



ФИЛОСОФИЯ КРИЗИСА: ВЫЖИВАЮТ ГИБКИЕ

АВТОР: Альберт АКОПЯН

В начале кризиса, когда все уже знали, что он начался, но еще не прочувствовали всех его «радостей», было модно трактовать китайские иероглифы, обозначающие понятие «кризис». Дескать, сочетание иероглифов «опасность» и «возможность» означает не «опасное положение», как талдычат скучные китайцы, а «опасность, сулящая новые благоприятные возможности». Через несколько месяцев стало не до фантазий.

Точных данных, сколько агентств недвижимости было в Москве до кризиса, нет. Назывались цифры 1200 и более. Говорят, сегодня этот показатель сократился на порядок. В понятную картину разгрома рынка не вписывается только десяток-полтора компаний — девелоперских и риэлторских, которые в годы кризиса вырвались в число лидеров либо сохранили свои позиции. Но почему?

«Надо признать, нам повезло, — допускает генеральный директор Urban Group Андрей Пучков. — Кризис застал нас в тот момент, когда наш проект «Ивакино-Покровское» [поселок таунхаусов — *Прим. автора*] был в высокой

степени строительной готовности — более 80%. Другие новые проекты, включая ЖК «Новосходненский» [микрорайон — *Прим. автора*], в тот момент находились в стадии разработки исходной разрешительной документации».

Везение, как водится, было хорошо подготовлено. Во-первых, компания проводила консервативную кредитную политику и строила объекты с участием большой доли собственных средств. Во-вторых, в компании своевременно осознали, что 214-й федеральный закон о долевом строительстве — всерьез и надолго. И начали переходить на него еще в относительно благополучных предкризисных условиях. Сегодня, когда банки



«Каждый проект прорабатывается индивидуально – разрабатывается оптимальная концепция с учетом конкурентной ситуации, продумывается программа продвижения, в том числе фирменный стиль»

«Это был не самый простой период в жизни компании, но мы вышли с очевидными успехами. Мы смогли предложить рынку действительно доступное жилье, спрос на которое оставался высоким даже в кризис»

хотят твердых гарантий в виде официально зарегистрированных договоров, клиент компании может воспользоваться ипотекой, что увеличивает продажи. Да и компании легче получить кредит, если возникает такая необходимость.

Фактора везения коснулась и генеральный директор «Калинка-Реалти» Екатерина Румянцева: «Калинка» — не только риэлторская, но и консалтинговая компания. А необходимость в антикризисном консультировании требуется большинству проектов вне зависимости от системного кризиса, и наша компания занималась им в рамках оказания консалтинговых услуг достаточно давно». В кризис спрос на такую услугу сильно возрос. Оставалось только провести реструктуризацию, существенно усилив консалтинговое направление.

Будто готовилось к кризису и агентство недвижимости «НДВ-Недвижимость». Многие из наработок, которые применялись в кризис, изучались ранее. Компания не хваталась за продажу всего и вся, не сотрудничала с застройщиками, срывавшими сроки работ, строила с ними четкие договорные отношения. А взявшись за объект, предлагала клиентам бонусы — ремонт общественных зон, ландшафтный дизайн и т. п.

В лучшем положении оказались те компании, которые заранее почувствовали приближение кризиса и приняли необходимые меры. «Внешне самый простой способ — снижение цены. К нему прибегли практически все выжившие застройщики, — говорит Екатерина Румянцева. — Так, «Ведис Групп» отреагировала на приближающийся кризис еще





летом 2008 года. Компания приняла решение уйти из бизнес-класса в эконом. В результате микрорайон «Марфино» и ЖК «Алексеевское» вышли на рынок в кризис с феноменальными ценами: в Марфине — 60 тыс. за 1 м² квартиры с отделкой, причем предлагалось четыре стиля на выбор. Кроме того, по договору с IKEA все покупатели получали дисконтную карту».

В ЖК «Алексеевский» (от 80 тыс. за 1 м²) были сохранены важные элементы бизнес-класса. Впервые в эконом-классе появились места общего пользования такого качества. Весь фонд был быстро реализован.

Застройщик «Итальянского квартала» подошел к кризису с полностью готовым проектом. В очень сжатые сроки (стратегические решения принимались быстрее чем за месяц) была проведена огромная работа по корректировке планировок. Были привлечены архитекторы, дизайнеры. Площадь квартир сократилась со 150 до 120 м², изменилась продуктовая линейка, подверглась корректировке инфраструктура комплекса и т.д.

Генеральный директор «Мортон-Инвест» Антон Скорик подтверждает эф-



На интернет-сайте всякой компании вы найдете раздел «Философия компании». Для многих этот раздел – вроде красочной иллюстрации. У других же есть и философия, и идеология, и принципы

фективность гибкой ценовой политики: «Это был не самый простой период в жизни компании, но вышли мы из него не только без потерь, но и с очевидными успехами. Мы смогли предложить рынку действительно доступное жилье, спрос на которое оставался высоким даже в кризис».

Согласно рейтингу застройщиков, опубликованному в апреле 2011 года газетой «Коммерсант», ГК «Мортон» по объемам введенного в эксплуатацию и проданного жилья в 2010 году вошла в пятерку крупнейших. В кризисные 2008–2009 годы ГК «Мортон» не только продолжила строительство на всех своих площадках, но и вывела на рынок очередные проекты.

Компания в этот период сделала значительные приобретения на земельном

рынке, что позволило в 2010 году предложить рынку четыре масштабных проекта совокупным объемом жилья около 1 млн м². В портфеле компании такие проекты, как «Солнцево-Парк» (470 тыс. м²), «1 Мая» (320 тыс. м²), «Катюшки» (300 тыс. м²), 30 мкр. (480 тыс. м²), «Бутово Парк» (370 тыс. м²) и «Щитниково» (241 тыс. м²).

«Мы практически единственные, кто решился в этот период, в начале 2010 года, вывести на рынок проект на полмиллиона квадратных метров, — говорит Скорик. — Это наш микрорайон «Солнцево-Парк», который возводится на участке 56 га в Ленинском районе Подмосковья. Это был смелый шаг, и он себя полностью оправдал. Сегодня это одно из наиболее востребованных предложений. Если в про-

Везение, как водится, было хорошо подготовлено. Во-первых, компания проводила консервативную кредитную политику и строила объекты с участием большой доли собственных средств. Во-вторых, в компании своевременно осознали, что 214-й федеральный закон о долевом строительстве – всерьез и надолго. И начали переходить на него еще до наступления кризиса. Сегодня, когда банки хотят твердых гарантий в виде официально зарегистрированных договоров, клиент компании может воспользоваться ипотекой, что увеличивает продажи. Да и самой компании легче получить кредит, если возникает такая необходимость



Антикризисное консультирование требуется проектам вне зависимости от системного кризиса. В кризис спрос на такую услугу возрос. Оставалось провести реструктуризацию, усилив консалтинговое направление

шлом году средние объемы реализации в «Солнцево-Парк» были на уровне 100 квартир в месяц, и это был очень высокий показатель, то в марте 2011 года мы реализовали здесь 172 квартиры».

А вот компания Urban Group ускорила строительство «вертикали». «Имея собственный запас прочности, в период кризиса мы тем не менее столкну-

нья цепочки — от производства материалов до продаж».

Сегодня у компании собственные производственные мощности, техника, специалисты по прокладке инженерных коммуникаций. «В результате мы получаем тройной выигрыш, — перечисляет Пучков, — управляем качеством, сроками и себестоимостью, то есть тремя



Большую роль играет «отделка от застройщика» — предложение нескольких вариантов дизайнерской отделки квартир. Она более выгодна, чем самостоятельный ремонт, к тому же ускоряет переезд в новую квартиру

лись с тем, что подрядчики, партнеры, не имевшие такого же резерва, начали нарушать свои обязательства — задерживали поставки материала, не могли гарантировать сроки выполнения подрядных работ, — рассказывает Андрей Пучков. — Мы усвоили важный урок и ускорили процесс создания вертикально интегрированного холдинга, взяв под собственный контроль все зве-

глобальными строительными рисками. Благодаря подобной организации строительства мы вывели рынок наш новый жилой комплекс «Новосходненский», в котором одни из самых доступных цен в Подмосковье».

Перед агентством недвижимости, которое специализируется в первую очередь на продаже «первички» эконом- и бизнес-класса, стояли другие задачи.



«Первые «кризисные» покупатели ориентировались исключительно на ценовой фактор, — рассказывает руководитель департамента аналитики и консалтинга компании «НДВ-Недвижимость» Ольга Новикова. — С развитием рынка покупатели стали более требовательны и к другим параметрам. На первое место вышло соотношение «цена-качество» того или иного проекта. В этот период мы начали развивать новые опции, чтобы максимально удовлетворить наших клиентов».

Большую роль играет «отделка от застройщика» — предложение нескольких вариантов дизайнерской отделки квартир. Ее стоимость, несомненно, более выгодна, чем цена самостоятельного ремонта, к тому же она ускоряет переезд в новую квартиру. В рамках некоторых проектов «НДВ-Недвижимость» стала предлагать trade-in — зачет старого жилья в счет приобретения квартиры в новостройке.

«Каждый проект прорабатывается индивидуально — разрабатывается оптимальная концепция, исходя из целей застройщика с учетом конкурентной ситуации, продумывается программа продвижения, в том числе фирменный стиль каждого проекта», — поясняет Ольга Новикова.

На интернет-сайте всякой компании, претендующей на определенный статус, вы найдете раздел «Философия (или миссия, идеология, принципы) компании». Видимо, проблема в том, что для многих этот раздел — вроде красочной иллюстрации. У других же (у кого, может быть, и раздела такого на сайте нет), есть и философия, и идеология, и принципы. А также есть воля и умение их применять в кризис и, что не менее важно, вне кризиса. **ДН**



Распродажа недвижимости в Тольятти и Самарской области

- склады
- базы отдыха
- производственные базы
- административные здания
- незавершенные строительством объекты
- гаражи
- и многое-многое другое



Тел. 8 (8482) 757-850
Сайт: group.avtovaz.ru