

«ПРЕЖДЕ ЧЕМ ЗАВОЗИТЬ ПАЛЬМЫ, ДАВАЙТЕ НАУЧИМСЯ РАСТИТЬ ГАЗОНЫ И ЕЛКИ»

У СК «ЛЕНРУССТРОЙ» 43% ПОВТОРНЫХ ПРОДАЖ — ВЕСОМЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ, ТЕМ БОЛЕЕ НА ЗАТОВАРЕННОМ РЫНКЕ. КАК КВАДРАТНЫЕ МЕТРЫ СТАНОВЯТСЯ ЭФФЕКТИВНЫМИ, А ЖИЛЬЕ ПОЛУЧАЕТ ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ, КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE АННЕ ЧУРУКСАЕВОЙ РАССКАЗАЛ МАКСИМ ЖАБИН, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНДИРЕКТОРА КОМПАНИИ.



ЕВГЕНИЙ ПЯВЛЕНКО

GUIDE: Чем отличаются дома комфорт-класса в границах города и за КАДом?

МАКСИМ ЖАБИН: Пока только территорией, и отмечу, что мы позиционируем это жилье как стандарт-класс. В него включены базовые ценности, которые, как мы считаем, должны быть в любом жилом комплексе. Комфорт — это уже что-то сверх необходимого, сверх базового. Но я всегда говорил, что прежде чем завозить пальмы или придумывать еще что-то особенное, космическое, давайте научимся хорошо делать основное — тот же газон растить и высаживать елки.

G: А что в вашем понимании «газон и елки»?

М. Ж.: Есть шесть кругов управления продуктом в девелопменте: первый круг — квартира, второй круг — МОПы, то есть коридоры, межквартирные холлы, лифтовые холлы, затем дворовая территория, далее район, город и страна. Девелопер в спальном районе может активно влиять только на первые три. Начнем с квартиры, здесь самое главное — это эффективные планировочные решения. У нас есть этаж, где 85 сантиметров в каждом квадратном метре эффективные и реализуемые. Результата выше достичь трудно, потому что необходимо соблюсти нормативные требования. В среднем у нас показатель эффективности 0,79, у других застройщиков на российском рынке я видел проекты, где было 0,6 и 0,58, но выше 0,85 — ни у кого.

G: Как добивались таких показателей?

М. Ж.: Разработали продуктовую матрицу, определили целевые группы, для каждой нашли около десятка сценариев и подобрали планировочные решения под них. Заказали количественное и качественное исследование. В количественном участвовали около тысячи человек, они прошли типичным маршрутом клиента, посетили шоурум и технорум, задали все вопросы, которые у них возникли. В качественном исследовании у нас было шесть групп по 8–10 человек, тут уже их опрашивали по специально составленному чек-листу. Вопросов было много, они касались не только квартир, но и мест общего пользования, придомовой территории и так далее. Благодаря этому мы знаем все: какие окна хотят видеть будущие жители, обращают ли они внимание на отделку лифтовых холлов и принципиально ли для них, будет или нет на этаже венецианская штукатурка...

G: Роль шоурума понятна, а что вам дает технорум?

М. Ж.: Здесь принимаются 90% решений о проведении сделок! Идею технорумов мы почерпнули у региональных застройщиков еще в 2016–2017 годах. В Петербурге сейчас достаточно компаний, которые оборудуют такие демозоны, но главное, конечно, что внутри. Мы показываем, какие строительные материалы и технологические решения используем. Например, элементы умного дома — дистанционная система передачи данных о расходе воды и электричества. Кстати, мы подписали стратегическое соглашение с экосистемой «Сбера» о полноценном внедрении их продуктов в наши будущие проекты, уже создаем рабочие группы с проектировщиками.

G: Вы говорите о технологиях умного дома, ожидаешь и строительные материалы со временем увидеть, может быть, как их на 3D-принтере печатают. А у вас здесь — гипсокартон?

М. Ж.: Технология 3D-печати на сегодняшний момент до конца не отработана. Знаете, к нам часто приходят и предлагают что-то новое, причем дают гарантию сразу на 50 лет. Мы спрашиваем: а сколько существуют ваша фирма и сама технология? Оказывается, три года. И как тогда можно гарантировать безопасность на полвека? У нас же свой домостроительный комбинат, там мы тщательно проверяем технологии и материалы перед выводом на стройку — точно ли они принесут необходимую оптимизацию себестоимости или добавленную стоимость и клиенты их оценят? Например, над возвращением к использованию старой советской технологии гипсокартонных стен мы работали несколько лет. С учетом нового качества материалов — это уже совсем другая технология. Наше технологическое решение дает плюс 30% к звукоизоляции, плюс 15% высвобожденного времени. Кроме того, если завтра в семье появится новый член семьи или клиент пожелает что-то поменять в квартире, то убрать гипсокартонную конструкцию максимально просто, не нужно затрагивать несущие конструкции. Мы, конечно, стараемся предусмотреть все, чтобы перестройка не потребовалась, но всегда может произойти что-то неожиданное. Например, до пандемии была мода на свободную планировку — открытые кухни, совмещенные с

гостиной. Во время карантина многим бы хотелось уединения хотя бы на кухне или не чувствовать запахов приготовления пищи, когда работаешь удаленно.

G: Снова возвращаемся к жестко поделенному пространству?

М. Ж.: Мы разрабатываем концепцию квартир-трансформеров. Это тоже не новая история. В 50-х советские инженеры и архитекторы активно экспериментировали: например, у нас есть — и, кстати, используется! — сборник 1953 года по теории и проектированию жилых зданий и конструкций, в нем очень много здравых идей. Они применялись на практике, просто не стали массовыми. Я сам из Ташкента. В 1966 году в городе произошло мощное землетрясение, город был практически стерт с лица земли, потому что дома делали из глины. На восстановление съехались строители со всего Союза, среди прочих они возводили экспериментальные дома. Я жил в таком, гостиная и кухня у нас разделялись раздвижной стеной, очень удобно. Сейчас мы на комбинате организуем испытательный стенд, фактически настоящий дом, тоже будем экспериментировать.

G: Зачем вам в техноруме кухонные шкафчики? Что они должны иллюстрировать?

М. Ж.: Тут клиенты могут убедиться, что, во-первых, эти шкафчики и сама конструкция спокойно выдержат 25 кг: мы для наглядности внутрь поставили посуду, положили крупы. А во-вторых, что все войдет и не потребуются ничего лишнего. Нам иногда говорят: мало мест для хранения! А я предлагаю: давайте вспомним всеми любимую Мари Кондо, которая в своей книге говорит об осознанном потреблении и возможности в небольшом пространстве правильно организовать свой быт. Наш шкаф вмещает ровно столько посуды, сколько вам нужно. Для семьи из четырех человек, например, восемь тарелок, восемь бокалов... И тут меня обычно перебивают и говорят: а бокалы нам не нужны, мы вино дома не пьем, потому что ходим в рестораны. Бинго! И так с каждой аудиторией.

G: Как вы работаете с третьим кругом разработки продукта — дворовой территорией?

М. Ж.: Тут все просто: территория одного из дворов — 4,5 га, мы построили на ней плейхаб площадью 1,6 га. Можно было бы еще один корпус построить, но мы создали интерактивную среду для разных групп — малышей, детей постарше,

подростков, мам с колясками, бегунов и так далее. Причем не просто так ставили игровое оборудование и малые архитектурные формы, а постарались заложить определенную логику, сценарий. Знаете теорию, что нужно подождать, пока жители сами протопчут дорожки, а потом их оформлять? Я не сторонник такой последовательности. Мы сделали дорожки сразу, уложили плитку в виде древесных пней (это тоже продукция нашего домостроительного комбината), и вы видите хоть один вытоптаный участок на газоне? Просто нужно предложить людям интересный сценарий, они будут ему следовать.

G: А на четвертый круг, район, вы все-таки как-то влияете?

М. Ж.: Мы открыли собственные ресторан и кафе. Моей целью было понять, насколько предпринимателям сложно выжить в спальном районе и что с этим можно сделать. Когда клиенты уезжают из района в семь утра и возвращаются только к шести-семи часам вечера, о каком вообще бизнесе можно говорить? Одной группы потребителей — мамочек с детьми — на всех просто не хватит. Кроме того, есть стереотип, что в спальном районе нельзя красиво и приятно провести время в ресторане. Нам же хотелось создать такие условия, чтобы район не хотелось покидать. Это, конечно, долгосрочный проект. Сейчас мы сделали так, что есть возможность красиво выпить кофе — и не за 60 рублей, а вкусный, бразильский. Следующий этап — планируем создать коворкинг, уже ведем переговоры с соответствующими компаниями. Вообще, я вижу такую многофункциональную площадку: пекарня, в нее интегрирован маленький коворкинг, есть место, где можно поиграть с детьми, а также центр по работе с подростками, например. Школьники — это зачастую неохваченная категория, будем приглашать для них специалистов, чтобы рассказывали про кино, культуру, помогали развивать soft skills, раскрывать свой потенциал. Что-то будет бесплатно, что-то — за деньги, но все это дает высокую добавочную стоимость нашему ЖК. И, возвращаясь к первому вопросу про класс жилья: в течение ближайших 10 лет люди из центральных районов города, где уже очень дорогая жизнь, будут переезжать в спальные районы, за КАД. А мы уже здесь и сейчас устанавливаем свой стандарт качественной жизни. ■