

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ВО ГЛАВЕ УГЛА

ПОСЛЕДНИЕ ПАРУ ЛЕТ МЕТРАЖИ ЖИЛЬЯ, ПРЕДСТАВЛЕННОГО НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ, ПОСЛЕ НЕБОЛЬШОЙ ПАУЗЫ ПРОДОЛЖИЛИ ТРЕНД НА СОКРАЩЕНИЕ. ОДНАКО, КАК УТВЕРЖДАЮТ ДЕВЕЛОПЕРЫ, ПРОИСХОДИТ ЭТО НЕ ЗА СЧЕТ БОЛЕЕ МЕЛКОЙ НАРЕЗКИ, А ЗА СЧЕТ ИЗБАВЛЕНИЯ ОТ «ЛИШНИХ» МЕТРОВ И ПОВЫШЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ КВАРТИРОГРАФИИ.

РОМАН МАСЛЕННИКОВ

В условиях повышения цен на недвижимость и увеличения ежемесячного платежа застройщики ограничены в увеличении площадей квартир. На сегодня востребованы квартиры относительно компактной площади. Данный фактор актуален и для семейного жилья, спрос на которое растет в ответ на расширение государственной программы субсидирования семейной ипотеки.

ЕВРОФОРМАТ НАБИРАЕТ ДОЛЮ По оценкам аналитиков группы «Аквилон», сегодня на первичном рынке превалирует спрос на квартиры с европланировками (где гостиная объединена с кухней, а спальня занимает отдельную комнату). Их доля в нынешних продажах составляет от 65 до 85% (в зависимости от региона и системы подсчета), а в московском сегменте комфорт-класса даже превышает 85%. В «Аквилоне» отмечают, что в московских сделках компании с 2019 года доля евроформата выросла на 8,5%, а в петербургских, если брать данные с 2017 года, — на 18%. В компании настаивают, что анализ реальных сделок последнего года в новостройках комфорт- и бизнес-класса развенчивает миф, что европланировки — это молодежный формат жилья. «Квартиры евроформата примерно в равной степени популярны у всех возрастных категорий. По данным группы «Аквилон», такой тип квартир выбирают 65% покупателей до 25 лет и 69% людей старше 65 лет. Да и в остальных возрастных категориях предпочтение евроформату отдают 67–68% клиентов», — говорится в исследовании.

По словам коммерческого директора группы «Аквилон» Наталии Кортагевской, люди выбирают евроформат, поскольку в нем разумно и эргономично используется пространство. «Относительно небольшие спальни отлично подходят, чтобы провести время наедине с собой, а для совместных активностей и общения предусмотрена просторная кухня-гостиная. За счет продуманных планировок и правильного зонирования покупатели не оплачивают стоимость лишних метров при сделке и в дальнейшем при оплате коммунальных услуг», — подчеркивает она.

Виктория Левина, директор по продажам «О2 Групп», согласна с такой оценкой: «Доля европланировок в квартирографии неуклонно растет, причем наиболее активный рост спроса на квартиры с просторными кухнями-гостинными мы фиксировали в 2019–2020 годах, но и с этого момента интерес покупателей к евроквартирам вырос еще на 11%. Тенденция разделения частных и общественных зон усиливается, и застройщики ищут новые способы сделать пространство более универсальным, подходящим для многоцелевого использования».

ОПТИМАЛЬНАЯ КВАРТИРОГРАФИЯ

Руководитель отдела маркетинга ГК «Полис» Константин Гриценко обращает внимание, что на фоне роста популярности евроформата спрос на студии снизился с 30–40 до 20% за последний год. «Оптимальная квартирография в комфорт-классе сейчас такова: 20% — студии, 55% — однокомнатные и евродвушки, 17% — двухкомнатные и евротрешки, 8% — трехкомнатные и евроформат», — приводит он цифры. При этом господин Гриценко настаивает, что средняя площадь самих квартир достигла минимума, при котором можно сохранить удобство и рациональность планировки. Дальнейшего снижения средней площади квартир, по его мнению, не ожидается.

«Начиная с пандемийных годов мы видим увеличение среднего метража квартир. Потому что в какой-то момент застройщики поняли, что внутреннее простран-



АНАЛИЗ РЕАЛЬНЫХ СДЕЛОК ПОСЛЕДНЕГО ГОДА В НОВОСТРОЙКАХ КОМФОРТ- И БИЗНЕС-КЛАССА РАЗВЕНЧИВАЕТ МИФ, ЧТО ЕВРОПЛАНИРОВКИ — ЭТО МОЛОДЕЖНЫЙ ФОРМАТ ЖИЛЬЯ

ство квартир важно, и развивали различные форматы. Например, стали строить многоквартирные квартиры, но при этом достаточно компактные по метражу. Сейчас эта тенденция также сохранилась и наложилась на покупательские возможности в связи с поднятием ключевой ставки. И снова мы видим, что в новых проектах застройщики проектируют квартиры более сдержанного метража, при этом формат многоквартирности сохраняется. Средняя площадь квартир постепенно уменьшается, изменения „на большой массе“ мы увидим уже в следующем году», — прогнозирует Александр Гуторов, вице-президент ГК «Страна Девелопмент», руководитель блока маркетинга и продаж.

Эксперты говорят: если нельзя площадь квартиры сделать больше, значит, фокус смещается в планировочное решение — квартира должна быть максимально функциональной. Гардеробные, кухни, выделенные в отдельные ниши, уход от коридорной системы, проектирование максимально открытого пространства — все эти опции активно внедряются в планировочные решения и находят интерес у покупателей. «Балконы и лоджии увеличенной ширины, зимние сады увеличивают места хранения и позволяют, в том числе, обустроить дополнительное пространство в квартире», — констатирует Дмитрий Ефремов, начальник управления ценообразования и маркетинговых исследований компании «Главстрой Санкт-Петербург».

ДОБАВИТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТИ

Девелоперы работают и над опциями, которые, помимо функциональности, прибавляют также комфорт проживанию, добавляют эмоциональной окраски. К ним относятся и увеличенные оконные проемы, что в условиях длительного зимнего периода делает квартиры светлее, и французские балконы, придающие квартире некую оригинальность и расширяющие возможности покупателей в индивидуализации собственного жилья.

Как отмечают эксперты, сегодня в квартирографии одного проекта может насчитываться более десятка раз-

личных планировочных решений, которые касаются как площадных характеристик, так и функциональных. Покупатели готовы платить за квартиру с повышенной функциональностью. «Разница в цене „квадрата“ в квартирах „стандартной“ и „нестандартной“ планировки может достигать 5000–6000 рублей. Конечно, в среднесрочной перспективе пристальное внимание к разработке планировочных решений останется. Застройщики ведут борьбу за покупателя, и ценовая конкуренция не лучшим образом повлияет на весь рынок, а вот конкуренция в области улучшения продуктового решения может быть выгодна всем: покупатели получат улучшенный продукт, а застройщики сохранят объемы реализации», — рассуждает господин Ефремов.

При этом девелоперы индивидуально определяют типологию каждой квартиры в зависимости от ее функционального зонирования. «При разработке квартирографии мы продумываем сценарии использования пространства для разных покупателей. Если семья любит проводить время вместе не только за ужином, но и за просмотром кино или настольными играми, то обычной кухни, даже большой, будет недостаточно. Евроформат предполагает удобное зонирование на обеденную зону и пространство гостиной. Например, это может быть специальная ниша для кухонного гарнитура, возможность для установки стола или барной стойки, которая отделит зону кухни от остального пространства, место для дивана и ТВ-экрана», — уточняет госпожа Кортагевская.

Директор по маркетингу Legenda Всеволод Глазунов констатирует: «Многие в последнее время акцентируют внимание на статистике, показывающей уменьшение среднего метража квартир во всех сегментах жилья. Такой тренд действительно есть. Однако это связано не с тем, что застройщики вдруг снова ударились в мелкую нарезку студиями. На самом деле средний метраж меняется благодаря замещению традиционных планировок, которые мы знаем со времен советской застройки, на функциональное жилье, где площадь оптимизируется за счет избавления от нефункциональных, лишних, метров. Эту постепенную трансформацию мы наблюдаем

последние пять-шесть лет, и сейчас она находится уже в завершающей стадии».

ВРЕМЯ ОДИНОЧЕК Вторая причина, влияющая на средний показатель метража, — изменение структуры спроса. Девелоперы сегодня работают исключительно под потребительский спрос, это ключевой фактор коммерческого успеха любого проекта. «Как показывает статистика, в России в целом (а в столичных регионах — еще в большей степени) изменилась структура домохозяйств, то есть семей, покупающих новое жилье. В стране доля одиночек (людей, у которых нет семьи и которые, соответственно, не ориентируются на выбор так называемых семейных планировок) доходит до 40%. Этот социально-демографический феномен напрямую коррелирует с квартирографией новостроек массовых сегментов жилья», — подчеркивает господин Глазунов.

Денис Коноваленко, управляющий партнер Prime Life Development, подтверждает слова коллег: «Современный тренд — эргономичность и пропорциональность. Покупатели выбирают эффективные планировки, в которых не нужно переплачивать за лишние квадратные метры. Например, востребованным вариантом становится объединенная кухня-гостиная, позволяющая задействовать максимальную площадь. Помимо этого, растет спрос на вариативность планировок, чтобы будущие собственники могли подчеркнуть свою индивидуальность и абстрагироваться от однотипных вариантов в домах старой постройки».

Он также добавляет, что у современных покупателей появились и особые требования: например, важна отдельная рабочая зона или организация кабинета. «Современным трендом является и панорамное остекление: помимо эстетической функции, оно визуально увеличивает помещение, добавляет эффект роскоши и пропускает большое количество естественного освещения», — указывает господин Коноваленко.

Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», напоминает, что лет пятнадцать назад в своих первых проектах, где появились европланировки, девелоперы видели скептическое отношение к ним. «Сейчас же с полной уверенностью можно констатировать успех и растущий запрос на евроквартиры во всех сегментах», — уверена она.

Андрей Кириллов, представитель компании «МегаЛит — Охта Групп», говорит, что льготная ипотека в 2020 году при ее запуске позволила большинству покупателей благодаря доступности новостроек выбирать более просторные квартиры. «Сегодня же все больше покупателей, независимо от категории жилья (комфорт или бизнес), заинтересовано в максимальной функциональности жилого пространства при меньших потерях площадей. Разница только в пожеланиях: кто-то хочет уютную кухню, другой предпочтет объединить ее с гостиной, а третий мечтает о большой гардеробной», — поясняет он. На примере проекта компании он отмечает, что, несмотря на широкий ассортимент планировок, собственники часто переносили стены, чтобы организовать пространство квартиры на свой вкус. «В сданных корпусах в „Приморском квартала“ мы предлагаем покупателям европланировки, и многие выбирают полноценную кухню-гостиную. Нередко новоселы выделяют в квартире зону для хранения или для гардеробной. И всем покупателям нужны балконы, желательно — глубокие. Общее пожелание для всех типов квартир: возможность выделить на входе „грязную“ зону», — делится господин Кириллов. ■