

# ДОМ градостроительство

## Общее пользование



Спортивно-образовательный комплекс в Новогорске — главный притягательный фактор для покупателей

Покупатели жилья предъявляют все более серьезные требования к качеству, особенно в сегменте комфорт- и бизнес-классов. Однако сами квартиры в большинстве случаев представляют собой полуфабрикаты с бетонными стенами. А общественные пространства — это то, что клиент получает в готовом виде. Именно их в борьбе за покупателя застройщики и начали улучшать в первую очередь.

### — пространство —

#### Идея социума

Традиция создания больших общественных пространств относится к началу XX века. В 20-е годы прошлого века архитекторы-конструктивисты стали создавать дома-коммуны, в которых объединялись квартиры и общественные зоны. В качестве примера можно привести дом Наркомфина. Затем эта идея нашла продолжение в строительстве московских высоток в конце 1940-х — начале 1950-х годов прошлого века. Например, здание на Кудринской площади, д. 1 по проекту архитекторов М. В. Посохина и А. А. Мидонца может похвастаться огромным холлом на первом этаже с паркетными полами, лепниной, колоннами, зеркалами и люстрами. В настоящий момент эта традиция возвращается в измененном виде.

«Сегодня на рынке недвижимости наблюдается переход от точечной застройки к квартальной. В силу масштаба в подобных проектах покупатели наряду с традиционными требованиями по транспортной доступности, социальной инфраструктуре, нарезке все чаще интересуются наличием в проекте общественных пространств. Эта тенденция все больше набирает оборот, и сегодня в каждом крупном проекте девелопер пытается в том или ином формате реализовать идею социума», — говорит коммерческий директор Capital Group Алексей Белоусов. По его словам, сегодня покупатели готовы платить за общественное пространство, причем наличие в проекте разнообразных общественных зон является скорее инструментом, повышающим ликвидность проекта и лишь в редких случаях корректирующим не только класс, но и стоимость самой недвижимости. «Сегодняшний покупатель даже в эконом и комфорт-классах уже давно не готов платить только за метры. Важно все: инфраструктура, архитектура и общественные территории как внутри домов, так и в рамках проекта — дворы, дорожки, места отдыха, организация движения и прочее», — согласна заместитель генерального директора ОПИН Наталья Картавцева. По ее словам, дворные территории, дружелюбная среда для пешеходов, велосипедистов и роллеров, места для отдыха, спортивные и детские площадки — все это важно изначально предусмотреть, спланировать и интегрировать в жилую застройку.

Например, как отмечает управляющий партнер IntermarkSavills Дмитрий Халин, учитывая тот факт, что большинство квартир в элитных домах сегодня сдаются без отделки, то, по сути, входная группа и другие общественные зоны являются единственной частью здания, которая призвана произвести первое неизгладимое впечатление на потенциального покупателя.

«Самая популярная точка зрения на входную группу элитного дома: она должна по качеству не уступать лобби фешенебельного пятизвездного отеля. Поэтому застройщики уделяют оформлению входных групп большое внимание и часто приглашают для этого звезд мирового дизай-

на из Лондона, Нью-Йорка, Парижа. Как правило, здесь используются наиболее дорогие отделочные материалы», — говорит эксперт. Более того, зачастую здесь предусмотрены функциональные зоны, отвечающие потребностям богатой аудитории: зона ресепшн, диванная группа, нередко совмещенная с камином, различные помещения для встреч с гостями, которые могут быть представлены как сигарные комнаты или небольшие бары, также зона для корреспонденции.

Впрочем, с такой точкой зрения согласны далеко не все эксперты. «Если мы говорим об общественных зонах внутри самого здания, то увеличение их площади не способствует повышению привлекательности комплекса в глазах потребителей. Большие общие зоны в самом комплексе отдают площадь от квартир, а значит, стоимость жилья будет расти, чтобы девелопер мог окупить свои расходы», — говорит Владимир Богданюк, руководитель аналитического и консалтингового центра Est-a-Tet. По его словам, в этом не заинтересованы ни покупатели, ни застройщики, поэтому последние, напротив, стремятся сократить площадь общественных зон без ущерба для комфорта, перераспределяя ее в пользу жилых помещений. «Однако расширение дворового пространства и его благоустройство — это действительно тренд на первичном рынке», — говорит эксперт. Более того, как говорит председатель совета директоров компании «БЕСТ-Новострой» Ирина Доброхотова, в проектах с развитыми общественными пространствами зачастую действительно представлены квартиры небольших площадей, например однушки или студии 27 кв. м.

«В проектах с масштабной инфраструктурой покупатель приобретает, по сути, качество жизни, а размер самой квартиры может быть совсем небольшим», — говорит управляющий директор ZIP Realty Евгений Скоморовский. По словам генерального директора «Новых Ватутинок» Александра Зубца, особенно это заметно на примере проектов, где строятся панельные серийные дома.

#### Добавленная стоимость

По результатам маркетинговых исследований, проведенных по заказу Фонда РЖС в 2013 году в 15 российских субъектах, за расположение рядом со своим будущим жильем маршрутов общественного транспорта потенциальные покупатели жилья экономического класса в среднем готовы доплачивать от 3% до 5% к его стоимости. В свою очередь, за близость школы, поликлиники и детского сада они заплатят от 2% до 3% к стоимости. За наличие рядом с домом автостоянки для личного транспорта потенциальные покупатели также готовы доплатить около 2–3% к стоимости будущего жилья экономического класса. В результате наличие развитой инфраструктуры может прибавить к стоимости жилья около 10%. По словам Бориса Азаренко, создание качественных общественных пространств увеличивает себестоимость строительства, а следовательно, и конечную стоимость для покупателей примерно

на 15–20%, но владельцы жилья стоимостью в несколько миллионов долларов готовы платить за высокое качество и эстетичность жилого объекта. По оценке Натальи Картавцевой, для девелопера организация общественного пространства между зданиями увеличивает стоимость недвижимости в коммерческих проектах жилых комплексов минимум на 5–10%, а в некоторых случаях проект от организации общественных территорий позволяет даже повысить класс объекта, например от комфорта до бизнес, от бизнес до премиум. «Общественная среда поднимает проект в цене еще минимум на 5–10%. Причем в Подмоскovie добавочная стоимость может достигать 15% и выше. Тогда как в границах старой Москвы в силу исторически сложившегося стиля и образа жизни каждого столичного района, который в Подмоскovie нужно создавать практически с нуля, прирост будет на уровне 10%», — отмечает эксперт.

В первую очередь именно общественные зоны могут отличать комфорт-класс от экономкласса. Именно покупатель жилья комфорт-класса готов переплатить за общественные зоны. Большие входные группы с качественной отделкой в проектах комфорт-класса компаний, использующих зарубежный опыт, повышают ликвидность квартир», — говорит руководитель департамента аналитики и консалтинга компании «НДВ-Недвижимость» Елизавета Гудь. По ее словам, цена 1 кв. м в таких проектах до 10% выше цены в рядом расположенных аналогичных объектах. Впрочем, по словам руководителя отдела новостей ГК МИЦ Александра Ангеля, если говорить о сегменте бюджетных новостроек, то здесь по-прежнему определяющим фактором является цена. К существенным переплатам за общественные пространства покупатель здесь не готов. Однако если речь идет о наценке в пределах 10%, то для большинства покупателей это будет вполне приемлемо, считает эксперт.

#### Иерархия пространств

На сегодняшний день на российском рынке достаточно много объектов, которые могут похвастаться большими общественными пространствами. «Пять лет назад, когда мы начинали строить семейный спортивно-образовательный кластер в Новогорске, многие наши коллеги по рынку крутили пальцем у виска. Нам говорили: «зачем вам это нужно, столько общественных пространств с инфраструктурой» до „ребята, вы не потянете“, но именно инфраструктура помогает продавать наши жилые метры, несмотря на то что цена выше средней рыночной в данной локации, но покупатель понимает, за что платит», — говорит Дмитрий Котровский, вице-президент девелоперской компании «Химки Групп». В частности, по его словам, в Новогорске много покупателей однокомнатных квартир от 42 кв. м, которые приобретают их как входной билет, возможность доступа к инфраструктурным объектам. По словам директора по проектированию Rose Group Сергея Крючкова, концепция микрорайона «В лесу» предполагает создание иерархии пространств: от личного пространства квартиры через ограниченно-доступные подъезды и двор к общим в полном смысле слова пространствам улицы, площади, парка. «На замок в буквальном смысле запираются только квартира и подъезд, контроль доступа во двор осуществляется „мягкими“ архитектурными и ландшафтными средствами», — говорит эксперт.

Наиболее популярен такой подход в сегменте бизнес-класса. «Идея



Покупатели квартир в микрорайоне «В лесу» получают обширные общественные зоны

социума на базе современных технологий была положена в основу архитектуры проекта „Лица“. В „Лицах“ частная территория, поднятая по отношению к улице на 15 м, занимает площадь 7,5 тыс. кв. м», — объясняет Алексей Белоусов. По его словам, на этой территории расположены такие общественные зоны, как частное кафе с летней террасой, Wi-Fi кинотеатр под открытым небом, мультимедийная детская игровая зона на платформе и многое другое. Яркий пример, по словам гендиректора компании «Метриум Групп» Марии Литвиненко, ЖК «Сколково Парк», где помимо смелого вызывающего архитектурного решения застройщик предусмотрел ландшафтный дизайн от английского бюро Н.Е.Д. «Общественные пространства формируют уникальный микроклимат внутри дома и позволяют увеличить зону комфорта для жильцов за пределами квартиры. Учитывая эту тенденцию, мы привлекли английское бюро Scott Brownrigg к разработке дизайн-проекта общественных пространств ЖК премиум-класса

«Сколково Парк для жизни» — лобби, вестибюлей, лифтовых холлов», — рассказывает руководитель отдела девелопмента компании Millhouse Станислав Лобанов.

Однако такие примеры есть и на рынке элитной недвижимости. Одним из удачных примеров руководитель отдела городских продаж департамента жилой недвижимости Knight Frank Ольга Тараканова называет ЖК «Парк Палас» в Хилковом пер., 1, где есть небольшие квартиры площадью от 87 кв. м и качественная инфраструктура: под спортивный клуб в комплексе отведено 4 тыс. кв. м, и пользоваться им могут как резиденты, так и нерезиденты комплекса на платной основе по своему желанию. «К примеру, в клубном доме „Булгаков“ мы сделали для жильцов каминный зал и библиотеку с дизайном от международного архитектурного бюро Swanke Hayden. Такое общественное пространство идеально соответствует потребностям жильцов премиального клубного дома на 12 квартир, а участие

в разработке дизайна иностранных специалистов может стать дополнительным фактором в пользу впечатления о проекте и принятия положительного решения о покупке», — говорит Борис Азаренко, генеральный директор компании Vesper.

В целом, по словам директора инвестиционного департамента Tekta Group Романа Семчишина, эффективный подход заключается в том, что 80% общей площади комплекса приходится на жилые зоны, а 20% — на общественные. «Будущий собственник никогда не покупает просто квартиру. Его интересует концепция комплекса в целом. Таким покупателям важно то, что внутренняя территория благоустроена, закрыта от посторонних и охраняется, что общественные зоны имеют дорогую дизайнерскую отделку, есть парковка, детская площадка, зеленые рекреационные зоны, арт-объекты», — говорит Анастасия Малкова, руководитель департамента продаж инвестиционного фонда Stone Hedge.

Алексей Лоссан

# «ГОРОД ЯХТ»

## ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

ЛЕНИНГРАДСКОЕ ШОССЕ, 37

- Квартиры со свободными планировками
- Панорамные виды на реку и парковую зону
- Собственный яхт-клуб с причалом
- Просторный подземный паркинг

ТАМ, ГДЕ  
ОТДЫХАЮТ...  
ЯХТЫ

**CG CAPITAL GROUP**  
+7 (495) 771 77 77  
www.capitalgroup.ru

Реклама. Проектная декларация на сайте: www.capitalgroup.ru ©ОО «Капитал Групп»