

БУДУЩЕЕ ЗА ИНТЕГРАЛЬНЫМ ПОДХОДОМ

СИТУАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ УШЕДШЕГО ГОДА АКТИВИЗИРОВАЛА СНИЖЕНИЕ СПРОСА НА НЕДВИЖИМОСТЬ И РОСТ НЕГАТИВНЫХ ОЖИДАНИЙ ЛЮДЕЙ. ДЕВЕЛОПЕРСКИЕ КОМПАНИИ НАЧИНАЮТ ПЕРЕСМАТРИВАТЬ ЭКОНОМИКУ ПРОЕКТОВ. О НОВЫХ ПОДХОДАХ К СТРОИТЕЛЬСТВУ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ, ПРОЦЕССАХ ВНУТРЕННЕЙ ТРАНСФОРМАЦИИ КОМПАНИЙ И ПЕРСПЕКТИВАХ РЫНКА РАССКАЗЫВАЕТ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА СК «ЛЕНРУССТРОЙ» МАКСИМ ЖАБИН. АЛЛА МИХЕЕНКО

SOCIAL REPORT: Один из драйверов строительства — это покупательская активность. Как вы видите ее сегодня?

МАКСИМ ЖАБИН: Безусловно, градус покупательской активности скорректировался в минусовую сторону: сегодня общий объем продаж составляет около 45% от показателей предыдущих периодов. Можно сказать, что рынок «схлопнулся» примерно вполовину. Но если провести медиану в периоде трех лет, то средний показатель не так уж и плох, учитывая падения и всплески прошлых лет. Для того чтобы активность была сохранена на текущих уровнях, девелоперам необходимо пересматривать финансовые модели проектов. Например, сроки текущих строительства и выход на новые. При этом надо понимать, что 95% девелоперов работают с применением банковской системы проектного финансирования и им удлинять текущие проекты крайне сложно. Также компании вынуждены пересматривать системы управления из-за сокращения бюджетов. Например, уменьшать объемы передачи работ подрядчикам. Не исключено, что отрасль столкнется с сокращением численности подрядных строительных организаций. Но мы надеемся, что в перспективе трех-пяти лет рынок восстановится и появится возможность компенсировать все потери.

SR: Что может простимулировать спрос?

М. Ж.: Сегодня девелоперам приходится прилагать огромные усилия, чтобы стимулировать клиентов на покупку жилья. Люди испытывают тревогу и неопределенность. В результате приходится тратить большие бюджеты, организационные и коммуникативные ресурсы, чтобы пиар сработал достаточно плотно и управлял спокойствием клиентов. Кардинально меняются маркетинг и рекламные посылы в буклетах, на билбордах. Стоимость привлечения клиента на рынке сильно выросла из-за ухода социальных сетей. Оставшиеся инструменты в виде «ВКонтакте», «Яндекса», наружной рекламы ощутимо подорожали.

Кроме того, например, в нашей компании внедряется новая методология работы с клиентами. Менеджеры выступают в качестве психологов, дающих поддержку и уверенность клиентам на всех стадиях сопровождения сделки — вплоть до выдачи ключей от квартиры.

Безусловно, есть и новые финансовые программы. Например, мы внедрили self-кредит, позволяющий накопить клиентам средства на первоначальный взнос, а далее безболезненно перейти в ипотеку. Такие меры дают результаты: по сравнению с февралем мы ощутили прирост к объему продаж в 15%.

SR: Некоторые эксперты зафиксировали на рынке Петербурга снижение цен на вторичное жилье примерно на 7%. Есть ли предпосылки для стагнации цен на новостройки?

М. Ж.: На первичную недвижимость цены в среднесрочной и долгосрочной перспективе будут только расти. При этом чтобы отвечать покупательной способности, девелоперам придется сокращать количество квадратных метров квартир. С этой тенденцией мы можем столкнуться через 5–10 лет. Вторичная недвижимость сегодня падает в цене, так как очень мало инструментов для ее покупки. Но не ко всем объектам это относится. К примеру, квартиры в Центральном и Московском районах Петербурга будут только увеличиваться в стоимости за счет своей локации.



SR: Обязывает ли текущая экономическая ситуация менять подходы к строительству?

М. Ж.: Наша бизнес-модель «заточена» на проекты комплексного освоения территорий (КОТ). Но стоит отметить, что при их реализации мы не используем типовую застройку. Напротив, каждый дом может быть выполнен в разных решениях — от отделки фасадов до планировки квартир. Сейчас мы приходим к применению модели, когда даже в одном доме предусмотрены разные типы квартир для клиентов различных социальных групп. Наша целевая аудитория — люди 35–40 лет, семейные пары с детьми. Мы бы хотели расширить охват не только возрастной категории, но и социальных групп. В перспективе строительство дома, где для каждой категории предусмотрено свое продуктовое наполнение объекта. Например, с первого по четвертый этаж будут расположены квартиры меньшей площади с определенным функционалом, качеством материалов и, соответственно, в сравнительно невысокой ценовой категории, далее уровень возрастает. И, например, на самых высоких этажах будут квартиры большой площади, с отделкой и ис-

пользованием цифровых решений. Безусловно, стоимость такой недвижимости другая, но в рамках одного дома средняя цена по всему проекту будет выдержана. Такую модель мы уже точно применяем. Например, тестируем разное цифровое наполнение в рамках «умного дома» ЖК «ЛесArt». При таком подходе все жители квартир стандарта или VIP-класса будут получать одинаковые услуги по управлению домом и пользоваться общей инфраструктурой.

SR: ЖК «ЛесArt» запланирован как полностью технологичный, цифровой продукт. При реализации этого концепта есть ли проблемы с поставками оборудования и решений? В будущем не придется ли пересмотреть внедрение технологий «умного дома», чтобы не допустить удорожания проекта?

М. Ж.: Проект «умного квартала» «ЛесArt» не имеет аналогов. Мы задали очень высокую планку в оснащении домов оборудованием и цифровыми решениями. Проблем с поставками нет, но цены существенно выросли. Несмотря на это, мы не собираемся менять параметры проекта, приняли решение, что проект будет реализован, как и задумывалось, в полном объ-

еме и без ущерба качеству. Мы не можем обманывать ожидания клиентов и вдруг начать экономить. Клиенты нам доверяют, они к нам возвращаются, и это наше конкурентное преимущество. Уже многие годы доля повторных продаж нашей компании держится на высоком уровне. В благополучные годы она доходила до 60%, даже сегодня на падающем рынке она составляет 38%. В будущих проектах модель «умного дома» будет сохранена, мы постоянно работаем над оптимизацией затрат, но функционально вся останется высоким уровнем. Мы делаем «умными» не отдельные дома, а всю среду в жилом комплексе: «умная квартира, умный дом, умный двор, умный квартал». Вне сомнения, будущее за подобным интегральным подходом.

SR: Планируете ли переориентироваться в будущем с комплексного освоения территорий на точечную застройку, например, в центре Петербурга?

М. Ж.: Мы держим в голове проекты точечной застройки. Для нас это была бы новая веха, при которой компания развивается в двух направлениях: 70% строительства жилья комфорт-класса и 30% — бизнес-класса. Но пока приоритеты другие, да и земельных участков, подходящих для таких проектов, мы не видим.

SR: Какие территории видите для развития и планируете ли в ближайшей перспективе пополнять земельный банк?

М. Ж.: Мы анализируем большой пул предложений, но земельных участков, соответствующих нашим требованиям, становится с каждым годом меньше. На рынке много «токсичных» площадок с неразработанной градостроительной документацией, жесткими требованиями по сохранению культурного наследия либо неадекватной ценой. Приходится очень скрупулезно выбирать и просчитывать все риски.

SR: Планируете ли вы удлинять сроки освоения имеющихся земельных участков?

М. Ж.: По имеющимся земельным участкам планомерно готовится необходимая документация, без траты усилий на ускорение процесса. Обычно на проект закладывается три-пять лет. Теперь мы добавляем полгода-год, чтобы правильно подготовиться к маркетингу, архитектуре продукта. И еще добавляем год, когда мы понимаем, что какая-то часть квартир не будет продана в период строительства этого объекта. Теперь наш «периметр» по девелоперскому проекту увеличился с пяти до семи лет.

SR: Какие инструменты и инициативы необходимы, на ваш взгляд, для поддержания рынка недвижимости?

М. Ж.: Сегодня должна быть поддержка со стороны государства — ипотека, но с перспективой переводить ее на рыночные рельсы. Параллельно нужна поддержка самих девелоперов в части субсидирования ставки по проектному финансированию. Эти два инструмента сильно повлияли бы на работу девелоперских компаний. Нельзя забывать и об инструментах возмещения затрат на строительство инженерной инфраструктуры и социальных объектов, а также дорожной сети. Например, мы отправляли предложение в Минстрой РФ о том, чтобы значимые объекты, которые после передаются в пользу государства, строить не по базовой ставке банка, вкладываемой нами в проектное финансирование, а по сниженной ставке. Хорошим подспорьем было бы ускорение сроков согласовательных процессов и подготовки документации. ■