

Будущее за ответственностью

О преемственности традиций, личностном подходе в бизнесе и значимых для компании аспектах деятельности рассказывает заместитель директора по развитию холдинга «Ленрусстрой» Александра Кваснюк.

SOCIAL REPORT: Компании «Ленрусстрой» более двадцати лет. Что особенно важно подчеркнуть, говоря о деятельности компании в целом?

АЛЕКСАНДРА КВАСНЮК: Мы — многопрофильная строительная корпорация полного цикла, мы осуществляем весь спектр работ — от проектирования и разработки планировочных решений до изготовления строительных панелей и комплексного развития территорий (КРТ). И на каждом из этих этапов важны качество и репутация, прозрачность и доступность бизнеса. У компании существует земельный банк объемом более 300 га под различную застройку. Сейчас мы сосредоточены на развитии имеющихся крупных проектов, а в дальнейшем планируем диверсифицировать бизнес под девелоперскую работу, в том числе, с небольшими объектами высокого класса в Санкт-Петербурге и других городах России. Для этого у нас есть все необходимое: наработанная экспертиза, собраны лучшие технологии и профессиональные кадры.

SR: Что составляет суть бренда компании?

А. К.: Прежде всего это модель семейного бизнеса. Мы с самого начала работали по этому принципу. Каждый, кто приходил работать в «Ленрусстрой», становился членом большой семьи, где каждый важен, услышан, поддержан. Именно поэтому суть нашего бренда — стабильность, доверие со стороны клиентов, партнеров и сотрудников, забота о каждом из них. На этом базируется наша репутация. Сейчас время перемен, и, основываясь на этих факторах, компания в своем развитии становится все более открытой и понятной. Пришло время сделать на этом дополнительный акцент, тем более что настал момент для ребрендинга. Честность и открытость будут основополагающими качествами обновленного бренда. Когда речь заходит о вопросах приобретения жилья, его качества, сроков реализации проекта, у большинства людей возникает определенный стресс, недоверие, ожидание подвоха... Хотелось бы избавиться от этого популярного стереотипа восприятия, ведь весь опыт «Ленрусстрой» доказывает, что бывает иначе, строительный и девелоперский бизнес может быть обращен к человеку, к индивидуальности. В любом бизнесе присутствует и продукт, и опыт, и ощущение. Покупка недвижимости случается в жизни не так часто, и этот опыт должен быть позитивным. Сегодня наши клиенты обращаются к нам не единожды, а раз за разом. Это исключительная ценность, повод для гордости всех, кто работает над проектами компании.

SR: Какие значимые проекты сейчас реализуются?

А. К.: Сейчас в формате КРТ реализуется партнерский проект со «Сбер Мобайлом» — ЖК «ЛесART». Это интеллектуальный дом нового поколения. В рамках этого проекта мы хотим продемонстрировать, что инновации и современные технологии доступны для недвижимости комфорт-класса. Все сети, системы и инженерные решения в нем закладываются на этапе чертежей, на стадии котлована. Это абсолютно новый формат с точки зрения проектирования, превращающий дом в живую экосистему. Непосредственно для покупателя это означает, что ему будут доступны все параметры управления домом — от электричества, доступа без ключа и защиты от внештатных ситуаций до отслеживания параметров его расходов через мобильное приложение. Такого уровня проектов с интегральными решениями от «Сбер Мобайла» пока лишь два: ЖК Foriver от компании «Инград» в Москве и ЖК «ЛесART» от нашей компании в Петербурге.

SR: Каким вам видится образ будущего жителя этого интеллектуального дома, для кого он предназначен?

А. К.: Сегодня происходит изменение образа покупателя, и это приводит к изменениям в деятельности



самой компании, мы всегда идем от человека. Эти изменения, новые запросы, иной образ жизни вдохновляют. Покупатель ощущает внимание к его потребностям, собственную значимость. Среди актуальных запросов — интерактивность работы приложения, возможность наблюдать и участвовать в жизни дома и его внутреннего социума, держать руку на пульсе. Вместо получения бездушной бумажной квитанции в реальном времени понимать, сколько тратится электроэнергия, воды и интернета и сколько конкретно можно сэкономить, как расходуются средства на нужды по обслуживанию территорий. Для человека уже важна возможность ежедневно вносить небольшой вклад в заботу об экологии, быть причастным к чему-то большему через нехитрые действия, быть ответственным. Так создается комфортное для жизни комьюнити. За этим будущее.

SR: То есть технологии помогают создавать комфортную среду и для социализации в ЖК?

А. К.: После периода разобщенности, эпидемии, локдауна нам становится важно вновь почувствовать себя в безопасной среде, в кругу близких по взглядам и интересам людей. Есть потребность в защищенности, создании внутренних сообществ — не только в формате общих чатов, но внутри собственного двора, где можно собраться с соседями или пригласить друзей на пикник. Важно создать для этого продуманную среду с готовыми сценариями. Требования к застройщику возрастают: очевидна необходимость дворов без машин, безопасных детских площадок и территория для прогулок, опции раздельного сбора мусора и условия для выгула домашних животных. Коммерческие помещения первых этажей здания мы не продаем, они сдаются в аренду с особым вниманием к арендаторам. Приоритет отдается развивающим центрам, детским садам, объектам востребованной инфраструктуры. Это способствует живому внутреннему балансу, ответственному отношению и в целом — развитию микробизнеса.

SR: Насколько важно создание среды для коммуникаций в жилых комплексах?

А. К.: Коммуникация в целом является ключевым вопросом для наших проектов, от постоянного взаимодействия с клиентом до его последующей коммуникации с управляющей компанией. Всюду мы стремимся к бизнесу с человеческим лицом. Потому УК — это уже не какой-то далекий закрытый ЖЭК, а сервисная единица, нацеленная на решение вопросов жильца и заботу о его комфорте. Кстати, интересно, что успешный опыт очень часто приходит к нам из регионов, где выстроить качественные отношения между застройщиком, УК и

потребителем удается порой быстрее. Многие инновации также идут из регионов, вероятно, в силу более тесных внутренних коммуникаций и большей конкуренции.

SR: Что такое социальная ответственность для бизнеса компании?

А. К.: Это многофакторная система. Мы продвигаем идеи ответственного отношения в бизнесе, строительстве, социальном взаимодействии. Каждый наш проект направлен на развитие «зеленой» экономики, когда каждый человек может внести свой посильный вклад в сохранение ресурсов планеты и укрепление связей внутри общества.

SR: Насколько значим этот аспект деятельности?

А. К.: Важна ответственность во всех ее проявлениях: соблюдение сроков сдачи, технологии и качества строительства, развитие инфраструктуры, диалог с клиентами. Гордость компании состоит в том, что один и тот же клиент обращается к нам за приобретением новой недвижимости — для детей, родителей или с целью расширения площади. Речь идет о цифре от 40 до 60% повторных продаж. Добавленная стоимость окупается доверием. Если однажды наша компания выйдет на биржу, этот фактор будет важен и для потенциальных инвесторов.

SR: Что понимает компания под социальной ответственностью перед сотрудниками?

А. К.: Отношение к сотрудникам базируется на принципе большой семьи и участия. Большинство сегодняшних директоров начинали свой путь в компании при ее основании. Разумеется, есть и комфортные условия труда с комфортным графиком и наличием кейтеринга, и медицинские страховки, и поддержка материнства, и индивидуальный подход к решению сложных жизненных ситуаций. Мне хочется развивать такую компанию, работа в которой будет не менее желанна, чем в топовых западных IT-корпорациях.

SR: Каким должно быть «лицо» успешного бизнеса?

А. К.: Успех бизнеса, на мой взгляд, состоит во внимательном отношении ко всем его участникам и в концентрации на деталях. Это ответственный, открытый, понятный, честный и современный бизнес, искренне заинтересованный в диалоге с клиентами и партнерами. При этом в центре внимания для компании в ее поступательном развитии всегда был и будет именно человек.

Беседовала Наталья Максимова
ФОТО АЛЕКСАНДРА КОРЯКОВА