

ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

АЛЕКСАНДР ВАХМИСТРОВ,
генеральный директор,
председатель правления
ОАО «Группа ЛСР»

Родился в 1954 году. В 1981 году окончил Ленинградский ордена Ленина институт инженеров железнодорожного транспорта им. академика В. Н. Образцова по специальности «Промышленное и гражданское строительство». В 2000 году — Санкт-Петербургский университет МВД России по специальности «Юриспруденция». Доктор экономических наук.

С 1975 по 1994 год работал на различных предприятиях строительной отрасли, пройдя путь от специалиста до генерального директора, являлся начальником строительного управления № 339 ЛПСМО «Главзапстрой», директором по производству совместной советско-финской инженерно-подрядной фирмы «Лентек», генеральным директором совместного советско-финского строительного предприятия «Филко».

В 1994 году приглашен на работу в Смольный, где в последующие годы был председателем комитета по строительству и вице-губернатором, отвечающим за строительный блок, руководителем администрации Петербурга.

С июля 2010 года — генеральный директор, председатель правления группы ЛСР.

ПАВЕЛ АНДРЕЕВ, руководитель компании Л1

АЛЕКСАНДР БРЕГА, генеральный директор ЗАО «Мегалит»

АРСЕНИЙ ВАСИЛЬЕВ, генеральный директор
управляющей компании группы «Унисто Петросталь»

МИХАИЛ ВОЗИЯНОВ, генеральный директор компании «ЮИТ Санкт-Петербург»

ЮХА ВЯТТО, генеральный директор ЗАО «Лемминкянен Рус»

ЮРИЙ ГРУДИН, генеральный директор ГК «Пионер»,
направление «Санкт-Петербург»

ИГОРЬ ЕВТУШЕНСКИЙ, генеральный директор компании «СПб Реновация»

ОЛЕГ ЕРЕМИН, первый вице-президент ГК «Балтрос»

ВЯЧЕСЛАВ ЗАРЕНКОВ, президент,
председатель совета директоров Etalon Group

ЛЮДМИЛА КОГАН, генеральный директор ЗАО «БФА-Девелопмент»

АЛЕКСАНДР ЛЕЛИН, генеральный директор ЗАО «Ленстройтрест»

МИХАИЛ МЕДВЕДЕВ, генеральный директор ГК «ЦДС»

АНДРЕЙ НАЗАРОВ, генеральный директор ООО «УК „Старт Девелопмент“»

ЕВГЕНИЙ РЕЗВОВ, генеральный директор ЗАО «Строительный трест»

ВАСИЛИЙ СЕЛИВАНОВ, генеральный директор компании Legenda

ЭДУАРД ТИКТИНСКИЙ, руководитель холдинга RBI

ДМИТРИЙ ТРОШЕНКОВ, генеральный директор
ООО «Главстрой-СПб»

ФЕДОР ТУРКИН, председатель совета директоров ГК «Росстройинвест»

ЮУСО ХИЕТАНЕН, генеральный директор «НСС Жилищное строительство»

МАКСИМ ШУБАРЕВ, председатель совета директоров холдинга Setl Group

СЕРГЕЙ ЯРОШЕНКО, генеральный директор ООО «КВС»

РЕГИОНЫ ПО КАРМАНУ ЕДИНИЦАМ

КРИЗИС — НЕ САМОЕ ЛУЧШЕ ВРЕМЯ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ БИЗНЕСА, ПОЛАГАЮТ ЭКСПЕРТЫ. С ДРУГОЙ СТОРОНЫ, ОН ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАНЯТЬ НИШИ, ВЫСВОБОЖДАЕМЫЕ СТАРЫМИ ИГРОКАМИ, НЕ ВЫДЕРЖАВШИМИ НАТИСКА ТРУДНЫХ ВРЕМЕН. ПОЭТОМУ ЭКСПАНСИЯ В РЕГИОНЫ ДЛЯ НЕКОТОРЫХ КОМПАНИЙ В ЭТОТ НЕПРОСТОЙ ПЕРИОД МОЖЕТ ОКАЗАТЬСЯ ВПОЛНЕ УСПЕШНОЙ. ГЛАВНОЕ — ИМЕТЬ СВОБОДНЫЕ РЕСУРСЫ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Как правило, говорят эксперты, большинство выходов компаний в регионы происходит в некотором смысле случайно, когда подворачивается потенциально прибыльный проект за относительно небольшие деньги. Целенаправленно экспансию в регионы планируют лишь единицы, как правило, крупные системообразующие холдинги. В результате в России от силы десяток строительных холдингов на постоянной основе работают одновременно в нескольких регионах страны.

Михаил Каплун, директор отдела управления строительством CBRE, считает, что целесообразность выхода в регионы обуславливается наличием развитого или развивающегося строительного рынка в регионе и реальных проектов, которые позволят выйти в данный регион. «Выход может быть под конкретный разовый проект, с разворачиванием временного офиса, наймом локального персонала и с привлечением командированного персонала из основного офиса. Выход может быть и с расчетом на возможный поток проектов в будущем и с открытием постоянного офиса, но опять-таки начало должно быть взято при наличии реального проекта в данный момент. В таком случае разворачивание офиса идет с расчетом на проект и на оборот компании, которые должны обеспечить безубыточную работу на протяжении расчетного срока существования даже с учетом временного отсутствия проектов», — говорит господин Каплун. Он отмечает, что возможно создание представительства крупной строительной компании, цель которой будет поиск и развитие бизнеса и без наличия конкретных проектов в данный момент — такой выход в регионы можно рассматривать как своего рода венчурный стартап.

Елена Валуева, директор по маркетингу Mirland Corporation, отмечает: «Не менее важным вопросом всегда остается инвестиционная привлекательность того или иного сегмента рынка в регионе, а также конкретного проекта, заинтересованность местных властей в привлечении новых девелоперов в свои регионы. Например, у нашей компании есть проекты торговых

центров в Ярославле и Саратове, проекты развития складской недвижимости в Саратове и Новосибирске, офисные и жилые проекты в Москве, жилой проект в Санкт-Петербурге. В каждом случае мы тщательно оценивали перспективы проектов. Есть целый ряд игроков (девелоперов и подрядных строительных организаций), которые имеют проекты более чем в трех регионах. Это могут быть либо сетевые проекты одного сегмента недвижимости (например, торгово-развлекательные центры, склады), либо успешная модель строительства жилья массового сегмента, либо, как у нас, диверсификация проектов по сегментам коммерческой и жилой недвижимости».

ТРЕБУЕТСЯ БАЗА Чаше всего в регионы идут столичные компании. В регионах себестоимость реализации проектов ниже, а процедура получения документации проще. Но эксперты отмечают, что необходимо понимать особенности рынков и реализации строительных проектов. Открытие филиала в регионе не требует существенных затрат. Важно, будет ли компания привлекать подрядчиков или самостоятельно возводить объекты. «Для самостоятельного строительства необходимо иметь некую базу (минимум — строительную технику)», — говорит Александра Смирнова, директор направления инвестиционного брокериджа NAI Весаг в Санкт-Петербурге.

Все эксперты при этом в один голос говорят, что оборот компании не является определяющим фактором при принятии решения о выходе в регионы. «Намного важнее административные и организационные ресурсы: готова ли компания к появлению удаленного подразделения, есть ли компетентные руководители, способные создать успешные и сплоченные команды в регионах», — перечисляет Денис Максимов, коммерческий директор трубного завода «Икапласт».

Не менее важно для выхода в другой регион иметь и контакты с администрацией области или края, ведь нередко чиновники тем или иным способом связаны с местным бизнесом, который не заинтересован в появлении сильных конкурентов. → 36

СТРОИТЕЛЬСТВО