

девелоперы выбрали данное направление для дальнейшего развития, лишь подтверждает, что оно соответствует актуальным реалиям рынка и перспективно в текущем спросе.

В новых проектах в Ленобласти мы максимально сосредоточены на создании комфортной среды. Отдельное внимание уделяем благоустройству и созданию комьюнити-центров, объектов инфраструктуры. За счет высокотехнологичных решений, которые выгодно отличают нас от конкурентов, уверены, что наши проекты будут востребованы.

G: Какие планы у GloraX по наращиванию земельного банка?

А. Б.: С учетом наших планов по выходу на IPO мы будем агрессивно наращивать земельный банк и планомерно увеличивать количество проектов в реализации. У меня есть четкое понимание стратегических и тактических действий, необходимых для того, чтобы сделать GloraX ведущим игроком на рынке.

В этом году часть девелоперских компаний отказалась от планов по приобретению земельных активов, часть — поставила на стоп вывод новых проектов на рынок. К тому же мы наблюдаем консолидацию рынка, сокращение числа мелких застройщиков, которым, очевидно, не хватает опыта и запаса финансовой прочности. В текущих условиях устоят только сильнейшие, но уже примерно 30% девелоперов России работают в «красной зоне» надежности для банков. То есть те девелоперы, маржинальность бизнеса которых была на уровне 7–10%, столкнулись с падением продаж и уже начали испытывать проблемы, но официально их еще не признают проблемными. Сейчас будет время тех, кто готов рисковать и усиливать свои позиции на рынке, в том числе и за счет сделок M&A. А рисковать я всегда любил. Как бы банально ни звучало, но любой кризис для меня — это точка роста и время новых возможностей.

G: Очевидно, что не только вы мыслите такими категориями. Что отличает вашу компанию от других крупных застройщиков, которые также разделяют точку зрения по поводу кризисных возможностей?

А. Б.: В отличие от других сфер экономики, строительная отрасль — одна из самых консервативных, инертных, медленно поддающихся изменениям. Объективно на рынке мало компаний, готовых рисковать, оперативно заимствовать и внедрять наработки из других, более прогрессивных отраслей.

Наше принципиальное отличие и выгодное конкурентное преимущество — это гибкость и быстрая адаптивность к меняющимся условиям. GloraX можно сравнить со стартапом, потому что мы неустанно тестируем разные гипотезы и безболезненно отказываемся от неработающих схем. GloraX — это симбиоз лучших характеристик стартапа и крупной коммерческой организации.

G: Возможен ли для девелоперов откат назад по качеству проектов?

А. Б.: С учетом того, в среднем по рынку себестоимость строительства в Санкт-Петербурге выросла за прошлый год примерно на 7,4%, до 65,5 тыс. рублей за квадратный метр, нельзя исключать, что девелоперы, которые работают с минимальной маржинальностью, могут начать упрощать характеристики своих объектов и экономить на строительстве, используя менее качественные, но более доступные по цене материалы. Крупные игроки, которые имеют долгосрочную стратегию развития, не станут идти на компромисс, упрощать продукт и жертвовать качеством, тем более в условиях, когда установился рынок покупателя.

Мы провели большую работу по замещению ряда позиций отделочных и облицовочных материалов, комплектующих для инженерных систем. К началу зимы ситуацию удалось стабилизировать, были заключены контракты с альтернативными поставщиками и производителями, также удалось наладить новые логистические цепочки. Мы продолжаем мониторить рынок и заблаговременно подбирать альтернативные варианты дефицитным позициям. Несмотря на все сложности, приоритетом для нас являются неукоснительное соблюдение заявленных характеристик проектов, высокое качество и сроки строительства.

G: Ранее вы рассказывали о цифровизации своего бизнеса. Насколько это дорого?

А. Б.: Это очень дорого, потому что в девелопменте много процессов, которые необходимо оцифровывать. Если коротко, то цифровизацию можно условно разделить на процессы внутри компании и цифровые сервисы для клиентов. Для ведения всех внутренних операционных процессов у нас запущено множество сервисов, позволяющих управлять проектами, контролировать себестоимость и сроки строительства.

Если говорить про взаимодействие с клиентом, то мы выстраиваем полноценную цифровую экосистему, которая включает в себя сайт, возможность проведения онлайн-сделки, мобильное приложение по типу SuperApp, а также самые современные демонстрационные материалы, созданные с помощью технологий VR (виртуальная реальность) и AR (дополненная реальность). На данный момент GloraX является одним из лидеров отрасли по цифровизации клиентского пути.

G: Будет ли цифровой девелопмент развиваться в текущих условиях?

А. Б.: В связи со снижением рентабельности бизнеса небольшие региональные девелоперы могут сокращать темпы цифровизации, но крупные игроки не станут сокращать свои инвестиции в цифровизацию, потому что внедрение современных технологий позволяет увеличить эффективность бизнеса и удержать лидирующие позиции на рынке.

GloraX — федеральный девелопер, специализирующийся на строительстве жилых комплексов, коммерческой недвижимости и социальных объектов. Компания была создана в 2014 году. За время работы застройщик ввел в эксплуатацию 688 тыс. кв. м недвижимости. География деятельности компании охватывает несколько регионов: Москву, Санкт-Петербург, Ленинградскую область и Нижний Новгород.

В текущем портфеле компании представлено 15 проектов, пять из которых находятся в активной стадии строительства. Объем портфеля проектов составляет 4,7 млн кв. м. По состоянию на текущий момент в активной стадии строительства находится более 325 тыс. кв. м недвижимости. ■