



4П МАРКЕТИНГА НЕДВИЖИМОСТИ:

покупатель, продвижение,
продажи, **прибыль**



Наш ПОДХОД

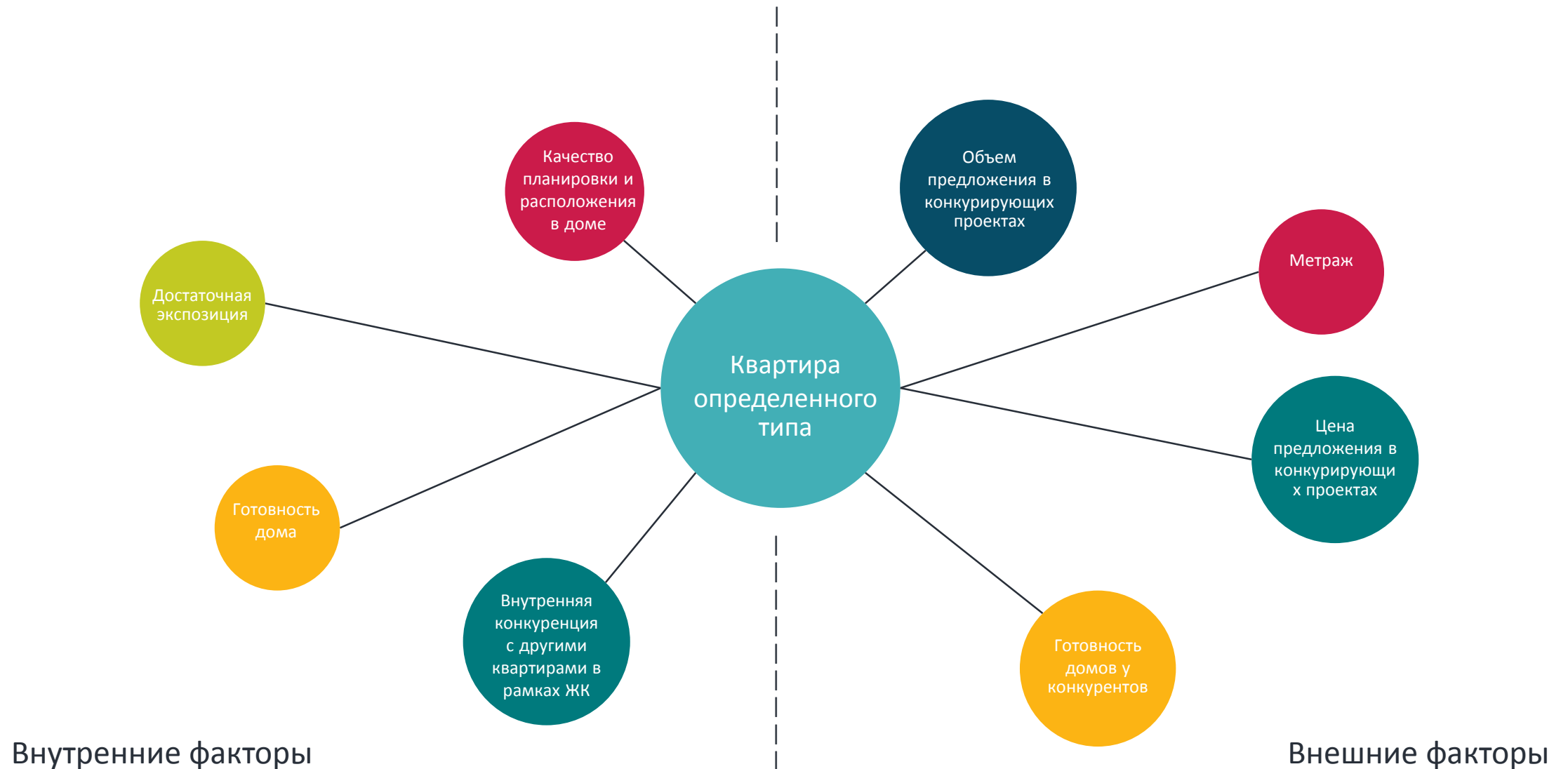
Каждый жилой комплекс или дом состоит из ассортимента квартир.

Покупатель выбирает жилой комплекс, а покупает квартиру. **Некоторые типы квартир продаются быстрее и выгоднее, другие – дисконтом.**

Управление ассортиментом квартир:

- нивелирует колебания спроса и предложения;
- сохраняет темпы продаж;
- увеличивает среднюю стоимость кв.м.

На темпы продаж квартиры и ее стоимость влияют:

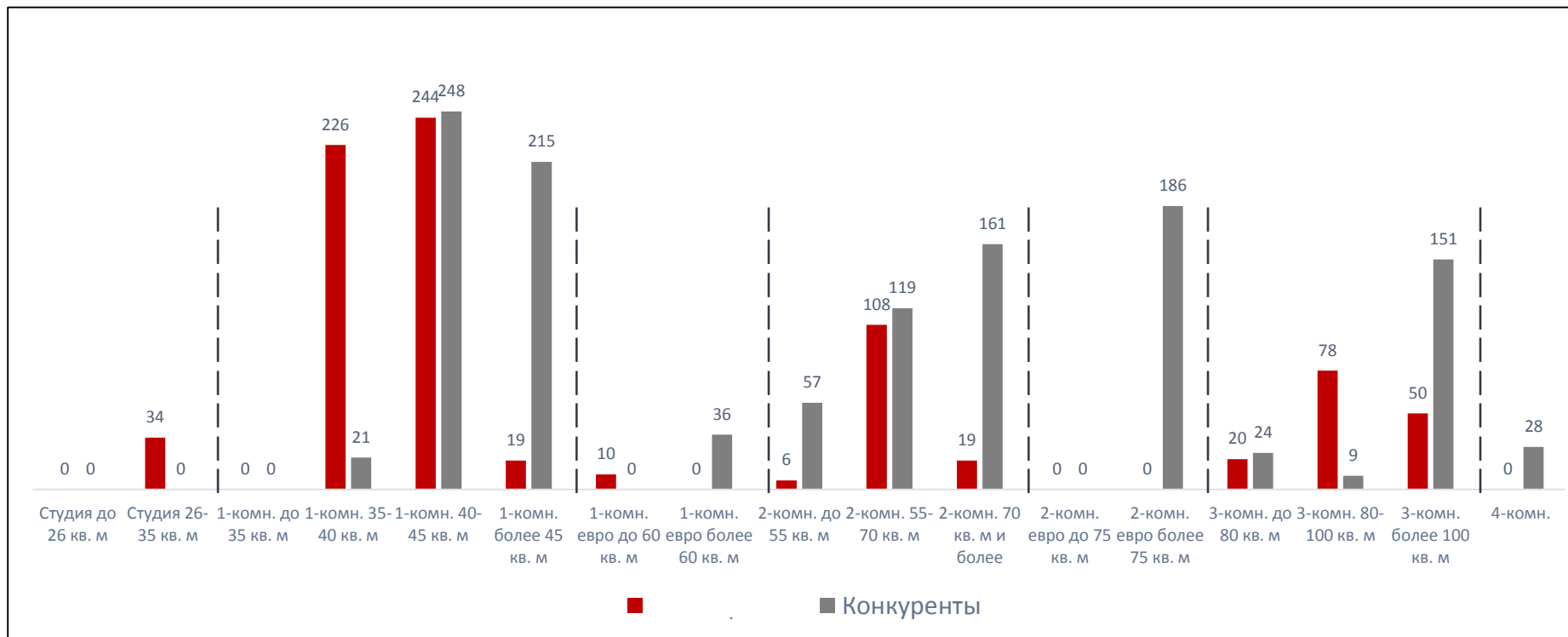


Студия до 26 кв. м
Студия 26-35 кв. м
1-комн. до 35 кв. м
1-комн. 35-40 кв. м
1-комн. 40-45 кв. м
1-комн. более 45 кв. м
1-комн. евро до 60 кв. м
1-комн. евро более 60 кв. м
2-комн. до 55 кв. м
2-комн. 55-70 кв. м
2-комн. 70 кв. м и более
2-комн. евро до 75 кв. м
2-комн. евро более 75 кв. м
3-комн. до 80 кв. м
3-комн. 80-100 кв. м
3-комн. более 100 кв. м
3-комн. евро
4-комн.

Квартиры разные нужны

Мы дифференцируем квартиры на разные
типы
с шагом в 5 кв.м
Именно этот шаг определяет бюджет
покупки и тип покупателя

Ассортимент квартир в локации



Можно посмотреть общее число разных типов квартир в районе застройки

Количество каких типов квартир представлено у конкурентов

Сравнить объемы предложения с собственным ЖК

Узнать свободные ниши



Каждой квартире по покупателю

1

Оцениваем ликвидность квартир в каждой группе с учетом качества планировочных решений, этажности, видовых характеристик

2

Анализируем количество (остатков) квартир в каждой группе, долю в ассортименте и выручке, текущую стоимость и темпы продаж

3

Делаем выводы о степени влияния квартир соседних типов друг на друга

4

Создаем сценарий продаж каждого типа квартир

Тип планировки	Предложение	Доля в остатках	Оценка планировочных решений	Оценка привлекательности планировок	Доля Объекта в локации	Степень конкуренции по остаткам	Бюджет у Объекта	Бюджет у конкурентов	Конкурентоспособность бюджета	Внутрипроектная конкуренция
Студия 26-35 кв. м	34	5%	Есть только в литере 1, востребованный и дефицитный формат в локации. Форма близка прямоугольная, соотношение длин сторон приемлемое	Высокая	100%	Отсутствует	1,5-1,6	Отсутствует	Высокая	Отсутствует
1-комн. 35-40 кв. м	23	3%	Квартиры 36,9 кв. м неудобной треугольной формы	Средняя	9%	Низкая	1,8-2,2	2,4-2,6	Высокая	Отсутствует
	203	28%	Квартиры 39-40 кв. м	Высокая	82%					Отсутствует
1-комн. 40-45 кв. м	194	27%	Планировки без существенных изъянов, классические квартиры, в коридоре удобно сделать гардеробную	Высокая	39%	Высокая	2,1-2,5	2,5-2,9	Высокая	Отсутствует
	50	7%	Квартиры на 20-24 эт. с балконами 7-9,8 кв. м	Средняя	10%					
1-комн. более 45 кв. м	19	3%	Невостребованная площадь 49-51 кв. м, но все они выходят на две стороны, у 3-х квартир балконы 5,6-6,3 кв. м	Средняя	8%	Средняя	2,4-2,6	3,0-4,3	Средняя	С компактными 2-комн. и 1-комн. Евро
1-комн. евро до 60 кв. м	10	1%	Слабо востребованный продукт, у двух квартир балкон 10 м, вид на юг. Все они расположены в торце этажа	Низкая	100%	Отсутствует	2,5-2,6	Отсутствует	Высокая	С компактными 2-комн. Квартирами
2-комн. до 55 кв. м	6	1%	Есть только в литере 2, всего 6 квартир в остатках. Квартиры расположены в торце этажа, площадь 51 кв. м	Высокая	10%	Средняя	2,5	3,1-3,4	Высокая	Отсутствует
2-комн. 55-70 кв. м	15	2%	Квартиры с балконами 7-16 кв. м	Низкая	7%	Высокая	2,9-3,4	3,3-5,6	Высокая	Отсутствует
	78	11%	Классические 2-комн. Квартиры	Средняя	34%					
	15	2%	Площадь 66,1 кв. м, окна выходят на две стороны	Высокая	7%					
2-комн. 70 кв. м и более	19	3%	Есть только в литере 1, у всех балконы 10-13 кв. м, большая площадь 70-72 кв. м	Низкая	11%	Высокая	3,5-3,6	4,3-6,6	Высокая	Цена соответствует компактному 3-комн.
3-комн. до 80 кв. м	20	3%	Есть только в литере 1, мало в остатках, востребованный компактный формат, все квартиры с 2-мя санузлами	Высокая	46%	Высокая	3,6-3,7	4,3	Высокая	Часть спроса крупных 2-комн. перетекает в этот сегмент
3-комн. 80-100 кв. м	45	6%	Квартиры с одним санузлом	Низкая	52%	Низкая	3,6-3,7	5,6 и 8,2	Высокая	Отсутствует
	28	4%	Квартиры с одним санузлом, но окна выходят на две стороны	Средняя	32%					
	5	1%	5 квартир с двумя санузлами, окна на две стороны, 90,8 кв. м	Высокая	6%					
3-комн. более 100 кв. м	46	6%	Низкая: 5 квартир неправильной неудобной формы по 104 кв. м Низкая: 30 квартир имеют только один санузел Низкая: 4 квартиры с террасами 29 кв. м	Низкая	23%	Высокая	4,3-4,9	6,3-9,5	Средняя	Отсутствует
	4	1%	Только 4 квартиры с окнами на две стороны.	Средняя	2%					



Кейс

«Новый Оккервиль»

Застройщик был уверен, что на Объекте медленно продаются 3 к.кв.

Детальный анализ показал, что затоваривание произошло в зоне студий

	Продажи студии				Продажи 1 к.кв				Продажи 2 к.кв				Продажи 3 к.кв			
Период	1 очередь	2 очередь	3 очередь	всего	1 очередь	2 очередь	3 очередь	всего	1 очередь	2 очередь	3 очередь	всего	1 очередь	2 очередь	3 очередь	всего
1.2014	1	3	5	9	2	4	31	37	5	13	13	31	5	4	3	12
2.2014	1	3	5	9	3	7	27	37	8	19	18	45	4	4	3	11
3.2014	1	3	5	9	5	11	22	38	12	25	21	58	4	2	3	9
4.2014	1	3	4	8	6	13	22	41	11	22	18	51	2	4	3	9
5.2014	1	3	5	9	4	6	11	21	7	13	11	31	2	4	2	8
6.2014		3	4	7	3	4	7	14	4	10	9	23	4	4	3	11
7.2014		3	4	7	2	4	5	11		9	6	15	4	2	3	9
8.2014		3	5	8	4	7	12	23		15	15	30	4	4	2	10
9.2014		3	5	8	5	8	15	28		17	16	33	3	6	5	14
10.2014		3	7	10	3	6	11	20		7	8	15	5	6	4	15
11.2014		3	6	9	3	6	10	19		7	8	15	3	5	2	10
12.2014		3	5	8	2	4	7	13		4	7	11	3	3	2	8
Остатки	0	19	195	214	14	55	104	173	0	0	124	124	20	56	9	85
Среднемесячное кол-во продаж в 2015		1	3		2,8	2,8	6				13		4,3	4,3	3	
Срок реализации		19	65		5,00	19,64	16,25				9,73		4,65	13,02	3,21	
Остатки в деньгах	0	62 450 000	521 436 875	583 886 875	612546875	190 246 523	345 268 741	1 148 062 139	0	0	645 387 456	645 387 456	176 594 534	432 569 745	54 123 684	663 287 966

При сравнимом объеме выручке срок реализации студий в 4 раза превышает срок реализации 3 к.кв.

Анализируем продажи конкурентов



Сравниваем **бюджет покупки** квартир каждого типа с собственным ЖК



Сравниваем ежемесячно **темпы продаж** квартир каждого типа с собственным ЖК

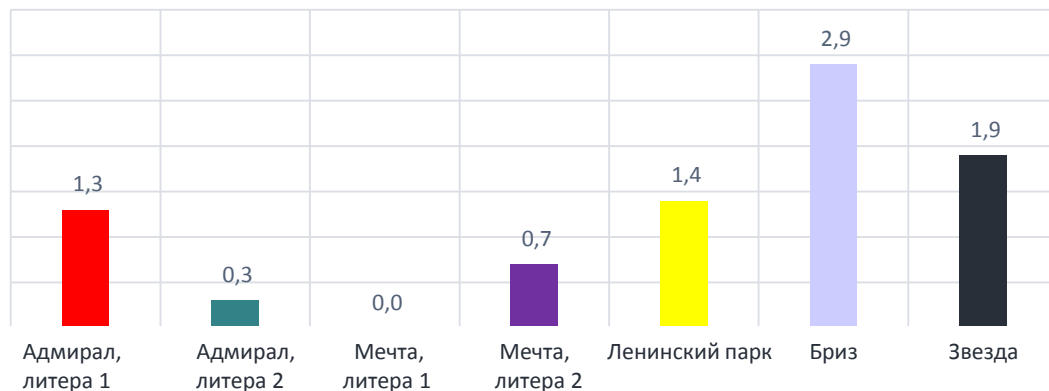


Сравниваем **количество остатков** квартир каждого типа у конкурентов и в собственном ЖК

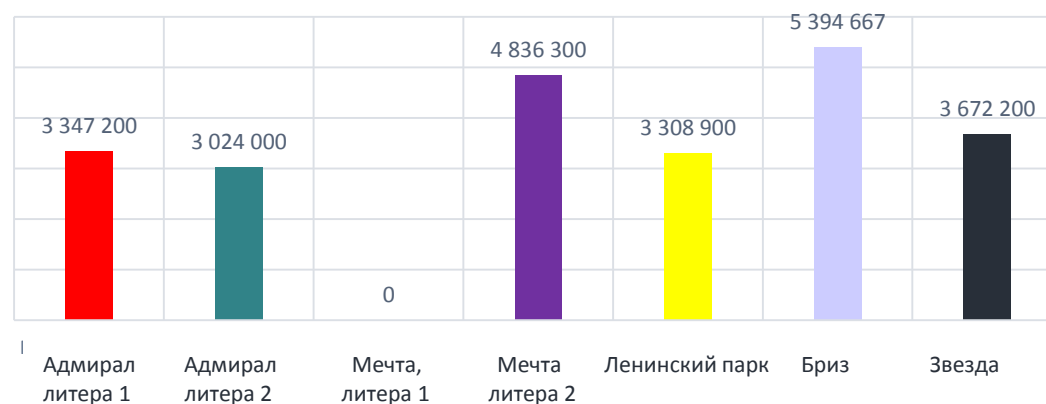
Делаем вывод о возможности увеличения цены/темпа продаж данного типа квартир

Анализируем продажи конкурентов

Среднемесячный темп продаж, кв./мес.
2-комн. 55-70 кв. м



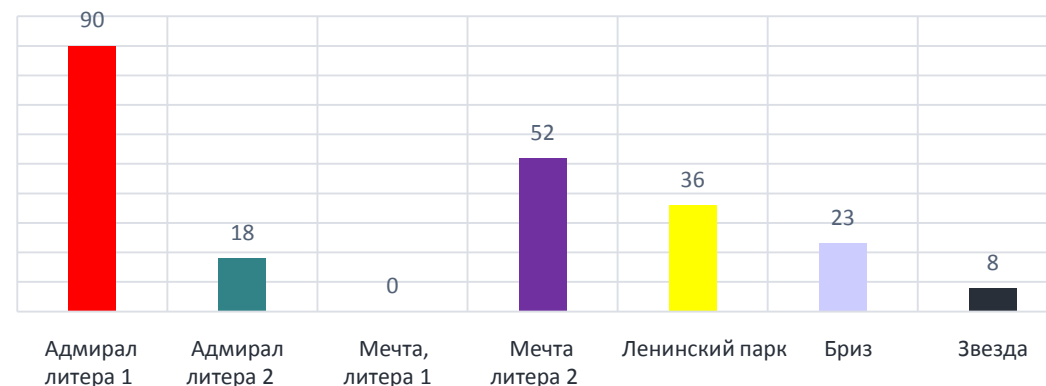
Средний бюджет квартиры, руб.
2-комн. 55-70 кв. м



Цена 1 кв. м, руб.
2-комн. 55-70 кв. м



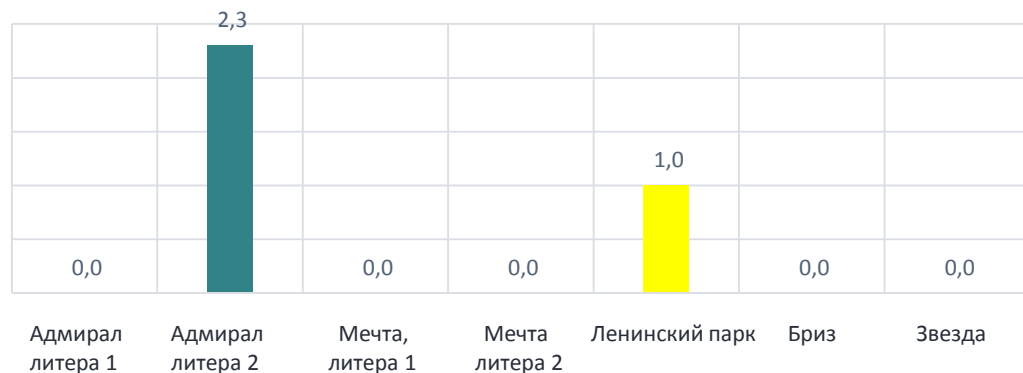
Объем рыночных остатков, ед.
2-комн. 55-70 кв. м



Такова конкуренция для анализируемого Объекта в разрезе классических 2 к.кв.

Анализируем продажи конкурентов

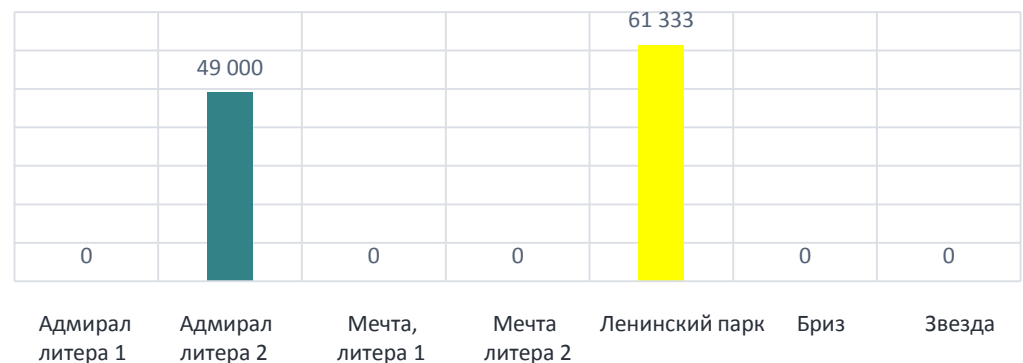
Среднемесячный темп продаж, кв./мес.
2-комн. до 55 кв. м



Средний бюджет квартиры, руб.
2-комн. до 55 кв. м



Цена 1 кв. м, руб.
2-комн. до 55 кв. м



Объем рыночных остатков, ед.
2-комн. до 55 кв. м



Такова конкуренция для того же Объекта в разрезе компактных 2 к.кв.

Тип квартиры	Студия 26-35 кв. м	1-комн. 35-40 кв. м	1-комн. 40-45 кв. м	1-комн. более 45 кв. м	1-комн. евро до 60 кв. м	2-комн. до 55 кв. м	2-комн. 55-70 кв. м	2-комн. 70 кв. м и более	3-комн. до 80 кв. м	3-комн. 80-100 кв. м	3-комн. более 100 кв. м
Маршал, литер 1											
Ср. темп продаж, ед./мес.	0,3	1,0	0,3	0,0			1,3	0,0	0,7	0,3	0,0
Ср. цена 1 кв. м, руб.	63 000			51 000			50 000	50 000	46 918	49 000	49 000
Ср. бюджет реализации, руб.	1 764 000	1 946 000	2 199 500	2 500 000			3 347 200	3 520 000	3 500 112	4 517 800	5 091 100
Маршал, литер 2											
Ср. темп продаж, ед./мес.		1,3	0,3		0,0	2,3	0,3			0,3	
Ср. цена 1 кв. м, руб.		2 021 000			49 000	49 500	48 000			47 000	
Ср. бюджет реализации, руб.		50 678			2 543 100	2 524 350	3 024 000			4 246 732	
Тургенев, литер 1											
Ср. темп продаж, ед./мес.				7,7				0,4		0,7	1,5
Ср. цена 1 кв. м, руб.				81 333				77 000		79 000	78 500
Ср. бюджет реализации, руб.				4 030 000				5 936 700		7 473 400	9 270 850
Тургенев, литер 2											
Ср. темп продаж, ед./мес.			1,3	0,6			0,7	0,0			0,4
Ср. цена 1 кв. м, руб.			70 000	69 667			70 500	70 500			69 500
Ср. бюджет реализации, руб.			2 835 000	3 169 167			4 836 300	10 694 850			8 896 000
ЖК на Гаражной, 156											
Ср. темп продаж, ед./мес.		3,6	1,3				7,1	7,7	2,1	4,2	
Ср. цена 1 кв. м, руб.		47 000	47 000				47 000	47 000	46 000	46 000	
Ср. бюджет реализации, руб.		2 021 000	2 021 000				3 053 433	3 332 300	3 675 400	4 160 700	
ЖК на Дальней, 4											
Ср. темп продаж, ед./мес.			4,1					10,3		1,8	
Ср. цена 1 кв. м, руб.			47 000					47 000		46 000	
Ср. бюджет реализации, руб.			2 021 000					3 382 433		4 264 200	
Краснодар Сити											
Ср. темп продаж, ед./мес.		1,7	0,7	1,1		1,0	1,4	0,3	0,5		0,3
Ср. цена 1 кв. м, руб.		62 000	62 000	64 000		61 333	58 000	63 000	59 000		65 000
Ср. бюджет реализации, руб.		2 418 000	2 728 000	3 379 200		3 281 333	3 308 900	5 077 800	4 283 400		6 773 000
7 континент											
Ср. темп продаж, ед./мес.			0,1	4,8			2,9	0,5		0,2	0,1
Ср. цена 1 кв. м, руб.			85 000	83 333			85 000	85 000		85 000	85 000
Ср. бюджет реализации, руб.			3 595 500	3 870 333			5 394 667	6 494 000		8 160 000	8 746 500
Арбат											
Ср. темп продаж, ед./мес.			2,5				1,9	1,3		0,2	0,8
Ср. цена 1 кв. м, руб.			61 000				61 000	61 000		61 000	61 000
Ср. бюджет реализации, руб.			2 738 900				3 672 200	4 575 000		5 660 800	6 313 500

Знаем точно



1

Какие типы квартир в какой период реализации ЖК должны быть проданы, чтобы **избежать неликвидных остатков**

2

Какова **реальная рыночная стоимость** для каждого типа квартир на сегодня. И не пора ли ее поднять?

3

Какой тип квартир **нуждается в дополнительном продвижении**, а какой продается без усилий

Можем управлять продажами:

- комбинируя «легкие» сделки со «сложными»;
- увеличивая темп реализации
- или среднюю цену за кв.м по разным типам квартир

План продаж 1 к.кв в шт

						Требуемый темп продаж																										Дом сдан			
Тип планировки	Подтип	Конкурентоспо- бность бюджета	Степень конкуренции по остаткам	Внутрипроектная конкуренция	Прогноз по темпам реализации	авг.18	сен.18	окт.18	ноя.18	дек.18	янв.19	фев.19	мар.19	апр.19	май.19	июн.19	июл.19	авг.19	сен.19	окт.19	ноя.19	дек.19	янв.20	фев.20	мар.20	апр.20	май.20	июн.20	июл.20	авг.20	сен.20	окт.20	ноя.20	дек.20	
1-комн. 35-40 кв. м	Классические планировки, большинство имеют правильную форму, большой объем предложения	Высокая, у ближайшего конкурента бюджет выше, сейчас продаем по 49-51 т.р., конкурент - по 62 т.р.	Низкая	Отсутствует	10,0	10	11	12	12	12	10	8	8	8	7	7	7	7	7	7	8	10	6	6	6	6	5	5	5	7	8	8	8	8	
1-комн. 35-40 кв. м	Неликвид				2,0	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1																		
1-комн. 35-40 кв. м	Среднее качество				5,0	7	8	9	9	9	8	7	7	7	6	6	6	7	7	7	8	10	6	6	6	6	4	4	4	6	7	7	7	7	7
1-комн. 35-40 кв. м	Ликвид				3,0																						1	1	1	1	1	1	1	1	1
1-комн. 40-45 кв. м		Высокая	Высокая	Отсутствует	4,0	9	10	10	13	12	11	9	9	9	6	6	6	6	9	9	12	13	10	7	7	7	6	6	6	7	8	8	7	6	
1-комн. 40-45 кв. м	Ликвид				2,5	7	8	8	9	9	8	7	7	7	5	5	5	5	8	8	10	10	8	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	4	
1-комн. 40-45 кв. м	Среднее качество				1,5	2	2	2	4	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	
1-комн. более 45 кв. м		Средняя	Средняя	Есть конкуренция с компактными 2- комн. и европланировка ми	2,5	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0																			
1-комн. более 45 кв. м	Среднее качество				1,5														1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
1-комн. более 45 кв. м	Неликвид				1,0			1	1	1																									

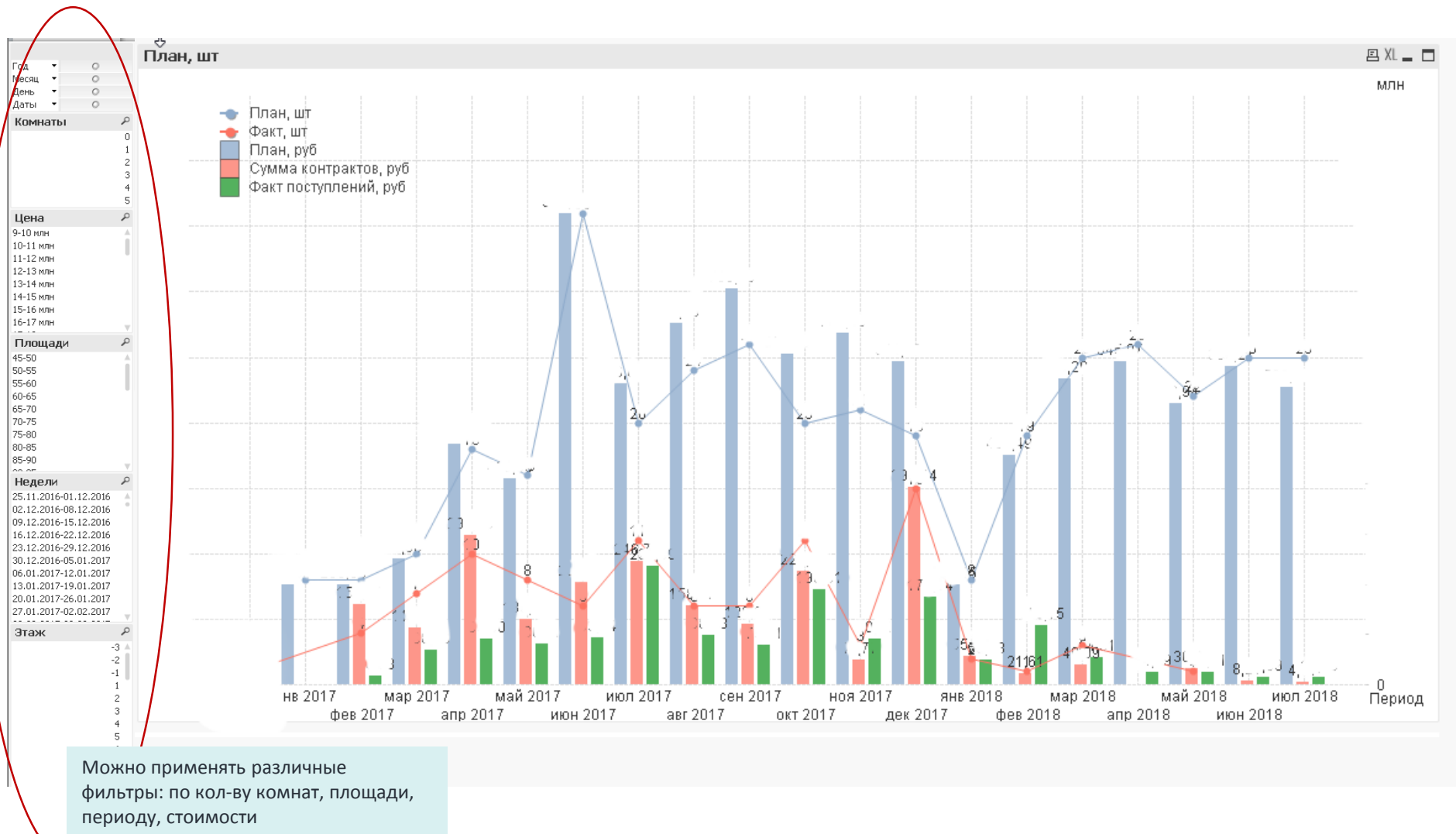
В соответствии с требуемым темпом часть квартир нуждается в более высоком темпе, чем позволяет рынок (красный), и требует доп поддержки рекламой/мотивацией продаж

Часть квартир высоколиквидная (зеленый) и рекомендована к реализации на высокой стадии готовности

ИСПОЛНЕНИЕ ПЛАНА ПРОДАЖ

Сравнение плановых и фактических показателей (по годам / кварталам / месяцам / дням)

- В целом по проекту
- По типам квартир



Зарабатывать больше

Ликвидные типы квартир – дополнительная маржинальность



1

Когда ваш тип квартиры единственный в локации

2

Когда ваш тип квартиры в бюджете покупки дешевле конкурентов

3

Вы можете снижать стоимость кв.м для «сложного» типа квартир и автоматически повышать на высоколиквидном ассортименте

СКИДКИ

Расчет увеличения / снижения доходности при скидках

- По всему проекту
- На определенные типы квартиры

меньшую сторону – скидка, в большую – увеличение цены

Именование цен	Цены по видам	Формы оплаты																																								
Комнаты	Этаж	Кол-во	Сумма площадей	Сумма текущего предложения	Сумма предложения	Отклонение	Средняя цена текущего предло...	Средняя цена предложения	Отклонение																																	
		1 021	48537,69	16 962 551 773	18 658 806 950	+1 696 255 177	16 613 665	18 275 031	+1 661 366																																	
		-3	83	1203,5	183 498 000	201 847 800	+18 349 800	2 210 819	2 431 901	+221 082																																
		-2	133	1801,8	274 350 000	301 785 000	+27 435 000	2 062 782	2 269 060	+206 278																																
		-1	87	1249,4	228 570 000	251 427 000	+22 857 000	2 627 241	2 889 966	+262 724																																
Цена		1	84	1478,65	355 050 000	390 555 000	+35 505 000	4 226 786	4 649 464	+422 679																																
		2	2	493,36	148 008 000	162 808 800	+14 800 800	74 004 000	81 404 400	+7 400 400																																
9-10 млн		3	15	651,2	128 230 100	141 053 110	+12 823 010	8 548 673	9 403 541	+854 867																																
10-11 млн		4	15	648,11	156 418 292	172 060 121	+15 641 829	10 427 886	11 470 675	+1 042 789																																
11-12 млн		5	13	659,5	166 921 600	183 613 760	+16 692 160	12 840 123	14 124 135	+1 284 012																																
12-13 млн		6	15	644,9	164 188 927	180 607 819	+16 418 893	10 945 928	12 040 521	+1 094 593																																
13-14 млн		7	13	660,47	159 399 615	175 339 577	+15 939 962	12 261 509	13 487 660	+1 226 151																																
14-15 млн		8	12	670,83	166 327 521	182 960 273	+16 632 752	13 860 627	15 246 689	+1 386 063																																
15-16 млн		9	15	648,72	160 578 074	176 635 882	+16 057 807	10 705 205	11 775 725	+1 070 520																																
16-17 млн		10	12	669,6	161 613 036	177 774 340	+16 161 304	13 467 753	14 814 528	+1 346 775																																
17-18 млн		11	11	667,19	170 517 025	187 568 728	+17 051 703	15 501 548	17 051 703	+1 550 155																																
18-19 млн		12	15	649,6	173 148 100	190 462 910	+17 314 810	11 543 207	12 697 527	+1 154 321																																
19-20 млн		13	12	666,91	175 061 429	192 567 572	+17 506 143	14 588 452	16 047 298	+1 458 845																																
20-21 млн		14	15	656,26	174 237 379	191 661 117	+17 423 738	11 615 825	12 777 408	+1 161 583																																
21-22 млн		15	13	660,37	175 181 869	192 700 056	+17 518 187	13 475 528	14 823 081	+1 347 553																																
45-50		16	14	652,11	168 474 951	185 322 446	+16 847 495	12 033 925	13 237 318	+1 203 393																																
50-55		17	14	654,31	174 381 590	191 819 749	+17 438 159	12 455 828	13 701 411	+1 245 583																																
55-60		18	14	659,8	182 555 518	200 811 070	+18 255 552	13 039 680	14 343 648	+1 303 968																																
60-65		19	15	651,54	176 001 692	193 601 861	+17 600 169	11 733 446	12 906 791	+1 173 345																																
65-70		Предложение																																								
70-75		Площадь	Цена	Итого	10-11	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24	24-25	25-26	26-27	27-28	28-29	29-31	31-33	33-35	35-37	37-39	39-41	41-43	43-45	45-47	47-49	49-51	51-53	53-55	53-56	56-59	59-62	62-65	65-68	68-71	71-74
75-80		Итого	299				2	8	17	11	4	2	3	2	9	10	9	3	6	3	2	7	14	11	21	14	9	16	7	8	11	14	9	4	4	4	2	8	2	3	4	3
80-85		45-50	4																																							
85-90		50-55	30				2	8	11	8	1																															
90-95		55-60	24																																							
95-100		60-65	2																																							
Этаж		65-70	14																																							
		-3	17																																							
		-2	19																																							
		-1	12																																							
		1	27																																							
		2	3																																							
		3	10																																							
		4	13																																							
		5	9																																							
		6	14																																							
		7	20																																							
		8	6																																							
apartment_ty...		125-130	10																																							
Апартаменты (нежилое)		130-135	16																																							
Квартира (жилое)		135-140	10																																							
Кладовая (нежилое)		140-145	2																																							
Коммерческое помещение (нежилое)		145-150	11																																							
Парковочное место (нежилое)		150-155	7																																							
		155-160	7																																							
apartment_sold		160-165	7																																							
		165-170	7																																							
		170-175	10																																							

Можно применять различные фильтры

100% - текущие цены, отклонение в меньшую сторону – скидка, в большую – увеличение цены

Можно применять различные фильтры и считать увеличение / снижение доходности по каждому типу квартир отдельно

Быстро принимать решения

Рыночная ситуация меняется – успех в моменте



Своевременно продавать
наименее ликвидные квартиры



В период низкой конкуренции
поднимать стоимость кв.м на
востребованные квартиры



Увеличивать общий темп
продаж и выручку компании

Сохранять баланс предложения



1

Не распродавать самые ликвидные квартиры на ранних стадиях строительства

2

Обеспечивать сделками «сложный» ассортимент в соответствии с планом продаж

3

Знать текущий объем спроса на каждый тип квартир

Эффективно привлекать покупателя

21



АКЦИИ

Разрабатывать акции для обеспечения продаж «сложного» ассортимента. И четко видеть результат в продажах.

КАНАЛЫ

Обеспечивать более дешевые и горячие лиды, формируя удобные клиенту условия покупки на узкий ассортимент

КОНКУРЕНТЫ

Целенаправленно рекламировать тип квартиры для клиентов конкурентов, если у нас квартира привлекательнее



Продавать выгодно

Своевременно повышать цены
на востребованные квартиры

Избегать дисконта на
неликвидные остатки

Этапы разработки

23

Интеграция программного обеспечения

FINISH

Интеграция цифровой платформы
с 1С Заказчика

Интеграция цифровой платформы с
данными Росреестра

Настройка необходимых
срезов для анализа

Обучение всех служб
пользованию программой

1

2

3

4

5

6

7

8

Наполнение платформы
Объектами для анализа

Оценка качественных
характеристик
анализируемых
Объектов

Выполнение анализа по 1
Объекту Заказчика

Передача проекта
Заказчику

START

Интеграция

Система разрабатывается индивидуально. Мы используем готовые платформы для интеграции данных
Заказчика и данных по продажам конкурентов



Безопасность

Работы индивидуальны.
Производятся на сервере
Заказчика



**БЫСТРАЯ
УДОБНАЯ
АНАЛИТИКА
СВОИХ ПРОДАЖ
И КОНКУРЕНТОВ**

ЧТО ЖЕ ЕЩЁ?

Ещё! Квартирограмма НОВЫХ ДОМОВ

Матрица квартир на этаже – часть ТЗ проектировщикам



1

Расчет темпов продаж в локации квартир каждого типа

2

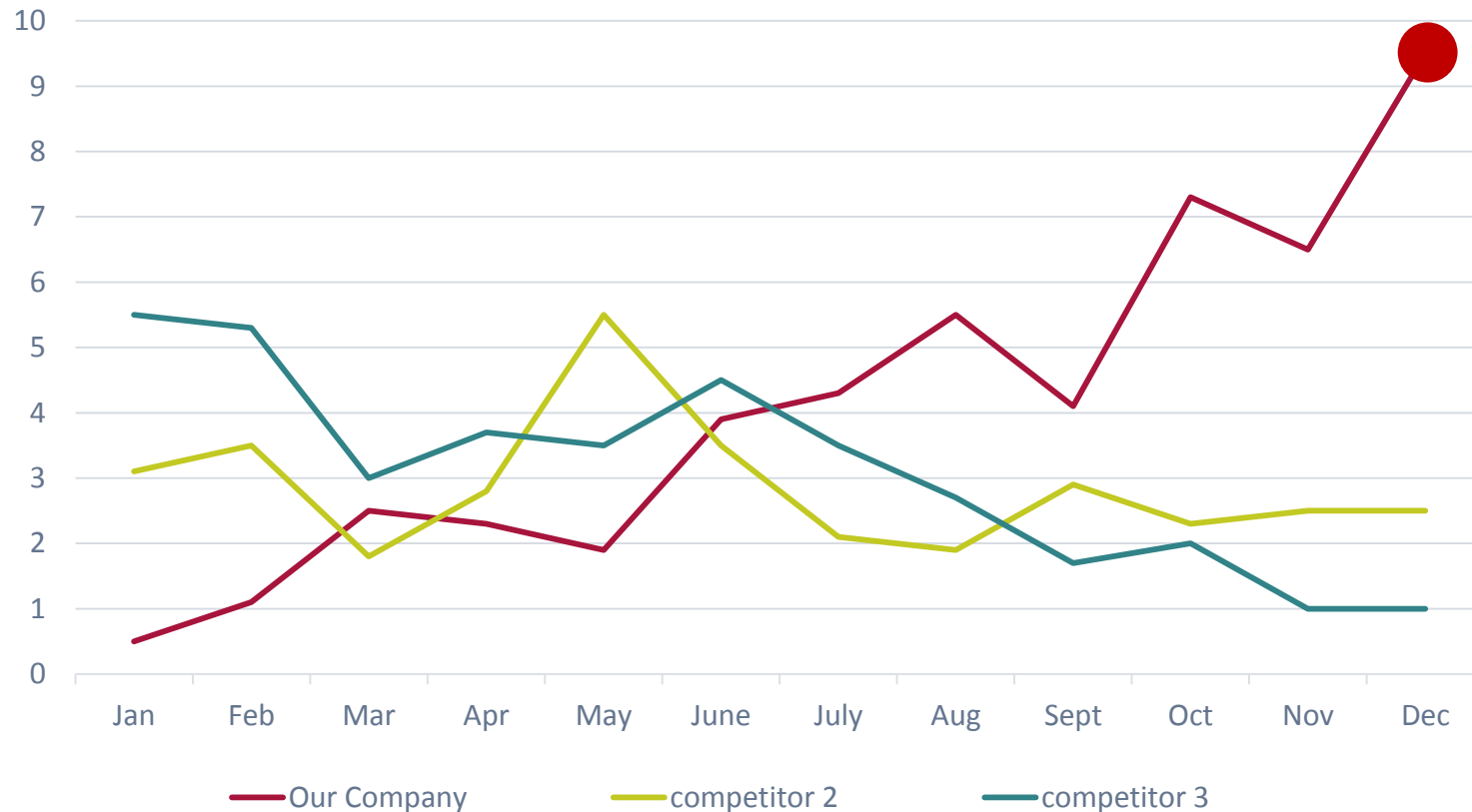
Выявление ликвидного ассортимента и ассортимента, который не представлен в локации

3

Расчет стоимости квартиры в сравнении с конкурентным предложением в локации

Ещё! online аналитика

По всем ключевым параметрам



СРАВНЕНИЕ ПРОДАЖ ВЫБРАННОГО ТИПА КВАРТИР С ЛЮБЫМ КОНКУРЕНТОМ

29

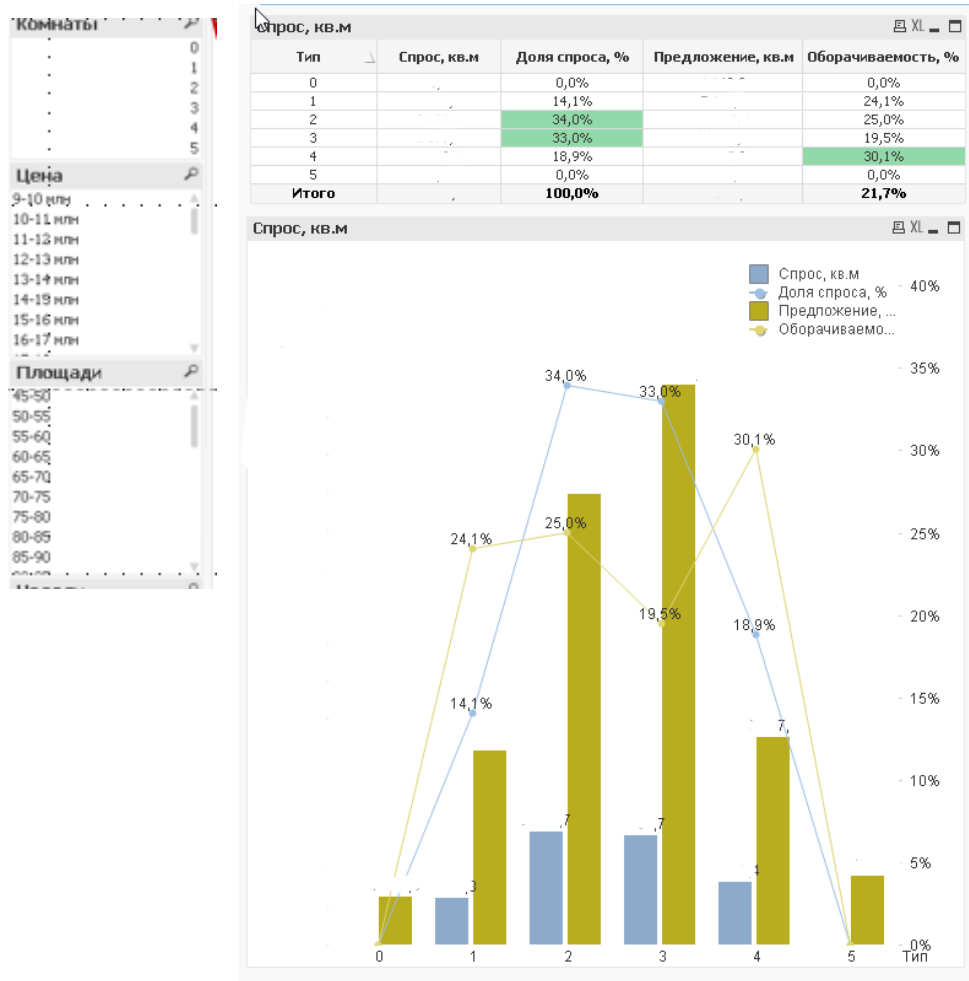


Учитывает стоимость кв.м

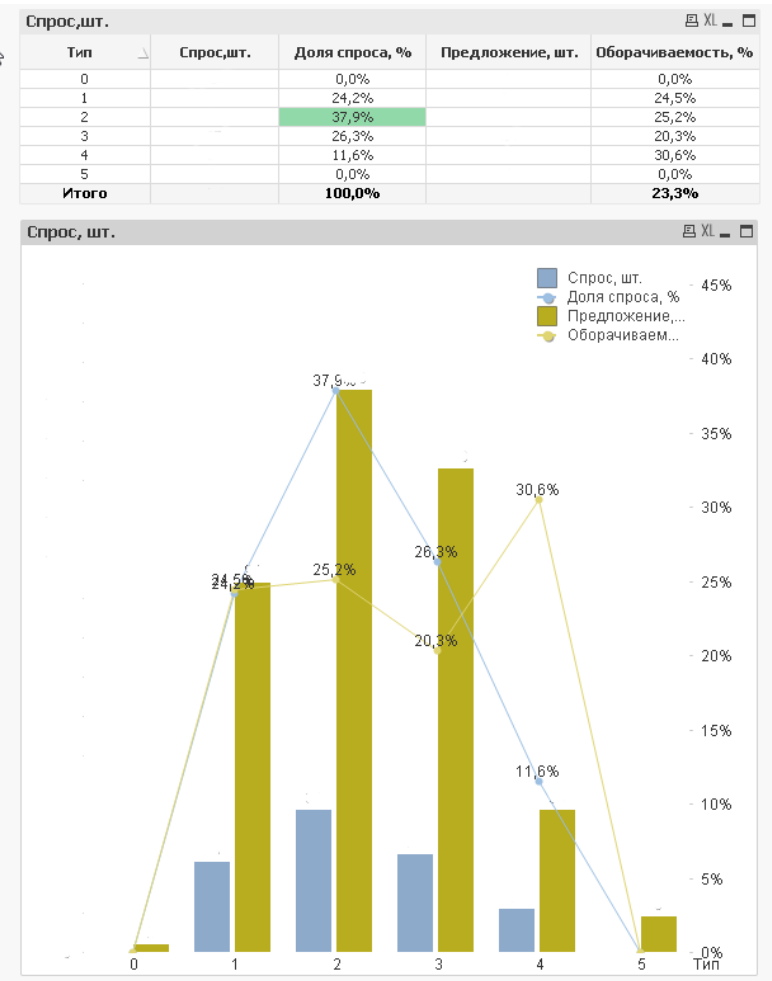
Бюджет покупки

Стадию готовности

В КВ.М



В ШТУКАХ



Будем рады сотрудничеству!



Вопросы?

С удовольствием ответим на
ваши вопросы и обсудим
задачи по вашему Объекту

Ответы!

Виталия Львова
Генеральный директор
Promotion Realty
+7 926 204 18 91
+7 495 374 68 48
Lvova@promo-realty.ru
www.promo-realty.ru