

"Коммерсантъ-Online", 22.03.2013 // 16:23

Неприкаянный дом



Недострой
Александр Хайлис готов строить дома,
но пока не знает кому

Компания «Вудвилль» строит дома из деревянных панелей по популярной в Европе технологии. Но в России эта технология не пользуется спросом: жители предпочитают строить из бруса и кирпича. Как в такой ситуации найти клиентов и загрузить производство?

Производственно-строительная компания «Вудвилль» была создана в 2007 году. Ее инвестором стал крупный девелопер, участвующий в национальных проектах по малоэтажному строительству и военной ипотеке. Заключив контракт с Минобороны на возведение более 400 тыс. кв. м малоэтажного жилья в Волгоградской области, компания решила, что имеет смысл создать

собственное производство.

Девелопер вложил около 700 млн руб. в строительство завода в Воронежской области, закупку оборудования для производства деревянных стеновых панелей и других комплектующих по немецкой технологии Massiv-Holz-Mauer (МНМ), а также обучение персонала. Сейчас в компании работает около 300 человек.

Однако прежний руководитель «Вудвилль» не смог обеспечить своевременный запуск завода, монтаж оборудования был закончен только к концу 2011 года. Заказ, под который запускали производство, инвестор закрыл с помощью других подрядчиков, а завод в итоге остался без рынка сбыта. К тому же работать на открытом рынке компания оказалась не готова. «Технология МНМ широко используется при строительстве жилья в Германии и Австрии, но российскому потребителю она мало знакома. Мы можем строить быстровозводимые, экологичные и экономичные в использовании дома для постоянного проживания, но себестоимость жилья достаточно высока», — рассказывает генеральный директор «Вудвилль» Александр Хайлис.

Хайлис пришел в компанию в 2011 году. Еще одна проблема, с которой он столкнулся, — не самый удачный выбор места для завода. «Воронежская область может обеспечить только 10–15% сырья, неудобная логистика, проблемы с кадрами», — перечисляет Александр. Кроме того, рынок малоэтажного жилья в целом, особенно деревянного домостроения, находится в стагнации после кризиса 2008 года. Задача генерального директора — загрузить производство и начать возвращать деньги инвесторов. А для этого компании надо найти своего потребителя.

Русский лес

Сегодня на российском рынке предлагают разные виды деревянного домостроения: эксперты выделяют привычные для россиян дома из бревна и бруса, а также каркасные и панельные технологии. Две последние часто объединяют в одну группу, поскольку сэндвич-панели, по

сути, являются каркасом, заполненным разной «начинкой». В панелях нередко используются разного вида синтетические утеплители, и тогда дом можно назвать деревянным условно. Стеновые панели, которые производит «Вудвилль», состоят из перекрестно склеенных досок. По словам Хайлиса, за счет этого дом получается полностью деревянным.

Дома из бруса и бревна требуют подготовки капитального фундамента и усадки дома, стройка затягивается до полутора лет. Тогда как каркасные и панельные технологии позволяют строить очень быстро — дома ставят на легкий ленточный фундамент. В дачном строительстве каркасные дома часто возводят прямо на месте, а при использовании панельных технологий здание собирают как конструктор — из комплектующих, изготовленных на заводе. «Из наших панелей мы можем строить как небольшие домики для индивидуального проживания, так и многоквартирные дома и административные здания высотой до трех этажей», — говорит Хайлис.

Срок строительства дома у «Вудвилль» «под ключ», когда остается только подвести внешние коммуникации, составляет три-четыре месяца. «Большая часть времени уходит на отделочные работы, а „коробка“ ставится за две недели. Собирает дом бригада из четырех-пяти человек, которыми руководит сертифицированный сотрудник компании», — рассказывает Хайлис.

По мнению гендиректора, технология, которую предлагает «Вудвилль», позволяет соединить преимущества домов из натурального дерева и плюсы каркасно-панельного домостроения, к которым также относится экономичность эксплуатации. Обогреть деревянный дом, построенный по каркасной или панельной технологии можно даже с помощью электричества. Подобные технологии лидируют на рынках Европы, Канады, Японии, где жители высоко ценят экономичность обслуживания. Кроме того, в Европе, где и лес, и квалифицированная рабочая сила стоят недешево, дома из цельного дерева обходятся гораздо дороже, чем каркасные или панельные.

Впрочем, «Вудвилль» приходится конкурировать не только с производителями домов из бревна и бруса, но и с теми, кто строит из кирпича и бетона. Например, в Европе, США, Канаде сейчас из дерева строят около 80% малоэтажных зданий. А в России, по данным исследовательской компании Research.Techart, в 2011 году 41% частных домов были построены из кирпича, 20% из бетона, 19% из бревна и бруса и только 6% из дерева с использованием каркасных или панельных технологий.

Дом, дерево, человек

«Стоимость комфортного дома для постоянного проживания, по какой бы технологии он ни был построен, находится в границах от 25 тыс. до 35 тыс. руб. за 1 кв. м», — говорит директор по маркетингу Ассоциации деревянного домостроения **Екатерина Фурман**. «Качественные дома, будь они построены из кирпича, бруса или по каркасно-панельной технологии, находятся примерно в одной ценовой категории», — считает Деркач.

«Вудвилль» предлагает «под ключ» дома стоимостью 30 тыс. руб. за 1 кв. м. Строение площадью 150 кв. м обойдется покупателю чуть меньше 5 млн руб. Архитектурный проект входит в эту стоимость. «На свои дома мы даем 30-летнюю гарантию, которую не даст ни один производитель дешевого жилья. Но с рыночной точки зрения выбор технологии МНМ был не самым удачным. Себестоимость домов, в которых используются натуральная древесина и высокие технологии, довольно высока», — говорит Александр Хайлис.

Сегмент рынка качественного и дорогого жилья в России не очень велик. В то время как

компания, предлагающие недорогие проекты, получают по 100 заказов в месяц. «Дома стоимостью до 1 млн руб. хороши как дачи, но многие используют их для постоянного проживания. При этом потребители не всегда понимают разницу между домом за 600 тыс. руб. и домом за 3 млн руб. И тот, и другой могут быть построены как из бруса, так и по каркасной или панельной технологии», — говорит Фурман.

Еще одна проблема — падение спроса. В 2007 году, когда «Вудвилль» только начал строить завод, спрос на малоэтажное жилье активно рос. В кризис рынок упал, и только к концу 2011 года его объемы достигли докризисного уровня. «Деревянное домостроение резко реагирует на изменение объемов малоэтажного строительства. Так, например, если общий ввод малоэтажного жилья падает на 3%, то деревянного за этот же период — на 10%», — говорит Фурман. По данным Research.Techart, объем рынка деревянных домов в России в 2012 году составил 7,2 млн кв. м, динамика роста по сравнению с предыдущим годом составила чуть больше 5%. Правда, Хайлис рассчитывает на оживление рынка за счет принятия государственной программы для граждан, переселяемых из ветхого и аварийного фонда.

Домашняя заготовка

Мощность завода «Вудвилль» составляет 5 тыс. кв. м в месяц, но пока производство загружено на 10%. Основные усилия, которые предпринимает генеральный директор, направлены на поиск крупных государственных и ведомственных заказчиков. Возможно, строить «сериями» — самый выгодный путь для производителя. Генеральный директор надеется к лету загрузить с помощью подобных заказов, а также за счет продажи домов по военным сертификатам 50% производственных мощностей.

Результат переговоров с государственными и ведомственными заказчиками зависит также от того, будет ли технология строительства популярна у конечного потребителя, — все заинтересованы в ликвидности построенного жилья. Компании необходимо развивать канал прямых продаж, но количество индивидуальных заказов пока невелико. С начала 2013 года Хайлис активизировал работу по продажам: сегодня в московском представительстве работают пять сейлз-менеджеров, в Воронеже — еще четыре. По одному менеджеру в каждом регионе отвечают за работу с дилерами. Сейчас у компании около десяти дилеров (это девелоперы и строительные компании) в регионах Центральной России, есть и свой представитель в Казахстане.

«Основной канал привлечения прямых клиентов — интернет», — рассказывает Хайлис. На продвижение в сети компания тратит около 100 тыс. руб. в месяц. Чтобы показывать товар покупателям, «Вудвилль», как и другие строительные компании, возводит дома на территории коттеджных поселков. Сейчас образцы домов можно увидеть в трех поселках Подмосковья и 14 поселках Воронежа. Компания использует наружную рекламу на подмосковных шоссе и дорогах Воронежской области.

«Вудвилль» участвует в выставках и отраслевых семинарах, знакомит со своей технологией студентов Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Но эта работа скорее направлена на будущее, а компании надо активизировать поиски клиентов сейчас. Ее годовой бюджет на маркетинг и рекламу составляет 1,5 млн руб. Как найти своего потребителя и активизировать продажи? За советами Александр Хайлис обратился к читателям «Секрета фирмы» и участникам проекта Professional.ru.

Екатерина Сирина

