

«В СРЕДНЕСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ НА РЫНКЕ ПОЯВИТСЯ НОВЫЙ КЛАСС ЖИЛЬЯ»

ПОЧТИ ДВА ГОДА ПАНДЕМИИ ЗНАЧИТЕЛЬНО ИЗМЕНИЛИ ЭКОНОМИКУ ПОТРЕБЛЕНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ — ПОДХОД КЛИЕНТА К ВЫБОРУ ЖИЛЬЯ. В РЕЗУЛЬТАТЕ СФОРМИРОВАЛОСЬ НЕСКОЛЬКО ТРЕНДОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ БУДУЩЕЕ РЫНКА ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА. О ТОМ ЧТО ЖДЕТ РЫНОК, В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE ВЕРОНИКЕ ЗУБАНОВОЙ РАССКАЗАЛ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ГК «ЛЕНРУССТРОЙ» МАКСИМ ЖАБИН.

GUIDE: Максим, как вы оцениваете итоги 2021 года?

МАКСИМ ЖАБИН: Большую часть того, что мы видим сейчас на рынке жилой недвижимости в России, я бы не назвал фундаментальными изменениями. Это подвижки, связанные с текущей ситуацией: с геополитикой, с пандемией: инфляция, падение и рост ставок, скачки цен. Но на этом фоне создаются предпосылки для фундаментальных изменений, в частности, в экономике потребления. Главным трендом минувшего года я считаю изменение структуры выбора жилья, появление нового формата оценки квартиры.

G: Что это за новый формат?

М. Ж.: Люди перестали смотреть на цену квадратного метра и абсолютную стоимость квартиры, основным критерием выбора сегодня является ежемесячный платеж. Потенциальный покупатель думает о том, какой запас прочности ему необходимо иметь, чтобы купить квартиру, какая сумма ежемесячного платежа будет для него комфортной. При этом важно, что в эту сумму он включает не только взносы по ипотеке. Сейчас покупатели активно интересуются предполагаемой стоимостью коммунальных услуг и обслуживания дома. Часто в американских фильмах мы видим, что герой, купив квартиру, не может позволить себе в ней жить. И у нас начинается то же самое. Клиенту важна доступность ежемесячного платежа, чтобы как минимум на период выплаты ипотеки (а средняя «жизнь» ипотеки — 7–10 лет) стоимость обслуживания не увеличивалась.

G: Какие факторы еще сегодня влияют на выбор покупателя?

М. Ж.: На второе место по важности для потребителя сегодня выходит локация, причем под этим подразумевается не тот или иной «модный» или «популярный» район, как это было раньше, а доступность жилого комплекса: станции метро и железной дороги, маршруты общественного транспорта, планы по расширению улично-дорожной сети, возможность построить оптимальный маршрут до работы и до центра города. Клиента интересует, сколько времени ему потребуется для тех или иных повседневных дел. Это еще один тренд — экономия времени. Только после этого клиент начинает проводить сравнительный анализ и выстраивать матрицу: что он может себе позволить. Двухспальную в Красногвардейском районе или односпальную в Московском, в «умном» доме или не очень «умном» (или совсем не «умном»), какая архитектура, насколько экологичны и современны строительные материалы, какой класс энергоэффективности, с закрытым двором или нет, с машинами или без, какие деревья будут



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

высажены, какие общественные пространства будут вокруг — и так далее.

G: Как будут со временем меняться потребности покупателя?

М. Ж.: Сегодня в России мы видим возрождение той прослойки, которая называется средний класс. Он будет складываться в перспективе ближайших трех-пяти лет, при этом будет отличаться от прежнего среднего класса: если раньше это были малые и средние предприниматели (уже не бедные, еще не богатые, но к этому стремившиеся), то теперь его сформируют преимущественно IT-специалисты с совершенно иным взглядом на жилье и потребление вообще. Это новая целевая аудитория — люди, которые могли бы стать богатыми, но им незачем. Те, кто говорит: зачем мне нужно покупать жилье здесь, если я завтра перееду в другой район, потому что там открыли новый парк и мне нужен другой уровень жилья. Это модный сейчас термин ESG (англ. Environmental, Social, Governance) — экология, социальная сфера и управление, все в комплексе. Сейчас это становится очень востребованным. Клиенты начали читать буковки на фасадах (А, В, А+) и интересоваться, что за ними стоит. Это мода, которая завтра станет трендом, будет носить массовый характер.

G: Как все это повлияет на рынок?

М. Ж.: Вообще, если говорить про фундаментальные изменения и долгосрочную перспективу, — будет снижение ставок по ипотеке и очень высокая стоимость квадратного метра. При этом мы будем очень явно видеть расслоение рынка. В среднесрочной перспективе (10–15 лет) этот

«новый средний класс» приведет рынок недвижимости к появлению нового класса жилья. Я подчеркиваю: это не комфорт и не бизнес, это совершенно другая история, другой подход к разработке и осуществлению проектов, в том числе — с точки зрения подбора локаций, о котором я уже говорил.

G: А что станет со старыми классами?

М. Ж.: Масс-маркет никуда не денется, но это будет, как правило, социальное жилье, маленькие квартиры для людей с небольшими доходами. Это тот покупательский сегмент, где люди физически не могут приобрести квартиру ни сейчас, ни в перспективе — и их много. Элитный сегмент тоже никогда не пропадет: богатые как были, так и останутся, у них в ежемесячном платеже ничего не изменится. Но у элитной недвижимости будет четкое распределение с привязкой к конкретной локации, как правило, в исторической части города.

G: Исторический центр ограничен...

М. Ж.: И я надеюсь, что в скором времени мы придем к тому, что в центре запретят новое строительство. Я не против новой архитектуры, но все-таки в Петербург приезжают за имперской эстетикой, и нужно приложить максимум усилий к восстановлению имеющегося наследия в первоначальном виде. Многие сегодня находятся в плачевном состоянии, многое можно и нужно реставрировать и реновировать, оставляя исторические фасады.

У нас огромный город, и много территорий для любых изысков. Хоть учеников Захи Хадид приглашайте — но пусть они на Новой Охте что-то проектируют,

не надо такие работы в историческую часть вписывать. Вернуть Петербургу имперское состояние и историю доходных домов — это было бы самой крутой и глобальной задачей для нашей исполнительной власти. А рынок адаптируется, и участники рынка тоже.

G: Вернемся к классификации: на кого «Ленрусстрой» будет ориентироваться, какое жилье намерены строить?

М. Ж.: Мы планируем выйти из массового сегмента, потому что эту функцию скоро заберет на себя государство. Тому уже есть подтверждения, в частности, появление прогосударственных компаний. В среднесрочной перспективе мы хотим утвердиться в жилье для среднего класса. Неким прообразом такого «дома будущего» должен стать наш новый проект «ЛесArt» в городском поселке Новоселье в Ломоносовском районе. Я часто говорю, что еще не построил дом, в котором самому хочется жить. Вот «ЛесArt» — это туда мостик. Собрав множество мнений коллег и клиентов, изучив рынок, мы, наконец, приходим к тому проекту, в котором уже самому хотелось бы жить и не выезжать, и максимум в нем реализовать. Это именно та ниточка, которая ведет к новому среднему классу. И в этом смысле, думаю, что он станет знаковым не только для компании, но, возможно, и для рынка.

G: Что заставляет так думать?

М. Ж.: В этом проекте сошлись многие качественные характеристики: транспортная доступность, зеленый район и, конечно, элементы «умного» дома. Не просто дистанционное считывание счетчиков или автоматическое включение лампочки при входе, а энергоэффективность, экологичность, эффективное управление общим имуществом — от контроля доступа и видеонаблюдения до управления коммунальными системами и потребляемыми ресурсами. Не зря мы делаем это в сотрудничестве со «СберМобайлом», они нам предоставляют эту инфраструктуру. И это вопрос не моды, а утилитарности. Молодому поколению это удобно. Они к этому привыкли: высокотехнологичность, разумное потребление, экономия времени, экология... «ЛесArt» — это дом для среднего класса, как раз из тех домов, где бы хотелось жить в будущем.

G: А элитный сегмент «Ленрусстрой» осваивать не планирует?

М. Ж.: В долгосрочной перспективе возможен выход на уровень элитного жилья, если ресурсы будут позволять, но это не является нашей целью. Не исключено, что, когда мы нарастим компетенцию в жилье для среднего класса, то не будем выходить на более высокий уровень, а просто масштабируем бизнес. ■