ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE «НЕДВИЖИМОСТЬ»

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ КАЧЕЛИ

Каждый кризис традиционно порождает ажиотаж на рынке недвижимости: опасаясь обесценивания своих накоплений, россияне стремятся вложить деньги в твердую валюту — жилье или апартаменты. Причем каждый раз эксперты пессимистично говорят, что вот, наступит новый кризис и он может оказаться для многих строительных фирм последним, все накопления у сограждан истощились, новых доходов нет и ничего хорошего ждать не приходится. Но наступает новый кризис — и волна ажиотажного спроса накрывает первичный рынок пуще прежнего.

В некоторые кризисы, стоит отметить, желаемого сохранения сбережений не происходит. Так, например, было в 2009 году: боясь девальвации рубля, покупатели сметали все, что предлагал рынок,— однушки, студии, квартиры в «закадье». Через несколько лет оказалось, что жить там не очень комфортно, а потому арендаторы не спешат снимать такое жилье. Окупаемость вложений растянулась до двадцати лет.

К следующему кризису потребитель поумнел, и в 2014-м инвесторы старались уже приобретать жилье в черте города. Но и здесь впоследствии возникали определенные проблемы — массовые покупки заставили строителей увеличивать объемы ввода, что неизбежно привело через несколько лет к падению цен.

Но вот случилась пандемия, и россияне снова нашли скрытые резервы и снова стали раскупать недвижимость. И те, кто отважился купить квартиру в строящемся доме год назад, в этом году выиграл — в некоторых проектах цены выросли на 30–50%. Вообще-то, когда вводили эскроу-счета, строители прогнозировали рост цен. Мол, затраты у нас возрастут, поэтому увеличатся и цены. Аргумент этот был слабый — цену все же диктует спрос, а не предложение. Однако в этот раз прогнозам помог сбыться случай: пандемия и последующие меры в виде льготной ипотеки сделали кредитные средства доступнее, спрос вырос — выросли и цены. Ажиотаж снова ведет к росту вводимого объема жилья, который станет остужать рынок. Еще больше его может охладить ипотечный пузырь, если не приведи бог лопнет. Кредитов набрать легко — сложнее их отдавать. Поэтому покупателям-инвесторам, сорвавшим джек-пот, главное вовремя избавиться от своих активов.

ФОТО НА ОБЛОЖКЕ: ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОМФОРТА

СТАНДАРТЫ ЖИЛЬЯ ВО ВСЕХ СЕГМЕНТАХ ПОСТОЯННО МЕНЯЮТСЯ, И ТО, ЧТО ЛЕТ ДВАДЦАТЬ НАЗАД БЫЛО АТРИБУТОМ ПРЕСТИЖНОГО ЖИЛЬЯ, СЕЙЧАС ЯВЛЯЕТСЯ ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ ДАЖЕ В ЭКОНОМ-КЛАССЕ. НО САМЫМ МОЛОДЫМ И ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩИМСЯ СЕГМЕНТОМ СЕГОДНЯ ОСТАЕТСЯ КОМФОРТ. ДЕСЯТЬ ЛЕТ НАЗАД ЕГО КАК ТАКОВОГО И ВОВСЕ НЕ БЫЛО НА РЫНКЕ. РОМАН РУСАКОВ

Диапазон требований покупателей к жилью расширяется. Первые три фактора выбора квартиры — цена, локация, надежность застройщика — остаются такими же. Однако, как замечает директор группы «Аквилон» Виталий Коробов, на высококонкурентном рынке значимость стали приобретать сами характеристики проекта и дополнительные опции комфорта. А это уже связано и с планировками, и с подходами к организации пространства, и с инженерными технологиями.

«Сегодня недостаточно просто подстроиться под ожидания клиентов, важно успеть предугадать и их будущие запросы. Это позволяет проекту оставаться актуальным многие годы и после ввода в эксплуатацию, что напрямую увеличивает его инвестиционный потенциал. На своем опыте наша компания убедилась, что внедрять новые технологии и подходы к созданию жилой среды необходимо уже сегодня. Наши опросы подтверждают, что клиенты обращают внимание на техническое оснащение и энергоэффективные свойства их будущего дома»,— рассуждает эксперт.

За последние десять лет первичный рынок недвижимости в целом значительно изменился. С развитием строительных технологий, увеличением конкуренции и ростом запросов покупателей новостройки во всех классах стали более современными, качественными и индивидуальными.

Отчетливее всего эти изменения проявились в комфорт-классе, который является основой сегмента недвижимости массового сегмента, по крайней мере, в крупнейших российских мегаполисах — Москве и Санкт-Петербурге. «Если изначально этот термин использовали в основном в маркетинговых целях, чтобы сделать акцент на каких-то определенных новых „фишках“ проекта и выделить его среди конкурентов, то сегодня это отдельный полноценный класс новостроек»,— уверена Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой».

Как говорят эксперты, современный комфорт-класс подразумевает качественные конструктивные и архитектурные решения, улучшенное благоустройство и оригинальный дизайн мест общего пользования, развитые общественные пространства, увеличенную площадь озеленения, социальную и коммерческую инфраструктуру в шаговой доступности, продуманные планировки, отвечающие актуальным потребностям покупателей жилья.

Александр Андрианов, первый вице-президент Glorax Development, считает, что изначально комфорт-класс от стандартного жилья отличали наличие паркинга, более высокие потолки и выбор более дорогих материалов для отделки фасадов и мест общего пользования.

Генеральный директор ГК «Атлант» Иван Мотохов говорит, что десять лет тому назад само понятие жилья комфорт-класса только возникло. «В свое время это определение стали вводить маркетологи застройщиков, чтобы разграничить жилье самое простое, типовое (тогда его отнесли к эконом-классу, сейчас в ходу термин „стандарт-класс“) и жилье повышенной комфортности, но „недотягивающее“ по локации, каким-то потребительским характеристикам до бизнес-класса. В 2010-е комфорт-класс активно строился и продвигался, застройщики включали в проекты демократичной ценовой категории различные опции из бизнес-класса — это в первую очередь авторская архитектура, необычные планировки (двухуровневые квартиры, квартиры с террасами, с 20-метровыми кухнями, просторными ванными с окном). В основном такие проекты реализовывались в пригородах, это позволяло обеспечивать демократичные цены при интересном проекте и вариативности метражей»,— делится господин Мотохов.

Всеволод Глазунов, директор по маркетингу Legenda, вспоминает: «Десять лет назад, когда мы только вышли на рынок, многие жилые комплексы проектировались по советским образцам. Да, с более современными на тот момент материалами, но с устаревшим пониманием того, как нужно правильно планировать пространство. В то время проектирование сводилось к вопросу: „А какой процент студий и однушек нужно делать в доме, чтобы он был правильный и ликвидный?“ Потребовались годы, чтобы рынок развернулся в сторону функционального проектирования».

В результате, говорит эксперт, за десятилетие сформировались новые стандарты, выражаемые в закрытых от машин дворах, в правильном зонировании жилого пространства, в функциональном благоустройстве территории. «Квартирография — это больше не набор типовых решений, это максимально широкий ассортимент планировок в тех бюджетах, которые может себе позволить покупатель и в которых можно разместить максимально полезную площадь. Кроме того, у потребителя появилось понимание, что квартиру надо выбирать не по локации и количеству метров, которые он может купить, а по другим продуктовым параметрам»,— рассуждает господин Глазунов.

Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Ленстройтрест», считает, что за последние десять лет произошло размытие границ между классами недвижимости: в сегмент комфорт перекочевали элементы бизнес-класса, а в бизнес — элитной недвижимости. «Сегодня не редкость, когда девелоперы вносят в определение того или иного класса собственные корпоративные стандарты, основанные на концепции проекта, его преимуществах, а также во многом — на потребностях целевой аудитории. Если еще 10–12 лет назад закрытый двор, общественные пространства внутри квартала, дополнительная инфраструктура (например, лапомойки и площадки для выгула собак) были атрибутами бизнес-класса, сейчас большинство этих опций — стандартный набор для жилья комфорт-класса. Сегодня в объектах комфорт-класса и образованных от них подклассах („комфорт+“, „бизнес-лайт“) важным становится наполнение объекта инфраструктурой, продуманность планировочных решений, насыщенность инженерной инфраструктурой»,— рассказывает господин Фельдман.

По его словам, сегодня в домах комфорт-класса, как правило, количество квартир на этаже не превышает 6–8, объем студий ограничен, высота потолков начинается от 2,7 м. Средняя площадь квартир больше, чем в эконом-классе, предлагается улучшенная отделка, обычно нескольких видов. При этом есть и варианты без отделки. В парадных предусмотрены места для хранения велосипедов и колясок, повышенное внимание уделяется безопасности жилого комплекса и внутренней территории: устанавливаются системы контроля доступа и видеонаблюдения, есть администратор территории и консьержи в парадных.

Впрочем, некоторые эксперты полагают, что меняться комфорт-класс может не только в лучшую сторону — все зависит от экономической ситуации. Господин Мотохов говорит: «После кризиса 2014–2015 годов проекты стали „мельчать“, начала расти доля студий. В проектах, выходивших в то время, не редкостью была доля студий в 60% всего объема квартир. Это делалось для поддержания спроса в условиях резкого ослабления рубля и высоких ставок по ипотеке. Ближе к 2018–2019 годам доля студий в проектах комфорт-класса стала меньше, параллельно стало расти предложение жилья с отделкой».

БЛАГОУСТРОЙСТВО В ТРЕНДЕ Еще один тренд последних нескольких лет — высококлассное благоустройство на территории ЖК комфорт-класса и индивидуальный подход к облику мест общественного пользования. К созданию лобби в столичных проектах комфорт-класса теперь привлекают дизайнеров, на территории могут организовывать дополнительные зоны отдыха, рабочие места. → 16