

ТЯГА К ЭРГОНОМИИ / 15
ВОЗВРАЩЕНИЕ
СТУДИИ / 18
ЗАГОРОДНЫЙ
МАЯТНИК / 20

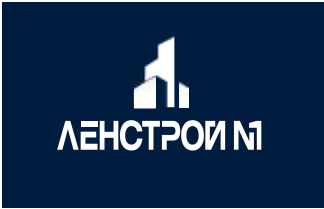
Четверг, 25 ноября 2021 №214
(№7176 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–28
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ №ФС77-76924 9 октября 2019 года
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

Недвижимость

Guide

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

GloriaX



РЕКЛАМА

ВЕЩЬ ДЕЛ

с «Коммерсантом» **www.kommersant.ru/regions/78**



WWW.KOMMERSANT.RU/REGIONS/78

ОДНО ИЗ САМЫХ АВТОРИТЕТНЫХ
И ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ
ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ПРИНИМАЮЩИХ РЕШЕНИЯ

ОБЪЕКТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ
К ФАКТАМ, КОМПЕТЕНТНОСТЬ
И БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ

ТОЧНЫЕ ПРОГНОЗЫ И ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ

РЕКЛАМА, «16+»

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ НА НАШИ КАНАЛЫ
TELEGRAM И FACEBOOK



Коммерсантъ.ru[®]
в Санкт-Петербурге



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE «НЕДВИЖИМОСТЬ»

ДЕВЕЛОПЕРЫ
ЗАПУТАЛИСЬ
В ТЕНДЕНЦИЯХ

Рынок жилья оказался на перекрестке — сегодня на него давят разнонаправленные тенденции, в результате чего даже профессионалы, работающие на рынке, не всегда единодушны в оценках текущей ситуации.

Например, девелоперы расходятся во мнении относительно метражей нового жилья — некоторые говорят, что площади квартир, имевшие тренд к сокращению, после 2019 года начали вновь расти, другие уверяют, что потребность в больших квартирах продолжает сокращаться.

Кстати, исследования говорят, что спрос на студии за последнее время серьезно вырос, но многие девелоперы продолжают настаивать, что клиенты не хотят покупать малогабаритное жилье. Однако на деле студии появились даже в премиальном сегменте.

Скорее всего, причина тут в том, что льготная ипотека сделала покупательную способность на рынке строящегося жилья выше, а значит, многие покупатели смогли доплатить и за лишние метры. Теперь же, когда программа дешевых кредитов свернута, а цены взлетели на 30%, а иногда и на 50%, у россиян появилась необходимость экономить, а значит, возросла потребность в более компактных квартирах.

Проблема в том, что строительный цикл достаточно продолжителен и девелоперы выводят на рынок продукт, который был востребован два года назад. Поэтому разобраться, какой продукт предложить покупателю будущего, девелоперам сейчас непросто. Особенно сложно это сделать в такой год, как нынешний,— до июля жилье раскупали как горячие пирожки, а после началось остужение рынка (хоть итоги третьего квартала и показали, что падение продаж оказалось не таким катастрофическим, как опасались застройщики).

Вероятно, в более выигрышном положении тут окажутся компании с мощными аналитическими отделами. Если тренды не угадают, будет хотя бы на кого свалить вину.

ТЯГА К ЭРГОНОМИИ ПАНДЕМИЯ ВНЕСЛА НЕКОТОРУЮ СУМЯТИЦУ В РЯДЫ ДЕВЕЛОПЕРОВ В ЧАСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕНДЕНЦИЙ ПЛАНИРОВОЧНЫХ РЕШЕНИЙ. ОДНИ УЧАСТНИКИ РЫНКА ГОВОРЯТ О ПРОДОЛЖАЮЩЕМСЯ ТРЕНДЕ НА СОКРАЩЕНИЕ МЕТРАЖА ЖИЛЬЯ, ДРУГИЕ ГОВОРЯТ О ТОМ, ЧТО ПЛОЩАДЬ ЖИЛЬЯ НАЧАЛА РАСТИ. НО И ТЕ И ДРУГИЕ СОГЛАСНЫ В ТОМ, ЧТО ПОКУПАТЕЛЬ ИЩЕТ ЭРГОНОМИЧНОЕ ЖИЛЬЕ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Коммерческий директор «ЛСР. Недвижимость-СЗ» Денис Бабаков отмечает, что декларируемые участниками рынка тенденции трудно назвать однонаправленными. Многие застройщики на фоне пандемии заявляют о необходимости реализовывать большие квартиры с дополнительными площадями под удаленную работу, учебу и так далее. «Однако в реальности покупатели, в том числе на фоне роста цен на недвижимость, не готовы переплачивать за лишние квадратные метры жилья»,— полагает эксперт.

Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС, говорит: «Покупатели сейчас не хотят платить за лишние метры. Они лучше заплатят больше за комфортную среду, хорошую локацию жилого комплекса. Поэтому площадь квартир становится немного меньше. Плюс за счет использования современных технологий при проектировании мы можем создавать более функциональное жилье».

Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Ленстройтрест», с коллегами не согласен. Он говорит о том, что за последние два года средняя площадь квартир в новостройках Петербурга и ближайшей Ленобласти выросла. «Так, в 2019 году в городской черте средний метраж жилья в сегменте комфорт-класса составлял порядка 43,3 кв. м, в Ленобласти — 39,6 кв. м. Сегодня средняя площадь приобретаемой квартиры — 50 кв. м. За прошлый год он практически не изменился»,— рассуждает эксперт.

Андрей Кириллов, представитель компании «Мегалит — Охта Групп» коллегу поддерживает: «Я считаю, что метражи выросли. Особенно за последние два года акцент в спросе сместился на более просторные квартиры. При этом важно отметить, что площади сейчас спроектированы более функционально. Ключевой тенденцией можно назвать стремление застройщиков строить больше домов со свободными планировками квартир, квартирами-трансформерами, шеф-квартирами».

Господин Фельдман отмечает изменение в структуре спроса: если раньше на старте продаж в новой очереди первыми раскупались студии и однокомнатные квартиры, то теперь наиболее востребованы двухкомнатные лоты. «Эта тенденция стала заметна еще в 2020 году, в текущем году спрос на более просторные форматы укрепился»,— говорит господин Фельдман.

Девелоперы делают ставку на расширение ассортимента планировочных решений, чтобы максимально удовлетворить запросы покупателей, полагает он. В фокусе внимания — функциональные

планировки, в которых есть гардеробные и кладовые, мастер-спальни, объединенные кухни-гостиные, окна в ванной комнате, балконы или лоджии, террасы. «При этом очень важно, чтобы площадь квартир использовалась эффективно — чтобы не было длинных и узких коридоров, слишком больших лоджий и т. п. Люди не хотят переплачивать за квадратные метры, которые не будут использовать».

В наших кварталах мы проектируем квартиры с террасами и мансардами. После пандемии запрос на такую опцию вырос в разы»,— рассуждает эксперт.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers, подтверждает: «В комфорт-классе наибольшим спросом среди покупателей пользуются квартиры с эргономичными планировками, которые предусматривают возможность перепланировки или, напротив, включение в стоимость полной отделки и мебелировки квартиры».

Среди ключевых примеров эргономичных и востребованных планировок она выделяет квартиры-трансформеры от компании YIT (покупатель может выбрать один из предложенных застройщиком вариантов расстановки стен), а также смарт-планировки от LEGENDA Intelligent Development. «В проектах также высоким спросом пользуются так называемые квартиры формата «евро»,— говорит она.

РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ВЫХОДИТ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК», также говорит о том, что ключевая тенденция в планировках — в рационализации использования: площади сокращаются — функционал увеличивается.

«Европланировки сейчас являются локомотивом развития квартирографии, поскольку совмещение функции гостиной и кухни почти всегда находит отражение в реальной жизни. Следовательно, и в спросе. Однако отличается подход девелоперов к этому понятию. Зачастую заявленные в предложениях двух- и трехкомнатные квартиры — де-факто с одной или двумя комнатами, но с кухней побольше. Мы в своем подходе следуем классической модели подсчета: сколько отдельных спален — столько и комнат. Но за счет большой кухни, вплоть до 28 кв. м в текущих проектах комфорт-класса, покупатель двух- или трехкомнатной квартиры фактически получает жилье формата «евро-3» и «евро-4». По нашему мнению, это постепенно должно входить в норму, поскольку небольшая отдельная кухня является, скорее, наследием советского подхода к планировкам, нежели отражением современных потребностей в их массе»,— рассуждает он.

Также в комфорт-классе все чаще предлагаются мастер-спальни с доступом к личному санузелу и гардеробной. Последняя может представлять собой и отдельное помещение, например в конце коридора.

«Общая средняя площадь в комфорт-классе значительно варьируется по проектам. За пять лет в Петербурге она уменьшилась примерно с 52–55 до 45–42 кв. м. Но учитывая то, что под понятие комфорт-класса нередко подводятся объекты, до этого статуса не дотягивающие, едва ли можно опираться на среднюю цифру как на объективную»,— обращает внимание господин Софронов.

Однако, уверен он, совершенно точно можно говорить о сокращении лишних метров. В основном они убираются уменьшением площади коридоров, проходными кухнями и, собственно, сведением функций кухни и гостиной в одно помещение. Здесь первую роль играет конфигурация помещения, форма которого определяет легкость зонирования пространства. «В частности, появляются ниши для кухонной мебели и техники. Тренд на уменьшение коридоров дополняется обязательным размещением в них ниш для хранения разных конфигураций»,— полагает эксперт.

При этом крупноформатные планировки все же востребованы. Особенно когда на 75–90 кв. м размещается три полноценные спальни и кухня-гостиная. «То есть аналогичная по функционалу классическая планировка на четыре спальни с кухней и коридором „аэродромом“ заняла бы порядка 100 кв. м и более. На больших площадях рациональность еще более очевидна. Такие планировки можно назвать умными, поскольку они позволяют оптимизировать бюджет покупки»,— замечает господин Софронов.

Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St Petersburg, приводит данные: доля квартир с одной спальней сократилась на 5 п. п. в пользу увеличения квартир с двумя и тремя спальнями — на 3 и 1 п. п. соответственно. Доля студий в данном классе объектов увеличилась за пять лет незначительно — на 1 п. п. Основные корректировки произошли в разрезе средних площадей квартир, которые сократились с 2016 года на 1–4 кв. м, в то же время средняя площадь студий увеличилась на 1 кв. м.

«Наиболее серьезным изменениям подверглись объекты эконо-класса, чья квартирография стала более компактной по площади и насыщенной студиями. Доля студий в „экономе“ увеличилась за пять лет на 13% за счет сокращения долей квартир с двумя-четырьмя спальнями. → 16



15 → При этом квартиры с четырьмя спальнями в эконом-классе стали практически экзотическим продуктом, который очень быстро раскупается. Примечательным можно считать факт сохранения доли квартир с одной спальней, которая как была на уровне 45% в 2016 году, так и осталась в 2021-м. Средние площади всех типов квартир в эконом-классе также подверглись сокращению, уплотнению от 1,5 кв. м в студиях до 18 кв. м в квартирах с четырьмя спальнями», — рассуждает госпожа Московченко.

НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ В компании «Эталон» говорят: «Времена планировок с небольшими кухнями, тесными прихожими, длинными неудобными коридорами давно закончились. Сегодня покупатели более требовательны к организации пространства, комфорту и выбирают квартиры, ориентируясь на практичность и эргономичность планировок, а также бюджет покупки. Поэтому планировочные решения Группы „Эталон“, в том числе в классе „комфорт“, сегодня в основном ориентируются на евроформат. Плюсы такой планировки — в ее универсальности и функциональности. Площади, которые обычно расходуются на коридоры и дверные проемы, превращаются в полезные метры. Важно отметить, что квартиры с европланировкой отлично зонированы. Например, у входа проектируется общественная зона, в которую входят прихожая, кухня-гостиная и санузел, а в отдалении от входа планируется личное пространство, где находятся спальня и ванная».

В компании «Эталон» говорят, что сегодня востребованы ниши под гардеробные, мастер-спальни, хозяйственные комнаты, просторные санузлы и рабочие места. «Последние два года показали, что дома немаловажно наличие рабочего места, причем часто рассчитанного на двоих. Как следствие, сегодня в планировочных решениях группы „Эталон“ везде присутствует рабочее место», — сообщили в компании.

Роман Мирошников, исполнительный директор ГК «Ойкумена», замечает: «Застройщики Петербурга по-прежнему предлагают в среднем больший метраж, чем приобретает среднестатистический



ЕВРОПЛАНИРОВКИ СЕЙЧАС ЯВЛЯЮТСЯ ЛОКОМОТИВОМ РАЗВИТИЯ КВАРТИРОГРАФИИ, ПОСКОЛЬКУ СОВМЕЩЕНИЕ ФУНКЦИИ ГОСТИНОЙ И КУХНИ ПОЧТИ ВСЕГДА НАХОДИТ ОТРАЖЕНИЕ В РЕАЛЬНОЙ ЖИЗНИ

покупатель. Основной спрос сконцентрирован на лотах порядка 43–45 кв. м, а средняя площадь предлагаемого лота — около 48–50 кв. м. И периодически назревает дефицит компактных лотов (ведь они быстро вымываются с „витрины“), что и приводит, в том числе, к росту средней цены по рынку».

Дмитрий Ефремов, начальник управления продуктового менеджмента и маркетинговых исследований «Главстрой Санкт-Петербург», полагает, что ключевой тенденцией в комфорт-классе за последние пять лет является то, что проекты становятся все более уникальными и все больше отходят от типовых решений. «Девелоперы предлагают не только квадратные метры, но и жилую среду, определенный образ жизни. Трансформации подвергаются как планировки, так места общего пользования, дворовые террито-

рии, которые становятся логичным продолжением квартиры», — говорит он.

По его словам, главными «фишками» в планировках комфорт-класса являются мастер-спальня с гардеробной, отдельные рабочие зоны или хобби-румы, панорамные или мансардные окна, квартиры с увеличенной высотой потолков на последних этажах, квартиры с палисадниками и террасами, также появились предложения жилья с сити-виллами (квартира с отдельным входом с улицы).

«Один застройщик может реализовывать одновременно несколько проектов в комфорт-классе, но при этом показатели средней площади квартиры в каждом из проектов будут совершенно разными. Это зависит от целевой аудитории, на которую проект рассчитан, его концепции и стратегии реализации», — отмечает господин Ефремов.

В среднем в сегменте жилья комфорт-класса за последние пять лет площадь квартир уменьшилась на 10%, подсчитал он. Однако наибольшее снижение площади произошло еще в 2019 году. «За последние три года ситуация на рынке жилья комфорт-класса не претерпела значительных изменений, средняя площадь остается стабильной», — говорит он.

Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», резюмирует: «Мы уверены, что рынок будет развиваться в сторону готовых планировочных решений. Речь не только об оптимальном зонировании пространств в квартире, продуманной навигации и эргономике, заложенных еще на этапе разработки проекта. Но и о движении рынка в сторону проектов с максимальной степенью готовности квартир — с полной отделкой и меблировкой». ■

АПАРТАМЕНТЫ СОКРАЩАЮТ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ПО ИТОГАМ ТРЕТЬЕГО КВАРТАЛА 2021 ГОДА СВОБОДНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ АПАРТАМЕНТОВ СОСТАВИЛО 2,7 ТЫС. НОМЕРОВ ОБЩЕЙ ПЛОЩАДЬЮ 110 ТЫС. КВ. М, ЧТО СТАЛО НАИМЕНЬШИМ УРОВНЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ С 2017 ГОДА. КИРИЛЛ КОСОВ

Как считают в компании Knight Frank St Petersburg, столь низкий показатель обусловлен высоким спросом на рынке, а также политикой ряда девелоперов по поддержанию наиболее ликвидных лотов для сохранения динамики продаж. Количество апартментов сократилось на 28% за счет окончания продаж в семи объектах. При этом на рынок вышло несколько новых апарт-отелей, общее количество юнитов в которых составило 709.

Всего за третий квартал было продано около 1,5 тыс. апартментов различных форматов общей площадью около 52 тыс. кв. м. За квартал доля апартментов сер-

висного формата сократилась на 3 п. п. до уровня 86%, при этом спрос на сервисные апартменты увеличился более чем в два раза по сравнению со вторым кварталом 2021 года.

Рекреационные и несервисные апартменты также показали положительную динамику продаж — 82% и 26% за квартал соответственно.

Основной объем проданных апартментов сервисного формата составили студии — 76% в структуре спроса. Среди несервисных объектов популярностью пользовались апартменты с одной и двумя спальнями — 54% и 21% соответствен-

но. В рекреационных объектах спрос на юниты с двумя спальнями был чуть выше, чем в несервисных, — 26%, также большей популярностью пользовались номера с тремя спальнями — 14%. В элитных объектах традиционно приобретали в основном апартменты с двумя и тремя спальнями.

В третьем квартале 2021 года цены на апартменты продолжили увеличиваться. По итогам сентября 2021 года средняя цена сервисных апартментов составила 213 тыс. рублей за кв. м (+7% за квартал). Апартменты рекреационного и несервисного формата показали равную квартальную динамику средней цены в раз-

мере 5%, достигнув соответственно 209 и 240 тыс. рублей за кв. м.

Алексей Аристов, директор департамента элитной недвижимости Knight Frank St Petersburg: «В связи с изменениями ключевых условий льготной ипотеки, которые вступили в силу с 1 июля 2021 года, и роста цен возможность приобрести квартиру с инвестиционной целью резко сократилась. Поэтому основным инструментом инвестирования стали более доступные апартменты. В связи с этим мы отмечаем двукратный рост спроса на апартменты сервисного формата, чья доля сейчас преобладает на рынке». ■

ЦИФРОВЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О КОМФОРТЕ

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ, СТАВШАЯ НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ, ПОСТЕПЕННО ВНЕДРЯЕТСЯ И В СТОЛЬ КОНСЕРВАТИВНУЮ ОТРАСЛЬ, КАК ДЕВЕЛОПМЕНТ. ОДНАКО ПОКА ЧТО ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ В НЕМ МИНИМАЛЬНА, В ТОМ ЧИСЛЕ И В НАШЕЙ СТРАНЕ. ВМЕСТЕ С ТЕМ ПОЯВЛЯЮТСЯ ДЕВЕЛОПЕРЫ, ИНВЕСТИРУЮЩИЕ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА В ЦИФРОВИЗАЦИЮ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА, ТЕМ САМЫМ ВЫИГРЫВАЯ КОНКУРЕНТНУЮ БОРЬБУ И ПРЕДОСТАВЛЯЯ КЛИЕНТАМ УДОБНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КАК НА ЭТАПЕ ПОКУПКИ, ТАК И ДАЛЬНЕЙШЕГО ПРОЖИВАНИЯ. МАРИНА КОВАЛЕВА

Несмотря на то, что более 50% мировых денег в настоящее время сосредоточено в недвижимости, в России данный сектор все еще остается одним из наиболее консервативных и закрытых, а большинство процессов в нем до сих пор не оцифровано. Так, согласно анализу об инвестициях в proptech (диджитал-проекты на рынке недвижимости.— **BG**), в 2020 году в них было вложено в совокупности \$7 млрд, а в России — всего \$150 млн за два последних года. «Недвижимость — ведущий сектор экономики, а у нас диджитализация на сегодняшний момент совсем минимальна», — отмечает первый вице-президент GloriaX Александр Андрианов.

При этом, по словам Елизаветы Конвей, директора департамента жилой недвижимости Colliers, диджитализация является новым уровнем систематизации и обработки данных, а также конкурентным преимуществом для любой бизнес-структуры. «Также это сокращает временной фактор: то, что раньше лежало в книгах продаж и регламентах, сейчас упаковывается в воронку, цифровые бизнес-процессы. Эти процессы автоматически контролируются и в некоторых случаях снимают функцию контроля с руководителя, что освобождает его от операционки и позволяет сконцентрироваться на стратегическом развитии», — считает она. Кроме того, эксперт убеждена, что правильно выстроенные бизнес-процессы и цифровизация позволяют более эффективно распоряжаться ресурсом своего персонала и делать гораздо большую работу в более сжатые сроки.

Одним из шагов к цифровизации девелоперского бизнеса является также использование BIM-технологий. «Все участники рынка так или иначе в них заинтересованы. Застройщик хочет до старта проекта точно понимать свои расходы и маржинальность. Генподрядчикам и подрядчикам необходимо получить прозрачные затраты и точный бюджет. И BIM с этим отлично справляется: с помощью технологии можно полностью детализировать затраты с погрешностью вплоть до 5%», — объясняет Николай Большаков, генеральный директор СК «Стройкрафт». Кроме того, BIM позволяет отсеять все возможные ошибки на этапе проектирования и в итоге избежать увеличения затрат. «В целом компании, которые используют цифровые технологии, оказываются на шаг впереди и получают существенное конкурентное преимущество — высокую скорость процессов, которая в конечном итоге влияет на маржинальность. Думаю, рано или поздно к этому придут все игроки рынка», — полагает господин Большаков.



ПРОГРАММА ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ GLORAX ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ НЕ ТОЛЬКО ВНЕДРЕНИЕ BIM-ТЕХНОЛОГИЙ В СТРОИТЕЛЬСТВО, А ТАКЖЕ СОЗДАНИЕ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СЕРВИСОВ ДЛЯ КЛИЕНТОВ, ПОЛЕЗНЫХ И НА ЭТАПЕ ПРОЖИВАНИЯ

В GloriaX также видят значительные перспективы развития IT-технологий в девелопменте, поэтому строят свою компанию по принципу IT-организации, выбрав после проведения ребрендинга слоган «Девелопер мультивозможностей». При этом программа диджитализации GloriaX включает в себя не только внедрение BIM-технологий в строительство, а также создание многофункциональных сервисов для клиентов, полезных и на этапе проживания. «Наша задача — максимально перевести контроль за сроками, бюджетами, качеством в оцифрованные показатели, а также предоставить клиентам возможность решать многие бытовые вопросы с помощью мобильного телефона, буквально в два клика», — рассказывает господин Андрианов, уточняя, что будущее — за теми компаниями, которые предоставят клиентам возможность в реальном времени влиять на собственный комфорт.

По мнению Станислава Алексеенко, руководителя отдела строительного аудита и управления проектами консалтинговой компании Knight Frank St Petersburg, в российской строительной отрасли нет единых централизованных цифровых продук-

тов, помогающих девелоперам ускорять процессы и цифровизироваться. «Все делают по-своему: или самостоятельно создают среды, или приобретают отдельные программные продукты», — добавляет он.

В GloriaX, например, называют ключевой компетенцией собственные разработки. Однако компания также активно интегрирует большое количество сторонних сервисов в свою экосистему, создавая новые проекты в партнерстве с ведущими игроками рынка. «Такой гибкий подход позволяет нам максимально быстро достигать поставленных целей», — уверен Александр Андрианов. Так, при помощи цифрового решения PlanRadar была обеспечена сквозная цифровизация контроля всех процессов — от производства СМР до финишной отделки квартир и передачи их покупателям. «Данное решение позволяет не только сокращать затраты на строительство и эксплуатацию, но и полностью контролировать качество работ при сокращении сроков реализации проектов», — поясняет эксперт.

Кроме того, цифровые сервисы GloriaX позволяют сократить сроки заключения сделки с недвижимостью. Это стало воз-

можным благодаря созданию девелопером первого в мире цифрового помощника Lora: клиенту остается лишь заполнить анкету и перечислить требования к идеальной квартире. Среди других цифровых опций — услуга «примерь квартиру на себя». Так, воспользовавшись VR-очками, покупатель может пройтись по будущей квартире, а также поэкспериментировать с отделкой и расстановкой мебели.

Что касается полного управления комфортом своего дальнейшего проживания после покупки, начиная от функций системы «умный дом» и заканчивая заказом всех бытовых услуг, то для этого GloriaX создал специальное super app-приложение (приложение с расширенным набором функций, удерживающее пользователя в рамках единой экосистемы.— **BG**). «Благодаря цифровизации мы можем предложить клиенту максимально готовый продукт при покупке, а далее на этапе проживания экономить время на бытовых вопросах», — подчеркивает господин Андрианов. По его словам, соединяя IT и повседневность, GloriaX не просто строит квартиры, но и формирует новые представления о комфорте. ■

ВОЗВРАЩЕНИЕ СТУДИИ

РОСТ ЦЕН НА ЖИЛЬЕ ВНОВЬ ВЕРНУЛ
ИНТЕРЕС ПОКУПАТЕЛЕЙ К СТУДИЯМ.
ПРИЧЕМ ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ,
ЧТО СТУДИИ ПОЯВИЛИСЬ
ДАЖЕ В ПРЕМИАЛЬНЫХ СЕГМЕНТАХ,
ЧЕГО РАНЬШЕ НЕ БЫЛО.

РОМАН РУСАКОВ

Стоимость одного квадратного метра жилья в Санкт-Петербурге увеличилась на 30–50 тыс. рублей всего за год, особенно сильно подорожала «вторичка». Вследствие этого потребитель стал предпочитать квартиры-студии тогда, когда при прочих равных еще полтора года назад купил бы комнату в квартире: разница в стоимости небольшая, а отдельная квартира удобнее.

«Спрос на студии плавает. Под давлением льготной ипотеки он сначала несколько снизился — покупатели стали присматриваться к жилью большей площади. По после отмены спрос вернулся на круги своя. Покупатели смотрят на ежемесячный платеж по ипотеке и выбирают ту сумму, которую готовы платить. И на что этих денег хватает — на студию или небольшую однушку,— то и покупают», — говорит Андрей Вересов, исполнительный директор группы «Аквилон». «Студия — это чаще всего первое жилье и для молодых, и для тех, кто перебирается в Петербург. Поэтому спрос на них будет всегда. Другой вопрос, что по сравнению с ситуацией четырех-пятилетней давности студий становится меньше. Это нормальная ситуация», — уверен Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

Управляющий партнер аналитического агентства WMT Consult Екатерина Косарева говорит, что средняя стоимость студии в новом доме — от 3,8 млн рублей за площадь 25–30 кв. м, но можно и за 2–2,5 млн рублей выкупить студию 13–15 кв. м. В последнее время встречаются предложения переделанных студий из коммунальных квартир в старых домах. Из-за размещения в историческом центре, несмотря на малые габариты, студия площадью 13 кв. м обойдется покупателю в 2,5 млн рублей.

«Также вывешивают множество предложений выкупить долю в апарт-отеле и доверить управляющему дела по аренде для гостей города и командировочных. Например, в продаже есть и совсем маленькие варианты — от 1,8 млн рублей за студию 9 кв. м в апартаментах,— рассказывает она.— Есть и элитные предложения студий. Например, студия 112 кв. м за 13,85 млн рублей. Такие варианты позволяют обустроить квартиру полностью по вкусу покупателя».

Роман Мирошников, исполнительный директор ГК «Ойкумена», несколько иначе оценивает стоимость студий: «В апреле 2020 года (до старта льготной ипотеки) средняя стоимость студии в новостройке комфорт-класса составлял 3,3 млн рублей, а минимальный бюджет покупки —

2 млн рублей. Сегодня те же показатели — 4,9 млн рублей и 2,8 млн рублей соответственно. То есть самый доступный некогда формат недвижимости подорожал почти на 40%. При этом в планировках особо новых тенденций не появилось: да, есть тенденция к дальнейшему сокращению метражей, однако до московских минимумов рынок пока не дошел. В Петербурге самые маленькие лоты — это 19–20 кв. м. В Москве можно отыскать квартиры менее 20 кв. м, а в формате апартаментов недавно появились лоты по девять «квадратов».

Андрей Кириллов, представитель компании «Мегалит — Охта Групп», говорит: «Когда началась пандемия и действовали льготные условия по ипотеке, мы наблюдали временный спад интереса к квартирам-студиям. Тем не менее у этого продукта есть свой покупатель. И особенно сейчас, когда ипотечные ставки и цены на недвижимость растут, студии снова пользуются популярностью. Мы предусмотрели квартиры-студии в остальных очередях своего проекта «Приморский квартал». Сейчас у нас в продаже квартиры-студии от 23 до 33 кв. м стоимостью от 5 млн рублей».

СТАНДАРТНАЯ ПРАКТИКА Никита Пальянов, директор по маркетингу ГК «Абсолют Строй Сервис», обращает внимание на то, что стандартная практика ценообразования — чем меньше метраж, тем дороже «квадрат», поэтому один квадратный метр в студии стоит дороже, чем в крупногабаритных квартирах.

«Как правило, доля студий в жилом комплексе зависит от класса жилья и типа недвижимости. В апарт-комплексах на студии может приходиться до 90% лотов, в бизнес-классе — от 5%, в масс-маркете — до 60%. Но в последнее время доля студий в проектах растет, так как из-за роста цен покупатели чаще выбирают недвижимость меньшего метража».

Ольга Трошева, руководитель Консалтингового центра «Петербургская Недвижимость», говорит, что в 2021 году в квартирографии городских новых объектов доля студий вернулась к уровню 2019 года — это 33% (+4 п. п. к 2020 году). В 2021 году в пригороде выросла доля студий (24%) в квартирографии выведенных на рынок объектов (+2 п. п. к 2020 году), но все равно она меньше, чем двумя годами ранее (–6 п. п. к 2019 году).

По данным «Петербургской Недвижимости», в среднем цена одного квадратного метра в студиях на 10–15% выше, чем в других типах квартир (в пригороде разница доходит до 25%), за счет маленького метража.



В СРЕДНЕМ ЦЕНА ОДНОГО КВАДРАТНОГО МЕТРА В СТУДИЯХ НА 10–15% ВЫШЕ, ЧЕМ В ДРУГИХ ТИПАХ КВАРТИР (В ПРИГОРОДЕ РАЗНИЦА ДОХОДИТ ДО 25%), ЗА СЧЕТ МАЛЕНЬКОГО МЕТРАЖА

«На сегодняшний день наиболее популярный метраж приобретаемых квартир-студий — 24–26 кв. м (42% в спросе). Еще треть покупателей выбирают студии площадью 20–24 кв. м», — говорит госпожа Трошева.

Коммерческий директор «ЛСР. Недвижимость-СЗ» Денис Бабаков отмечает: «Сейчас студии интересуют не только клиентов эконом- и комфорт-класса. Малогабаритные квартиры все чаще появляются в объектах бизнес-класса, премиального и элитного сегментов. К примеру, в ЖК Neva Residence покупатели приобретают совершенно разные студии — от скромных вариантов с окнами во двор до квартир с террасами и видом на воду.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers, эту тенденцию подтверждает: «Наличие даже в премиальных проектах небольших лотов площадью около 25–35 кв. м, что ранее было абсолютно несвойственно для этих сегментов, говорит об ориентированности девелопера на инвестиционные покупки. К примеру, в новом премиальном проекте Neva Residence присутствуют малогабаритные квартиры площадью от 22 кв. м, а в проекте «Созидатели» от RBI — от 23 кв. м».

Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St Petersburg, говорит: «Резкая динамика цен не успела отразиться конкретно на доли студий в проектах, поскольку большинство комплексов уже были выведены на рынок до подорожания. Вероятно, мы увидим какие-то изменения в будущих проектах, квартирография которых как раз активно разрабатывалась в период пандемии. Повышенный спрос и ценовая динамика в большей степени отразились на политике продаж. Многие девелоперы стали придерживать ликвидные лоты и выводить в продажу лимитированный пул квартир, в том числе и студии».

СТАДИИ ЭВОЛЮЦИИ Дмитрий Ефремов, начальник управления продуктового менеджмента и маркетинговых исследований «Главстрой Санкт-Петербург», напоминает, что студии проходили все стадии эволюции комфортности вместе с остальными типами квартир. «С 2000-х в целом менялись стандарты проживания, возрос уровень качества строительства, отделки, благоустройства и других характеристик. Теперь студии сдают с отделкой, часто — с двумя окнами, балконом, и их доля постепенно снижается», — говорит эксперт.

При этом он считает, что модель инвестиций «купить студию под сдачу» практически ушла с рынка, и большинство людей все-таки приобретают квартиру для жизни, поэтому господин Ефремов полагает, что доля студий в ближайшие годы не будет сильно увеличиваться. «Проекты с огромным количеством студий — это уже пройденный этап рынка», — уверен он.

Некоторые девелоперы вовсе не включают студии в свою квартирографию. Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест», говорит: «В жилых комплексах объединения „Строительный трест“, которые на сегодняшний день есть на рынке, студий нет вовсе. Крупные квартиры стабильно пользуются высоким спросом, и наш покупатель знает, что мы качественно строим просторные квартиры, и идет к нам именно за этим».

Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», добавляет: «В проектах Bonava доля студий — это считанные проценты от общей продаваемой жилой площади. Эта небольшая доля была нужна нам, чтобы представить всю палитру предложения и удовлетворить все варианты запроса со стороны покупателей. Для сравнения: порядка 15% составляют квартиры с тремя спальнями комнатами, 30–35% — с двумя, все остальное — квартиры с одной спальней и большой кухней-гостиной». ■

БИЗНЕС-КЛАСС НА ПОКЛОННОЙ ГОРЕ

ВЫБОРГСКИЙ РАЙОН ПЕТЕРБУРГА ПРОДОЛЖАЕТ АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ. ОДНАКО НОВЫХ ПРОЕКТОВ ВЫСОКОГО КЛАССА В ЭТОЙ ЛОКАЦИИ ПРАКТИЧЕСКИ НЕТ ИЗ-ЗА ДЕФИЦИТА ПЯТЕН ПОД ЗАСТРОЙКУ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ ДАЖЕ В УСЛОВИЯХ ДЕФИЦИТА ПРЕДЛОЖЕНИЯ НОВОЕ ЖИЛЬЕ БИЗНЕС-КЛАССА ЗДЕСЬ ПРИОБРЕСТИ ВСЕ ЕЩЕ МОЖНО. ОСОБЕННО ПОПУЛЯРНА У ПОКУПАТЕЛЕЙ ЛОКАЦИЯ ПОКЛОННОЙ ГОРЫ. ТАТЬЯНА БУРДИЦКАЯ

По итогам третьего квартала 2021 года предложение на рынке элитной жилой недвижимости сократилось на 25%. По данным Knight Frank St Petersburg, к концу квартала свободное предложение в этом сегменте составило 80 тыс. кв. м, или около 600 квартир. При этом спрос показал положительную динамику.

«С июля по сентябрь были реализованы около 100 квартир общей площадью 12,4 тыс. кв. м. Объем продаж увеличился на 8% в кв. м и на 10% в штуках квартир», — сообщают аналитики агентства Knight Frank.

Дефицит участков под застройку накладывает ряд ограничений по местоположению новых жилых комплексов бизнес- и премиум-класса. По словам директора департамента жилой недвижимости Colliers Елизаветы Конвей, крупных площадок для премиального девелопмента практически не осталось.

Особенно сильно нехватку проектов жилья бизнес-класса испытывает Выборгский район Петербурга. Северные районы города активно застраивали во второй половине XX века. Но тогда перед архитекторами стояла задача строить как можно больше дешевого массового жилья. Так кварталы города оказались усыпаны сравнительно невысокими серыми домами из стекла и бетона, ничем друг от друга не отличающимися. На их фоне масштабные проекты, которые возводили в первой половине XX века, выглядели изысканно и монументально. Тогда большинство строений возводили в стиле так называемого сталинского ампира, соединившего в себе элементы ренессанса, барокко, ампира эпохи Наполеона, позднего классицизма, постконструктивизма, ар-деко, а также неоготики. Стиль сочетает помпезность, роскошь, величественность и монументальность. Яркими примерами подобной архитектуры в Петербурге являются дом со шпилем на Московском проспекте, здание администрации Калининского района и Дом Советов.

В Выборгском районе примером эксклюзивной застройки является жилой комплекс бизнес-класса LENINGRAD. Объект общей площадью более 100 тыс. кв. м компания «Лидер Групп» возвела на проспекте Тореза. Проект сдан в эксплуатацию в 2019 году, но раскуплен еще не полностью, в нем остались последние свободные квартиры. Местоположение жилого комплекса было выбрано не случайно. Уже не одно столетие Поклонная гора привлекает петербуржцев свежим сосновым воздухом и видами на городскую панораму. Это самая высокая точка в Санкт-Петербурге, ее высота составляет 42 метра над уровнем моря.

Местность у Поклонной горы считается наиболее экологически чистой в городе — настолько, что врачи рекомендовали больным с заболеваниями бронхолегоч-



ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС LENINGRAD, ВИД С ПРОСПЕКТА ТОРЕЗА

ной системы дышать здешним воздухом, если у них не было возможности уехать в Крым или на Кавказ. В разное время на этой территории работали и отдыхали Федор Шаляпин, Максим Горький, Николай Некрасов, Иван Тургенев, Федор Достоевский, Илья Репин.

Несмотря на кажущуюся удаленность от городского шума, жилой комплекс LENINGRAD расположен удобно как для автовладельцев, так и для приверженцев городского транспорта. В непосредственной близости к LENINGRAD находятся две станции метро — «Озерки» и «Удельная», а также железнодорожная платформа «Удельная», с которой ежедневно отходят множество поездов, в том числе следующих и до станции «Финляндский вокзал». В несколько сотнях метров от жилого комплекса проходит проспект Энгельса, по которому можно быстро добраться до центра города или выехать на КАД. При этом в шаговой доступности от жилого комплекса располагаются крупные зеленые зоны: сады Юннатов и Березовый, парк Сосновка с многолетними соснами. В парке есть велосипедные дорожки, футбольное поле, аттракционы

для детей, кафе. Летом в Сосновке можно поискать настоящую лесную землянику и покормить белок, а зимой — покататься на лыжах или коньках. Суздальские озера, также расположенные возле жилого комплекса, в скором времени городские власти планируют благоустроить, создав там общественное пространство с зонами отдыха и купальнями.

ЖК LENINGRAD стал новой архитектурной доминантой Выборгского района. Построенный в стиле сталинского ампира, проект отличается от всей прочей типовой застройки района своей монументальностью и оригинальной эстетикой. Декоративные пилястры и карнизы, облицовка первых этажей гранитом, тонированное остекление создают эффектный экстерьер комплекса. В том же стиле и не менее изысканно выполнена внутренняя отделка общедомовых пространств, входных групп и лифтовых холлов. Она подчеркивает неоклассическую эстетику комплекса. В отделке применяются натуральный камень и венецианская штукатурка пастельных тонов, витражные потолки с геометрическими узорами, а лифты декорированы картинами с изображениями исторических объектов.

Также в лифтовых холлах имеются высокие зеркальные панно, ковры из керамогранита с элементами мозаики. В вестибюлях — факетированные зеркала, картины, кашпо с цветами, комфортная зона ожидания с мягкой мебелью и естественным светом.

Высота жилого комплекса LENINGRAD — 24 этажа, на каждом этаже размещаются 5–7 квартир. Малое количество квартир на этаже позволяет обеспечить приватность жилья, сохраняя при этом атмосферу комфортного добрососедства. Все парадные оснащены бесшумными лифтами Otis Gen2, на которых можно спуститься в отапливаемый паркинг на 450 машино-мест.

Особенностью жилого комплекса LENINGRAD эксперты называют его видовые характеристики. Ими в ЖК обладают почти все квартиры, поскольку LENINGRAD возведен в самой высокой точке Петербурга. Окна в квартирах традиционно для проектов компании «Лидер Групп» увеличенного размера, высота потолков достигает 5,05 метра. Модный европейский атрибут — французские балконы — визуально увеличивает пространство и обеспечивает квартиры дополнительным освещением. Также есть видовые квартиры с террасами и с застекленными лоджиями. Площадь квартир в ЖК LENINGRAD начинается с 46 кв. м. Во всех квартирах предусмотрены ниши или кладовые, в трех- и четырехкомнатных квартирах — гостевые санузлы и дополнительные ванные комнаты. В квартирах на последних этажах есть возможность установить камин. Также во всех квартирах — коллекторная система отопления, и есть возможность установки кондиционера. Квартиры продаются без отделки, но с полным базовым набором, в который входят застекленные балконы, двухкамерные стеклопакеты в окнах и металлические входные двери с двумя замками.

Инфраструктура жилого комплекса LENINGRAD соответствует стандартам бизнес-класса. Огороженная и охраняемая придомовая территория с видеонаблюдением и службой консьержей, с пешеходными дорожками, современными спортивными и детскими площадками для детей разных возрастов и благоустроенными зонами отдыха. В центре двора находится фонтан «Мелодия Ленинграда», выполненный в виде большой грампластинки, вокруг разбиты газоны и клумбы.

На первых этажах жилого комплекса размещаются магазины, салон красоты, аптека, детский центр, банк и другие необходимые инфраструктурные объекты. В шаговой доступности — детские сады, школы и медицинские учреждения. Также рядом располагаются супермаркеты «Дикси», «Пятерочка», «Лэнд», «Норма», гипермаркеты «О'кей» и «Лента», несколько торговых центров и три спортивных клуба с бассейнами. ■

ЗАГОРОДНЫЙ МАЯТНИК

ПАРУ ЛЕТ НАЗАД ПОПУЛЯРНОСТЬ ЖИЛЬЯ В ЛЕНОБЛАСТИ СТАЛА СОКРАЩАТЬСЯ, ПОКУПАТЕЛЬ ВНОВЬ ПЕРЕМЕСТИЛ ИНТЕРЕСЫ НА ПРОЕКТЫ ВНУТРИ КАД. ОДНАКО ПОДСКОЧИВШИЕ ЦЕНЫ НА ЖИЛЬЕ В КОМПЛЕКСЕ С ДЕФИЦИТОМ УЧАСТКОВ ПОД СТРОИТЕЛЬСТВО ВНОВЬ КАЧНУЛИ МАЯТНИК В ОБРАТНУЮ СТОРОНУ, СЕГОДНЯ НАБЛЮДАЕТСЯ МИГРАЦИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРЕСА ЗА ПРЕДЕЛЫ ПЕТЕРБУРГА. НО ТЕПЕРЬ, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ, БОРЬБА ЗА ПОКУПАТЕЛЯ СРЕДИ ДЕВЕЛОПЕРОВ ИДЕТ УЖЕ НА ИНОМ УРОВНЕ КАЧЕСТВА.

КСЕНИЯ ПОТАПОВА

По словам экспертов, объем продаж в пригородах Петербурга начал сокращаться с 2017 года. «Одной из первых причин стало уменьшение объемов строительства. Большинство земельных участков в крупных пригородных локациях к тому времени были раскуплены девелоперами, а основные масштабные проекты выведены на рынок», — поясняет Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St Petersburg.

Виолетта Басина, генеральный директор ГК «Омакульма», делает акцент на изменении характера покупки жилья. «До 2016–2017 годов это была первая квартира. После — уже вторые покупки. Те, кто купил квартиру в пригороде, „наелись“ этим и потянулись в город», — отмечает эксперт.

«Еще одной причиной смещения спроса из периферийных районов в Петербург в 2017–2018 годах стал активный реновационный процесс в черте города, в результате чего рынок пополнился крупными проектами, значительно увеличился объем нового качественного предложения. На фоне таких проектов квартиры в области значительно уступали из-за усиливавшейся нагрузки на социальную и транспортную инфраструктуру», — добавляет Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers.

Сейчас, по словам экспертов, наблюдается обратная миграция из города в область, причиной которой стало несколько факторов. Первый из них — пандемия. По словам Светланы Московченко, она сказала на всех сегментах жилой недвижимости. Наиболее заметные изменения произошли в ценообразовании объектов. Показатель средней цены одного квадратного метра в пригородных локациях по итогам первого полугодия 2021 года по сравнению с началом 2019-го увеличился на 37%. Вслед за увеличением цен произошло сокращение объема спроса, который за 2020 год в пригороде сократился на 23%. «По итогам 2020 года в пригородной зоне наблюдался самый низкий объем строительства за последние восемь лет — 1,4 млн кв. м. Однако, начиная с 2021 года, ситуация начала меняться в лучшую сторону. Объем строительства увеличился на 42% — до 2 млн кв. м жилья за счет выхода в продажу нескольких новых проектов», — поясняет она.

Дмитрий Канунников, заместитель генерального директора ГК «Запстрой», считает, что пандемия оживила рынок. «В прошлом году он недолго стагнировал, но затем начался рост спроса, который мы наблюдаем до сих пор. На фоне падения курса рубля, гиперинфляции и общей нестабильности экономики люди стремились как можно скорее приобрести недви-



ДЕФИЦИТ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ В ГОРОДЕ В СОВОКУПНОСТИ С РЕКОРДНЫМ ПОВЫШЕНИЕМ ЦЕН НА ПЕРВИЧКУ В 2020–2021 ГОДАХ ВНОВЬ СДЕЛАЛИ ПЕРИФЕРИЙНЫЕ И ОБЛАСТНЫЕ ЛОКАЦИИ ИНТЕРЕСНЫМИ ДЛЯ ДЕВЕЛОПЕРОВ

жимость. К тому же строительный сектор перешел на проектное финансирование, а государство дополнительно стимулировало интерес покупателей за счет субсидированных ставок и специальных программ ипотеки», — поясняет эксперт.

«Хотя во время пандемии стоимость одного квадратного метра в городе и области поднялась по разным оценкам на 20–35%, квартиры в области по-прежнему дешевле, чем в городе. При этом доходы людей значительно снизились. Довольно большое количество покупателей успели приобрести жилье в Петербурге по низким относительно текущих ценам еще на старте программы льготной ипотеки, но дальнейший ценовой тренд только усилил своего рода миграцию из города в область. К тому же в черте города осталось не так много интересных локаций», — добавляет Алексей Кричевский, эксперт рынка недвижимости Академии управления финансами и инвестициями.

В Ленобласть отправились не только покупатели, но и застройщики. «Бум реновационного процесса прошел. Крупных площадок в черте Петербурга почти не осталось. Дефицит земельных участков в городе в совокупности с рекордным повышением цен на первичку в 2020–2021 годах вновь сделали периферийные и областные локации интересными для девелоперов», — отмечает Елизавета Конвей.

В целом, отмечает Дмитрий Канунников, Ленобласть была и остается интересна для покупателей в первую очередь потому, что цены здесь — значительно ниже, чем в Петербурге, а качество строительства зачастую не только не уступает, но и превосходит городские проекты, особенно в эконом-классе.

ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЛ По данным Colliers, преобладающая доля приобретенных в 2021 году участков (около 80%) приходится на периферийные районы и ближайшую Ленобласть — Пушкинский и Петродворцовый районы, Парголово, Новоселье, Мурино, Кудрово. При этом сохраняется интерес к локациям, где в будущем запланировано строительство метро, а нагрузку по созданию социальной и транспортной инфраструктуры берет на себя девелопер. Например, развитие территорий Новая Каменка и юго-западного направления. Уже в этом году объем предложения стал активно пополняться объектами, расположенными на периферии. К примеру, только за третий квартал 2021 года первичный рынок жилья в Петербурге пополнился более чем на 20 тыс. лотов, из которых треть расположена в Ленобласти.

«Помимо близлежащих к Петербургу локаций с шаговой доступностью к железнодорожным станциям или метро, покупатели в основном обращают внимание на Всеволожский район, поселки рядом с трассой „Скандинавия“ по направлению к Выборгу и Тосненский район. В каждом из них все в порядке с экологией, нет глобальных проблем с транспортной доступностью, и есть приличный выбор как новостроек, так и частных загородных домов», — добавляет Алексей Кричевский.

При этом, по словам Дмитрия Канунникова, самый заметный тренд 2021 года — более чем двукратный рост строительства в сегменте ИЖС (индивидуального жилого строительства). «Земли в области много, так что тенденция к увеличению доли ИЖС однозначно сохранится. Также никуда не денутся и крупные проекты комплексного

освоения территорий (КОТ), а также точечные проекты в районах со сложившейся инфраструктурой. Сегодняшний уровень спроса позволяет каждому продукту найти своего покупателя», — поясняет он.

Что касается покупателей квартир в Ленинградской области, то, по словам экспертов, это в основном люди, которых привлекает цена, особенно в сравнении со стоимостью недвижимости в Петербурге. «Также есть локальный спрос — среди жителей города, поселка или района, в котором ведется строительство. И среди региональных покупателей, которые, как правило, рассматривают квартиру в области как „остановку“ для дальнейшей релокации в Петербург. Например, в нашем проекте ЖК „Ново-Антропшино“ примерно 30% составляют региональные покупатели, около 35% приходится на локальный спрос, 20% — покупатели из ближайших районов Северной столицы, по финансовым соображениям предпочитающие недвижимость в области, и около 15% — жители других районов Ленинградской области, которые стремятся переехать ближе к городской черте», — резюмирует Дмитрий Канунников.

БЛИЖАЙШИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ Сейчас ситуация на рынке жилья в Ленинградской области, по мнению Дмитрия Канунникова, не вполне предсказуемая, однако резких перемен ожидать не стоит. Рынок будет расти — по крайней мере пока потенциал для этого у него есть. По оценке Национального объединения строителей (НОСТРОЙ), в настоящее время объем текущего строительства Ленинградской области составляет чуть более 3 млн кв. м.

При этом, по мнению Алексея Кричевского, динамика ближайших лет в Петербурге и области, как и в России в целом, будет напрямую зависеть от темпов восстановления доходов населения и внешнеполитического фона. «По сути, в пандемию отчасти повторился сценарий 2014 года, но в гораздо более замедленном варианте — цены постоянно росли на фоне ажиотажного спроса, а затем начали постепенно снижаться ввиду истощения активности покупателей и роста ипотечных ставок. При столь жесткой денежно-кредитной политике, которую сейчас проводит ЦБ РФ, рассчитывать на рост цен инвесторам не стоит, поскольку уже более чем полгода около 40% ипотечников отказываются от кредитов из-за неспособности их обслуживать. Даже при самом позитивном раскладе максимум, чего стоит ожидать, — это стабилизации цен с прибавкой в 2–3% от текущих значений, но лучше готовиться к стагнации и постепенному их снижению», — заключает эксперт. ■

Центр пластической хирургии

Мастерство врачей

Диалог с пациентом

Инновационные технологии

Современное оборудование
палат и операционных

19 лет сохраняем красоту,
молодость и здоровье
наших пациентов



СМ-Клиника

Прием врачей
ведется по адресам

Дунайский пр-т, 47
ул. Малая Балканская, 23
Выборгское шоссе, 17, к1

(812) 210-45-57

КРУГЛОСУТОЧНАЯ ЗАПИСЬ

smclinic-spb.ru



Лицензия № ЛО-78-01-011123 от 22.09.2020 г., ООО «Меди Проф». Лицензия № ЛО-78-01-009995 от 16.07.2019 г., ООО «Меди ком».

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ
НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

Льготное ускорение

пересмотр льготной ипотеки не привел к резкому снижению сделок в третьем квартале 2021 года. количество сделок по России (209,4 тыс. ДДУ) оказалось меньше всего на 10% относительно предыдущего квартала (232,8 тыс. ДДУ), когда на рынке наблюдался повышенный спрос на фоне предстоящего пересмотра программы льготного кредитования, но больше, чем в первом квартале 2021 года (189,7 тыс. ДДУ), то есть пересмотр условий выдачи льготной ипотеки не привел к существенному падению активности покупателей на первичном рынке.

ДЕНИС КОЖИН

В годовой динамике (относительно третьего квартала 2020 года) спрос оказался таким же: тогда было зарегистрировано 209,9 тыс. ДДУ — всего на 500 сделок больше, чем в третьем квартале 2021 года. Первичный рынок не столкнулся с обвалом спроса на недвижимость — покупатели продолжают интересоваться рынком.

Всего с начала 2021 года Росреестр зарегистрировал по России 631,9 тыс. ДДУ. Это на 29% выше, чем за аналогичный период 2020 года (489 тыс.). Но не стоит забывать, что в прошлом году из-за локдауна и отсутствия в первом квартале льготной ипотеки спрос был ограничен. Текущий спрос выше показателей 2019 года, когда ключевая ставка была сопоставимой, то есть ипотека выдавалась примерно на тех же условиях, что и сейчас, если не брать в расчет программу льготной ипотеки, которая «обнулилась» для многих регионов. В среднем в 2019 году ежеквартально регистрировалось 195,7 тыс. ДДУ. В третьем квартале 2021 года с обновленной льготной ипотекой — на 7% выше.

НЕВЗИРАЯ НИ НА ЧТО Снижение числа сделок коснулось не всех регионов. В сравнении со вторым кварталом 2021 года число зарегистрированных ДДУ в третьем квартале увеличилось для 22 регионов — то есть четверть всех субъектов РФ нарастили спрос, несмотря на пересмотр программы льготного кредитования. Больше всего таких регионов — в Центральном ФО (семь из 22 по стране с положительной динамикой спроса). Впрочем, зачастую положительная динамика объясняется эффектом низкой базы, то есть в регионе проходит мало сделок, и даже прирост в несколько десятков или сотен ДДУ приводит к существенной положительной динамике в процентном выражении, но не по количеству сделок.

Например, в Калмыкии количество сделок выросло всего в четыре раза, но в



Всего с начала 2021 года Росреестр зарегистрировал по России 631,9 тыс. договоров долевого участия. Это на 29% выше, чем за аналогичный период 2020 года (489 тыс.)

абсолютном выражении это всего на 125 сделок больше, чем кварталом ранее. Среди десятка регионов-лидеров по росту спроса в семи квартальный прирост спроса оказался ниже тысячи сделок в месяц. Выделяется только Краснодарский край, где прирост составил 61%, или 7,5 тыс. ДДУ за квартал. Среди всех регионов с положительной динамикой спроса еще в Тульской области и Ставропольском крае прирост составил более тысячи сделок за квартал.

Еще в семи регионах не прошло ни одной сделки: Еврейская АО, Камчатский край, Магаданская область, Чукотский АО, Мурманская область, Тыва, Карачаево-Черкесская Республика. Речь идет либо о регионах с минимальными объемами ввода жилья девелоперами, либо малонаселенных районах, либо регионах, где более актуально индивидуальное жилищное строительство.

В Москве за квартал число ДДУ снизилось на 12%, или 4,3 тыс. ДДУ. В Московской области — на 19%, или 7,4 тыс. ДДУ.

Максимальное падение числа сделок в процентном выражении отмечено для следующих регионов: Сахалинская область, Бурятия и Кабардино-Балкарская Республика. Но в абсолютном выражении число сделок за квартал оказалось ниже всего на 200–400 ДДУ. Существенное падение (более чем на 2,2–2,5 тыс. за квартал) отмечено для Рязанской, Самарской, Новосибирской областей.

Южный лидер В разрезе отдельных федеральных округов самая позитивная ситуация в Южном ФО, где относительно предыдущего квартала количество сделок на первичном рынке увеличилось на четверть, растет и вклад округа в общей структуре сделок по РФ. Сейчас это 15%, что меньше только Центрального ФО (38%). Хотя еще год назад Южный ФО по доле спроса уступал не только Центральному ФО, но и Приволжскому, а также Северо-Западному. То есть россияне продолжают скупать недвижимость в курортных зонах. Среди всех регионов Южного

ФО 65% ДДУ приходится на Краснодарский край.

В некоторых регионах наблюдается значительный дисбаланс между их вкладом в общее число сделок и в общую численность населения страны. Например, на Москву приходится 9% населения страны, но 15% всех ДДУ, на Московскую область — 5% населения и 12% ДДУ, на Санкт-Петербург — 4% населения и 8% ДДУ, на Краснодарский край — 4% населения и 9% ДДУ. Это подтверждает тезис, что в данных регионах («столицах» и главным курортном) вклад в общее число сделок дают не только местные жители, но и жители других регионов. В разрезе по федеральным округам также наблюдается дисбаланс: на ЦФО приходится 38% ДДУ, но только 27% населения, на СЗФО — 14% ДДУ и 7% населения, на ЮФО — 15% ДДУ и 8% населения. В ПФО и СФО и ДФО, напротив, доля по населению существенно выше, чем доля по ДДУ.

Минимальная доля сделок традиционно проходит в Северо-Кавказском ФО (1%), чем объясняется высокая волатильность в приросте (+88% в годовой динамике), хотя количество сделок увеличилось всего на 2,6 тыс. ДДУ за весь квартал. Такое небольшое количество ДДУ объясняется, во-первых, высокой популярностью ИЖС, то есть жители республик нередко предпочитают частный сектор, а не многоквартирные дома. Во-вторых, в республиках Северного Кавказа сложнее получить ипотеку из-за высокой доли просрочки и невысоких официальных доходов.

Передовая десятка регионов На 10 регионов, лидирующих по количеству сделок на первичном рынке, пришлось 62,2% общего числа ДДУ. Это аналогично показателю за первое полугодие 2021 года. Для сравнения: в третьем квартале 2020 года на 10 регионов-лидеров приходилось 59,1% от общего количества ДДУ. Концентрация спроса нарастает.

Регионы—лидеры по росту спроса за III квартал 2021 г.

№	Регион	Число ДДУ,	Динамика	Динамика за квартал
		III квартал 2021 г.	за квартал в %	в кол-ве ДДУ
1	Республика Калмыкия	166	305%	125
2	Тульская область	2794	98%	1384
3	Краснодарский край	19 826	61%	7489
4	Республика Саха (Якутия)	811	57%	293
5	Хабаровский край	1021	50%	340
6	Ставропольский край	4287	42%	1273
7	Республика Марий Эл	701	37%	191
8	Ярославская область	1443	37%	386
9	Владимирская область	1465	32%	352
10	Липецкая область	729	22%	133

ИСТОЧНИК: ЦИАН.АНАЛИТИКА ПО ДАННЫМ РОСРЕЕСТРА

Регионы с максимальным падением спроса за III квартал 2021 г.

№	Регион	Число ДДУ,	Динамика	Динамика за квартал
		III квартал 2021 г.	за квартал в %	в кол-ве ДДУ
1	Сахалинская область	156	-75%	-474
2	Республика Бурятия	143	-62%	-230
3	Кабардино-Балкарская Республика	213	-59%	-308
4	Республика Дагестан	133	-50%	-133
5	Томская область	271	-45%	-220
6	Республика Алтай	14	-42%	-10
7	Рязанская область	3475	-39%	-2229
8	Ямало-Ненецкий автономный округ	128	-38%	-78
9	Республика Ингушетия	23	-38%	-14
10	Республика Адыгея (Адыгея)	759	-37%	-444

ИСТОЧНИК: ЦИАН.АНАЛИТИКА ПО ДАННЫМ РОСРЕЕСТРА

Лидером по числу ДДУ традиционно является Москва (32,3 тыс.). Далее следуют Московская область (26,1 тыс.), Краснодарский край (19,8 тыс.), Санкт-Петербург (17,4 тыс.), Свердловская область (8,0 тыс.), Новосибирская область (6,3 тыс.), Ростовская область (6,0 тыс.), Тюменская область (5,3 тыс.), Башкортостан (4,6 тыс.), Самарская область (4,4 тыс.), Ростовская область (9,8 тыс.). За исключением Тюменской области — это регионы с городами-миллионниками.

Год назад топ-10 лидеров был практически таким же, только вместо Башкортостана и Самарской области были Ленинградская область и Татарстан. Впервые Краснодарский край по числу ДДУ обошел Санкт-Петербург. Регион существенно нарастил число сделок — при общем сокращении числа ДДУ на 10% за квартал здесь их количество увеличилось сразу на 61%. Еще один регион из топа, где количество сделок значительно возросло, — Ростовская область (+19%).

РАСТУЩИЙ ЭСКРОУ Ежеквартально в целом по России наблюдается рост доли сделок на первичном рынке, открытых с помощью счетов эскроу. По итогам третьего квартала 2021 года 66% сделок на первичном рынке прошли по новым правилам. Еще во втором квартале 2021 года доля таких сделок составляла 62%, а в первом квартале 2021 года — 53%. Для сравнения: по итогам всего 2020 года показатель был ниже — 37,4%, а в 2019 году — всего 5,6%.

Лидеры по числу ДДУ со счетами эскроу в третьем квартале 2021 года практически полностью совпадают с лидерами по общему числу сделок. В топ-10 — Москва (23,5 тыс.), Краснодарский край (16,3 тыс.), Санкт-Петербург (8,3 тыс.), Московская область (5,2 тыс.), Тюменская область (5,1 тыс.), Новосибирская и Ростовская области (по 4,2 тыс.), Свердловская область (4,8 тыс.), Воронежская область (3,7

ТОП-10 РЕГИОНОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ СДЕЛОК НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ В III КВАРТАЛЕ 2021 ГОДА

№	СУБЪЕКТ	КОЛ-ВО СДЕЛОК, ТЫС. ШТ.	ОТНОСИТЕЛЬНО III КВАРТАЛА 2020 Г.	ОТНОСИТЕЛЬНО II КВАРТАЛА 2021 Г.	ДОЛЯ ОТ ВСЕГО РЫНКА
1	МОСКВА	32,3	5%	-12%	15,40%
2	МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	26,1	14%	-22%	12,50%
3	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	19,8	55%	61%	9,50%
4	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	17,4	-2%	-19%	8,30%
5	СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	8	3%	1%	3,80%
6	НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	6,3	-22%	-28%	3,00%
7	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	6	-5%	19%	2,80%
8	ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	5,3	-5%	5%	2,50%
9	РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН	4,6	-14%	-6%	2,20%
10	САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	4,4	18%	-34%	2,10%

ИСТОЧНИК: ЦИАН.АНАЛИТИКА ПО ДАННЫМ РОСРЕЕСТРА И РОССТАТА

тыс.), Самарская область (3,3 тыс.). Отличие лишь в одном регионе — вместо Башкортостана в лидерах оказалась Воронежская область с высокой долей эскроу (91%). Высокая доля сделок с эскроу также в Тюменской области (97%), за счет чего регион, занимающий только восьмое место по общему числу сделок, выходит на пятое место в рейтинге по эскроу.

Доля сделок, проведенных с эскроу-счетами, во многом зависит от конкретного региона. Есть регионы, где с открытием эскроу прошли абсолютно все сделки третьего квартала 2021 года. Это семь регионов: Коми, Новгородская область, Ингушетия, Мордовия, Оренбургская область, Алтай и Амурская область. Впрочем, данные субъекты РФ отличаются минимальным числом сделок (максимальные продажи в 1200 сделок среди перечисленных регионов отмечены в Оренбургской области). Еще в 20 регионах с эскроу прошли более 90% сделок. Для сравнения: еще год назад, в третьем квартале 2020 года, количество регионов, где с эскроу прошло более 90% сделок (в том числе все сделки с эскроу) было всего пять. То есть количество таких регионов за год выросло в пять раз (с пяти до 27).

Минимальная доля сделок с открытием эскроу-счетов отмечена в Чечне (6%) и Кабардино-Балкарии (8%). По остальным регионам, где прошли сделки, доля сделок с эскроу выше 10%. Год назад количество регионов, где с эскроу проходило менее 10% сделок, было восемь.

То есть надежность вложений в первичный рынок повышается: в трети регионов подавляющая часть сделок проходит по новым правилам.

В Москве с эскроу в третьем квартале 2021 года прошли 73% сделок против 30% год назад. В Санкт-Петербурге — 48% против 12% годом ранее.

«Интерес к первичному рынку сохранятся и с „обнулением“ льготной ипотеки, во многом это заслуга самих застройщиков, которые разрабатывают собственные субсидированные программы, в том числе совместно с банками, — комментирует Алексей Попов, руководитель ЦИАН.Аналитика. — Однако не во всех проектах возможна такая субсидированная ипотека, обычно такие продукты предлагают крупные компании и в масштабных проектах. Поэтому основная часть покупателей вынуждена вписывать сумму займа под трехмиллионный лимит для господдержки или же

ДОЛЯ СДЕЛОК С ЭСКРОУ-СЧЕТАМИ НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ РФ

	ДОЛЯ ДДУ С ЭСКРОУ-СЧЕТАМИ	ЕЖЕКВАРТАЛЬНЫЙ ПРИРОСТ ДОЛИ, П. П.
I кв. 2020 г.	24%	
II кв. 2020 г.	29%	5
III кв. 2020 г.	37%	8
IV кв. 2020 г.	49%	12
V кв. 2021 г.	53%	4
VI кв. 2021 г.	62%	8
VII кв. 2021 г.	66%	4

ИСТОЧНИК: ЦИАН.АНАЛИТИКА ПО ДАННЫМ РОСРЕЕСТРА

ДОЛЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ (И НЕКОТОРЫХ РЕГИОНОВ) В ОБЩЕМ ЧИСЛЕ ДДУ ЗА III КВАРТАЛ И В ОБЩЕЙ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ (РЕГИОН)	ДОЛЯ В ДДУ	ДОЛЯ В НАСЕЛЕНИИ
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	38%	27%
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	12%	5%
МОСКВА	15%	9%
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ	14%	10%
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	8%	4%
ЮЖНЫЙ	15%	11%
КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	9%	4%
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ	3%	7%
ПРИВОЛЖСКИЙ	14%	20%
УРАЛЬСКИЙ	8%	8%
СИБИРСКИЙ	6%	12%
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ	2%	5%

ИСТОЧНИК: ЦИАН.АНАЛИТИКА ПО ДАННЫМ РОСРЕЕСТРА И РОССТАТА

брать ипотеку по высоким ставкам. При аналогичной ключевой ставке два года назад кредиты на первичном рынке выдавались в среднем под 9,2% годовых — можно рассчитывать на аналогичные рыночные условия от банков уже в конце этого года. Поэтому в четвертом квартале мы ожидаем снижение спроса, в том числе из-за введенных ограничений с нерабочими днями». ■

В ПОИСКАХ «ТРЕТЬЕГО МЕСТА» В ПЕТЕРБУРГЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ СФОРМИРОВАЛСЯ ТРЕНД НА ОБЩЕСТВЕННО-КУЛЬТУРНЫЕ ПРОСТРАНСТВА. ПОМИМО ОСНОВНОЙ ФУНКЦИИ ОНИ СПОСОБСТВУЮТ РАЗВИТИЮ И ОБНОВЛЕНИЮ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ, ДАЮТ НОВУЮ ЖИЗНЬ ТЕРРИТОРИЯМ, НА КОТОРЫХ РЕАЛИЗОВАНЫ, И ПРИЛЕГАЮЩИМ КВАРТАЛАМ.

НАТАЛЬЯ КУТОВАЯ

Общественно-культурные пространства начали появляться в городе относительно недавно — около десяти лет назад. Сегодня их ежегодно открывается все больше и больше, но по-настоящему популярных в городе центров не так много. По мнению экспертов, потенциал еще не исчерпан. Развитие сегмента сдерживают, главным образом, высокая стоимость земли и особенности управления такими проектами.

В Петербурге сейчас действуют или частично открыты более 50 общественных пространств. Из них 30 частные, 21 — государственные. Больше всего обществен-

ных пространств расположено в центре города: на Центральный и Адмиралтейский районы приходится 18 проектов. В Петроградском и Василеостровском районах по восемь пространств. Самым наполненным из спальных районов оказался Красногвардейский — здесь действуют шесть пространств, правда, большая часть из них — точечные проекты, например в библиотеках. В Калининском, Приморском, Московском и Пушкинском районах открыты по два пространства. В Кировском и Выборгском — по одному. В Кронштадте развивается всего один проект — «Остров фортов», но на сегод-

няшний день он самый масштабный и по территории, и по вложениям. Наиболее крупные пространства в городской черте — «Новая Голландия» и «Севкабель Порт», самые миниатюрные — филиалы библиотек.

Деление общественных пространств на типы условно, тем не менее, Retrogradu.net подсчитал, что в городе действуют или будут открыты в ближайшие три года 16 креативных пространств, 13 комбинированных (деловая и общественная функция), семь пространств с объединенной функцией (выставочные плюс прогулочные), 12 образовательных. 29 пространств предна-

значены исключительно для променадов, а два — только для занятий спортом.

Общественные пространства Петербурга — неисследованный пласт. «Мы слышим про московские, британские, скандинавские. Наши пространства для большинства горожан terra incognita, ну разве что все знают про „Новую Голландию“ и „Севкабель“. Но в Петербурге множество разных и по формату, и по размеру, и по духу общественных пространств. Сейчас мы отходим от парадигмы „работа — дом — работа — дом“. Горожанам необходимо так называемое „третье место“ — общественные пространства, где они могут отдохнуть или, → 24



АЛЕКСАНДР КОРКОВ

ДО 2024 ГОДА АНОНСИРОВАНО ПОЯВЛЕНИЕ ЕЩЕ КАК МИНИМУМ 40 ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В ПЕТЕРБУРГЕ

23 → что стало актуальным в период пандемии и удаленки, поработать. Поэтому их становится все больше и больше. Мы решили свести все в единую базу и будем продолжать ее поддерживать», — говорит Станислав Баканов, владелец Svoboda group.

До 2024 года анонсировано появление еще как минимум 40 общественных пространств. Большую часть из них (более 30) будут воплощать городские и районные власти. Самые крупные из планируемых к открытию — Почтовый квартал, лофт-квартал «Скороход», «Северная площадь» у «Лахта Центра», городское пространство «Газпром нефть» на Охтинском мысе.

МЫС УРАВНОВЕСИТ «НОВУЮ ГОЛЛАНДИЮ» Как говорят участники рынка, общественным пространством, по уровню не уступающему «Новой Голландии» и «Севкабелю», может стать проект на Охтинском мысе. Архитектурное бюро Nikken Sekkei недавно представило концепцию развития территории по заказу одной из структур «Газпрома».

Как рассказал директор бюро Nikken Sekkei Фади Джабри, на Охтинском мысе будет разбит общедоступный ландшафтный парк. Деревья и растения туда планируют подбирать таким образом, чтобы во все сезоны парк выглядел живописно. В холодное время года, когда прогулки вдоль берегов Охты и Невы становятся некомфортными, посетителям доступны общественные пространства внутри здания. Здесь можно воспользоваться интерактивными беговыми дорожками, посидеть в кафе или ресторане, послушать лекции. В помещениях предусмотрены детские площадки и много живой зелени. На крыше будет открыта обзорная площадка с видом на Смольный собор и Большеохтинский мост.

«Каждый сможет найти здесь что-то для себя. Во-первых, эти жители района: одни придут сюда погулять с собакой, другие — провести время с детьми, третьи — позаниматься йогой. Во-вторых, это сотрудники офиса и их гости. В какой-то момент место станет популярным, и тогда посмотреть на зимний сад и парк будут приезжать жители других районов и туристы», — говорит архитектор Фади Джабри.

Особое место займет экспозиция, рассказывающая об истории Охтинского мыса — от неолитической стоянки до крепостей и судоверфи. В начале 2021 года президент России Владимир Путин поручил Министерству культуры, правительству Петербурга и «Газпрому» проработать вопрос о возможности создания на Охте историко-археологического музея. Была собрана межведомственная рабочая группа, в которую вошли археологи, историки, руководители крупнейших музеев, чиновники разных уровней и собственник участка. В настоящее время специалисты продолжают обсуждать формат будущей экспозиции. Предварительно городские власти и «Газпром нефть» договорились о выделении под эти цели значительных площадей в будущем комплексе (1500 кв. м).

ЕСТЬ ГДЕ ВСТРЕТИТЬСЯ Василий Довбня, директор департамента консалтинга Colliers, говорит: «Во всем мире сейчас актуален тренд на создание „третьего места“, где можно провести время, встретиться с друзьями, позаниматься спортом

и т. д. Сейчас такие пространства имеют разную направленность и ориентированы на разные аудитории: есть форматы для широкой аудитории, молодежные пространства, есть форматы, ориентированные на творческий кластер».

Эдуард Тиктинский, президент группы RBI, соглашается с коллегой: «Жители современных крупных городов нуждаются в некоем „третьем месте“ помимо дома и рабочего офиса, где они могли бы проводить время. Конечно, здорово, что в последние годы в Петербурге новые общественные пространства появляются одно за другим: „Новая Голландия“, „Севкабель“, „Карповка“, „Остров фортов“... Это делает среду обитания человека более дружелюбной: есть где отдыхать, общаться, есть место, где можно провести несколько часов, даже полдня, и прямо там же развлечься, послушать лекцию или перекусить, выпить кофе. Раньше такую роль выполняли только ТРК, но это совсем не тот формат: свежий воздух, ландшафт, культурно-просветительская функция — там этого почти нет».

Одна из наиболее распространенных тенденций — когда общественные пространства в современных городах появляются на месте бывших промышленных зданий, которые в силу разных причин не могут быть переориентированы под жилое строительство или торговые комплексы. Часто для их оформления используют стиль лофт и наполняют разными функциями — творческими мастерскими, учебными центрами, коворкингами, кофейнями, маркетами и прочим.

Наиболее известные пространства сегодня — «Новая Голландия», «Севкабель Порт», «Ленполиграфмаш», гастрономическое пространство на Василеостровском рынке и другие.

ПОНЯТИЕ РАЗМЫТО Директор по развитию сети апарт-отелей YE'S Антон Агапов считает, что пока спрос на общественные пространства не удовлетворен в полном объеме. «В разрезе такого крупного города, как Петербург, скорее, можно говорить об их дефиците. Например, в отдаленных от исторического центра районах мы отмечаем полное отсутствие таких мест», — говорит он.

С ним согласен господин Тиктинский: «Пока еще Петербургу таких пространств не хватает, и особенно в спальных районах. Человеку нужно оттуда ехать в центр, что не всегда удобно, особенно если с ним дети. В идеале — иметь такое „третье место“ рядом с домом. Особенно учитывая то, что растет и востребованность форматов коворкингов, офисных помещений. Такие рабочие помещения для фрилансеров или сотрудников на удаленке, если они действительно находятся в двух шагах от дома, будут высоко востребованы».

Наталия Киреева, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге, считает, что в Петербурге очень размыто понятие креативного (культурного) пространства или кластера и существует большой перекося в сторону развлекательной составляющей проектов и общепита. «Наиболее успешными точками притяжения в городе по-прежнему остаются „Севкабель Порт“ и „Новая Голландия“, а также активно развивающаяся территория „Никольских рядов“».

Юлия Токарева, партнер, руководитель департамента стратегического консалтинга Cushman& Wakefield, отмечает, что обычно такие проекты имеют в сво-

ем составе арендаторов творческих направлений (художественные мастерские, выставочные пространства), моды и дизайна, образования, сервиса и, конечно, различные ресторанные концепции. «Все направлено на получение нового опыта и проведение времени в атмосфере „модно-го места“», — рассуждает она.

Господин Агапов объясняет: «Основную прибыль приносят рестораны, точки общественного питания, открытые на территории общественных пространств, катки зимой и прочая инфраструктура, при этом доход, получаемый от их работы, не сопоставим с затратами на реализацию таких проектов».

СПОРНАЯ ОКУПАЕМОСТЬ Господин Тиктинский полагает, что окупаемость или прибыльность таких проектов — вопрос спорный, далеко не всегда это вообще возможно, особенно с учетом того, какого объема вложений требует реконструкция. «Так, финансовые затраты на реконструкцию Левашовского хлебозавода и создание культурно-делового центра мы оцениваем в 1 млрд рублей. И будем рады, если он будет хотя бы окупать свои операционные расходы», — отмечает он.

Госпожа Токарева считает, что стоимость строительства зависит от масштаба реконструкции объекта. «Как правило, большинство подобных объектов обходится минимальным обновлением и созданием общественных зон, где стоимость может варьироваться от 30 до 50 тыс. рублей за кв. м. Во втором случае стоимость может быть более 100–150 тыс. рублей за кв. м».

Доходность проекта, считает она, зависит от потока посетителей, который позволит арендаторам платить достаточную ставку аренды. «Учитывая, что в большинстве случаев арендаторами таких пространств являются несетевые компании, ставка аренды для которых не может быть очень высокой, основным фактором управления доходностью становится увеличение частоты, длительности посещения и сохранение интереса за счет различных мероприятий», — рассуждает она.

Дмитрий Киселев, заместитель председателя правления «Охта групп», говорит: «Минимальные вложения могут очень быстро окупиться за счет интересной концепции, большой проходимости и, следовательно, высокой аренды. Проекты могут быть разные в зависимости от концепции, целей, локации. Называть какие-то цифры некорректно, окупаемость может быть от года до ста лет».

«Ключевая выгода — удорожание недвижимости, которая находится рядом с такими проектами», — считает господин Агапов.

Ольга Шарыгина, вице-президент Besar Asset Management, также говорит, что окупаемость общественных пространств может в значительной мере отличаться от проекта к проекту. «Многое зависит от концепции и от „усталости“ самого объекта. Думаю, что стоит ориентироваться на сроки от восьми до 15 лет. Вложения в подобных проектах могут быть от 10 до 300 тыс. рублей на кв. м».

Она замечает, что в большинстве новых проектов ставка делается на технологии, диджитализацию, погружение в другие реальности и сильную визуальную составляющую.

Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank

St Petersburg, говорит: «С учетом того, что в новых объектах в этом сегменте рынка обычно большое внимание уделяется как раз формированию уникальности и новым впечатлениям для посетителей, то для объектов, которые существуют на рынке не первый год, важно качественное управление и постоянное развитие».

Госпожа Киреева отмечает: «В непростые для всех сегментов рынка недвижимости последние два года не обошлось без потерь и в сегменте креативных кластеров. Смена управляющих компаний в креативных пространствах и череда закрытий началась с весны прошлого года. Например, «Голицын лофт» прекратил отношения с управляющей компанией BS Art Development Group, которая анонсировала планы по открытию двух новых площадок весной 2021 года. УК «Артплэй» завершила работу над проектом «Центр творческих индустрий» на Красногвардейской площади (здание принадлежит «Тандем Истейт»). Miles & Yards перестала быть управляющей компанией в «Севкабель Порту». Прекратило существование креативное пространство «Ткачи», так как здание купила сеть бизнес-центров «Сенатор».

Одна из причин разрыва отношений собственников с управляющими компаниями — финансовые показатели. Они ухудшались еще до пандемии, а пандемия усилила этот тренд.

Но в то же время в 2021 году начали работать «Вавилов лофт» на Кадетской линии, «Третье место» на Литейном и другие.

Виктор Заглумин, партнер Bright Rich, отмечает, что в городе почти нет общественно-культурных пространств с деловой частью: «На рынке представлены бизнес-парки типа „Полюстрово“, однако здесь не представлена культурно-развлекательная составляющая. Арендаторами офисов в таких кластерах могут быть компании, которых не отпугнет соседство с резидентами общественно-культурной направленности и соответствующий поток посетителей этой инфраструктуры. Это, например, IT-компании, стартапы, компании fashion-сегмента, которые могут разместить шоурум по соседству. Девелоперским, юридическим компаниям, даже их клиентскими офисам может подойти подобный формат, в том случае если мы говорим об отдельно стоящем корпусе в рамках ансамбля многофункционального кластера, с условием обеспечения дополнительных мер безопасности. На выбор такого проекта в качестве места размещения офиса будет влиять прежде всего локация объекта, направление деятельности компании и портрет ее клиента».

Более удачным вариантом господину Заглумину видится такой проект, реализованный на достаточно большой территории отдельными кварталами с определенной функцией. На небольшом участке совместить различные функции может быть непросто, полагает он.

«В качестве подходящих или близких к таковым действующих площадок я бы назвал деловой центр „Обводный двор“, где помимо бизнес-части расположены заведения общественного питания, спортивный клуб, шоурумы, выставочные пространства, фотостудии и досуговые объекты, а также технопарк „Полиграфмаш“. Из потенциально подходящих проектов, находящихся в стадии реализации, отмечу проект на Уральской, 1», — говорит он. ■



ЕВГЕНИЙ ГАВЛЕНКО

ПУБЛИЧНАЯ ЭКСПЕРТИЗА ИЗВЕСТНОГО ВУЗА ИЛИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПРИДАСТ ПРОЕКТУ СОЛИДНОСТИ И ПОМОЖЕТ СНИЗИТЬ НАКАЛ СТРАСТЕЙ

Преимущества специализированных консалтинговых компаний, по словам экспертов,— это постоянное тесное взаимодействие с участниками рынка по вопросам проектирования, согласования, инвестиций, специфике девелопмента, продажи или сдачи объектов в аренду. Их помощь обеспечивает девелоперам возврат инвестиций.

Среди плюсов сотрудничества с вузами и общественными организациями Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St Petersburg, выделяет возможность использования более широких трудовых ресурсов (студенты, краудсорсинг и т. д.), более глубокую, разностороннюю теоретическую и научно-исследовательскую составляющую или близость к определенным социальным группам.

По словам Александра Цыганова, заведующего кафедрой ипотечного жилищного кредитования и финансовых инструментов рынка недвижимости Финансового университета при правительстве РФ, публичная экспертиза известного вуза или общественной организации придаст проекту солидности и поможет снизить накал страстей. Кроме того, для проекта может потребоваться новая компетенция, которая в российской практике еще не разработана, но уже анализируется учеными.

Наконец, как отмечает Илья Токарев, директор проектов Центра практик качества жизни Агентства стратегических инициатив (АСИ), сотрудничество с вузами позволяет девелоперу получить более комплексную и консолидированную экспертизу рынка. «Если заказывать консалтинговую экспертизу у какой-то отдельной компании на рынке, то итогом станет лишь экспертное мнение конкретных специалистов этой компании. В случае экспертизы со стороны института или привлечения его к разработке проекта заказчик получает сводную позицию всего рынка. Поэтому что в вузах, как правило, работают высококвалифицированные специалисты, которые самостоятельно выступают в качестве консультантов»,— поясняет он.

ВЕКТОРЫ СОТРУДНИЧЕСТВА По словам Ильи Токарева, девелоперы привлекают вузы в основном к проектам комплексного развития, в том числе жилищного строительства, либо в проекты развития общественных пространств или объектов общественно-делового пользования (кинотеатров, театров и т. д.).

«Консалтинговые компании и общественные организации привлекаются как для лучшей организации общественных зон, прилегающих парковок, так и для аудита и анализа перспектив экономической выгоды от проекта — интересы арендаторов, инвесторов, анализа возможной проходимости и посещаемости торгового или офисного центра и возможного интереса среди покупателей жилья. То есть де-факто для девелоперов это замещение тех белых пятен, которые профильные специалисты могут просто не увидеть»,— добавляет Алексей Кричевский, эксперт рынка недвижимости Академии управления финансами и инвестициями.

По словам Сергея Митягина, директора Института дизайнера и урбанистики Университета ИТМО, привлечение общественных организаций позволяет лучше учитывать специфику местного населения, в том числе запросы, привычки, ценности, и использовать эту информацию при проектировании. Другими словами, это делает проекты более устойчивыми в долгосрочной перспективе и снижает уровень возможных конфликтов.

Для таких проектов, как, например, торговые общественные пространства, практика привлечения общественных организаций позволяет лучше планировать функциональное и смысловое наполнение, способствует приданию проектам локальной интересной специфики. Это хорошо сказывается на инвестиционной привлекательности таких пространств. Например, лаборатория Института дизайнера и урбанистики ИТМО участвовала в разработке концепции кластера «Линии».

«Для проектов, связанных с возведением жилья и промышленных объектов,

ВЫНЕСТИ НА ПУБЛИКУ

В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ДЕВЕЛОПЕРЫ ВСЕ ЧАЩЕ ПРИВЛЕКАЮТ К РАЗРАБОТКЕ СВОИХ ПРОЕКТОВ НЕ ТОЛЬКО ПРОФИЛЬНЫЕ КОНСАЛТИНГОВЫЕ КОМПАНИИ, НО И ВУЗЫ, И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ. ЭТО ПОЗВОЛЯЕТ УЛУЧШИТЬ ФИЗИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА, СНИЗИТЬ СЕБЕСТОИМОСТЬ, ПОВЫСИТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ, УЧЕСТЬ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ПОТРЕБНОСТИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ЖИЛЬЦОВ, А КРОМЕ ТОГО — ВЗРАСТИТЬ И СФОРМИРОВАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ КАДРОВЫЙ РЕЗЕРВ.

КСЕНИЯ ПОТАПОВА

дела обстоят сложнее, поскольку чаще девелопер заинтересован в краткосрочной прибыли, чем в создании уникальной идентичности городской среды и привлекательного пространства. Но есть и положительные примеры, такие, как ЖК „Я — Романтик“ на Васильевском острове, где работа с местными сообществами способствовала формированию коллективов инициативных жителей, что однозначно положительно отражается и на качестве среды. Так, например, там складывается практика ухода за парками силами жильцов, чего не наблюдается в других ЖК»,— добавляет Сергей Митягин.

Марина Петроченко, доцент Высшей школы промышленно-гражданского и дорожного строительства Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (СПбПУ), отмечает, что в университет часто обращаются крупные девелоперы. Чаще всего к участию в проектах приглашаются ведущие преподаватели-практики и студенты старших курсов, в основном специалитета и магистратуры.

«Если говорить про проекты, то это в основном жилье и объекты социальной инфраструктуры. Девелоперы хотят увидеть свежие идеи, новый, молодежный взгляд на, казалось бы, привычные вещи и, конечно же, новые технологии. В качестве примеров можно привести проекты таких застройщиков, как Волна, Группа «Эталон», ЦДС, ЛСР, ПИК. Большое количество проектов с участием наших студентов реализуется на площадке «Профстажировки 2.0». Ее суть в том, что девелоперские компании, а также федеральные и региональные органы исполнительной власти формируют проекты, а студент имеет возможность принять участие в его разработке и далее получает приглашение пройти стажировку в организации-заказчике»,— добавляет эксперт.

«Мы сотрудничаем с СПбПУ с 2017 года. По рекомендации университета мы использовали технологию лазерного ска-

нирования при возведении первой очереди IN2IT. На стадии строительства она позволяет оценить качество проектных решений, сравнить объемы планируемых проектных решений с фактическими выполненными, а также увидеть отклонения при строительстве. При этом к разработке благоустройства набережной напротив будущей гостиницы PLG в Приморском районе мы привлекли студентов и выпускников художественных и архитектурных вузов Санкт-Петербурга»,— добавляет Ольга Смирнова, операционный директор PLG.

По словам Михаила Гущина, директора по маркетингу группы RBI, компания сейчас занимается проектированием нового жилого комплекса на улице Шостаковича в Выборгском районе и большое внимание уделяет мастер-планированию обширной территории, логистике, пешеходным потокам. «Здесь мы планируем сотрудничать с Университетом ИТМО, эксперты будут анализировать дворы в соответствии с посадкой корпусов, разметкой маршрутов и проектом благоустройства. Современный подход заключается в том, чтобы провести анализ «изохрон», выяснить, какие маршруты оптимальны и естественны для людей, где будут проходить «стихийные тропы», и учитывать эту информацию в проекте благоустройства»,— поясняет он.

По мнению экспертов, сотрудничество с вузами и общественными организациями перспективно сразу с нескольких точек зрения. «Для горожан это способствует получению лучшего качества проектов, для города — устойчивости в развитии, для бизнеса — снижению рисков»,— отмечает Сергей Митягин.

Кроме того, вузы заинтересованы в подготовке кадров, соответствующих запросам рынка, а девелоперы — в молодых эффективных специалистах с опытом участия в проектах. Наконец, такие практики сотрудничества стимулируют формирование местных сообществ, повышают ответственность горожан за место, где они живут, и эмоциональную связь с городом. ■

ЦИФРА ДЛЯ NORECA

КАК ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВЛИЯЕТ НА РАБОТУ В СЕГМЕНТЕ NORECA И ЧТО ПРЕДПРИНИМАЮТ КОМПАНИИ ОТРАСЛИ, ЧТОБЫ ОСТАВАТЬСЯ ВОСТРЕБОВАННЫМИ СРЕДИ ИЗБАЛОВАННЫХ НОВЕЙШИМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ КЛИЕНТОВ, ОБСУДИЛИ ЭКСПЕРТЫ КРУГЛОГО СТОЛА «ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ», ОРГАНИЗОВАННОМ КОМПАНИЕЙ «ДОМ.РУ БИЗНЕС» СОВМЕСТНО С ГАЗЕТОЙ «КОММЕРСАНТЬ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ».

ТАТЬЯНА БУРДИЦКАЯ

Сайт в интернете сегодня имеет практически любая компания. Представленность в интернете открывает перед гостиницами и ресторанами огромные возможности, что особенно важно в условиях пандемии, когда живое общение между людьми нужно свести к минимуму. Но сайт должен быть сделан качественно. По словам эксперта по упаковке брендов в интернете CEOFounder PetrogradWeb, сопредседателя комитета по инновациям и интеллектуальным системам в Санкт-Петербургской международной бизнес-ассоциации Александра Шуйского, основные требования, предъявляемые к сайту отелей и ресторанов, давно известны. Но о них часто забывают, уделяя внимание вещам, которые никому не нужны, что в итоге приводит к созданию «мертвого» продукта: сайта, который не отвечает требованиям целевой аудитории и бизнеса в целом.

Эксперты отмечают, что у сайтов сегмента HoReCa есть некоторые особенности, отличающие их от сайтов других сегментов рынка. Первой из них Александр Шуйский назвал сервисы бронирования, например Travelline или WuBook. Без них не обходится практически ни одна гостиница, и их интеграция в сайт с одной стороны простая, а с другой стороны ставит весомые ограничения по визуальному оформлению сайта. Для ресторанов характерно использование сервисов автоматизации, таких как r-keeper или iiko, что особенно актуально в свете мировой пандемии и переходу на доставку еды домой. Помимо того, что сами эти сервисы стоят денег, важно понимать, что интеграция этих сервисов в сайт — не бесплатна. Она требует значительного времени и денег. Также не стоит забывать и о том, что платной будет и использование на сайте привычной для многих интерактивной карты Яндекс или Google, поэтому здесь стоит помнить о более бюджетных или бесплатных вариантах, например MapBox или OpenStreetMap.

Еще одним важным моментом, о котором должны помнить создатели сайта, — это личный кабинет пользователя. Его наличие всегда должно быть обосновано нужным функционалом, например программой лояльности или сохранением адресов доставок. Здесь важно все продумать и с точки зрения бизнес-процессов, и с точки зрения ваших клиентов: удобство использования и визуальная составляющая сайта не должны оставаться без внимания.

«Можно быть трижды классным отелем или шикарным рестораном, но если с фотографиями на сайте плохо, то и сам сайт работать будет плохо», — говорит Шуйский. — Кроме того, важно уделить особое внимание удобству сайта на мобильных устройствах: в сегменте HoReCa один из самых высоких процентов захода пользо-



ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО У САЙТОВ СЕГМЕНТА NORECA ЕСТЬ НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ, ОТЛИЧАЮЩИЕ ИХ ОТ САЙТОВ ДРУГИХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

вателей именно со смартфонов, и для сайтов баров и ресторанов он почти всегда выше 80%».

При заказе на сайте есть несколько глобальных ошибок, которые чаще всего совершают представители бизнеса, и это критично для последующей работы. Так, к примеру, заказчики просто забывают про свои цели, задачи, сосредотачиваясь, в итоге, не на том, что понравится клиенту, а на том, что хочется владельцу бизнеса. Это нередко вещи совершенно разные, и создание сайта «под предпринимателя», а не «под клиента» оказывается просто тратой денег.

Тренды в дизайне в последние годы не менялись, но определенные тенденции наблюдаются. На пике моды сейчас сайты, в которых органично сочетаются, казалось бы, несочетаемые шрифты. Для продуктовых сайтов хорошим тоном считается стиль минимализма.

ПЕРВЫЙ В СПИСКЕ Коронавирус внес свои коррективы, и гостей в отелях, как правило, сейчас не очень много. Но компании продолжают держать марку даже более строго, чем раньше, подходя к обеспечению гостей всем необходимым. Первым в списке необходимого для комфортного проживания, как ни удивительно, в гостиничном деле считается телевизор с качественным разрешением экрана и большим набором каналов. И хороший вайфай — в том числе и потому, что многие гости, приезжая в отель, продолжают работать на удаленке. Время от времени технические службы отелей сталкивались с настоящими вызовами — к примеру, как рассказал кластерный IT-менеджер Radisson Hotel Group в Санкт-Петербурге Евгений Носаев, однажды гости попросили обеспечить им к приезду канал мощностью в гигабит. Инженеры справились, в том числе, с помощью компании «Дом.ру Бизнес».

«Пандемия заставила компании быстрее реагировать на вызовы времени. Именно поэтому растет спрос на цифровые облачные решения: они удобны в использовании и не требуют наличия в штате большого количества IT-специалистов», — говорят эксперты компании «Дом.ру Бизнес». По их словам, облачные сервисы, облачные технологии получили взрывной рост. В «Дом.ру Бизнес» практически на каждый продукт уже выпущено или находится на стадии реализации LaaS-, SaaS- или Отт-решение.

«Но пандемия активизировала не столько сами облачные решения, сколько сдвинула парадигму восприятия этих решений в глазах бизнеса. Когда всех закрыли на локдаун, нужно было срочно принимать решение, спасать бизнес, обеспечивать сотрудников удаленными рабочими местами. И тут облачные сервисы раскрыли свой потенциал, выявили недостатки и стали шлифоваться», — уточняют специалисты компании «Дом.ру Бизнес».

Примером такой шлифовки стало внедрение с помощью сервисов «Дом.ру» в одной из сетей крупных отелей единой системы бронирования и удаленного кол-центра, сотрудники которого могут отвечать на звонки, находясь в любой точке мира.

Выраженная потребность клиентов в сокращении общения с персоналом заставила отели адаптироваться под новые запросы: меню в ресторанах уходит в цифру, автоматизированные бронирования становятся еще более популярными, чем раньше. Но отели не останавливаются на достигнутом. Чтобы оставаться востребованными, представителям гостиничного сектора необходимо смотреть на несколько шагов вперед. При этом иногда из этого предугадывания вырастают сервисы, которые затем становятся популярными в обычной жизни, — так, именно из отельного сервиса, предлагавшего к про-

смотру базу фильмов, выросли онлайн-кинотеатры, из этого же бизнеса появились «в мире» автоматизированные телефонные станции.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НЕ ТОЛЬКО В МЕНЮ

Стремясь привлечь и удержать клиента, в цифру наряду с отелями уходят и рестораны. Как рассказали спикеры на круглом столе, это проявляется не только в ставшем популярным онлайн-меню. Так, готовясь к введению QR-кодов, некоторые рестораны приобрели роботов, которые будут проверять наличие и достоверность свидетельств о вакцинации у гостей. Сканируя QR-код, робот сразу будет отправлять запрос в базу «Госуслуг» и, если код и имя гостя не совпадут, попросит последнего удалиться. Правда, кто будет обеспечивать подчинение роботу — неизвестно. Есть и другие случаи, когда развитие технологий создает вау-эффект для бизнеса. К примеру, как рассказал управляющий партнер ресторана «Игристые» Игорь Стрелков, в управлении им заведением все столы превратили в интерактивные со встроенными тачпадами, посредством которых клиенты могут выбирать блюда, делать заказ, звать официанта, общаться с гостями, сидящими за другими столами, и играть в различные игры друг с другом и с другими гостями.

«Помимо привлечения клиентов, тачпады помогли нам решить вопрос зависимости заведения от человеческого фактора со стороны сотрудников — с учетом пандемии этот вопрос стал весьма болезненным для ресторанной отрасли», — говорит Игорь Стрелков. И отмечает, что ресторан пытался добиться и того, чтобы меньшее количество сотрудников ресторана и меньшее количество контактов с гостями не отразилось на среднем чеке. Значит, контакты должны были стать более продуктивными, а опросы клиентов — более точными. С помощью интерактивных столов этого удалось добиться. Официанты стали меньше ходить впустую к столикам, получив время заниматься другими обязанностями. Кроме того, проходя ежедневно меньшее количество шагов, официанты после смены остаются не такими «выжатыми».

Интерактивные истории не только за столами — там есть и другие интересные вещи, например проваливающийся пол в туалете или «оживающее» зеркало. Все эти технологии, уверен Игорь Стрелков, становятся причиной того, что гости готовы возвращаться в ресторан снова и снова.

Развитие технологий будет продолжаться и дальше, и эксперты уверены: в скором времени они охватят не только рестораны и гостиницы, но и другие отрасли бизнеса. ■

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПОДПИСКА НА ГАЗЕТУ «КОММЕРСАНТЪ»

Ищите нас в официальном каталоге Почты России
«Подписные издания»

«Коммерсантъ» (понеделник — пятница)

П5553 — на год

П5554 — на полугодие

П5547 — на любой срок

«Коммерсантъ» (суббота)

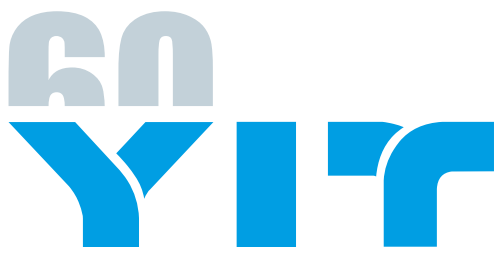
П4672 — на любой срок

Вы также можете обратиться
в агентства альтернативной подписки:

— ООО «СЗА „Прессинформ“» (тел. 337-16-26)

— ООО «Урал-Пресс СПб» (тел.: 378-66-44, 677-32-07)

ПОДПИСЫВАЕМСЯ ПОД КАЖДЫМ СЛОВОМ.
ПОДПИШИТЕСЬ И ВЫ.



Wellamo
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

Семейные квартиры в центре от **226** тыс.руб./м²



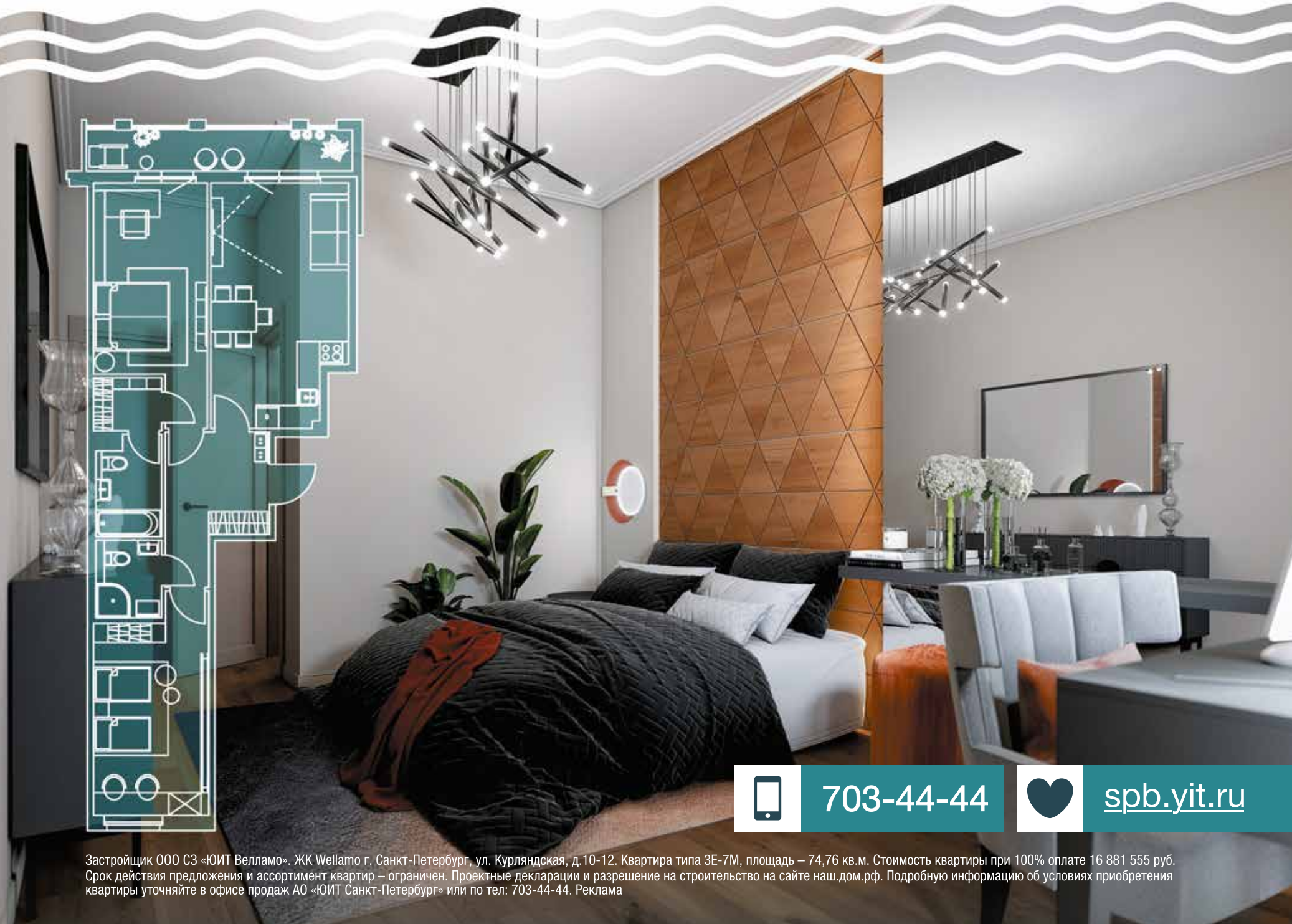
Белая отделка



Умный дом



Центр города



703-44-44



spb.yit.ru

Застройщик ООО СЗ «ЮИТ Велламо». ЖК Wellamo г. Санкт-Петербург, ул. Курляндская, д.10-12. Квартира типа 3Е-7М, площадь – 74,76 кв.м. Стоимость квартиры при 100% оплате 16 881 555 руб. Срок действия предложения и ассортимент квартир – ограничен. Проектные декларации и разрешение на строительство на сайте наш.дом.рф. Подробную информацию об условиях приобретения квартиры уточняйте в офисе продаж АО «ЮИТ Санкт-Петербург» или по тел: 703-44-44. Реклама