



«ЛЕША ПРИДУМАЛ ОТКРЫТЬ НЕ ОФИС, А ФРАНШИЗУ – ПОТОМУ ЧТО ТАКИМ ОБРАЗОМ МОЖНО ОТКРЫТЬ НЕ ТОЛЬКО МОСКВУ, А ПРАКТИЧЕСКИ ВЕСЬ МИР»

Фото из личного архива героев



Это сегодня Андрей Маковский и Леша Кораблев – владельцы одной из самых известных белорусских дизайн-студий ZROBIM architects. А когда-то они были простыми студентами архитектурного факультета, где и познакомились, а затем – вместе открыли свое дело. «Студия – это громко сказано», – смеются ребята, вспоминая первый офис: небольшое помещение со списанной мебелью, которую за бесценок отдал завхоз. Прошло 10 лет, и архитектурное бюро Андрея и Алексея выросло настолько, что стало не только белорусским. В прошлом году ZROBIM architects открыли свои представительства в России и Украине, этим летом – в Грузии, и вот-вот откроют офисы в США и Канаде. OpAir узнал у ребят, каким был путь бедных студентов от маленькой студии в Минске до франшизы в Нью-Йорке. Вдруг и вам пригодится, если вы сомневаетесь в своих силах.

Дарья Кириллова

В ранних интервью вы рассказывали, что ваша студия началась... с потолка. По крайней мере, это был ваш первый заказ. Первый офис, первые клиенты – как вы их сейчас вспоминаете?

Алексей: Потолок – это, видимо, мы сразу стремились к чему-то высокому. (Смеется.) Первый офис мы снимали за стипендию, денег было очень мало. Нужна была мебель, и мы договорились с завхозом в университете, чтобы он нам отдал списанную за какие-то копейки. Она, конечно, разваливалась. Однажды к нам в офис пришел дедуля. Пока он поднимался по лестнице – устал так, что сразу же опустился в кресло. И вот оно под ним так закрипело, что на протяжении всей беседы мы только и думали, не развалится ли это кресло.

Андрей: Дедушка, кстати, оказался очень набожный, заставлял строителей молиться, святой водой окроплял по утрам стройплощадку, чтобы работа хорошо шла. При этом носился на огромном кроссовере и постоянно нарушал ПДД. Я однажды из этого кроссовера вышел и даже дверь не успел закрыть, а он уже газанул. Так я и смотрел этой болтающейся двери вслед... Словом, первые клиенты у нас были, скажем так, оригинальными людьми. Наш дизайн был очень дешевый, и к нам такие персонажи приходили! Кто-то дарил наши услуги жене на 8 Марта, чтобы она поиграла в богатого человека и заказала дизайн, хотя реализовывать его никто не собирался, потому



Тот самый первый офис ребят

что бюджета не было. А один товарищ хотел подвальное помещение с отдельным входом и шумоизоляцией, ванной, холодильником, двумя морозильными камерами и стеллажом. Когда мы это услышали — думали звонить в милицию, предположив, что это маньяк. Оказалось, он был моряком, разделявал рыбу и потом ее замораживал. Еще заказывали у нас красную комнату.

Алексей: Да, настоящую красную комнату за секретной стенкой. Ты нажимаешь на книгу, стена поворачивается — и за ней красная комната. (Смеется.) Со временем к нам стали приходиться айтишники. У них как раз были достаточно стандартные пожелания, из которых наш стиль и выработался.

А когда поняли, что вы уже не просто два индивидуальных предпринимателя, и выросли в

какую-то следующую бизнес-модель?

Алексей: Мы совсем недолго пробыли индивидуальными предпринимателями, практически сразу зарегистрировали общество с ограниченной ответственностью. Понимали, что надо развивать студию, и брали на подработку хотя бы студентов, чтобы за какие-то, пусть небольшие, деньги они нам помогали. Я не знаю, почему мы так действовали — может, книга «Богатый папа. Бедный папа» Роберта Кийосаки повлияла, мы ее тогда прочли. Я убежден, что, может быть, не каждый пробует, но каждого посещала мысль открыть кофейню, написать книгу — что-то сделать самостоятельно. Правда, есть статистика, что 95% фирм закрывается в течение первых пяти лет. У нас, конечно, тоже возникали проблемы — миллиард проблем, если честно. Но при этом мысли,

что закроемся — и проблемы решены, не возникало никогда. Я думал только о том, как выйти из ситуации.

Как решились на офисы за границей?

Андрей: Нас давно звали в Россию — после того как начал развиваться наш YouTube-канал, из России стало поступать много заказов. И мы поняли, что не сможем вести все эти проекты, не имея там офиса и сотрудников. Ведь клиенты хотят, чтобы к ним на участок приезжал человек и курировал стройку. А Леша придумал открыть не офис, а франшизу, потому что таким образом можно открыть не только Москву, а практически весь мир. Москва была первой, потому что это большой регион и центр русскоязычного мира. Потом случились Киев и Питер, а сейчас мы открываем офис в Тбилиси и ведем переговоры с Нью-Йорком и Торонто.



Проект дома в Нью-Йорке



Проект в Катаре

Как вам Нью-Йорк?

Алексей: Ох, в Нью-Йорке очень туго согласовывают проекты, педантично следуют всем нормам. Время архитектора там стоит очень дорого, и чем все более стандартно — тем им проще, а что-то нестандартное превращается сразу во что-то очень дорогое. Самая большая сложность там — это так проявить креатив, чтобы он не улетел в заоблачную цену.

У вашей студии есть определенный стиль. Когда продаешь франшизу — бренд остается, а ответственность за этот стиль лежит уже на других людях. Не страшно было отпускать своего птенца в мир?

Алексей: Смысл нашей франшизы в том, что мы оставляем производство у себя. На месте будет архитектор, который поможет вести проект, но само проектирование будет здесь у нас, в минском головном офисе. Мы рассчитываем, что качество нашей работы даже улучшится, поскольку появится еще одна ступень проверки со стороны франчайзи.

Андрей: Везде, где мы открывали франшизу, нам предлагали релокацию. Но мы принципиально не хотели бы уезжать из Беларуси. А вот сопровождать проекты до реализации хотели бы, ведь в этом и есть ценность архитектора, когда он ходит и говорит: «Это здание спроектировал я», — и знает, как проходила стройка.

В зависимости от географии, менталитета, культуры вкусы у людей разнятся.

Сталкивались ли вы с кейсами «у нас так не строят» или «у нас этого не поймут»?

Алексей: Мы много лет работаем с Саудовской Аравией, например, и там совершенно иные вкусы. Дома по четыре тысячи квадратов и совсем по-другому устроена жизнь. Я сперва не понимал, зачем человеку даже с пятью детьми такой большой дом. Но когда он озвучивает пожелания — выясняется, что не так просто даже в эти четыре тысячи все впахнуть! Потому что там, например, очень любят тусовки, любят приглашать сто человек и для всех развлечений должны быть отдельные залы: зал для банкета, комната, где дети играют в плейстейшен, отдельные комнаты для женщин и мужчин, чтобы во время праздника они были в разных частях дома. И иногда из-за этой ментальной и бытовой разницы такие заказы превращаются в неожиданные истории — вроде той, когда в одной арабской стране нам заказали здание фитнес- и спа-центра. Мы искали идею, от которой могли бы оттолкнуться, и решили, что обыграем песок: во-



одушевленные, нарисовали песочный фасад с переливом. Заказчики посмотрели на это и говорят: «Ребята, нас от этого песка тошнит. Мы любим зелень, воду и золото». (Смеется.)

Что будете делать, когда у вас попросят золотой унитаз?

Андрей: Золотые унитазы уже были! Потому что арабы обожают золото, это правда. Но вообще сейчас к нам приходят в основном те, кому нравится минимализм: люди видят наше портфолио, в нем золота и классики практически нет, и, скорее всего, у нас они и не заказывают.

Алексей: Надо понимать, что заказчик – все-таки не специалист в интерьере и архитектуре. Он даже может показывать архитектору не красивые вещи, но хочет он все равно красивое. И важно поймать эту его потребность. Профессионалу просто это совместить – угодить клиенту и одновременно сделать «вкусную» вещь. Мне кажется, профессионал не должен отказываться от проектов. Мы отказывались буквально пару раз за 10 лет.

Андрей: Часто к нам приходят с плохими референсами, с картинками из 1990-х или скандинавским дизайном, который тоже давно устарел. И тогда мы просто разбираем картинку на составляющие и пытаемся понять, а что же именно человеку в этом нравится. Если скандик – то, может, по душе светлый интерьер или натуральное дерево. А это можно и в минимализм увести. Если это картинка из 1990-х, а на ней кожаный диван-пухляк – может, чело-



веку просто нужен уют, и мы показываем много кожаных диванов, которые чуть другой формы, красивые и современные. Это, кстати, частая ошибка молодых дизайнеров – говорить клиенту, что нет, мол, это невозможно, у вас нет вкуса и ничего не получится. Человек, допустим, натяжной потолок хочет в три уровня. А ведь на этом можно построить крутую концепцию, сыграть этими уровнями, оттенить какие-то зоны. Если он хочет волну на потолке – может, ему просто синий цвет нравится. Дизайнеру и архитектору важно понять образ мыслей клиента, проектировать для него, но профессионально.

Вы еще и мебель в проектах рисуете сами...

Андрей: Да, у нас есть свой бренд мебели – BY furniture. А есть еще BY home – это модульные дома. ZROBIM – это премиальный сегмент по стоимости работ и по классу интерьеров и архитектуры, а вот модульные дома и мебель – это сегмент средний, они рассчитаны на максимально широкую аудиторию. Мы хотим, чтобы даже если человек не может заказать дизайн у ZROBIM architects – он мог

купить кресло или диван, поставить его в свою квартиру, и это уже будет акцент. Кстати, начинали мы рисовать мебель в проектах, чтобы сэкономить деньги клиента, поскольку сделанная на заказ мебель часто стоит дешевле, чем такая же из скандинавских стран или Италии.

А есть ли у вас амбиция сделать что-то такое, на века?

Андрей: Наверное, мы недостаточно великие, чтобы сформировать какой-то архитектурный стиль, который станет трендом по всему миру.

Алексей: Хотя знаете, я иногда думаю: нам только кажется, что великие смотрели далеко вперед. А если разобрать подробно их биографию, то выяснится, что они тусовались в какой-то среде, и такие великие мысли были, например, у всего факультета. Так что если кажется, что кто-то идет впереди планеты всей – нужно посмотреть внимательнее, с кем он общается, может быть, он не один на этом пути.

Андрей: А вообще мы живем в интересную эпоху, потому что сейчас нет мейнстрима. Я думаю, что глобальные мировые события – ковид, конфликты – отразятся в искусстве и дадут

нынешнему направлению какое-то название.

Алексей: Лет 20 назад был четкий мейнстрим – интернациональный стиль. Все строили одно и то же в разных городах. А сейчас, если посмотреть на хорошие архитектурные сайты, можно найти и модернизм, и постмодернизм, и какие-то переработки, и фьюжен – там действительно можно увидеть совершенно разные вещи, и все хороши! Так что пока мы ждем, какой же стиль родится.

Коронавирус, кстати, как изменил сознание людей? Они по-другому стали относиться к дому?

Андрей: Разумеется! При чем люди в один миг перешагнули планку, которую не могли взять десятилетиями: они поняли, что среда – это не только стены квартиры, а еще и двор, комьюнити – и это сознание постоянно расширяется. К тому же люди привыкли многое решать удаленно, и это дало нам возможность развиваться в онлайн-проектировании. В нашем московском офисе 90% встреч до сих пор проходят в зуме.

Алексей: Да, ковид спровоцировал огромный бум на строительство. Теперь целый коттеджный поселок – это рядовой заказ. Я раньше думал, что поселки достаются только очень крутым именитым архитекторам. Но мы недавно подписали договор



на 856 домов под Питером. Это по сути маленький город. А мы уже шесть таких сдали, еще несколько в работе. И ведь это благодаря ковиду люди массово начали скупать загородную недвижимость.

А как вам удалось не поссориться за все эти годы? Ведь народная мудрость гласит, что начинать бизнес с друзьями не стоит.

Андрей: А с Лешей невозможно поссориться. Честно – я пробовал. Он совершенно неконфликтный и всегда ищет компромисс. Есть книга Дейла Карнеги «Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей» – он даже призна-

вался, что читал ее и узнал там себя. (Смеется.)

Алексей: Мы с Андреем очень разные люди и никогда не распределяли между собой работу. Просто то, что я любил делать, не нравилось ему, и наоборот. А очень часто в этом загвоздка: люди делят работу и неосознанно контролируют друг друга, а потом предъявляют претензии, им кажется, что кто-то работает меньше, а кто-то больше. Мы понимаем, что ответственность у нас общая. И даже если кто-то что-то сделал не так – придется вместе отвечать, а не обвинять друг друга. По мне – это наш главный секрет успеха. •



О_НАЛОГАХ обучающий центр



Гаенкова Татьяна
Аттестованный налоговый консультант, главный бухгалтер с опытом работы 12 лет. Автор статей в журнале «Главный бухгалтер» за 2013-2016 гг.

Авчинникова Елена
Аттестованный налоговый консультант, главный бухгалтер с опытом работы 8 лет.

Повышаем финансовую грамотность

О законодательстве простыми словами

Рассказываем о юридических правах

О кредитах, пособиях, трудовых отношениях



000 “ЭмеральдСити”; УНП 193194484
Минск, ул. Танковая, 15, пом.1, 4 этаж, 4 каб.
+375 (29) 568-93-42
o_nalogahrb@mail.ru