

ДОМ/СТРОИТЕЛЬСТВО

www.kommersant.comch.ru

Четверг 21 апреля 2005 №71 (№3155 с момента возобновления издания) Черноземье

Участников воронежского рынка дизайна квартир интерьеров можно условно разделить на две группы – мастеров (небольшие специализирующиеся на дизайне компании) и дилетантов (независимые стекольщики, плиточники и даже электрики). Несмотря на то что дизайн интерьера – всего лишь услуга, в первую очередь он является искусством, а настоящему художнику сложно «вписаться» в заданные клиентом рамки. Слаборазвитость рынка обусловлена, с одной стороны, конфликтом в связке «потребитель – продавец», а с другой – низкой платежеспособностью населения. Впрочем, качественный дизайн ориентирован, безусловно, на богему.

Мастера школьного возраста

Воронежский рынок квартир интерьеров болен слаборазвитостью

потребительская культура

Российский рынок услуг дизайна интерьера жилых помещений начал формироваться порядка десяти лет назад – после стирания советского «усредненного» стандарта жизни и появления излишков финансовых ресурсов у населения. В Воронеже в настоящее время уровень его развития достиг, условно говоря, «младшего школьного возраста» – профессиональные участники называют цифру в семь лет. Вместе с тем дизайн интерьера продолжает оставаться не вполне понятным продуктом – и прежде всего для потребителя. Как отметил руководитель мастерской интерьеров «Комната Сто13» Сергей Прокофьев, «дизайн сегодня не очень понятный, но очень разрекламированный продукт, лежащий на полках строительных магазинов, смотрящий из светящихся витрин модных бутиков и с обложек глянцевого журналов. Не каждый потенциальный потребитель ясно себе представляет, сколько это стоит, в каких граммах его взвешивают и с чем его надо есть, но брать надо, потому что модно и потому что «соседи уже сделали».

Низкая потребительская культура является одним из значимых факторов, тормозящих развитие местного рынка дизайна квартир интерьеров. Основными ее характеристиками можно назвать невежество потребителя, выражающееся в незнании особенностей работы дизайнеров, и отсутствии доверия к профессиональным участникам рынка. Как рассказали «Ъ» в группе компаний «Элком плюс», осуществляющей полный комплекс услуг по дизайну интерьера, зачастую заказчики пытаются самостоятельно выполнять роль генерального подрядчика, то есть привлекать для выполнения отдельных работ различные компании, не связанные между собой хотя бы условно партнерскими отношениями. При выборе субподрядчиков клиент опирается в основном на ценовой критерий. «В результате попытка сэкономить, как правило, оборачивается еще большими затратами на «переделки» при дальнейшей работе», – отметил директор «Элком плюс» Петр Дергунов. Что касается незнания принципов функционирования



рынка, то, как уверяет воронежский дизайнер Эвелина Пахомова, разъяснять клиенту приходится все, начиная с азав – «чем занимается дизайнер, архитектор,

подрядчики, декораторы, за что клиент платит в каждом случае, сколько эта работа может стоить». Как пояснил Сергей Прокофьев, дизайн интерьера – это цикл про-

ектных работ от инженерных и планировочных решений дома до расстановки мебели и декорирования. Профессиональный дизайнер ведет работу параллель-

но во всех направлениях – от создания общей идеи интерьера до выполнения рабочей документации. Правда, для Воронежа это скорее идеал, чем реальность.

Действительность местного рынка дизайна квартир интерьеров в настоящее время характеризуется не только низкой потребительской культурой, но и разносторонностью представленных профессиональных участников и отсутствием гарантированного эффективного контроля за реализацией дизайн-проекта на всех стадиях процесса. Что касается разносторонности, то многообразие участников рынка как по уровню профессионализма, так и по уровню организации деятельности обусловлена общероссийской ситуацией слабого развития данного бизнеса. В дизайне, как и в любом искусстве, есть условная трехслойная пирамида: мастер, мастер и дилетанты. Первые – громкие дизайнерские имена, их в Воронеже пока нет. Более широкая группа, но все же недостаточная для требований настоящего времени, – те, кто работает на профессиональном уровне, имея хорошую теоретическую подготовку, как правило, выходящую из художественного училища и Воронежского архитектурно-строительного университета.

(Окончание на стр. 14)

14 страница

Умельцы мешают импортные краски

16 страница

Квартирный вопрос поссорил Госдуму с застройщиками

План тематических страниц, выпускаемых в 2005 году

28 апреля	Белгородская обл.
17 мая	Компании
26 мая	Экономика региона
7 июня	Орловская обл.
21 июня	Здравоохранение
15 июля	Металлургия
29 июля	Компании
2 августа	Курская обл.
11 августа	Дом
31 августа	Нефть и газ
15 сентября	Липецкая обл.
22 сентября	Банк
29 сентября	Промышленность
7 октября	Аграрии
21 октября	Тамбовская обл.
28 октября	Авто
10 ноября	Компании
16 ноября	Продовольствие
29 ноября	Белгородская обл.
15 декабря	Телеком
22 декабря	Рождество

По вопросам размещения рекламы на цветных тематических страницах газеты «Коммерсант» обращайтесь по телефону в Воронеже:

(0732) 390-702

Наш адрес в сети интернет
http://www.kommersant.comch.ru
http://voronezh.kommersant.ru

Наш адрес в сети ИТ
http://www.kommersant.comch.ru

По вопросам размещения рекламы в газете «Коммерсант» обращайтесь по телефону в Воронеже: (0732) 390-702

"Мебель Черноземья": Время перемен к лучшему!



Наступила весна – значит, наступило время перемен к лучшему. Время направлять мысли в позитивную сторону и направлять свои взоры в сторону лучших представителей мебельного искусства, наполнять жизнь новыми идеями, менять обстановку и заполнять пространство новой мебелью. Пришло время активно вторгаться в неспешный ход времени, изменять его и подстраивать под свои чувства и ощущения, вдохновлять окружающих своей неуемной энергией, заражать оптимистичным настроением, открывать новые вещи и восторгаться новой коллекцией. «Мебель Черноземья» предлагает новую коллекцию «Весна» во всех фирменных салонах города.

Вашему вниманию представлены новинки из серии Napoli – гармоничный синтез изысканности и комфорта, безупречное соединение вкуса и стиля. Линия Novella, как всегда, универсальна, демократична и доступна любому покупателю. Вершинная точка в создании уникальных произведений мебельного искусства – это новые модели из серии Naturel. Новые предложения от салона кухни «Мебель Черноземья» – это продуманный ансамбль рационально подобранных элементов, что позволяет варьировать и создавать интерьеры вашей кухни от функционального и стилистически выдержанного классического дизайна до безудержного в своей фантазии современного стиля.

«Мебель Черноземья» – это наиболее привлекательный и оптимальный выбор для реализации Вашей творческой мысли; это проверенный временем партнер для создания комфорта и уюта в Вашем доме; это неизменный лидер в появлении новаторских стилистических решений на мебельном рынке города и страны; это всегда неожиданные и заманчивые предложения и сюрпризы своим клиентам.

Вот и в этом году среди всех покупателей будет проводиться серия розыгрышей. Летом будут разыграны пять суперпобедителей в различных странах мира, в том числе в Турции, Италии, Испании. Чтобы получить миллион впечатлений на всю жизнь, увидеть мир во всех его колоритных проявлениях и при этом остаться в выигрыше с прекрасной мебелью, стоит всего лишь посетить близлежащий фирменный салон «Мебель Черноземья», совершить покупку на сумму свыше 10 тысяч рублей и попытаться свое счастье. Далее: осенью разыгрываются пять комплектов современной бытовой техники, зимой – пять наборов мебели, и ярким апофеозом годового исполнения желаний станет розыгрыш ПЯТИ автомобилей. Поистине такой роскошный подарок под Новый год своим покупателям вряд ли кто сделает. Не пропустите свою удачу! Получить подробную информацию можно в любом фирменном салоне «Мебель Черноземья».

И помните, две самые важные составляющие гармонии и уюта в Вашем доме – это теплая и душевная атмосфера среди всех членов семьи и великолепная, качественная мебель от холдинговой компании «Мебель Черноземья». Меняйте мир вокруг вас, меняйтесь сами потому, что наступило время перемен к лучшему.

ДОМ/СТРОИТЕЛЬСТВО

Мастера школьного возраста

потребительская культура

(Окончание. Начало на стр. 13)

И наконец, самая многочисленная прослойка – любители-дилетанты, пытающиеся «сорвать» хороший куш: рынок сравнительно новый и все-таки по большей части осваиваемый богемой, чем средним классом населения, что существенно увеличивает «цену вопроса». По словам Сергея Прокофьева из мастерской интерьера «Комната Сто13», цена дизайн-проекта в Воронеже колеблется в пределах от \$15 до 20 за 1 кв. м проектируемой площади. «Специалистов», которые хотят «урвать», очень много, а серьезных организаций – почти с точностью до наоборот», – отмечает директор «Элком плюс». По его словам, эти «специалисты», как правило, узкопрофильные, например: независимые стекольщики, плиточники, электрики, которые работают по лицензии какой-нибудь фирмы, но самостоятельно не являются юридическими лицами или предпринимателями без образования юридического лица. Контролирующие органы таких специалистов не замечают, что позволяет им работать без налогового бремени и, следовательно, по более низким ценам, чем оформленные компании, демпингуя цены на рынке. Кроме того, ответственность мелких контор за выполненные работы иногда не может быть аргументом при возникновении споров.

Профессионалов же на воронежском рынке немного, причем настолько, что сами участники с трудом называют своих конкурентов. Сергей Прокофьев причиной низкого уровня предложений называет отсутствие сформированной структуры. По его словам, ситуацию можно проиллюстрировать аналогией с шоу-бизнесом. Например, в московском шоу-бизнесе мощная струк-



тура, в которой можно говорить об определенных нишах и состояниях их наполненности, а в Воронеже присутствуют лишь некоторые ее составляющие: детские музыкальные школы, несколько музыкальных групп, вокалистов, танцевальных ансамблей, и нет продюсеров, достаточного количества хороших звукозаписывающих студий и прочего. В группе компаний «Элком плюс» низкое предложение связывают с низким спросом на услуги, поскольку местное население обладает низкой платежеспособностью. «Около 90% заказчиков отказываются на определенной стадии разработки проекта от его дальнейшей реализации по причине отсутствия средств», – отмечают в компании. Вместе с тем уровень спроса на услуги по проектированию квартирного дизайна, как отмечают участники рынка,



в действительности несколько выше существующего. Разница действительного спроса и «скрытого» возникает из-за отсутствия налаженной системы информационного обмена между потребителями и исполнителями. В настоящее время информационный обмен ведется по старинке – рекомендации в кругу общения и короткие объявления в рекламных изданиях и поисковых системах интернета, по которым, как правило, невозможно составить полное представление о предлагаемых компанией услугах.

Отсутствие гарантированного эффективного контроля за реализацией дизайн-проекта на всех стадиях процесса объясняется сложившимися условиями функционирования рынка – малое количество фирм, предлагающих полный комплекс услуг, недоверие потребителей к участникам

рынка и их попытка выступить генеральным подрядчиком. Вместе с тем отсутствие эффективного контроля не означает отсутствие гарантии качества. Как утверждает Сергей Прокофьев, возникают некоторые проблемы при управлении всем процессом, но они решаются в рабочем порядке. «Между ремонтом и проблемой в любом случае можно ставить знак тождества», – добавляет дизайнер.

Однако создавать крупные компании, которые предлагали бы весь комплекс услуг по дизайну, неэффективно. «Как только мы поднимаем себе планку по объемам производства, у компании появляется больше производственных издержек и накладок», – рассказывает участник рынка. «Большинство организаций становятся неконкурентоспособными. Расширяется штат сотрудников – возникает про-

Лакокрасочники подсели на импорт сырья компонентов

химпром

В конце апреля у продавцов лакокрасочных материалов начинается «горячий сезон», который продлится до октября. При этом, что спектр фасадных и интерьерных красок всевозможных модификаций, представленных в воронежских магазинах, велик, четких критериев выбора установить пока не удалось – по мнению экспертов, отечественные производители не способны обеспечить стабильность качества продукции.

По оценкам продавцов, общий объем местного рынка лакокрасочных материалов в 2004 году составил 6-6,5 тыс. тонн. Большая часть продаж приходится на период с середины мая до середины сентября – в это время, когда производится основной объем отделочных работ. Современные краски для наружных (фасадных) и интерьерных работ отличаются некоторыми добавками. В целом и те, и другие делятся на две группы – водно-дисперсионные (эмульсионные) и органикостойкие (эмали). В обоих случаях «основная» формула достаточно проста и организовать производство не стоит больших усилий – «мини-завод» можно разместить в гараже. Именно это обстоятельство создает хаос – мелкие производители появляются и исчезают каждый сезон. «Партизаны» не только производят свой продукт, но и подделывают краски известных марок.

За последнее время наблюдается рост потребления лакокрасочных материалов на 20-25% в год. Львиная доля продаж приходится на продукцию трех отечественных производителей – Ростов-на-Дону, представленных марками «Эмпилс», «Ореол» и «Рассвет», «Ярославские краски» и компанию «Тэкс» (Санкт-Петербург). Они «берут» потребителя за счет низких цен: ярославские краски продаются по 61-85 рублей за 1 кг, ростовские под марками «Эмпилс» – 55-73 рублей, «Ореол» – 98 рублей.

Впрочем, большинство отечественных производителей красок фактически занимается «сборкой» продукции из импортных составляющих. Компоненты закупаются в Германии, Греции и Швейцарии. Производители красок отмечают, что даже частичное использование отечественного сырья приводит к ухудшению потребительских свойств продукции. Так, один из основных компонентов краски – стиролакриловая дисперсия, производимая в том числе и на воронежских химпредприятиях – практически не отличается по цене от немецкого, но резко отличается по качеству.

Иностранные производители, представленные в Воронеже такими фирмами, как Tikkurila (Финляндия), Diamant, Karatol, Joby (Германия), Beckers, Tetraso, Akzo Nobel (Швейцария), Alpa и Avant Garde (Франция), пользуются меньшей популярностью из-за сравнительно высокой цены. Если стоимость 1 кг российской алкидной краски не превышает 100 рублей, то цена за 1 кг импортной может доходить до 300 и более рублей. Доля местных производителей на рынке незначительна (10%). В Воронежской области работают три крупных лакокрасочных производства – завод в Ольховатке, принадлежащий германской компании Farben Girag (марка Olecolor); ООО PAB, производящее акриловые краски на водной основе по лицензии немецкой фирмы Wilkens GmbH, и НПФ «Декор», выпускающая продукцию под собственной маркой.

Учитывая вышесказанное, остается признать, что для частного потребителя есть только один надежный способ приобрести качественную краску – дорогие фирменные магазины отделочных материалов. В остальных случаях покупка краски превращается в лотерею.

НИКОЛАЙ ПЛЕТНЕВ

Декор

научно-производственная компания

ЛАКОКРАСОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
Производство, реализация, сервисное сопровождение

Наши клиенты:
Воронежская и Борисоглебская епархия (Алексеевско-Акатов монастырь, Покровский собор, Благовещенский кафедральный собор); более 1000 магазинов, салонов, офисов, предприятий общественного питания и развлекательных комплексов, таких как: "Дискавери", "Игуана", "Носорог", "Феникс", "Фламинго"; продукцию "Декор" охотно покупают в Воронеже, Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре, Сочи, Липецке, Архангельске и других городах России.

Наши награды:
3 золотые медали, 22 диплома и призовых места на крупнейших российских и международных выставках;

в марте 2005 года компания "Декор" получила золотую медаль в номинации "Новые технологии в проектировании, строительстве и производстве строительных материалов", а также удостоилась диплома победителя конкурса "Инновации - 2005" за проект "Декоративно-художественные рельефные покрытия на акриловой основе для внутренней, внешней отделки помещений".



Наша политика:
качество - соответствующее требованиям ЕС;
сервисное сопровождение - бес-



платно: подбор материалов, консультации дизайнера и техническая поддержка по постоянно действующей "горячей линии"; экологичность и безвредность - вся продукция компании прошла гигиенические испытания и имеет соответствующие сертификаты, материалы, приготовленные на водной основе, по праву считаются безопасными, так как не выделяют токсичных веществ и поэтому особенно подходят для организаций здравоохранения, детских и учебных заведений, жилых и производственных помещений.

Адреса магазинов "Декор"
в Воронеже: ул. Орджоникидзе, 14/16, тел. 532398;
ул. Героев Сибириков, 65, тел. 641618;
в Лисках: ул. Коммунистическая, 42, тел. 77590.

Телефон "ГОРЯЧЕЙ ЛИНИИ" (0732) 322186
www.dekor.vol.ru e-mail: dekor@vmail.ru

Мастерская "Си+"
Разработка, изготовление, монтаж высококлассных изделий из ценных пород дерева
Для тех, кто ценит индивидуальность, солидность, качество...
Тел. 8 (0732) 30-24-35; 8 (0732) 40-63-15; e-mail: master@si-plus.ru; http://www.si-plus.ru

ОКНА VIPLAST
5 преимуществ, которые Вы должны знать!

- Широкий пятикамерный профиль VEKA обеспечивает тепло- и звукоизоляцию помещений на 30% лучше, чем стандартный трехкамерный.
- В стандартную комплектацию окон VIPlast входит режим микропроветривания. С его помощью можно компенсировать недостаточный воздухообмен, обусловленный высокой герметичностью окон.
- В каждом окне установлен микролифт, который противостоит провисанию створки, что является гарантией долговечности окон VIPlast.
- Качество оконных систем VIPlast подтверждено знаком «100 лучших товаров России».
- На оконные системы VIPlast, произведенные и смонтированные компанией VIPLAST, Вы получаете гарантию сроком на 10 лет.

КОМПАНИЯ VIPLAST
Проспект Труда, 46А, тел. 72-70-72
Интернет: www.viplast.ru

СТРОИМ ВМЕСТЕ МОЛОДЕЖНЫЙ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКО-ИПОТЕЧНЫЕ КООПЕРАТИВЫ **ВОРОНЕЖ**
РЕАЛИЗУЮТ ПРОГРАММЫ: "ДОСТУПНОЕ ЖИЛЬЕ", "ЖИЛЬЕ В РАССРОЧКУ"

- Льготы для семей военнослужащих,
- Оформление квартиры на члена кооператива при оплате от 40%. Рассрочка до 15 лет.
- Взаимозачет. Субсидии.
- О ВСЕГО 3-7% в ГОД по долгосрочным взносам

7000 российских и 32 воронежские семьи справились новоселье!

Программа одобрена Правительством РФ, Госдумой, Советом Федерации, Счетной Палатой, администрацией Воронежской области и удостоена ордена "Слава России".
г. Воронеж, ул. Куцыгина, д. 32, оф. 603
т.: 29-31-29, 20-58-58, 20-58-88
www.svvrn.ru, e-mail: info@svvrn.ru
Лиц. Вор. Промбанка № 562 вид. ЦБ РФ

Дом специально спроектирован таким образом, что ничто не мешает Москве стать частью Вашего интерьера. При высоте потолков более 3 метров, высота окон в апартаментах – 2 метра 40 сантиметров и оригинальное панорамное остекление перевернут ваше представление о том, что такое вид из окон квартиры. Вид может быть только один – ПАНОРАМА.

Великолепные виды из окон на Центр Москвы



ПАНОРАМА

КЛУБНЫЙ ДОМ КЛАССА «ЛЮКС»

ул. Климашкина, 17, стр. 2

- Тихий центр Москвы
- Небывалый уровень комфорта
- Панорамное остекление
- Многоступенчатая система безопасности
- Гарантия надежности всех инженерных систем
- Фитнес-клуб World Class с бассейном 25 м, SPA-центр

ДОМ С ДА Н



КАПИТАЛ ГРУПП
771 7777 363 0263

www.capitalgroup.ru

Лиц.: ГО-1-99-02-27-0-7710380850-003984-1

ВАШ КЛУБНЫЙ ДОМ УЖЕ ПОСТРОЕН!

