

всех застройщиков, работающих в сегменте масс-маркет, вопрос парковочных мест — один из болезненных. К примеру, в наших проектах, рассчитанных на массового покупателя, реализовано только 50–70% машино-мест в наземных и подземных паркингах. Даже с учетом того, что мы продаем ниже себестоимости. Впрочем, в последнее время спрос на паркинги постепенно начал расти», — говорит директор департамента недвижимости группы ЦДС Сергей Терентьев.

МАЛОПОПУЛЯРНЫЙ ПРОДУКТ Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой», рассказывает: «По состоянию на начало октября 2021 года, по данным bnMap.pro, в 131 новостройке Санкт-Петербурга, где запроектированы паркинги на продажу, реализовано 3,2 тыс. машино-мест. То есть в доме продано в среднем 24 машино-места. Средняя заполненность паркинга — 16,4%. Ровно год назад новостроек с платными паркингами было 194, а продано в них 4,6 тыс. машино-мест. На каждый дом приходится все те же 24 машино-места. Средняя заполненность паркинга — 16% ровно. Два года назад приобрести машино-место предлагали 226 новостроек, на каждую из которых в среднем приходилось по 21 покупателю. Паркинги были заполнены на 14,7%. Из этого можно как сделать вывод, что спрос на машино-места в новостройках Санкт-Петербурга очень незначительно растет, так и сказать, что он стабильно слабый в последние три года».

Елена Петропавловская, руководитель аналитического центра группы RBI, отмечает, что стоимость паркингов уже в течение лет пяти почти не растет — только индексируется в рамках официальной инфляции на 3–5% в год. «Для потребителей паркинг не является первой необходимостью, особенно в сегментах „эконом“ и „комфорт“». В первую очередь людям нужны средства на погашение ипотеки, ремонт и т. п. Кроме того, сейчас появляется тенденция на смену парадигмы потребления, растет популярность каршерингов, необходимость в парковочном месте снижается», — отмечает она.

Не случайно продажа паркингов часто дополнительно стимулируется девелоперами за счет специальных акций, таких, как паркинг в подарок, скидка при одновременной покупке с квартирой, выгодные условия по рассрочке. Увеличения активности в продажах паркингов мы не наблюдаем.

НИЖЕ СЕБЕСТОИМОСТИ Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Ленстройтрест», подтверждает: «Паркинги, к сожалению, остаются мало востребованной опцией — клиенты, приобретающие квартиру в ипотеку и выплачивающие до половины дохода своей семьи, не готовы сверху вложить даже 300 тыс. рублей за машино-место. Паркинги, если и продаются, то существенно ниже себестоимости. Большинство жильцов новостройки все же рассчитывают оставлять автомобиль „где-то недалеко“ на прилегающей территории и бесплатно. В итоге во многих жилых комплексах дворы заставлены машинами, а платные парковки пустуют».

За счет применения специальных строительных материалов, установки инженерного оборудования, лифтов, систем вентиляции, пожаротушения возведение



В КЛАССЕ «БИЗНЕС» СРЕДНИЙ БЮДЖЕТ ПОКУПКИ МАШИНО-МЕСТА СОСТАВЛЯЕТ ОТ 1,2 МЛН РУБЛЕЙ ДО 3 МЛН РУБЛЕЙ. В ПРЕМИУМ-СЕКТОРЕ — ОТ 2 МЛН РУБЛЕЙ ДО 5,5 МЛН РУБЛЕЙ

подземной автостоянки обходится девелоперу значительно дороже, чем строительство наземного паркинга. На стоимость также влияет площадь паркинга, его этажность, особенности грунтов. По словам господина Фельдмана, в среднем себестоимость машино-места в подземном паркинге обойдется застройщику в 1 млн рублей, в отдельно стоящем многоярусном паркинге, но также оборудованном лифтом, системами автоматизированного контроля въезда / выезда, охраны и видеонаблюдения, — будет варьироваться от 750 тыс. рублей до 1 млн рублей.

«По нашим наблюдениям, спрос на машино-места за последние годы снизился, поскольку доходы населения не увеличиваются, а затраты на покупку квартиры, наоборот, существенно выросли. Паркинги, возможно, могли бы стать востребованной опцией в том случае, если бы повсеместно все застройщики включали бы их в затраты проекта и отдавали в нагрузку к квартирам. Но такое решение приведет к еще одному повышению цен на всю недвижимость, поэтому в ближайшем будущем этого точно не произойдет. Так и будут стоять пустующие паркинги, а жильцы будут искать, где бесплатно рядом с домом поставить машину», — прогнозирует господин Фельдман.

Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», расска-

зывает: «В наших крупнейших проектах мы делаем ставку на размещение автомобилей именно в подземных паркингах, это одно из главных требований клиента к жилью комфорт- и бизнес-класса. Кроме того, парковка под землей позволяет освободить внутреннюю территорию проекта под современные элементы благоустройства. Машино-места под землей обходятся дороже, но они намного комфортнее наземных и дают жильцам дополнительные сервисы. В наших проектах место в подземном паркинге стоит в среднем 1,7 млн рублей. Цена зависит от типа паркинга: место в закрытом паркинге с возможностью входа на парковку из подъезда / лифта обойдется дороже, чем место в отдельном здании или на открытой площадке. Кроме того, на итоговой стоимости сказывается качество и размер машино-места. Дороже обойдется место ближе к выезду, машино-места большего размера или место рядом с электророзеткой».

Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St Petersburg, говорит: «Важной тенденцией, влияющей на решения паркингов в ЖК, является повышение площади территории, отводимой под зоны благоустройства и общественные пространства, в частности „дворы без машин“. Это существенно сокращает возможности для наземной парковки в ЖК, и чем выше этаж-

ность таких ЖК, тем напряженнее может стать ситуация с парковкой. При этом востребованность машино-мест в паркингах зависит от ряда факторов: класс ЖК и уровень автомобилизации, доли квартир для собственного проживания и сдаваемых в аренду, стоимость покупки или аренды машино-места и, конечно, соотношение числа квартир и числа продаваемых машино-мест. В результате в ряде ЖК построенные паркинги стоят недозагруженными, а в некоторых комплексах, особенно элитных, стоимость последних непроданных машино-мест может существенно возрастать относительно старта продаж».

При этом госпожа Черная выражает надежду на то, что потребность в паркингах будет снижаться в связи с развитием городского транспорта и альтернативных средств перемещения. «Мы должны уйти от текущего избыточного нормирования парковочных мест в жилых проектах к европейской модели развития транспортных систем. То есть перейти от владения личным транспортом плюс парковкой, которыми в большинстве случаев пользуется один человек, к приоритету общественного транспорта, велосипедным дорожкам и шеринговой экономике. Цель такого перехода — повысить качество жилой среды и экологии и эффективнее расходовать бюджетные средства», — настаивает эксперт. ■