возможности которого ограничиваются двумя-тремя вариантами на все секции. Клиенты желают видеть различные варианты квартир, и девелоперы вынуждены идти им навстречу. Гендиректор Level Group Кирилл Игнахин рассказывает, что в каждом проекте компании предусмотрено более 30 вариантов планировок.

Но, несмотря на появившееся многообразие, глобальные тренды на рынке планировок все же есть, и основной из них — упор на функциональность жилья. Средняя площадь предлагаемых лотов снижается, но их наполнение продумывается намного более тщательно, в результате чего может быть грамотно использован каждый метр площади. Дмитрий Цветков вспоминает, что еще в 2013 году продажа однокомнатной квартиры площадью 44–48 кв. м была обычным делом. «Но сейчас это провал: такая квартира будет слишком дорогой, ведь, заплатив совсем немного больше, можно получить небольшую, но уже „двушку“», — объясняет он. Господин Цветков уверяет, что рациональное использование площади выгодно девелоперам, ведь стоимость 1 кв. м в квартирах меньшей площади традиционно выше. «Грамотное планировочное решение может сократить площадь жилья на 5–7 кв. м, в то время как стоимость 1 кв. м вырастет на 10%, а для покупателя это все равно будет дешевле, чем платить за дополнительную площадь», — рассуждает он.

Мария Литинецкая уточняет, что выгода застройщиков достигается не только за счет непосредственно повышения стоимости квадратного метра. По ее словам, сам по себе лот с удачной, востребованной планировкой может быть продан на 10–20% дороже среднего показателя по проекту. «Соответственно, чем больше хороших планировок, тем более высокий доход получит застройщик от их продажи», — замечает она. А Валерий Ручий считает выбор грамотной планировки одним из самых важных моментов на этапе проектирования: «Если проект находится рядом с дорогой, то самые дешевые квартиры будут с видом на эту дорогу, при этом, скорее всего, трехкомнатные и двухкомнатные квартиры, более высокие по цене, будут смотреть окнами во двор». Согласно его оценкам, удачная планировка может повлиять не только на стоимость проекта

по площади, значит дешевле. При этом квартира не теряет в комфорте. В-третьих, разнообразие. Важно, чтобы каждый мог подобрать в понравившемся доме квартиру с учетом своего семейного положения.

При проектировании, безусловно, учитываются запросы покупателей на квартирографию и параметры, установленные градостроительным планом застройки участка, соглашаются в AFI Development. Иногда между ними могут возникать противоречия, тогда приходится искать компромисс. Например, во всех жилых комплексах компании, выше четвертого этажа есть балконы — это нормативное требование. «Мы строим квартиры без отделки, поэтому перегородки можно переносить под конкретные запросы покупателей», — отмечает представитель компании. Исключение «мокрые зоны», это туалет и ванная, и зона кухни, расположение которых фиксировано по законодательству. Один из последних европейских трендов, который хорошо принимают российские покупатели, объединенные кухня-ниша и гостиная. Это удобно, если люди хотят больше общаться с членами семьи.



РОССИЯНЕ ВСЕ БОЛЬШЕ ЗАДУМЫВАЮТСЯ О СОЗДАНИИ ВОКРУГ СЕБЯ КАЧЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ ЖИЗНИ

на 20%, но и ликвидность. Виталий Разуваев тоже обращает внимание на важность видовых характеристик. По его словам, лоты с наилучшими видами есть абсолютно во всех проектах и, как правило, они продаются на 10–15% дороже остальных.

КВАРТИРА В ЕВРОСТИЛЕ Еще в первой половине 2010-х популярность на рынке начали набирать квартиры евроформата, где гостиная и кухня составляли единую зону. Евгения Акимова вспоминает, что если еще в 2014 году основной спрос на такое жилье формировался за счет студий, которые рассматривались как альтернатива «однушкам», то сейчас все более востребованными становятся двухкомнатные квартиры евроформата. Помимо объединенной гостиной и кухонной зоны в таких вариантах обычно предусмотрена дополнительная комната. Господин Игнахин добавляет, что «евродвушки» зачастую оказываются компромиссным вариантом. «Такие предложения по площади меньше, чем стандартные