

ДОМ ИНВЕСТИЦИИ

Срубить по-новому

технологии



Деревянные дома от ведущих финских производителей — Honka (вверху) и Vuokatti (справа) почти не подешевели в кризисный период

(Окончание. Начало на стр. 17)
«Если говорить о домостроении, где часть материалов (например, комплект поставки деревянного дома) является импортной, то цена может даже увеличиться. При этом цена на готовый, построенный дом может нивелироваться за счет снижения собственной рентабельности подрядчика, а также за счет сокращения издержек строительной компании», — признается глава московского представительства компании «Росса Ракенне СПб» (эксклюзивный представитель компании Honka в России) Александр Львовский. По его словам, тенденции резкого удешевления жилья в большей степени касаются городских застройщиков, цены которых всегда содержали гораздо больший запас маржи.



Покупатели, желающие сэкономить, стали заказывать дома меньших площадей



Работа с материалом

По словам Антона Матальгина, заметен растущий интерес к деревянным домам, произведенным по более дешевым, чем раньше, технологиям. В первую очередь по такому пути пошли российские компании. «Наша компания не снижает цены на дома, но вывела на рынок новую линейку домов в экономсегменте, которые на 20–50% дешевле наших домов бизнес-сегмента», — говорит он. Эксперт отмечает, что если раньше обычным предложением в поселках западных направлений в 40–60 км от Москвы был дом площадью от 200 кв. м из классического клееного бруса больших сечений (от 165 мм), то сейчас все чаще в этой зоне встречаются дома меньших площадей (120–180 кв. м) из клееного бруса меньших сечений (125–160 мм).

Еще одним способом антикризисной оптимизации производства стало использование отечественных ресурсов. Действительно, переход на отечественную древесину состоялся во всех сегментах, кроме самого верхнего, элитного», — отмечает Антон Матальгин. По его словам, «НПК Домостроение» использует полный спектр перечисленных выше рецептов — выводит на рынок домов небольших площадей по каркасной технологии или из клееного бруса с меньшими сечениями.

Гендиректор компании «Промикс» Дмитрий Григорьев рассказывает о новой немецкой технологии Massiv-Holz-Mauer, которую использует его компания. В ее основе — цельная стена из древесины, состоящая из высушенных досок произвольной длины толщиной 24 мм. Как отмечает Дмитрий Григорьев, такая технология (в русской традиции ее называют «массивные деревянные стены») позволяет экономить время. «С помощью современных технологий быстровозводимых деревянных домов можно сократить сроки строительства в 2–3 раза, а ресурсы, необходимые для строительства, в 10–15 раз», — объясняет он.

Можно вспомнить, что быстровозводимые технологии в западных странах получили свое развитие именно в экономически сложные периоды — во времена Великой депрессии в США и в послевоенные годы в Европе. Согласно статистике, 80% жителей Европы сегодня предпочитают строить дома с применением быстровозводимых методов строительства.

Однако компании, имеющие иностранные корни и возводящие дома по быстрой технологии, например Honka и Vuokatti, что-либо менять в своей технологии не стали. «Экономические perturbации не главный стимул изменения технологий. Где продается отечественная древесина, годная для строительства качественных ограждающих и несущих конструкций? Ее нет, или она отнюдь не дешева», — говорит Александр Львовский.

По словам Николая Калинина, технология производства домов Vuokatti не может измениться ни при каких обстоятельствах — это только клееный брус финского производства и выполненный в заводских условиях комплект дома для сборки на месте. В качестве сырья применяется северная сосна, из которой вырезаются недопустимые пороки древесины и которая нарезается на 60–70-миллиметровые доски, а затем сушится при высокой температуре до 10–12% влажности. Отличить финский клееный брус от российского очень просто: при большем сечении — меньшее количество ламелей, меньшее количество склеек, а это влияет на характеристики теплосбережения. У него правильная геометрия, он не имеет трещин и черных сучков на наружной поверхности», — говорит господин Калинин.

В результате финские компании в России пошли по пути сокращения дополнительных издержек. Так, Vuokatti предлагает некоторые комплектующие — двери, полы, лестницы — заменить на качественные российские образцы. Кроме того, клиентам рекомендуют обратить внимание на типовые проекты, позволяющие экономить деньги и время. «Пути оптимизации, наиболее эффективные при стабильном качестве услуг, — снижение всех возможных издержек по расходным статьям», — соглашается Александр Львовский. По словам Николая Калинина, главная задача производителя в период кризиса — не потерять качество в погоне за оптимизацией.

Возможные преграды

Помимо оптимизации издержек или изменения технологии домостроительным комбинатам приходится ориентироваться на новый тип покупателя. Впервые, по словам Антона Матальгина, среди покупателей почти не осталось девелоперов, которые за свой счет строят коттеджные поселки. Если раньше девелопер выступал корпоративным оптовым покупателем, заказывающим по 10–50 домов в год, то сейчас максимум, что он может предложить, — это строить дома в его поселке под конкретных покупателей. Но и таких девелоперов осталось крайне мало.

Во-вторых, среди частных покупателей не осталось инвесторов. Таких покупателей устраивали недостроенные поселки, так как дом в момент покупки им был не нужен и покупку дома в таком поселке они рассматривали как хорошее размещение денег.

В-третьих, бюджет сегодняшних покупателей часто очень жестко ограничен. В результате, по словам Николая Калинина, при выборе дома существенным является не только стоимость строительства, но и экономика его эксплуатации. Гораздо практичнее заказчики подходят к определению общей площа-

ди, количества комнат, а также дополнительных построек на территории.

Участники рынка подтверждают, что портрет покупателя изменился. По словам руководителя аналитического центра «Инком-Недвижимость» Дмитрия Таганова, существует тенденция: чем выше класс недвижимости, тем меньше спрос на деревянное домостроение. «Во многом это предубеждение российских покупателей, которые хотят, чтобы их жилище было крепостью. В их понимании это кирпич или монолит», — говорит эксперт. По его словам, в поселке «Шервуд» на Новорижском шоссе только пять клиентов построили деревянные дома на своих участках — это меньше 5% от общего количества, в остальных поселках Villaggio Estate таких нет ни одного.

Другим важным ограничителем развития рынка является невозможность домостроительных комбинатов перестроить работу на новый лад, а также возможное падение качества. «Домостроительные комбинаты пытаются оптимизировать свое производство, но очень быстро они это сделать не могут. Сейчас комбинаты разрабатывают концепции экономичных домов за счет снижения толщины бревна и упрощения узлов», — говорит Владимир Яхонтов. Такие экономичные коттеджи не всегда отвечают требованиям санитарных и строительных норм и правил для жилых домов, но вполне приемлемы для дачи. «Экономить на материале у строителей получается не очень хорошо», — считает эксперт.

Однако в целом, отмечают эксперты, все большую популярность приобретает каркасное производство низкого ценового сегмента. По словам Антона Шетвина, из тенденций нынешнего года можно упомянуть вполне возможное резкое увеличение продаж комплектов домов, производство которых основано на каркасных и прочих смешанных технологиях. «Псевдоканадские, немецкие и т. п. дома, производственные линии которых протаивали из-за низкого потребительского спроса, в нынешних условиях могут стать более востребованными и получить шанс на завоевание своей ниши на рынке загородного домостроения», — говорит он.

По мнению экспертов, такие дома, собранные по каркасной технологии, могут стать «хитом» кризисных лет — их предлагают как в «дальних дачах» в 120 км от Москвы, так и в престижных поселках на Истринском водохранилище, что трудно было себе представить год назад. Однако именитые компании, работающие в деревянном домостроении, смотрят в будущее с оптимизмом.

«Наш прогноз — рынок деревянного домостроения в нашем сегменте серьезно не упадет. Мы рассчитываем в 2009 году по результату не отстать от 2008 года», — говорит Николай Калинин. По его словам, с конца февраля началась сезонная активизация клиентов. «К нам приходит много запросов на сайт, по телефону. Люди приезжают, изучают предложения. Однако разница в поведении сегодняшнего клиента по сравнению с прошлым годом заключается в неспешности принятия решения. Чувствуется, что клиент серьезно мониторит рынок», — говорит он. Так же видит ситуацию в компании Honka. «Мы всегда занимались индивидуальными заказами, а не типовым строительством. Возможно, стало меньше клиентов, которые распоряжались кредитными средствами, а больше стало потенциальных покупателей, рассчитывающих на свои силы, но в целом их требования остались прежними», — добавляет Александр Львовский.

Алексей Лоссан

подписываемся под каждым словом. подпишитесь и вы. подписка июль — декабрь 09

Коммерсантъ

Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ»

Главные новости о событиях в бизнесе, политике и обществе.

Власть

Еженедельный аналитический журнал «Коммерсантъ Власть»

Власть в России и другие страны: секреты и технологии.

ДЕНЬГИ

Еженедельный экономический журнал «Коммерсантъ Деньги»

Основные тенденции и проблемы российской и мировой экономики.

Секрет фирмы

Ежемесячный деловой журнал «Коммерсантъ Секрет фирмы»

Реальные примеры ведения бизнеса.

CITIZEN K

Ежеквартальный культовый европейский журнал

Профессиональный гид в мире стиля, красоты и интересных личностей.

Пакетная подписка

«Коммерсантъ+» — уникальная возможность подписаться на несколько изданий по льготной цене

«Коммерсантъ+ Стандарт»: газета «Коммерсантъ», журналы «Коммерсантъ Власть» и «Коммерсантъ Деньги»
«Коммерсантъ+ Базис»: журналы «Коммерсантъ Власть» и «Коммерсантъ Деньги»

Подписка через редакцию

специальные цены при оплате подписки через редакцию
консультации персонального менеджера по вопросам обслуживания подписки
предоставление полного пакета бухгалтерской документации (для юридических лиц)
выбор формы оплаты: пластиковыми картами платежных систем VISA, EUROCARD/MASTERCARD, DINERS CLUB; с помощью платежной системы Яндекс. Деньги; через любое отделение Сбербанка РФ; безналичный расчет; по подписным скретч-картам

Чтобы оформить подписку

оформите счет на оплату для юридических лиц или квитанцию для физических лиц по телефонам: 8 800 200 2556 (бесплатно из любого региона РФ), (495) 721 2882 или на сайте www.kommersant.ru в разделе «Подписка»

