

ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Общее пользование

— элитное жилье —

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 Подмосковье 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 Подмосковье нужно создавать практически с нуля, прирост будет на уровне 10%», — отмечает эксперт.

В первую очередь именно общественные зоны могут отличать комфорт-класс от эконом-класса. «Именно покупатель жилья комфорт-класса готов переплачивать 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 Гудзь. По ее словам, цена 1 кв. м в таких проектах до 10% выше цены в рядом расположенных аналогичных объектах. Впрочем, по словам руководителя отдела ново-



По словам экспертов, будущий собственник покупает не просто квартиру, его интересует концепция комплекса в целом

строек ГК МИЦ Александра Энгеля, 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 похвалиться 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 разное — от «зачем вам это нуж-

но, столько общественных пространств с инфраструктурой» до «ребята, вы не потянете», но именно инфраструктура помогает продавать наши жилые метры, несмотря на то, что цена выше среднерыночной 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 Крюкова, концепция микрорайона «В лесу» предполагает создание иерархии пространств: от личного пространства квартиры через ограниченно-доступные подъезд и двор к общим в полном смы-

сле 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 социума на базе современных технологий была положена в основу арх-проекта «Лица». В «Лицах» приватная 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 приватное 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 «Метри-

ум Групп» Марии Литинецкой, 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 маркетинга управления недвижимостью 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 Hauden. 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 покупателем 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

Микрорайон Бурнаковский (Московский район)

Описание проекта:

- 1-я очередь — 13 домов;
- 2-я очередь — 11 домов;
- 3-я очередь — 10 домов;
- квартиры:
 - 1-комнатные — от 17 до 43 кв. м,
 - 2-комнатные — от 44 до 62 кв. м,
 - 3-комнатные — 80 кв. м;
- 5 домов введены в эксплуатацию.

Инфраструктура:

- автомобильный паркинг на 500 мест;
- площадки для отдыха детей и взрослых, спортивные площадки;
- муниципальный и коммерческий детсады;
- действующий торговый центр «Бурнаковский».

Ипотека, программы для военных и бюджетников.



По вопросам приобретения квартир в микрорайоне Бурнаковский обращаться по адресу:
ул. Бурнаковская, д. 51а, 2-й этаж, тел. (831)267-01-01/02
www.zhilstroy.nnov.ru