



Максим Антипин, основатель и главный архитектор ООО «АРХИГРУП»:

«Главный тренд — максимальная эмоциональная функциональность каждого квадратного метра»

В последние годы требовательность потенциальных покупателей квартир заметно выросла. Причиной тому многообразие качественных предложений со стороны застройщиков, появившихся в результате активной командной работы специалистов отдела продаж, маркетологов, архитекторов и дизайнеров. С изменением уклада жизни меняется и планировочная организация многоквартирных домов. Резко возрастает ценность времени, и для его экономии необходима оптимизация логистики и процессов как внутри дома, так и вне его. В современном формате квартиры условно поделена на части с персональным набором функциональных помещений, количество которых зависит от состава семьи.

Я считаю, что в будущем продолжится качественное развитие эргономики квартир. Прихожая окончательно войдёт в состав проходной общей комнаты. Упразднится столовая, став частью трансформируемого пространства кухни. В детскую переместится пространство игровой зоны, появится отдельный гардероб, совмещённый с кладовой для хранения игрушек. В гардеробной хозяев выделится пространство постирочной с зоной для глажения и примерки одежды. Станет обыденным наличие сантехприборов в составе унитаза, писсуара, биде, душевых кабин и даже сауны. Уже сейчас в современных многоквартирных домах общественная часть обогатилась новыми простран-

ствами: подземный паркинг, индивидуальные кладовые, колясочные. Заметно вырос в размерах и функциональности холл.

По моим прогнозам, в будущем в состав общественной части войдут площади, где можно будет устраивать массовые общедомовые мероприятия и даже работать за компьютером, проводить время с детьми и заниматься спортом.

Массовое распространение получают сити-фермы, коворкинг-центры интегрируются в состав жилых комплексов. Появятся новые виды сервиса, такие как прачечные, пункты приёма и выдачи заказов через интернет.

Придомовая территория и благоустройство уже сейчас становятся важными составляющими жилых комплексов. В дальнейшем их роль и качество исполнения будут только расти.

Не все идеи архитекторов получают активную поддержку со стороны общества, людям необходима адаптация к их новаторским решениям.

Именно взаимодействие с активной общественностью позволяет нам создавать проекты с максимально положительной оценкой, устранять погрешности ещё на стадии проектирования, а не после сдачи объекта в эксплуатацию. Это значительно экономит средства заказчика и повышает лояльность покупателей.

тел. 8-951-952-41-34

your_archigroup
 archifriend



Иллюстрация ООО «Архигрупп»

Если сравнивать требования сегодняшнего покупателя с его пожеланиями, скажем, лет пять назад, то сейчас куда большее значение приобретает индивидуальность. Дизайнеры говорят, что запрос на это был всегда, но отличие нынешней индивидуальности в том, что ставка делается не на бренды. Значимость конкретных брендов падает, и если раньше какой-то элемент интерьера «от бабушки» считался признаком бедности, то сейчас это как раз «фишка».

Запрос на персонализированное пространство связан с ростом популярности социальных сетей. Пермские дизайнеры отмечают, что, подбирая даже самую мелкую деталь интерьера, сегодняшний покупатель, особенно если это молодая пара, уже подсознательно прикидывает, как это будет смотреться при выкладывании фотографий в соцсетях, — появляется элемент «лайкового» мышления.

Современный подход определяется ещё одним трендом — дизайн на годы вперёд, опять же во многом по экономическим причинам. Большинство покупателей отдают себе отчёт в том, что менять интерьер раз в один-два года очень накладно, отсюда и попытка найти элементы обустройства квартиры, которые не выйдут из моды максимально долго — 5, 10, а то и 15 лет.