«ОТ ПЛАНОВ СТАТЬ ПУБЛИЧНОЙ КОМПАНИЕЙ НЕ ОТКАЗЫВАЕМСЯ»

В ПРОШЛОМ ГОДУ ПРИ СРЕДНЕМ СНИЖЕНИИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕВЕЛОПЕРСКИХ ПРОЕКТОВ МНОГИЕ ЗАСТРОЙЩИКИ ПОПАЛИ В «КРАСНУЮ ЗОНУ» ПО СТЕПЕНИ НАДЕЖНОСТИ БИЗНЕСА, НО ОФИЦИАЛЬНО ПОКА ЕЩЕ НЕ ПРИЗНАНЫ ПРОБЛЕМНЫМИ. ОБ ЭТОМ, А ТАКЖЕ О ПЛАНАХ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ДОЛИ ОБЪЕКТОВ КОМФОРТ-КЛАССА В ПОРТФЕЛЕ ПРОЕКТОВ И ПЛАНАХ ПО СТАНОВЛЕНИЮ ПУБЛИЧНОЙ КОМПАНИЕЙ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE АЛЕКСАНДРЕ ТЕН РАССКАЗАЛ ПРЕЗИДЕНТ GLORAX АНДРЕЙ БИРЖИН.

GUIDE: Как прошел 2022 год для компании GloraX?

АНДРЕЙ БИРЖИН: Прошлый год был для нас непростым, нас лихорадило, как и всех участников рынка. Из-за экономической ситуации нам приходилось корректировать свою деятельность из месяца в месяц: искать новых партнеров, перестраивать логистические цепочки, менять бизнес-процессы. Однако при этом мы не отказались от реализации ранее намеченных целей по планомерному росту нашей доли на рынке. В прошлом году стартовали с тремя новыми проектами: «GloraX Василеостровский», «GloraX Балтийская» и нашим первым проектом из линейки апарт-отелей «25/7 Заневский».

Для меня значимо, что мы вышли на рынок капитала: в августе провели дебютное размещение биржевых облигаций на сумму 1,5 млрд рублей, а уже в ноябре выплатили первый купонный доход держателям облигаций на общую сумму 54,4 млн рублей. Кстати, несмотря на общую турбулентность на рынке, мы подтвердили свой кредитный рейтинг на уровне предыдущего года. Наша стратегия предполагает долгосрочную и масштабную работу с долговыми инструментами, первый шаг на этом пути — регистрация бессрочной программы биржевых облигаций на 20 млрд рублей сроком до десяти лет. Еще до кризисных явлений я заявлял о планах компании стать публичной, мы по-прежнему твердо двигаемся к намеченной цели и в 2025 году планируем выход на IPO. У нас есть потенциал и все инструменты, чтобы реализовать намеченное. В этом году мы увеличили вдвое объем реализованных квадратных метров, валовая прибыль выросла на 10%. Год от года будем показывать кратный рост по всем ключевым показателям.

В любом случае, в течение года приходилось принимать много сложных решений. Я с большой благодарностью отношусь к своей команде, благодаря которой мы не только выстояли в это сложное время, но и укрепили свои позиции на рынке.

G: Какие тяжелые решения пришлось принимать?

А. Б.: Весной нам пришлось сократить штат компании на 15% и временно отказаться от выплаты бонусов. Любая компания должна уметь достойно проходить периоды неминуемых трудностей. Но сложные решения позволяют двигаться вперед в моменте, а в долгосрочной перспективе — выиграть на длинной дистанции.

СЕГОДНЯ У НАС РЕАЛИЗУЮТСЯ ПРОЕКТЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ, МОСКВЕ, НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ. ПЕТЕРБУРГ ОСТАЕТСЯ ДЛЯ НАС ФЛАГМАНСКИМ РЕГИОНОМ. ВМЕСТЕ С ТЕМ В ЭТОМ ГОДУ МЫ ПЛАНИРУЕМ ВЫХОД НА РЫНОК НОВОГО ДЛЯ НАС РЕГИОНА — ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, ГДЕ ЗАПУСТИМ НЕСКОЛЬКО ПРОЕКТОВ



GLORAX

G: Оказалась ли эффективной поддержка государства в это непростое время?

А. Б.: Осознавая всю серьезность ситуации и последствия происходящего для строительной отрасли, правительство приняло непростое решение временно отменить неустойки при задержке ввода в эксплуатацию и иные штрафы за ненадлежащее исполнение обязательств по договорам участия в долевом строительстве, пересмотреть условия включения жилых комплексов в реестр проблемных объектов. Эти послабления объективно были необходимы застройщикам, чтобы дать им время перестроить привычные логистические цепочки и найти альтернативные варианты поставщикам и производителям, покинувшим Россию.

Кроме того, по-прежнему ключевую роль играют программы льготного кредитования, подтверждением чему является рост доли ипотечных сделок — в некоторых проектах этот показатель достигает 90%.

G: Вы по-прежнему планируете работать в сегментах недвижимости бизнес- и премиум-класса?

А. Б.: Мы изначально позиционировали себя как мультиформатный девелопер, который реализует проекты в разных сегментах. Сейчас стратегия развитии GloraX предполагает, что 60–75% от общего портфеля проектов уже через три года будет сосредоточено в комфорт-классе. Уже в этом году мы планируем анонсировать несколько проектов комфорт-класса совокупной общей площадью 300–500 тыс. кв. м.

Вообще, мы выстроили работу с продуктом таким образом, что можем эффективно запускать проекты в разных сегментах жилья, не перестраивая при этом бизнес-процессы. Последние два года мы работали над созданием продуктовой платформы, адаптируемой по принципу конструктора. Основное ее достоинство — гибкость решений. На базе платформы можно создавать проекты в разных сегментах, классах и локациях. При проектировании объектов мы можем варьировать фасады, решения в благоустройстве, отделке и инженерии. Это позволит нам значительно сократить сроки проектирования, а также снизить себестоимость строительства. Наш подход напоминает модель, используемую в автопроме: так, например, Volkswagen Group на базе одной платформы выпускает автомобили разного класса — от бюджетных Scoda и Seat до премиальных Audi.

G: Почему вы сделали ставку на комфорт-класс?

А. Б.: Сейчас удачное время для диверсификации портфеля в масштабные проекты комфорт-класса, потому что в кризисных условиях этот сегмент всегда находится в более стабильном положении, так как покупательная способность населения снижается, а потребность в собственном жилье при этом остается.

К тому же спрос на проекты бизнес- и премиум-класса за последний год просел существенно сильнее, чем на проекты массового сегмента, а вот общий объем предложения высокобюджетных проектов продолжает расти. И высокобюджетному сегменту рынка потребуется около двух лет на балансировку, но в таких объемах, как раньше, в ближайшие годы он продаваться не будет.

G: Какие глобальные тренды на рынке недвижимости вы наблюдаете?

А. Б.: Мы наблюдаем массовый спрос на льготные и субсидируемые застройщиками ипотечные программы с низкими ставками и расширение условий этих программ. Среди заметных трендов можно также назвать небывалые скидки на квартиры и апартаменты: к концу года они достигали 30%. Кроме того, средние площади квартир продолжают сокращаться во всех сегментах. Благодаря этому растет спрос на улучшенную эргономику пространства.

К более локальным трендам можно отнести заметное снижение спроса на апартаменты, в связи с тем, что льготная ипотека не распространяется на этот формат. Также можно отметить более осторожное отношение девелоперов к выводу новых проектов в условиях наметившегося затоваривания рынка.

G: Какие регионы будут для вас приоритетными в этом году?

А. Б.: Сегодня у нас реализуются проекты в Санкт-Петербурге, Москве, Нижнем Новгороде. Петербург остается для нас флагманским регионом. Вместе с тем в этом году мы планируем выход на рынок нового для нас региона — Ленинградской области, где запустим несколько проектов. Здесь много интересных площадок под масштабную застройку комфорт-класса, на который мы и делаем ставку. Тот факт, что многие