

Современные антикризисные стратегии компании «Главстрой Регионы»

Научный руководитель – Шлейтере Светлана Владимировна

Кешишоглян Аида Давитовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: a.oganyan00@mail.ru

В последние годы рынок недвижимости демонстрирует нестабильную динамику, обусловленную как изменением платёжеспособности населения и колебаниями спроса, так и влиянием внешних факторов, включая экономическую нестабильность и геополитические изменения. Настоящий материал описывает уже внедрённые в девелоперской компании «Главстрой Регионы» практики антикризисного управления, а также потенциальные направления роста в условиях сложной экономической ситуации. Важность своевременного принятия антикризисных решений подтверждает вывод Э.Р. Мухаррамовой, которая отмечает: «Низкая инвестиционная активность оказала заметное влияние на финансово-экономическую устойчивость предприятий строительного комплекса. В случае, если руководители предприятия своевременно проведут организацию антикризисного управления, то возможен выход из создавшегося кризисного состояния» [1]. Этот тезис прямо указывает на то, что руководство компании при грамотном планировании и оперативном реагировании способно не только минимизировать потери, но и сохранить позиции на рынке, даже столкнувшись с серьёзными внешними вызовами.

Одна из сильных сторон «Главстрой Регионы» — географическое разнообразие: за счёт присутствия в нескольких городах (Московская область, г.о Балашиха; Дальневосточный федеральный округ, г. Южно-Сахалинск) и ориентации на разные классы недвижимости (Комфорт и Бизнес) удаётся компенсировать замедление продаж в одном регионе или сегменте повышением активности в другом. Это особенно важно, когда покупательские предпочтения и платёжеспособность населения перестраиваются стремительно.

Важный элемент антикризисной политики — стратегическое сотрудничество с банками, благодаря которому потенциальные покупатели получают более привлекательные условия финансирования. Это особенно актуально, когда доступ к кредитным ресурсам ограничен, а процентные ставки меняются непредсказуемо. Регулярный пересмотр условий совместных ипотечных программ повышает доверие среди людей, не имеющих больших накоплений, но желающих улучшить жилищные условия.

Кроме того, нельзя обойти вниманием комплексную маркетинговую стратегию компании. В публичном поле «Главстрой Регионы» применяет широкий спектр инструментов: онлайн-продвижение (таргетинг, контекст, размещение на классифайдах) и оффлайн-активности (от наружной рекламы до спонсорства спортивных мероприятий). Такой многоуровневый подход позволяет потенциальным клиентам узнать о новостройках компании через удобный канал. Регулярное появление в отраслевых и деловых СМИ, а также поддержание диалога в соцсетях создают стабильный имидж надёжного застройщика.

Ключевой фактор успеха в период нестабильности — лояльность клиентов, которую «Главстрой Регионы» поддерживает за счёт соблюдения сроков сдачи домов и качественного проектирования инфраструктуры (детские и спортивные площадки, социально значимые объекты, коммерческие помещения, придерживание концепции «двор без машин»). Об этом свидетельствуют отзывы тех, кто уже приобрёл жильё и отмечает, что компания

в подавляющем большинстве случаев придерживается заявленных сроков, а непредвиденные задержки, если и случаются, не приобретают затяжного характера.

Однако даже при том, что в целом антикризисная система работает, у «Главстрой Регионы» существуют возможности еще сильнее повысить финансовый результат за счёт углубления ряда направлений:

1) Расширение онлайн-взаимодействия.

Уже сейчас клиенты могут изучать планировки квартир на сайте и отправлять заявки, однако у компании есть пространство для развития онлайн-коммуникации: электронное подписание документов, виртуальные 3D-туры по строящимся объектам.

2) Развитие контент-маркетинга.

Размещение на сайте актуальных рендеров, аэрофотосъемки, карты с отмеченной инфраструктурой, которая находится в шаговой доступности от жилого комплекса, будет полезна как будущим жильцам, так и инвесторам, ориентирующимся на сдачу недвижимости в аренду.

3) Поддержка инвесторов и постпродажный сервис

Люди, покупающие квартиры под сдачу, нередко хотят доверить все заботы о поиске арендаторов и оформлении документов профессионалам. Если «Главстрой Регионы» создаст полноценный пакет услуг, включающий управление недвижимостью и юридическое сопровождение, это привлечет дополнительный круг клиентов. Кроме того, послепродажные услуги для собственников (ремонт, сервис по дизайну и обслуживанию жилья) дадут компании дополнительный источник дохода и повысит рейтинг в глазах людей, уже вложивших средства.

Суммируя всё вышесказанное, можно заключить, что девелопер «Главстрой Регионы» грамотно сочетает диверсификацию проектов, партнерство с банками и комплексные маркетинговые приемы, что уже приносит ощутимые результаты в кризисных условиях. При этом дальнейшее развитие цифровой среды и сервисов «под ключ» для инвесторов способно укрепить конкурентные преимущества компании и увеличить общую прибыль.

Источники и литература

- 1) Мухаррамова Э.Р. Организация антикризисного управления на предприятиях строительной отрасли // Известия КГАСУ. – 2011. – № 3 (17). – С. 229
- 2) Никитенко В. Г. Понятие антикризисного управления в работах российских и зарубежных авторов [Электронный ресурс] // CyberLeninka. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-antikrizisnogo-upravleniya-v-rabotah-rossiyskih-i-zarubezhnyh-avtorov/pdf> (дата обращения: 01.03.2025).
- 3) Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. Санкт-Петербург: Издательский дом «Питер», 2003. – 132 с