

Беседовал **Михаил МОРОЗОВ**

За прошедшие полтора года кризиса с российского рынка недвижимости, по мнению независимых аналитиков, **ушло более половины девелоперских компаний**. Кто-то разорился, не выдержав критического падения продаж, кто-то не справился с долговой нагрузкой и перешел в собственность кредитовавших их банков. Были и те, кто попросту **заморозил свои объекты и решил дождаться лучших времен**.

«Надо создавать ДОМА, в которых самому захочется жить»



Однако в длинном списке выбывших из этой нелегкой гонки есть и другие имена — тех, кто не только сохранил свой бизнес, но и смог продолжать развивать начатые проекты во время кризиса. Их опыт показался нам более интересным, чем «серые» рассказы о том, кто кому сколько должен. Лучше учиться на хороших примерах, чем радоваться чужим неудачам.

О том, как не просто выживать, но и развиваться, создавать новое в непростых экономических условиях, пойдет сегодня разговор с **Евгением ШТРАУХОМ**, генеральным директором компании Galaxy Group.

» Евгений, проводя экспресс-анализ ситуации на рынке столичных новостроек за последние полтора года, мы пришли к вполне прогнозируемому выводу — число компаний, продолжающих работать в этом сегменте рынка, сократилось более чем в два раза. Так ли это и с чем может быть связано?

— Да, это действительно так. К началу кризиса, которым условно можно считать осень 2008 года, большинство застройщиков были отягчены различного рода кредитными обязательствами. Именно они оказались наиболее уязвимы. Кризис в первую очередь затронул компании, которые оттакивались не от продаж, а от своих возможностей договариваться с банками, которые свято верили в незыблемость ажиотажного спроса на московские квартиры и увеличивали объемы финансирования, не учитывая различные риски.

» И тем не менее именно в этот период вы начали строительство крупного проекта, более чем на 1 млн м². Разве не было

опасений, связанных с недостатком финансирования, плохим спросом на жилье, необходимостью снижения продажных цен, уменьшению прибыльности проекта?

— Вся проектная и разрешительная документация на наш объект «Бутово Парк» была подготовлена и согласована в соответствующих инстанциях еще до начала кризиса. В сложной экономической ситуации перед нами не стоял вопрос, строить или не строить, мы лишь столкнулись с дилеммой: переделывать проект, исходя из изменившихся условий на рынке, или продолжать работу над ним в уже разработанном и утвержденном варианте. В итоге решили ничего не менять. Уже тогда было понятно, что в ближайшее время должна значительно снизиться стоимость строительных материалов, работ и услуг подрядных организаций. Соответственно, и сомнений в правильности выбора не было.

» На чем же основывалась ваша уверенность?

— Во-первых, проектом занимался хороший архитектор, которого лично я знал по другим объектам. Во-вторых, сам проект был очень

хорош. Если бы он располагался не в Бутове, а где-нибудь ближе к центру города, это был бы безоговорочный бизнес-класс. Осознавая все его преимущества, мы решили оставить все технические и архитектурные решения. Мы сохранили все самое лучшее из категории бизнес-класса, но продавать стали по цене «эконома». Материалы мы покупали стоимостью на 30–40% ниже докризисных цен, и с подрядчиками удалось договориться о сотрудничестве на очень выгодных условиях. Вот и получилось, что нам удалось сохранить качественный проект и при этом снизить цены за счет экономии. Вообще за все время у нас ни разу не возникало желания поменять концепцию проекта. Мы были уверены, что при существующих темпах строительства к моменту выхода объекта на активные продажи дно кризиса будет уже пройдено. И не ошиблись в этих ожиданиях.

» Но ведь наверняка была проблема финансирования строительства?

— Вопрос, на что строить, по сути, не возникал: у нас было достаточно собственных средств, а с крупнейшими подрядчиками удалось договориться

о работе по бартеру, расплатившись с ними квартирами. Это, кстати, общепринятая практика во время кризиса. Лучше работать чуть ли не в ноль, с минимальной прибылью, но избегать простоев и замораживания, приводящих к большим убыткам. Именно эта стратегия позволила нам провести самый тяжелый, кризисный 2009 год в активном строительстве. Высоких показателей продаж в этот период, естественно, не было. Мы ориентировались на то, что активную рекламную кампанию начнем, когда уже будет что показать покупателю. Одним словом, мы очень рады, что полтора года назад приняли ответственное решение и приступили к строительству объекта именно в том виде, в котором он задумывался. Благодаря правильно выстроенным взаимоотношениям с подрядчиками нам удалось сэкономить, снизить цену и в правильное время выйти на активные продажи. Вот и все слагаемые успеха.

» Евгений, в качестве одной из главных составляющих проекта вы назвали архитектора. Однако до сих пор мне приходилось слышать о важности имени архитектора лишь в контексте загородных проектов либо элитных комплексов

Дома уже построены





в центре Москвы. Ваш проект несколько выбивается из этого ряда. И тем не менее вы постоянно о нем упоминаете как об одном из слагаемых успешного проекта, особенно в кризисный период.

— При выборе архитектора мы руководствовались несколькими критериями: он должен быть нам известен, он должен быть близок нам по духу, мы должны быть уверены, что он не подведет. Таким человеком для

нас стал Никита Бирюков. Экономить мы не собирались — проект большой, и нам был нужен архитектор с именем, чтобы продемонстрировать серьезность наших намерений.

» Однако будет ли покупатель смотреть на имя архитектора при покупке или как ни банально его больше волнует цена?

— Уверен, что наш покупатель обращает на это внимание. Ему важно, кто дом

создал и построил. Так получается: если ты выходишь на непростой кризисный рынок с большим проектом, необходимо сделать все честно и красиво.

Для покупателя важна не только цена, но и качество, которое он получает за эту цену. Именно поэтому мы не стали менять предусмотренные проектом конструктивные решения и придумывать кризисные мелкие нарезки квартир, экономить на фасадных материалах, отделке лифтовых холлов и входных групп. Любые изменения серьезно бы отразились на качестве, и покупатель просто не сделал бы выбор в нашу пользу.

» Кстати, вы позиционируете свой объект в достаточно интересной нише...

— Да, мы назвали его «эконом плюс». По своим характеристикам дома соответствуют бизнес-классу, но, поскольку находятся они в Бутове, относиться к этой нише никак не могут. Социальное окружение, удаленность — все это показатели экономкласса. Но наши дома качественнее всего окружения: это не дешевая панель, а монолит. В этом и заключается плюс.

» Но цена в итоге все же становится определяющей?

— Конечно, покупатель всегда исходит из своих финансовых возможностей. Если, например, у клиента есть 3 млн руб., он будет искать себе подходящую по расположению и площади квартиру в этой ценовой категории. Но в то же время у нас было очень много покупателей, которые, видя предлагаемое качество, задумывались об увеличении параметров приобретаемого жилья и покупали квартиру большей площади и комнатности, используя ипотечный кредит.

» А почему, как Вы думаете?

— Мне кажется, люди просто задумываются о будущем и берут дополнительные метры про запас. К тому же сейчас более доступными становятся кредиты: банки идут навстречу клиенту и снижают ставки. Накладывает отпечаток и тот факт, что в рамках нашего проекта возводится много инфраструктурных объектов: школы, сады, поликлиники, то есть формируется очень благоприятная среда проживания.

В рамках нашего проекта по ипотеке мы взаимодействуем с такими крупнейшими банками, как Сбербанк и Газпромбанк. У нашего клиента есть выбор по условиям кредита: он может получить кредит с 20% первоначальным взносом, без залога и поручителей и с низкой процентной ставкой.

» То есть с продажами ни раньше, ни сейчас проблем нет, все идет по плану?

— Так не бывает, тем более во время кризиса. Давайте будем честны. Мы начали продавать «Бутово Парк» еще в конце 2008 года. Понятно, что это были лишь единичные сделки. Все были напуганы экономической нестабильностью и предпочитали попросту переждать сложное время. Очень

Но поскольку мы абсолютно «белая» компания, которая продает свои объекты в строгом соответствии с 214-м Федеральным законом и строит быстрыми темпами, люди поняли, что нам можно доверять

большое недоверие было к любым объектам на стадии строительства, боязнь потерять деньги. Но поскольку мы абсолютно «белая» компания, которая продает свои объекты в строгом соответствии с 214 Федеральным законом и строит быстрыми темпами, люди поняли, что нам можно доверять. В этом году продажи идут с опережением наших самых оптимистичных планов. За четыре месяца активных продаж реализовано около 40% всего объема.

» То есть рынок все же начал оживать?

— Вы знаете, действительно, рынок начал оживать, но ажиотажного роста нет. Образно этот подъем можно представить как восхождение по лестнице: рынок привстает, забирается на ступеньку, пережидает на ней, снова привстает. Сейчас все продают, поскольку народ перестал сидеть на чемоданах, а банки готовы кредитовать и снижать ипотечные ставки, но объемы по-прежнему далеки от докризисных.

Вообще про перспективы рынка недвижимости так же сложно рассуждать, как про курс доллара или евро и стоимость нефти. Все прогнозы отражают в большей степени догадки, а не реальное понимание ситуации.

Мне кажется, что вероятность попадания любого прогноза в нашем сегменте всегда колеблется в пределах 50%. Здесь, к сожалению, не работает правило буравчика, чтобы повернуться определенное количество раз и пойти в нужном направлении. Поэтому, на мой взгляд, нужно не прогнозы давать, а создавать качественный продукт, с хорошей архитектурой, в котором самому захочется жить, — тогда все будет нормально.

» Давайте в конце нашего разговора представим себе следующую ситуацию: я — ваш покупатель, у меня условно есть 3 млн руб., но, если что, могу поискать, позанимать по знакомым, задуматься в конце концов об ипотеке. Чем меня может привлечь ваш объект, с учетом того, что

сегодня покупателю некуда спешить и гнаться, а есть время спокойно обдумать свой выбор?

— Попробую поработать немного нашим рекламным агентом. Итак, покупая квартиру в «Бутово Парк», вы получаете прекрасные видовые харак-

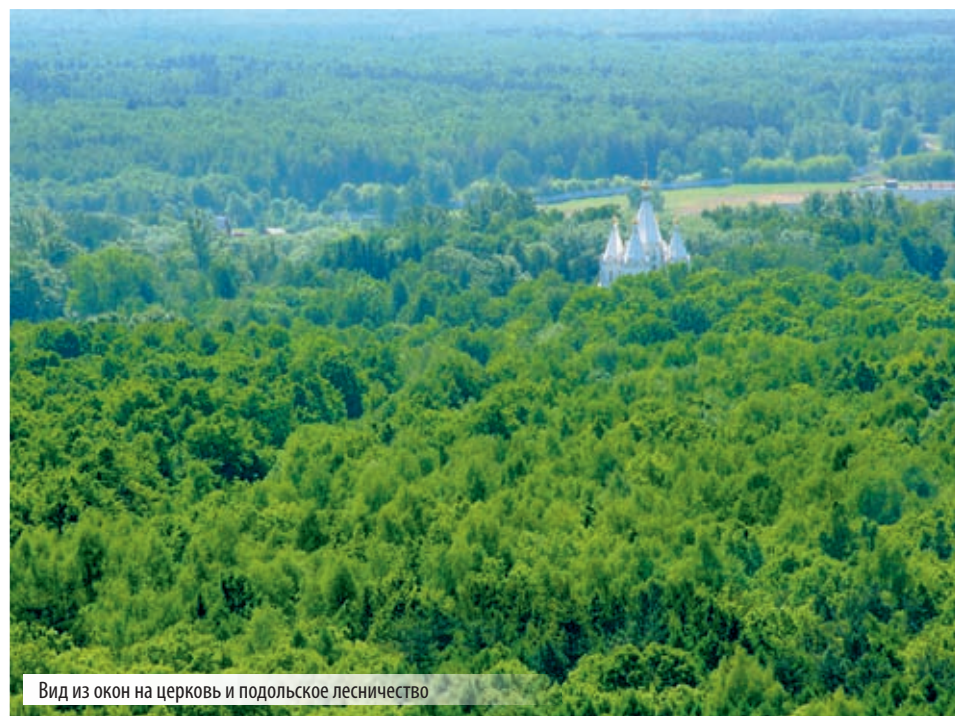
теристики, большую просторную квартиру, близость парка, авторский проект дома, высокие потолки, современную инженерию. Кроме того, реальным покупателям мы предоставляем скидки.

Вообще монолит желательно продавать в shell & core, поскольку он дает большие возможности для творчества, поиска различных новых форм и дизайна помещения. Но рынок переформатировался, и покупатель зачастую хочет приобрести готовый объект, «под ключ». Мы не можем игнорировать новые требования рынка и в качестве дополнительной опции реализуем квартиры с отделкой.

Здесь позиция застройщиков во многом сходна с позицией продавцов автомобилей. Кто-то предлагает авто стандартной комплектации, а кто-то предпочитает показать «конфетку» с максимальным набором.

» А что Вы честно порекомендуете современному покупателю, как ему действовать на изменившемся рынке недвижимости?

— Давать советы вообще крайне сложно, поскольку покупатели слишком разные. Одним просто нужно где-то жить, другие выбирают вид из окна. У всех разные краткосрочные и долгосрочные ожидания. Могу точно сказать одно — наши дома нравятся всем! □



Вид из окон на церковь и подольское лесничество