

КОМФОРТ ПРИБЛИЖАЕТСЯ К БИЗНЕСУ

СМЕЩЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА В СЕГМЕНТ «КОМФОРТ», ПО МНЕНИЮ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ГОРОД» ДМИТРИЯ БРЫЗГАЛИНА, ВЫГЛЯДИТ ВПОЛНЕ ЗАКОНОМЕРНЫМ. ПО МЕРЕ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЫБОР СТАНОВИТСЯ МНОГОФАКТОРНЫМ.

ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

GUIDE: Дмитрий Анатольевич, какие тенденции существуют на рынке жилья?

ДМИТРИЙ БРЫЗГАЛИН: Основная тенденция — изменение модели принятия решений покупателем при выборе квартиры. Количество факторов, влияющих на выбор жилья, растет. Раньше подход к выбору квартиры ограничивался тремя критериями: цена, близость метро и магазинов «шаговой доступности». По мере развития рынка вполне закономерно повышается и планка покупательских требований. Сейчас покупателя больше интересует комфортность среды проживания в целом. А это и грамотные планировочные решения, и организация инфраструктуры и мест общественного пользования (консьерж, охраняемая территория, лифт в паркинг), и месторасположение комплекса — близость парковых зон, транспортная доступность, наличие предприятий сферы услуг и пр. Преимущество на стороне тех проектов, которые предусматривают комплексные решения. Сегмент «комфорт» не может стоять на месте: отличительной особенностью последних лет стало появление в объектах массового строительства опций, которые заявлялись ранее исключительно в бизнес-классе. В своих проектах мы не экономим на приятных мелочах.

Г: Что это за мелочи?

ДБ: Широкий выбор планировочных решений, продуманная организация холлов, лифтовых площадок, колясочных, а также безопасный двор с видеонаблюдением и вся необходимая жильцам инфраструктура на первых этажах комплекса — все эти параметры становятся необходимым условием успешной реализации квартир. Не стоит забывать и о качественных характеристиках жилья. В наших жилых комплексах предусмотрен отапливаемый подземный паркинг (спуститься в который можно на лифте прямо с лестничной площадки), радиально-лучевая поквартирная разводка системы отопления (которая позволяет обойтись без привычных стояков в квартирах), пассажирские и грузопассажирские лифты известных мировых брендов (OTIS), высококачественные системы остекления от ведущих европейских производителей (REHAU).

Г: Что важнее для будущих владельцев квартир: близость метро или количество машино-мест в паркинге?

ДБ: Взгляд на транспортную доступность в узком смысле, как на расстояние до метро, сегодня характерен в основном для вторичного рынка. Покупатели квартир в строящихся домах, особенно ориентированные на сегмент «комфорт», обращают внимание в первую очередь на развитие сети улиц и магистралей, наличие выездов в центр города и из города, удобство парковки. По данным внутренней статистики ГК «Город», 75% наших покупателей имеют в своем распоряжении личный автомобиль, поэтому качество жилой среды становится важнее «минут до метро».



Г: Используется ли в Петербурге опыт зарубежных стран?

ДБ: Мы уверены, что проекты, относящиеся к полноценному сегменту «комфорт», можно осуществить исключительно в рамках квартальной застройки, формируя цельную и однородную среду. Переход от строительства квадратных метров к формированию комфортной жилой среды — это и есть самое актуальное применение мирового опыта на петербургском рынке.

Г: Каковы перспективы развития рынка?

ДБ: На сегодняшний день освоена большая часть кварталов Северо-Приморской части (ограниченной Планерной улицей, Шуваловским проспектом, Камышовой улицей и улицей Савушкина), которая была одним из основных «локомотивов» жилищного строительства в последние шесть-семь лет. Можно предположить, что в ближайшие годы на севере города будут застраиваться бывшие сельскохозяйственные Каменки, а также территории вблизи поселка Парголово. Кроме того, вектор нового строительства обратится на юг, в частности, будет развиваться юго-западная приморская часть. Появление новых масштабных проектов в юго-западной части Петербурга вполне закономерно. Красносельский район

перестает восприниматься «окраиной» — он преобразуется буквально на глазах: на смену приходит современная городская территория, отвечающая самым высоким критериям комфорта. Вместе с ГК «Город» жилую среду района формируют другие известные застройщики. У нас есть все основания рассчитывать на растущий интерес потенциальных покупателей к юго-западу.

Г: Чем же так привлекателен юго-запад?

ДБ: Во-первых, здесь благополучная экология. Красносельский район — один из самых «зеленых» в городе, площадь его зеленых насаждений достигает 600 га. В юго-западной приморской части располагается несколько парков: Новознаменка, Южно-Приморский и Полежаевский. Во-вторых, это район с хорошим уровнем транспортной доступности. В отличие от севера, здесь не актуальна проблема железнодорожных переездов. В дальнейшем доступность района улучшится за счет новых станций метро («Брестская», «Казаковская»), строительства новых участков ЗСД, новых выездов на КАД. Кроме того, застройка в масштабе целого квартала позволяет изначально предусмотреть в составе жилого комплекса всю необходимую инфраструктуру, а сам комплекс оснастить передовыми для сегмента опциями.

Г: Как вы оцениваете итоги 2012 года?

ДБ: Они нас вполне устраивают. ГК «Город» развивалась чрезвычайно динамично. Об этом говорят многие индикаторы. Так, численность сотрудников выросла на 40%. Мы начали строительство ЖК «Прибалтийский» на 130 тыс. кв. м жилья. Стартовала вторая очередь ЖК «Ленинский парк». Правильность выбранной нами стратегии подтверждается востребованностью со стороны покупателей. В жилом комплексе «Ленинский парк» уже продано более половины квартир, а в «Прибалтийском» — треть, что с учетом более поздней сдачи — тоже немало.

Г: Что планируете на 2013 год?

ДБ: Сейчас в стадии проектирования находится жилой комплекс в Приморском районе. Это тоже очень перспективный район. На углу улиц Оптиков и Туристской мы собираемся построить 45 тыс. кв. м жилья, со встроенными помещениями и подземным паркингом. Характеристики комплекса будут схожи с уже существующими. В первой половине года планируем вывести его в продажу и закончить строительство в течение двух лет.

Г: Какими видите будущих жильцов?

ДБ: Мы их видим каждый день, когда они приходят в наш офис продаж. Много молодых людей до 30 лет, которые приобретают свое первое жилье. Их интересуют в основном небольшие метражи и «европейские» планировки. Покупатели старше 35 лет, как правило, улучшают свои жилищные условия. Среди них много руководителей, владельцев бизнеса, поэтому не прекращается спрос на видовые квартиры, квартиры с террасами. В принципе мы предлагаем самые разные варианты — по метражу, планировкам, отделке: от небольших студий до двухуровневых видовых квартир. Чтобы каждый мог найти для себя наиболее комфортное жилье.

Г: Где находится ваша «территория комфорта»?

ДБ: Скорее не «где», а «когда». Наиболее комфортно я себя чувствую, когда есть время пообщаться со своими близкими. Чтобы дарить добро и счастье людям, порой приходится лишать каких-то удовольствий самого себя. Я, например, часто задерживаюсь в офисе допоздна. Иногда я вынужден раньше заканчивать утреннюю тренировку, чтобы успеть на совещание. Семья редко меня видит: когда я ухожу, дочь еще спит, когда прихожу — уже спит. Поэтому свободное время мы всегда проводим вместе с семьей, любим отдыхать на природе.

Г: А что для вас комфорт на работе?

ДБ: Когда команда сплоченно и качественно выполняет задание. Когда каждый сотрудник на своем рабочем месте чувствует себя удобно. Офис должен быть просторным, светлым, удобным, с большими окнами и холлами. Когда у сотрудников хорошее настроение, они работают с удовольствием и с посетителями общаются с радостью. ■