

МЕСТА ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА В НОВОСТРОЙКАХ

ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ПОДХОДАХ ПОКУПАТЕЛЕЙ К ПОКУПКЕ КВАРТИР, А ЗАСТРОЙЩИКОВ — К ПРОЕКТИРОВАНИЮ ТЕРРИТОРИЙ НОВЫХ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ. ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ — ВНИМАНИЕ К СЦЕНАРИЯМ ЖИЗНИ, А СООТВЕТСТВЕННО, К МЕСТАМ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ В МНОГОКВАРТИРНЫХ ДОМАХ И ОБЩЕСТВЕННЫМ ПРОСТРАНСТВАМ. КОРРЕСПОНДЕНТ GUIDE АНТОНИНА ЕГОРОВА ВЫЯСНЯЛА, КАКУЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ЦЕННОСТЬ ОНИ ОБЕСПЕЧИВАЮТ СОВРЕМЕННЫМ СТРОИТЕЛЬНЫМ ПРОЕКТАМ.



СЕЙЧАС В ПРОТИВОВЕС ПСЕВДОКОНКУРЕНЦИИ В ПРОДУКТЕ, КОГДА ЗАСТРОЙЩИКИ ВНЕДРЯЮТ ПРОДУКТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ЛИШЬ С ЦЕЛЬЮ ОТСТРОИТЬСЯ ОТ КОНКУРЕНТОВ И ПРЕДЛОЖИТЬ НОВИНКУ ПОТРЕБИТЕЛЮ, УСИЛИВАЕТСЯ ОСОЗНАННЫЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ РЕШЕНИЙ

Сегодня девелоперы все чаще сталкиваются с вопросом, что еще нужно покупателю квартиры, помимо непосредственно квадратных метров. «Домклик» исследовал основные критерии, влияющие на выбор жилья. В целом, согласно полученным данным, независимо от сегмента жилого комплекса (ЖК), покупатели выбирают его прежде всего исходя из удобства расположения и транспортной доступности. Этот критерий занял первое место в сегментах эконом, комфорт и бизнес, а в премиуме разделил второе с экологичностью района. Участники исследования также оценивали в качестве критерия обустроенность территории и общественных пространств. Наиболее высокую оценку этот показатель получил в сегменте премиум, респонденты поставили его сразу после репутации и надежности застройщика, удобства расположения, транспортной доступности и экологичности района.

При этом, как отмечают аналитики консалтингового агентства GMK в исследовании «Мегатренды в девелопменте», сейчас в противовес псевдоконкуренции в продукте, когда застройщики внедряют продуктовые решения лишь с целью отстроиться от конкурентов и предложить новинку потребителю, усиливается осознанный подход к выбору решений. Главным трендом текущего года стало акцентирование внимания девелоперов на повседневных сценариях людей, их учет в планировках, благоустройстве, инфраструктуре. По данным GMK, если раньше девелоперы включали новые элементы в продукт, поскольку никто на рынке этого еще не делал,

то сейчас стараются понять, как они впишутся в проект и будут ли полезны жителям.

При этом производители городской мебели Puntogroup выделяют дизайн, ориентированный на общество в качестве одной из новых архитектурных тенденций 2023 года. По данным компании, здания и места, доступные и удобные для самых разных людей, в том числе для людей с ограниченными возможностями, становятся все более актуальными.

Глобально застройщики находятся в русле общих тенденций, в рамках которых в стране также стараются уделять внимание благоустройству территорий, создавая тем самым дополнительную стоимость не только отдельным жилым комплексам, кварталам или районам, но и целым городам. Сегодня в России действует нацпроект «Жилье и городская среда», среди целей которого — рост доли городов с благоприятной средой от общего количества городов с 25% в 2019 году до 60% в 2024-м. Кроме того, к 2030 году в соответствии с национальной целью, установленной президентом РФ, городская среда должна быть улучшена в полтора раза. По информации Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства России, создание комфортных условий для жизни граждан является одной из приоритетных задач правительства страны. С этой целью уже пять лет в рамках нацпроекта «Жилье и городская среда» реализуется федеральный проект «Формирование комфортной городской среды», в рамках которого в этом году благоустроят более 6,5 тыс. общественных и дворовых пространств.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

**АНЖЕЛИКА АЛЬШАЕВА,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ДИРЕКТОР АГЕНТСТВА
НЕДВИЖИМОСТИ КВС:**

— Думаю, что комфортные и функциональные общественные зоны будут все чаще и чаще появляться в жилых комплексах нашего города, ведь они связаны с улучшением инфраструктуры, созданием комфортных условий для жителей, а также стимулированием культурных активностей и социального взаимодействия людей.



из личного архива

Как отметил Марат Хуснуллин, заместитель председателя правительства РФ, формированию комфортной городской среды сегодня уделяется особое внимание, поскольку она напрямую влияет на качество жизни граждан. Всего с 2019 года по нацпроекту «Жилье и городская среда» благоустроено более 65,2 тыс. дворовых и общественных территорий, из которых более 9 тыс. — в 2023 году. Теперь это удобные места для качественного отдыха. Регионы преобразуют дворы, парки, скверы, набережные и пешеходные улицы, обустраивают детские и спортивные площадки. Работа по благоустройству также способствует развитию малого и среднего предпринимательства, расширению возможностей для внутреннего туризма и созданию новых рабочих мест.

ПРОДУМАННЫЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ МОПЫ По словам экспертов, работа над продуктом сегодня действительно является важной частью деятельности девелоперской компании. Маркетологи тщательно изучают спрос, прогнозируют ожидания и требования целевой аудитории, стремятся определить вектор развития общества.

Ксения Федорова, аналитик-консультант департамента консалтинга и аналитики NF Group, отмечает, что отделка и наполнение мест общего пользования в первую очередь зависят от класса объекта. В элитных домах девелоперы традиционно уделяют много внимания МОПам, включая в проект не только просторные лобби, но и широкий перечень внутренней инфраструктуры, доступной только для резидентов жилого комплекса: гостиные для приема гостей, спа и спортивные залы, сигарные и винные комнаты. К разработке дизайн-проектов МОПов привлекаются именитые бюро, в отделе применяются натуральные материалы высокого качества. Являясь «визитной карточкой» дома, входная группа может влиять на востребованность квартир в нем: значительная часть сделок на рынке элитного жи-

лья совершается уже после ввода объектов в эксплуатацию, зачастую именно оформление МОПов может сформировать первое впечатление потенциального покупателя о жилом комплексе.

«Если говорить про рынок массового жилья, то за последние годы подход девелоперов к проектированию МОПов значительно трансформировался. Увеличиваются площади МОПов, больше внимания уделяется их интерьерным решениям, а также функциональности: например, все чаще в проекты включаются колясочные и меблированные зоны ожидания. Также повышается уровень безопасности МОПов, чему способствуют остекление входных групп и системы видеонаблюдения», — заключает госпожа Федорова.

Сегодня создание мест общего пользования требует от девелоперов большого внимания и креативного мышления. «Нужно соблюсти соответствие всем нормативам и требованиям, продумать сценарии пользования, функционал и организацию пространства, придать уникальности за счет особенностей дизайна. Входные группы новых проектов жилья комфорт-класса формируются по принципу безбарьерной среды, в состав мест общего пользования входят просторные светлые холлы, колясочные, велосипедные, а в новых проектах появляются центральные входные группы, которые отличаются увеличенным размером и дополнительным функционалом. Происходит заимствование отдельных опций у проектов более высокого класса, и центральная входная группа оснащается зонами отдыха, мягкой мебелью, детскими игровыми пространствами, ресепшен с сотрудником. Входные группы прошли путь развития от простой транзитной зоны к точке притяжения и месту, где с комфортом можно провести время ожидания, встретить курьера, обменяться книгами», — делится Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ.

По словам экспертов, в целом дизайн мест общего пользования подчеркивает уникальность проекта, его