

МЕНЬШЕ МЕТРОВ, БОЛЬШЕ ОПЦИЙ

НА ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ПЕТЕРБУРЖЦЕВ О КОМФОРТЕ ОКАЗЫВАЮТ ВЛИЯНИЕ ВЕЛИКАЯ ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ВОЙНА И МИРОВОЙ ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС, ЕВРОПЕЙСКИЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И СУРОВЫЙ МЕСТНЫЙ КЛИМАТ, ПРАКТИЧЕСКАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ И СИЮМИНУТНЫЕ ЖЕЛАНИЯ. ОБ ОЖИДАНИЯХ ПОКУПАТЕЛЕЙ РАССУЖДАЕТ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ГК «РОССТРОЙИНВЕСТ» НИНА КРЕСЛАВСКАЯ. ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА



GUIDE: Какие новые особенности покупателями спроса на рынке жилищного строительства вы можете отметить?

НИНА КРЕСЛАВСКАЯ: Покупатели стали отдавать предпочтение более компактному жилью. Это касается всех сегментов — и эконом-, и комфорт-, и бизнес-, и премиум-класса. Думаю, это отголоски мирового финансового кризиса 2008–2009 годов. Несмотря на то, что многие страны кризис преодолели, Россия, как мы знаем, попала в тяжелую экономическую ситуацию еще и в 2014 году — и ее последствия мы наблюдаем и по сей день. Хотя страна успешно преодолевает кризис, но это ощущение еще живо в головах людей, и поэтому, конечно, они стремятся экономить. Отсюда и желание купить жилье меньшей площади. Тем не менее требования потенциальных покупателей к объекту покупки становятся более высокими в том, что касается планировочных решений, качества используемых материалов, благоустройства, транспортной доступности, наличия развитой социальной и коммерческой инфраструктуры.

G: То есть «лучше меньше, да лучше»?

Н. К.: Да. Покупатель хочет заплатить умеренную цену, но получить как можно больше с точки зрения комфорта для жизни. В принципе, это нормальное желание. Все так хотят жить.

G: ГК «Росстройинвест» в этом году вышла на московский рынок недвижимости. Можете ли вы сравнить предпочтения потенциальных покупателей в Петербурге и Москве?

Н. К.: Представления петербуржцев и москвичей о комфортном жилье отличаются. И мне кажется, это обусловлено историческими причинами — нашим советским прошлым. Ленинградцы привыкли довольствоваться малым. Особенно после окончания войны: выжившие в блокаду, выстоявшие в боях, они были рады просто тому, что живы и могут восстанавливать свой город и свою страну. Жизнь в коммуналке не казалась им дискомфортом. Только сейчас — теперь уже петербуржцы — стали задумываться о том, что вообще такое комфорт.

А Москва — это же столица нашей родины, лицо нашей страны. В столицу приезжали иностранцы — они должны были видеть, как хорошо живут люди в СССР. Поэтому в Москве довольно давно возникла тенденция к строительству настоящего элитного жилья. Например, были сталинские высотки для элиты советского общества — прежде всего для выдающихся деятелей культуры, науки, искусства. Это совсем другой уровень комфорта.

G: Эта тенденция сохраняется и сегодня?

Н. К.: Да. И это тоже объяснимо. Москва — более богатый город, там крупные компании платят налоги, там и у создающих проекты девелоперов больше возможностей, и у потенциальных покупателей больше денег и выше требования. Безусловно, кризис коснулся всех, но если сравнивать Москву и Петербург, в Белокаменной возможностей больше.

G: Что сегодня нужно покупателю и можно ли предусмотреть все потребности будущих жильцов?

Н. К.: Будущим жильцам в первую очередь необходимы безопасность и комфорт. Для каждого сегмента критерии разные, и предусмотреть все невозможно. Но ключевые для любого сегмента потребности должны быть удовлетворены. В классах эконом и комфорт очень важно наличие социальной инфраструктуры (детские сады, школы, поликлиники), хорошая транспортная доступность, качество благоустройства — то, что сегодня называется созданием комфортной среды. Потенциальным покупателям квартир в более высоких ценовых сегментах все это, конечно, тоже необходимо, но вдобавок они стремятся к изолированности и безопасности.

G: Какого рода безопасность вы имеете в виду: пожарную, строительную?

Н. К.: Это даже не обсуждается. Все проекты проходят экспертизу, поэтому строительная безопасность — это само собой. Она заложена в проекте. Я говорю о закрытых дворах, дворах без автомобилей, камерах наблюдения, домофонах, консьержах и тому подобных мерах. Это сегодня очень важно.

G: А каких планировочных решений хочет покупатель?

Н. К.: Сегодня востребованы так называемые европланировки — квартиры с большой кухней, где предусмотрена зона для общения. На самом деле, в других странах такие планировки востребованы уже давно, теперь к этому приходим и мы. То же можно сказать и о гардеробных, нескольких санузлах в квартирах с большой площадью, больших площадях остекления... Мы все это стараемся делать: большие кухни с зоной для общения, отдельные гардеробные, несколько санузлов, место для шкафа или гардеробной в прихожей, место для стиральной машины в санузле, окно в ванной комнате.

G: В ванной комнате?

Н. К.: Для нас это странно, а за границей весьма распространено и, в общем-то, востребовано. Это прерогатива элитного жилья. Хороший вид из окна — это приятный бонус. Если окно с видом на парк или на воду — это прекрасно. Правда, у петербургских застройщиков не так много подобных возможностей. Видовыми чаще бывают гостиные и другие общественные зоны. Мы стараемся делать большие окна и вообще большие площади остекления, где только возможно.

G: Это такая очень петербургская история, нам всегда света не хватает.

Н. К.: История на самом деле московская: именно там в свое время стали делать большие окна. Но и в Петербурге она стала очень актуальной. Правда, тоже в основном в высоких сегментах.

G: Архитектура также раньше была атрибутом высоких сегментов, но сегодня пришла и в комфорт-класс, и в эконом. Для покупателя действительно так уж важно, как выглядит дом?

Н. К.: Покупатели действительно сегодня более внимательно оценивают внешний вид дома. Но мы идем от внутреннего к внешнему — от содержания к эстетике. Всем приятно, когда объект выглядит достойно, но если внутри он неудобен, то внимание покупателя может переключиться на другие проекты.

G: Любой архитектурный изыск заведомо делает объект дороже. Как вам удастся

сделать и эстетично, и доступно для покупателя?

Н. К.: При разработке архитектурной концепции нужно, чтобы сначала поработали маркетологи и определили, какой класс жилья лучше всего строить именно в этом месте. Кроме того, необходимо всегда ставить себя на место будущего покупателя и представлять себе, чего бы ты хотел. Все это — а также наличие собственной архитектурной мастерской — помогает нам не экономить на архитектуре и при этом не задирает цену для покупателя.

G: Что такое «территория комфорта» лично для вас?

Н. К.: Квартира должна быть удобно расположена, чтобы поблизости было все необходимое для жизни и чтобы легко было добираться до нужных мест. В ней я должна чувствовать себя в абсолютной безопасности. Мне необходимо пространство, где я могла бы заняться своими личными делами (поработать, например), пространство для отдыха и совместного общения, а также небольшое пространство для ежедневных занятий спортом.

G: Год подходит к концу, каковы его итоги для строительной отрасли?

Н. К.: Что касается всей строительной отрасли, то на рынок было выведено очень много новых проектов, которые готовились годами, в итоге объем предложения стал слишком большим, а рентабельность строительных компаний упала. Это минус. Плюс — значительно снизился процент ипотечной ставки, это дает покупателям дополнительные возможности.

G: ГК «Росстройинвест» в этом году отметила свое пятнадцатилетие. Чем запомнился 2017-й, какие планы строите на 2018-й?

Н. К.: Мы в этом году сдаем два инвестиционных проекта и один бюджетный объект, на следующий год запланированы три объекта. Мы делаем все возможное, чтобы объекты были сданы в срок, а некоторые сдаем даже с опережением графика. Надеюсь, эта тенденция сохранится и в будущем. В следующем году должны выйти на рынок с новым проектом в Москве. Так что живем, работаем — и будем работать. Будем продолжать развиваться, несмотря ни на что. ■