

ОПИРАТЬСЯ НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ

Для того чтобы общественные пространства были востребованы, девелоперу необходимо опираться прежде всего на целевую аудиторию проекта и особенности локации. «Например, в элитном комплексе „Привилегия“ на Крестовском острове мы благоустроили и озеленили набережную Малой Невки, также обустроив современные причалы для яхт и катеров. Также в „Привилегии“ создано просторное двухуровневое лобби, которое является своеобразной буферной зоной между жилым пространством и улицей. Здесь открыт бар с авторской кухней, живой музыкой и летней террасой, действует сигарный клуб с международным статусом, а также работает круглосуточная служба сервиса, предоставляющая широкий спектр услуг», — перечисляет госпожа Кравцова.

Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg, рассказывает: «В проекте бизнес-класса Family Loft планируется организовать общественное пространство на кровле здания, где можно будет отдохнуть, позаниматься спортом или провести мероприятие». Она отмечает, что среди наиболее востребованных видов внутренней инфраструктуры в элитных жилых комплексах паркинги, лобби и служба консьержа, а также места для хранения. Наиболее невостребованные виды внутренней инфраструктуры — зимний сад, бильярдная и сигарная комната, и спа-комплекс.

Валерий Емельянов, аналитик ИК «Фридом Финанс», замечает, что сегодня можно назвать по крайней мере две инфраструктурные петербургские особенности организации пространств. «Это дома с террасами и общественные сауны. В случае с террасами (используемыми крышами) — это часть мирового тренда, их часто отводят под зоны отдыха, зеленые уголки, поля для гольфа и даже бассейны. А вот идея с саунами позаимствована у финнов», — говорит эксперт.

Госпожа Кравцова отмечает, что девелоперы часто в вопросах внутридомовой инфраструктуры опираются на опыт развитых рынков. Из успешных зарубежных примеров организации общественных пространств госпожа Кравцова выделяет

элитные лондонские комплексы Bramah с видом на Темзу и The Lancasters с окнами квартир, выходящими на Гайд-парк. Их главная особенность состоит именно в организации внутренней инфраструктуры и общественных пространств: несмотря на небольшие метражи апартаментов, для жителей работает спа-комплекс с бассейном и фитнес-центром, служба сервиса в формате 24/7 с полным набором услуг — от приема почты до заказа бизнес-джета, подземный паркинг, собственный сад, ресторан, пекарня, детская гостиная и супермаркет.

Разумеется, создание дополнительной инфраструктуры влияет на стоимость квартиры, ведь проектирование такой инфраструктуры требует нестандартных решений. У покупателей также часто возникает вопрос, как подобные зоны будут влиять на оплату проживания в подобных жилых комплексах. Шахбан Курбанов, главный инженер проектов компании «Метрополис», утверждает, что влияние на эксплуатационную стоимость минимально. «Еще на этапе проектирования девелоперы заботятся, чтобы у подобных локаций были свои операторы. Так, в премиальных жилых комплексах свои спортивные зоны организуют известные фитнес-клубы. Для них это способ прорекламировать себя и повысить узнаваемость бренда, а для девелопера — возможность увеличить уникальность своего проекта и как следствие — спрос. Этот симбиоз девелоперов и операторов также влияет на сферу проектирования, появляются уникальные решения и используются новые технологии. Если ранее рынок проектирования жилых комплексов был нишей типовых решений, то сейчас он трансформируется в абсолютно творческую историю», — говорит эксперт.

РАСПРЕДЕЛИТЬ НАГРУЗКУ Разумеется, все эти опции стоят денег, причем немалых. Цена их зависит прежде всего от себестоимости содержания объекта инфраструктуры, затрат на персонал, обслуживающий эти объекты, и прочих деталей. Также цена зависит от количества квартир (собственников), между которым распределяется оплата. «Скажем, если в комплексе 100 и более квартир, то содержание детского уголка или спа-комплекса

существенным образом на стоимости платежей для жильцов не скажется. Однако если объект представляет собой клубный дом на 10–20 лотов, то любая инфраструктурная нагрузка будет ощутима. К примеру, в комплексе резиденций „Императорский яхт-клуб“ эксплуатационные расходы составляют 210 рублей за квадратный метр, в то время как в более масштабном Novard Palace — 158 рублей», — подсчитала госпожа Доброхотова.

Она обращает внимание, что в Москве в последнее время закрытую и дорогостоящую инфраструктуру в новых проектах строят все меньше: из-за нежелания собственников переплачивать за «приятные излишества» девелоперы вынуждены оптимизировать проекты, стараясь обеспечить лишь необходимые, но качественные услуги за приемлемую для жильцов плату.

«Закладка бассейна чаще всего не оправдана даже в жилье бизнес-класса и выше, а потому редко встречается. Стоимость бассейна вместе с содержанием обойдется минимум в 1,5–2 млн рублей за первый год и еще по 200–500 тыс. в каждый последующий. Если раскидать эти деньги на небольшой ЖК (до 100 квартир), то жильцам это будет невыгодно. Не все им пользуются, а доплата к содержанию дома выйдет в 1,5–2 тыс. рублей на каждую квартиру. С другой стороны, если сделать бесплатный бассейн в крупном ЖК, где несколько сотен квартир, то такой бассейн очень быстро превратится в помойку. И опять же не все захотят оплачивать его существование. Сбор платы за бассейн станет для управляющей компании большой проблемой», — рассуждает господин Емельянов.

Тамара Попова, начальник отдела развития продуктов и разработки концепций группы RBI, добавляет: «Если, например, взять дома с бассейнами, то стоимость эксплуатации зависит от его габаритов, а платежи жителей зависят от числа самих жителей. Чем камернее дом, тем, при равной стоимости эксплуатации, выше платеж конкретной квартиры. В таких домах квитанция всегда заметно выше — ближе к 250–300 рублей за метр площади, в домах без бассейнов — 150–200 рублей».

Она полагает, что девелоперу всегда важно соблюдать баланс между оригинальностью инфраструктуры и платой за

ее обслуживание. «В нашем комплексе Futurist, на мой взгляд, эти две составляющие приведены в гармонию. В элитном доме „Крестовский IV“ тоже будет клубная спа-зона, оптимальная для объекта из 11 квартир и отражающая статус этого места. Из примеров, где объем такой инфраструктуры, на мой взгляд, чрезмерен, я обычно вспоминаю один проект, где создан огромный зимний сад. Это очень красиво, но требует значительных затрат на содержание», — говорит госпожа Попова.

Станислав Алексеенко, руководитель отдела строительного аудита и управления проектами Knight Frank St. Petersburg, считает, что наиболее затратный для девелопера вид внутренней инфраструктуры — это подземный паркинг, себестоимость строительства которого может составлять 6,2–9,4% от бюджета проекта. Себестоимость бассейна и спа-зоны ниже — 1,7–2,6% и 0,8–1,2% от бюджета проекта соответственно. «К самым недорогим относятся библиотека, консьерж-сервис, сигарная, винная и детская комнаты — в среднем до 0,4% от бюджета проекта», — отмечает он.

Александр Коваленко, коммерческий директор ГК «РКС Девелопмент», рассказал: «Многое зависит от класса недвижимости, качества используемых материалов, брендов используемых материалов, стоимости брендовых дизайнеров и, конечно, количества квартир, на которые делаются эти расходы. Например мы рассчитывали, что стоимость пяти бассейнов в нашем жилом комплексе Holiday House в Анапе обойдется в 200 рублей в месяц на одну квартиру. То есть 2400 рублей в год с квартиры. Думаю, это недорого».

Он считает, что если стоимость расходов за инфраструктуру превышает 1–1,5 тыс. рублей с квартиры в эконом-классе, это не понравится жильцам комплекса. Именно поэтому не все объекты инфраструктуры функционируют после того, как застройщик заканчивает строительство комплекса и финансирование объектов инфраструктуры. Например, некоторые застройщики устанавливают фонтаны в качестве инфраструктурных объектов, которые не используются после того, как застройщик заканчивает строительство и финансировать фонтан начинают сами жители. ■

ИПОТЕКА ПОД МИКРОСКОПОМ

В БОЛЬШИНСТВЕ КЛАССОВ ПЕРВИЧНОГО РЫНКА ЖИЛЬЯ ДОЛЯ СДЕЛОК С ИПОТЕКОЙ ПЕРЕВАЛИЛА ЗА 50%, В ЛЮКСОВОМ СЕГМЕНТЕ КОЛИЧЕСТВО ПРИОБРЕТЕНИЙ С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ ЖИЛИЩНЫХ КРЕДИТОВ ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ТОЖЕ ВЫРОСЛО, НО ВСЕ РАВНО ПОКА НЕ ПРЕВЫШАЕТ 25%. ХОТЯ СЕГОДНЯ СТАВКИ ПО ИПОТЕЧНЫМ КРЕДИТАМ ДЕЛАЮТ ИХ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ ДАЖЕ ДЛЯ СОСТОЯТЕЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ. РОМАН РУСАКОВ

Стоимость жилья элитного класса в Санкт-Петербурге начинается ориентировочно с 30–40 млн рублей. Как правило, покупатели такого жилья — это собственники бизнеса. Уровень дохода чаще всего позволяет им приобрести жилье за счет собственных средств. Но при существующих сниженных кредитных ставках воспользоваться ипотекой выгоднее:

деньги, которые можно было направить на покупку жилья, могут принести больше пользы, работая в бизнесе, отмечает Нани Меребашвили, директор филиала компании «Бест-Недвижимость» в Санкт-Петербурге.

С ней согласна Маргарита Смышляева, руководитель Urbanus.ru и премии Urban Awards в Санкт-Петербурге. «В элитном

сегменте мотивация ипотечных заемщиков несколько отличается от того, что наблюдается в комфорт-классе и нижних фракциях бизнес-класса. Там заемные средства в большинстве случаев выступают единственным источником ликвидности для покупки жилья. Аудитория высокобюджетных новостроек, как правило, располагает достаточными ресурсами для

покупки желаемого объекта, но эти ресурсы уже могут быть вложены в бизнес, ценные бумаги или финансовые операции. Соответственно, их извлечение будет сопровождаться куда большими потерями, чем переплата по кредиту, которая к тому же постепенно сокращается по мере уменьшения ставок», — указывает госпожа Смышляева. → 88