

Review Первые лица

МАНГАЗЕЯ

«К нам приходят те, кто выбирает образ жизни для себя и своих детей»

Большой объем строящихся жилых проектов обостряет конкуренцию среди столичных девелоперов, а настроение покупателей постоянно эволюционирует. О том, как повысить привлекательность собственного проекта и почему через десять лет все новые жилые комплексы превратятся в экосистемы, в интервью „Ъ-Дом“ рассказал глава ГК «Мангазея» **Сергей Янчуков**.

— интервью —

— Объем жилищного строительства постоянно растет, выходит много проектов с интересными концепциями. Вы чувствуете рост конкуренции?

— Да, конечно. Рынок растет и в количественных, и в качественных показателях. Недостаточно просто строить — девелоперы соревнуются в том, кто предложит лучший продукт. Речь идет как о повышении качества самих строительных работ, так и материалов, которые используются, самой концепции и сопутствующих услуг.

— Что больше меняет рынок — конкуренция со стороны девелоперов или новые настроения покупателей? Они стали более придирчивы?

— Конкуренция влияет достаточно сильно. Строительство жилья — это динамичный и живой бизнес, в котором работает не один десяток компаний. Сейчас застройщики конкурируют как за проекты, так и за покупателей. Но и люди становятся более требовательными, меняется среда, соответственно, меняются и запросы. Сейчас очень важно наличие экосистемы: какие инфраструктурные объекты имеются, и есть ли запрос на новые в районе. Застройщик должен оценить возможности района и предложить новым жителям что-то, чего до того в округе не было. Если рядом с ЖК уже есть крупный торговый центр, предусматривать на первом этаже 3 тыс. м под продуктовый магазин не имеет смысла — лучше сделать небольшие лавки с фермерскими продуктами, свежим хлебом, детские развивающие центры. ЖК становится частью района, в котором строится, и первые этажи должны удовлетворять в том числе потребности тех, кто живет рядом. Задача девелопера — заранее позаботиться об этом и обеспечить лучшие условия для жизни.

— Речь идет об управлении проектом?

— Да, это все связано. Многие вещи уже после сдачи объекта необходимо реализовывать в рамках управляющей компании, устраивать жизнь человека в жилом комплексе в рамках экосистемы. Мир меняется, и люди уже не хотят просто так покупать метры, не обращая внимания на то, что творится вокруг. Хотя, конечно, по-прежнему локация и цена выступают ключевыми факторами принятия решения, но уже далеко не единственными.

— Для вас управляющая компания — это собственный бизнес?

— Мы создали свою управляющую компанию. Это решение приняли, увидев, что происходит с одним из наших первых проектов, где управляющая компания была сторонняя. Места общего пользования, над которыми мы в свое время очень много работали, практически утратили свой функцио-



мер, размещать в каждом жилом комплексе фитнес-клуб или другие досуговые мощности?

— Зависит от конкретного комплекса. Конечно, если речь идет о квартальной застройке, эти вопросы нужно решать. Например, в жилом комплексе «Ты и я» есть и футбольное поле, и теннисные корты, и басейн. Это полноценный современный ФОК — не в каждом ЖК есть возможность выйти из дома и поплавать в 25-метровом бассейне. Мы отдельно выбираем собственников коммерческих помещений, объекты, которые там будут располагаться. Стараемся, чтобы эти были не однотипные магазины с алкоголем по всему жилому комплексу, а, например, детские развивающие кружки, медицинские центры...

выбирают образ жизни для себя и своих детей на длительное время. Это не покупка на год или два. Поэтому так важно качественно разработать продукт, реализовать его и создать экосистему, где люди могут почувствовать себя в среде, которая им помогает. Все это может значительно улучшить качество жизни.

— Насколько отсутствие такой экосистемы будет способствовать появлению дисконта, снижению цены?

— Создание экосистемы и повышение качества проекта — долгосрочная инвестиция. Да, сделав ее, ты разом не продашь 1 кв. м на 10% или 20% дороже, но ты работаешь над лояльностью и выстраиваешь доверие к себе и своей компании у большого количества людей. Через какое-то время такой подход однозначно себя оправдает.

— Существуют ли какие-то инфраструктурные решения, которые вы считаете особенно выигрышными?

— Комплекс «Ты и я» — наш первый опыт квартальной застройки. Здесь мы смогли реализовать многие задумки в полной мере и через полтора года сможем сказать, удались они или нет. Сейчас я считаю важным шагом развитие и улучшение не только наших продуктов, но и сервисных направлений в наших ЖК.

— Что, как вы думаете, может принести успех проекту?

— Качество. То, как мы строим, — это очень важная история. Во-вторых, надежность: каждый свой комплекс мы сдавали значительно раньше срока, сохраняя высокое качество. Это формирует наш имидж надежного застройщика и определяет доверие наших клиентов. Также важное место занимает развитие инфраструктуры.

— Какие дополнительные сервисы она может предоставлять?

— Сейчас мы стараемся находить для людей новые интересные услуги. Например, у современного человека нет возможности даже постирать себе рубашку. Он должен понимать, что о нем заботятся. Важно, чтобы житель понимал: вот он попробовал сам что-то сделать, а вот заказал услугу — и это получилась не дорожно, а лучше и удобнее.

— Как технически они будут предоставляться?

— Сейчас мы находимся в стадии разработки этого вопроса, это будет сформулировано в следующем году. Пока я представляю себе, что в идеале речь пойдет о мобильном приложении, в котором будут собраны все доступные сервисы, нужные, современные и качественные.

— Как вы определяете, какие именно услуги будут востребованы? Проводите опрос потенциальных жильцов или пользуетесь чужим опытом?

— У нас этим заняты сильные специалисты. Мы смотрим, изучаем лучшие практики в России и в мире, работаем со статистикой, проводим опросы.

— Во многие проекты сегодня приглашают именитых архитекторов, насколько это важно и помогает повысить стоимость жилья?

Архитектура — это не только рисунок фасада, это более сложная система, которая в дальнейшем программирует человека на определенный сценарий жизни

— С какими проблемами вы столкнулись, создав свою управляющую компанию, какие выявились сложности, а что прошло гладко?

— Больших проблем не возникало, с людьми все проходит отлично. Я боялся, что будет сложность со сбором платежей, но их пока не возникало. Понятно, что как бизнес управляющая компания не очень прибыльная история, но она очень важна с точки зрения сопровождения наших покупателей.

— Это очень важно, хотя больше применимо к домам бизнес-класса и элитным. Но, безусловно, это работает и в случае с комфорт-классом: хорошие архитекторы приносят свое видение, новые решения. Архитектура — это не только рисунок фасада, это более сложная система, которая в дальнейшем программирует человека на определенный сценарий жизни. Расположение зданий, соотношение друг к другу, иерархию общих и личных пространств в самой квартире, пропорции окон, планировочные решения квартир именно архитекторы привносят в проект. Не все наши российские архитекторы это делают.

— Каким критериям вы следовали, выбирая участки под собственные проекты?

— Мы в первую очередь смотрим на участки в границах старой Москвы, оцениваем их с точки зрения экономической привлекательности. Есть масса вопросов, связанных с сетями, инфраструктурой, которую предстоит построить. Я стараюсь представить, жил бы я сам в этом месте или нет. На самом

деле, мы смотрим огромное количество разных участков для приобретения, и ни разу пока я не сталкивался с какими-то очень негативными вещами. Даже если мы говорим про промышленные зоны, то за счет своего размера они резко увеличивают возможности для реализации. Нам важно не ухудшать, а улучшать конкретный микрорайон своими проектами. Как в архитектурном, так и в инфраструктурном плане. Любое новое строительство подразумевает увеличение нагрузки на дороги и существующие объекты — важно понимать, что оно может дать взамен.

— У покупателей сейчас особый интерес к новым комплексным проектам в промзонах? Они не боятся долгосрочных строек?

— Важна созданная инфраструктура, а стройка на удалении нескольких километров вряд ли сможет отпугнуть. Человек, как правило, не думает, что раньше тут была промышленная зона. Есть ряд исследований, которые показывают, что молодым покупателям, напротив, интересны места со своей историей. Но вообще выбор обычно происходит по-другому. Сначала каждый человек решает, где именно он хочет жить: кому-то нравится Ярославское шоссе, а кому-то — Ленинградское или Новая Рига. Дальше он видит в желаемом районе пять разных проектов, смотрит на цену, качество, надежность. Именно так выбирают.

— На каком месте тогда у покупателей наличие развитых сервисов?

— Это один из важнейших факторов. Я бы сказал, что сервисы точно входят в топ-5 показателей, которые покупатели оценивают перед покупкой.

— Покупатели чаще выбирают квартиры с отделкой?

— Да, количество квартир с отделкой, как и спрос на них, растет. Объективно застройщик может все сделать дешевле, быстрее и качественнее. У нас, например, есть пять вариантов отделки — большинство покупателей выбирают из них. Конечно, кому-то хочется поупражняться и создать именно свой интерьер. Но нужно понимать, что потенциально это проблема. Молодежь не хочет самостоятельно искать бригаду строителей. Сейчас как раз в рамках расширения набора услуг и последующего сопровождения проекта мы рассматриваем возможность предоставлять сервис по ремонту для людей, которые по какой-то причине купи-

15 лет назад был очень высокий спекулятивный спрос: не существовало ни банковских ипотечных программ, ни системы поддержки молодых семей

Мир меняется, и люди уже не хотят просто так покупать метры, не обращая внимания на то, что творится вокруг

нал. Сейчас мы заняты развитием этого бизнеса, но эта управляющая компания работает только с проектами «Мангазея» и уже в рамках нее можно реализовывать проекты по созданию экосистем.

— Но жильцы могут сменить управляющую компанию?

— Да, но наша задача сделать так, чтобы это было не нужно. Мы должны просто предоставлять лучший сервис, а люди будут свободны в своем выборе.

— Без каких инфраструктурных решений сегодня нельзя продать жилой комплекс?

— Сначала все обращают внимание на расположение и цену, а после начинают смотреть, какие конкретно возможности сам жилой комплекс и окружающая застройка имеют с точки зрения спорта, образования, дополнительных сервисов. Это центр жизни для людей. Две основные темы, которые волнуют людей, — спорт и семья, соответственно, покупатели смотрят, где они смогут гулять с маленькими детьми, какие есть рядом садики и школы, что происходит с парковой, транспортной инфраструктурой, насколько удобно добираться. Всем этим требованиям сегодня должен отвечать каждый жилой комплекс, иначе придется существенно снижать цену, недополучать прибыль.

— Но многое решает как раз локация — вы же не можете построить все эти объекты самостоятельно...

— Конечно, нет, но даже если проект небольшой, можно реализовывать встроенные детские сады, например. Главное — смотреть, что есть вокруг. Нужно отдать должное городской администрации. Очень плохих участков в городе сейчас нет. С точки зрения школ, садиков, инфраструктурных вещей — я не вижу. Обязательно в каждом районе есть парк, который находится в хорошем состоянии, везде обеспечена транспортная доступность. Конечно, где-то лучше, где-то хуже, но в целом все на высоком уровне.

— А если говорить о сервисах, которые девелопер развивает сам, нужно, напри-

— Но если вы продаете помещения, собственник потом может передать их алко-маркету...

— Может. Но на стадии продажи помещений мы превентивно интересуемся, что там новый собственник планирует делать. Конечно, чтобы полностью управлять инфраструктурой, нужно оставлять ее у себя на балансе. Вполне возможно, что мы к этому придем, но для этого нужно иметь соответствующие финансовые возможности. Фактически нужно самим у себя эти помещения выкупить, это серьезная денежная нагрузка. Возможности взять ее на себя у нас пока нет.

— Каков он, ваш покупатель?

— Это преимущественно семейные люди в возрасте от 25 до 45 лет. Активные семейные люди, где в 60% случаев решение о покупке жилья принимает женщина. Обычно у них либо есть дети, либо они планируются в обозримой перспективе.

— Вы довольно давно занимаетесь девелоперским бизнесом. Как поменялись покупатели?

— 15 лет назад был очень высокий спекулятивный спрос. Практически не существовало ни банковских ипотечных программ, ни системы поддержки молодых семей. В основном квартиры покупали люди, у которых появлялись какие-то деньги, они в долларах вкладывали их на ранних этапах строительства, на выходе получая двух- или трехкратную прибыль. Сейчас все изменилось: к нам приходят люди, которые

СЕРГЕЙ ВАЛЕНТИНОВИЧ ЯНЧУКОВ

Родился в Одессе в 1975 году. В 1999 году окончил Одесский государственный экономический университет по специальности «финансы». В 2001 году учредил собственную компанию «Клиринг-Нафта», занимавшуюся экспортом нефти и нефтепродуктов. В 2007 году приобрел подконтрольный государству пакет нефтяной компании «Мангазея», обладающей лицензиями на разработку газоконденсатных месторождений в Красноселькупском районе Ямало-Ненецкого автономного округа. Дивизион «Мангазея Девелопмент» был создан в 2012 году. В 2016 году компания завершила строительство и ввела в эксплуатацию жилой комплекс «Измайлово Lane». Сейчас активно занимается реализацией девелоперского проекта «Ты и я». В состав группы компаний «Мангазея» входит также золотодобывающая компания «Мангазея Майнинг». С 2015 года Сергей Янчуков входит в состав попечительского совета Свято-Троицкой Сергиевой лавры и Московской духовной академии. Женат, имеет шестерых детей. Увлекается хоккеем, горными лыжами и велосипедным спортом.

ли квартиру без отделки. Например, если у них на момент покупки не хватало денег.

— Как это будет выглядеть?

— Сейчас мы прорабатываем несколько вариантов реализации этого сервиса для наших клиентов. Возможно, это будет реализовано собственными силами или проверенными компаниями-партнерами.

— У вас не было амбиций вывести свою управляющую компанию на рынок?

— Пока нет — технически очень сложно выходить в новый проект, в котором ты ничего не знаешь. Это не даст ни доверия, ни уважения к нашей компании, скорее, наоборот, единственное, что удастся получить, — чужие проблемы.

— Можно ждать, что все новые проекты в Москве вскоре будут развиваться по принципу экосистемы?

— Думаю, это некий глобальный тренд, все идет по этому пути. Тот, кто будет это делать лучше, выиграет в конкурентной борьбе. Но экосистемы складываются не только на девелоперском рынке: ритейл, банки — все развивается по этому сценарию. Мне кажется, через 10–15 лет просто девелоперских проектов не останется.

— Как пришла идея о том, что развивать жилые проекты можно только по принципу экосистемы?

— Постепенно, через опыт общения с людьми. Рынок становится все более развитым — это спокойный и нормальный процесс, эволюция, резких поворотных моментов в сознании не происходило.

— То есть залог успеха в том, чтобы повышать на рынке конкуренцию?

— Конечно, конкуренция — это основа качества продукта. Беда, когда квартиру можно купить только в единственной компании, которая строит все. А сейчас, с точки зрения конечного потребителя, все сделано очень хорошо. Хотя, конечно, нам как участнику рынка — небольшой компании — непросто: конкуренция со стороны крупных компаний очень серьезная.

— Вам сейчас важнее развивать экосистему и дополнительные услуги?

— Нет, думаю, что это тренд. Полагаю, что сейчас многие об этом думают, и вряд ли это зависит от размеров компании. Сейчас рынок не застройщика, а рынок потребителя.

Интервью взяла
Ольга Мухина