

Коммерсантъ ДЕНЬГИ

ЖУРНАЛ "ДЕНЬГИ" № 4 (759) ОТ 01.02.2010

Боец оконной армии

Журнал «Деньги» № 4 (759) от 01.02.2010



Строительный рынок просел, заказ на стеклопакеты легче получить от жителей старых домов

Фото: [Дмитрий Лебедев/Коммерсантъ](#)

В кризис с рынка ушла почти половина компаний, занимавшихся установкой пластиковых окон: объемы строительства резко упали, а новые дома — важный рынок для оконщиков. Впрочем, частные заказчики окна меняли и менять будут. Корреспондент "Денег" Иван Ждакаев, приценившись к открытию своей оконной фирмы, понял, что главное для нее — побольше рекламы и поменьше производственных моментов.

Падение окон

Ежедневно я вытряхиваю из почтового ящика ворох рекламных буклетов. В последний раз вместе с листовками, рекламирующими доставку пиццы, магазины электроники и церковь саентологов, я бросил в мусоропровод десяток буклетов с рекламой пластиковых окон. В каждом содержалось специальное предложение: кто-то давал скидку, кто-то — бесплатное окно. В одной листовке за остекление квартиры мне даже сулили ящик шампанского.

Понятно, почему приманки оконщиков становятся все более изощренными: объемы остекления сократились в 2009 году на 17%, подсчитывает руководитель исследовательского агентства Research.Techart Евгения Пармухина. Ждали вообще-то худшего — падения на 40%, но продавцы окон снизили цены примерно на 20% и сохранили клиента. "Рынок не мог упасть очень сильно, пластиковые окна — это практически единственный бюджетный вариант остекления", — говорит аналитик. Объем рынка, по ее данным, составил в 2009 году около 37 млн кв. м, но в 2010 году снова ожидается падение на 20-25%: мало кто начинает новое строительство, и достраивать будет уже нечего.

Есть и другие подсчеты, не более утешительные. Компания "О.К.Н.А. Маркетинг" занимается исследованиями и консалтингом исключительно на рынке светопрозрачных конструкций (то есть окон). В силу узкой специализации гендиректор компании Ирина Обросова просчитывает остекление чуть ли не до сантиметра. "В Москве в 2009 году купили 0,35 кв. м окон в расчете на одного жителя, а в 2008-м — 0,47, — говорит Обросова. — Окна, конечно, покупают по всей России, но на столицу приходится пятая часть этого рынка".

Словом, рынок, на который я хочу выйти, упал вместе со всем строительным сектором. С другой стороны, я и не собирался работать на новостройках: есть и частный заказчик, которому зимой со старыми окнами холодно. У моего знакомого Анатолия — фирма, занимающаяся продажей и установкой пластиковых окон в одном подмосковном городе. На кризис он не жалуется, хотя недоволен высокой конкуренцией. "Зимой заказов, конечно, поменьше, — сказал мне Анатолий. — Но в холода никто никогда и не ставил окон. А летом я нормально работал, может, на один-два заказа поменьше было, чем обычно. В общем, на окна прокормить себя всегда можно". Но Анатолий — человек не амбициозный, развивать свой бизнес он не собирается, основная цель — скопить денег, чтобы построить дом на имеющемся уже участке. Чтобы



ФОТО: [Дмитрий Лебедев, Коммерсантъ](#)

Оборудовать среднюю по объемам производства оконную фабрику обойдется в полмиллиона долларов

понять, как работают серьезные предприниматели, я отправился в более крупную фирму. По словам гендиректора компании "Окна Мобифон" Александра Миронова, месячный оборот его фирмы — около 20-30 млн руб. при производстве около 4-5 тыс. кв. м окон. Разумеется, я на такие объемы не претендую, но Миронов на рынке уже десять лет и готов поделиться опытом с начинающим оконщиком.

Большие проемы

Производственная база "Окон Мобифон" находится в нескольких километрах за МКАД. Бывший коровник в пару сотен квадратных метров заставлен сложными станками. "Управлять ими несложно,— признается мне один из рабочих,— я в армии научился, в стройбате служил". Тем не менее работа выглядит впечатляюще: один станок под нужным углом распиливает профиль, на другом куски пластика спаиваются. Готовую раму помещают в третий станок, который за несколько секунд зачищает швы от сварки. Остается оборудовать раму фурнитурой, вставить стеклопакет и закрепить его штапиками — это уже вручную. Всего на одно окно уходит около часа. Обычно на производстве работает 10-15 человек, однако сейчас лишь три человека: заказов нет.

"Сейчас мы не в прибыли,— делится Александр Миронов.— Очень большие неплатежи, раньше такого не было. Даже по муниципальным заказам реконструкции жилья не платят. К лету начнем выравниваться, я думаю. Несмотря на кризис, в 2009 году я застеклил больше окон, чем в предыдущие благополучные годы".



ФОТО: Дмитрий Лебедев, Коммерсантъ

Дилер, который сам проводит монтаж окон, ближе к заказчику, чем фабрика, и получает от нее большую скидку

По классификации оконных маркетологов компания Миронова, имеющая в штате 120 человек,— типичный середнячок. Начинать он с остекления балконов и деревянных рам. Хотя деревянное направление бизнеса сохраняется до сих пор, основной упор уже лет шесть "Окна Мобифон" делают на пластик. Нашлись уже и крупные заказы — мечта любого оконщика. Александр отвез меня на большой объект: типография на севере Москвы готовится сдавать в аренду целый этаж под фитнес-клуб. Несколько десятков огромных окон — миллионный заказ, особенно это важно зимой, ведь спрос на остекление квартир сейчас очень низкий. Хотя это неправильно, объясняет мне Миронов.

"Если бы я себе ставил окна, то зимой. Сейчас все дают очень хорошие скидки: у нас, например, для частных лиц скидки около 30-35%. Кроме того, у монтажников сейчас работы мало, значит, они не будут торопиться, сделают все качественно. Ведь нормальное функционирование окна на 80% зависит от работы тех, кто его устанавливает. Зря люди боятся, что квартира остынет. После демонтажа старой рамы установка новой занимает всего 10-20 минут",— аргументирует Александр Миронов.

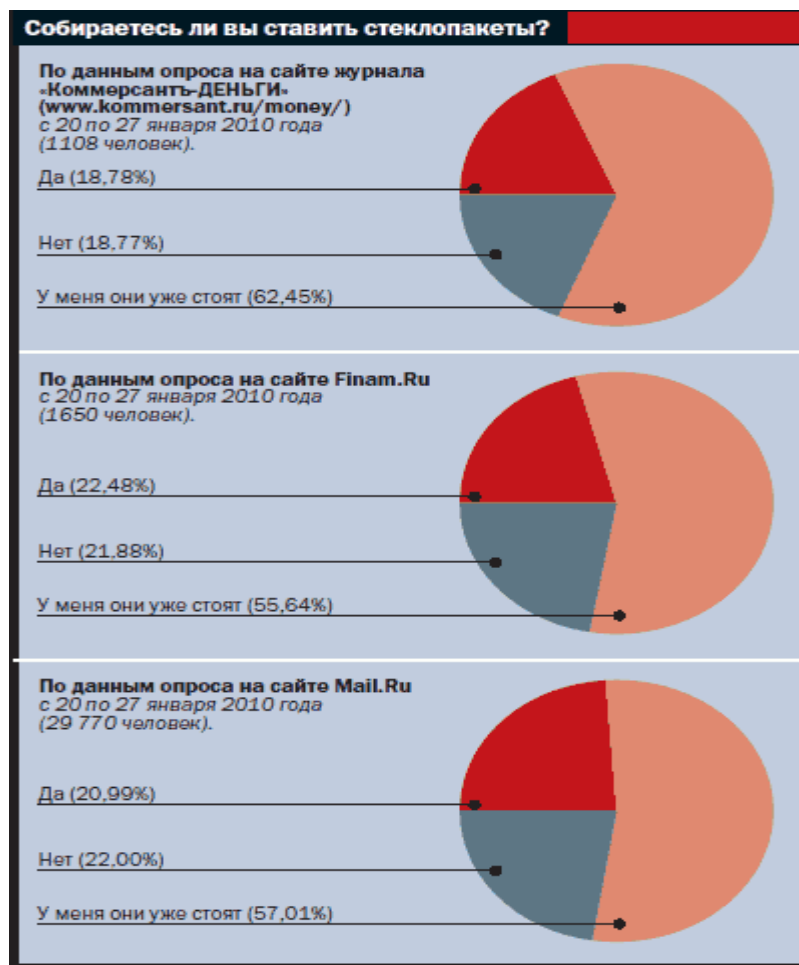
Самому Миронову убеждать в этом каждого частного уже не очень нужно: компания слишком большая, чтобы биться за заказ в три-пять окон. От таких здесь, конечно, тоже не отказываются, но в основном с частниками работают дилеры — небольшие компании, которые сами окна не производят, а ищут заказчика и монтируют ему готовые конструкции, произведенные

головным предприятием.

"У нас основная часть производства, около 60%, уходит через дилеров,— подключается к разговору начальник дилерского отдела "Окон Мобифон" Денис Андреев.— Это нам менее выгодно, ведь теряется часть выручки — за установку, за дополнительные услуги. Но зато возрастает оборот и меньше сложностей. У нас есть около 20 постоянных дилеров, которые могут в месяц брать до 500 кв. м. И еще около 100 дилеров, которые заказывают редко".

Собственно, весь оконный рынок — такая пирамида: начинается он с немногочисленных производителей профиля (например, KBE, VEKA, Montblanc, Shuco и др.). Следующее звено — компании, производящие из профиля окна, их в России несколько тысяч. И с каждой крупной производственной компанией работает по несколько дилеров — это ближайшее звено к потребителю. Производители и сами работают на частника, но мелкой фирме-посреднику делать это легче. Собственное производство с нуля — не вариант. Оборудовать завод, как у Александра Миронова, обойдется примерно в \$500 тыс. Есть, конечно, варианты и дешевле, например недорогое неавтоматизированное турецкое оборудование, да и бывшие в использовании станки сейчас тоже

можно купить. Но даже по скромным подсчетам, маленькое "гаражное" производство станет мне примерно в 1 млн руб.— не то сейчас время, чтобы вкладывать большие деньги в окна.



[Увеличить](#)

Светопрозрачный посредник

Итак, я буду дилером: большинство нынешних производителей заходили на рынок именно с этой позиции. Как ни странно, мне придется конкурировать с тем производством, у которого я буду покупать окна, ведь завод и сам не брезгует частными заказами. Мои конкурентные преимущества таковы: маленький штат, налогообложение по упрощенной схеме, небольшая площадь в аренде и близость к клиенту.

Набросать для меня с ходу дилерский план согласился школьный товарищ моего брата Сергей — владелец оконной фабрики: "Для начала нужен хотя бы один офис — минимум 10-15 кв. м. В нормальном месте это будет стоить \$6-10 тыс. за метр в год. Мебель, ремонт — смело накидывай по \$200 на квадратный метр. Разработка сайта — минимум \$2 тыс., серьезный сайт обойдется дороже. Штатные монтажники — человека два-три, специалиста дешевле чем за 30-35 тыс. руб. в месяц не найдешь. Хотя бы один менеджер по продажам — не менее 25 тыс. руб. Желательно иметь свою машину, чтобы не зависеть от производителя,— считай еще "Газель", хотя бы поддержанную. Плюс — то, что на нее можно повесить рекламу. Далее, в офисе нужен компьютер и оргтехника, еще нужна специальная программа, которая конструирует окна. Все вместе потянет еще на \$2 тыс. Ну и реклама — без нее ничего не заработает — около \$1,5 тыс. в месяц".

Закончив разговор с Сергеем, я взглянул на смету. Итого — вместе с покупкой трехлетней "Газели" примерно за \$10 тыс.— сразу надо выложить \$26 тыс. И после этого каждый месяц оплачивать аренду, труд работников и рекламу, то есть почти \$10 тыс. А когда бизнес начнет приносить прибыль — не совсем ясно.

Мой подмосковный знакомый Анатолий предлагает вар



Если внушить доверие заводу, с которым я буду сотрудничать, можно получить эти образцы бесплатно, если нет — придется платить около 30 тыс. руб. за несколько разных выставочных моделей. Это — обязательно, надо, чтобы люди могли потрогать товар. Нужен и компьютер со специальной программой — подсчитать, сколько примерно будет стоить заказ моего клиента. Вместе — еще около 40 тыс. руб. Помимо рекламы в местах продаж нужны объявления в газете — в городе, где работает Анатолий, объявление ему обходится примерно в 10 тыс. руб. Сайт не нужен, в интернете сидит не мой контингент. Последняя стартовая статья расходов — инструмент. Ничего сложного: перфоратор, дрель, болгарка, рулетки, лобзики, пенные пистолеты — все вместе можно купить за 30-40 тыс. руб. Плюс около 5 тыс. руб. на запас расходных материалов — герметиков, пены и проч.

Итого я насчитал не более 140 тыс. руб. Следующий этап: когда появится клиент, я могу съездить на его объект самостоятельно, чтобы замерить окна. Заключив договор, я получаю предоплату — 80%. Этих денег хватит на то, чтобы заказать у производителя окна и закупить фурнитуру. Я мог бы установить окна и самостоятельно, но не умею. На заказ монтажник поедет, если заработает с него не меньше 2 тыс. руб. А поскольку у меня нет "Газели", за доставку придется заплатить заводу-изготовителю, который возьмет за нее порядка 2 тыс. руб.

В среднем бизнесмену-"бедняку" останется 5-10% стоимости заказа. Позвонив одному из производителей, я заявил, что хочу стать его дилером, и немедленно получил по почте коммерческое предложение, в котором мне предоставили скидку 34%. Если я найду заказ на квартиру с тремя окнами, разница между отпускной ценой завода за "средние" окна и платой, полученной мною от заказчика, составит 12 тыс. руб. Минус плата рабочим, доставка окон, стоимость расходных материалов — и мне остается 2 тыс. руб. Это что-то, если набирать по три-пять заказов в день. Но даже в подмосковном городке в местном торговом центре у Анатолия шесть конкурентов, и каждый умеет аргументированно объяснить, почему его окна лучше. Так что заработать мелкому дилеру больше 50-70 тыс. руб. в месяц не удается даже в сезон, не говоря уже о зиме.

СТРАНИЦЫ АВТОРОВ

[ИВАН ЖДАКАЕВ](#)

[\[все авторы \]](#)