

Маркетинговое исследование рынка быстровозводимых зданий

"Research.Techart", Исследования и бизнес-планы | 15.12.09 |

Технологии

К настоящему моменту на российском рынке представлено около 100 крупных и средних компаний, заявляющих о возможности изготовления быстровозводимых зданий на основе традиционных и легких металлоконструкций.

Распространенной практикой на рынке является предложение одновременно нескольких технологий строительства быстровозводимых зданий. В частности, более одной технологии предлагают около 65% всех участников рынка.

Распределение российских производителей быстровозводимых зданий в зависимости от декларируемой технологии строительства выглядит следующим образом (здесь и далее указан % от общего числа производителей быстровозводимых зданий, занесенных в базу данных Research.Techart; общая выборка – 98 компаний; одна компания может использовать более одной технологии):

- строительство зданий на основе горячекатаных МК — 46%;
- строительство зданий с применением сварной балки — 32%;
- строительство зданий с применением балки с гофрированной вертикальной стенкой — 6%;
- строительство зданий, где в качестве прогонов используются холодногнутые оцинкованные профили — 50%;
- строительство полнокомплектных зданий на основе ЛМК — 49%.

Кроме того, около 4% участников рынка быстровозводимых зданий предлагают дополнительно технологию строительства ЛСТК (объектов жилой и коммерческой недвижимости на основе оцинкованных тонкостенных профилей с креплением саморезами, минеральным утеплителем и обшивкой из древесных плит), 21% - строительство модульных зданий.

К числу лидеров рынка с точки зрения разнообразия конструктивных возможностей по строительству быстровозводимых зданий можно отнести ООО “ЗМК Венталл”, ЗАО “Завод модульных конструкций Магнум”, ОАО “Концерн Стальконструкция”, ГК “Маяк”, ОАО “Орский ЗМК” и др.

Сбыт

Продажи быстровозводимых зданий крупные российские компании осуществляют через собственные офисы и филиалы, а также через партнеров – строительные компании. У некоторых предприятий со строительными фирмами оформлены официальные дилерские отношения. Мелкие производители металлоконструкций обычно сбывают свою продукцию в своем регионе прямыми продажами.

О наличии собственной дилерской сети заявляют не более 10% компаний. Наиболее показательны примеры: “Астрон Билдинг”, “ЗМК Венталл”, “Завод модульных конструкций Техлайн”, “ПК Веста”, “ПСК Пулково”.

Развитую региональную сеть собственных отделов продаж имеет “ГК Маяк”, “Трест Уралстальконструкция” и “Самарский завод Электроцит – Стройиндустрия”.

Рынок быстровозводимых зданий характеризуется обширной географией сбыта независимо от места расположения производственных мощностей. В целом по всей территории России здания собственного производства монтируют около четверти производителей комплектов – в основном крупные и средние компании с известным брендом из Центральной России и с Урала.

В общем случае российские производители предлагают быстровозводимые здания для широкого спектра отраслей. Наиболее распространено изготовление зданий производственного назначения, включающих в себя промышленные, торговые и складские помещения.

Вместе с тем можно выделить ряд направлений, на которых специализируется существенно более узкий круг игроков:

- спортивные сооружения – предлагают 36 производителей;
- объекты транспортной инфраструктуры – предлагают 28 производителей;
- здания сельскохозяйственного назначения – предлагают 14 производителей;
- здания для месторождений нефти и газа – предлагают 12 производителей.

Цены

По оценкам участников рынка, к настоящему моменту в отношении быстровозводимых зданий достигнуто оптимальное соотношение “цена - срок выполнения заказа - качество”. При этом ценовая конкуренция наблюдается не столько между быстровозводимыми зданиями и традиционными технологиями строительства, сколько между различными проектами непосредственно быстровозводимых зданий.

Ценовой диапазон на быстровозводимые здания (однопролетное, площадь - ~1000 кв.м.):

- “холодное” исполнение — 2700 — 3900 руб./кв.м.;
- “теплое” исполнение — 3500 — 7200 руб./кв.м.

Цены на схожие комплекты быстровозводимых зданий у разных производителей в пределах одного региона отличаются на 60-70%. Собственно стоимость комплекта быстровозводимых зданий в общем объеме затрат на строительство здания составляет только 55%, поэтому производители, уступающие в цене комплекта, могут предложить ряд дополнительных услуг и сделать скидку в случае заказа полной комплектации объекта.

Конкурентные преимущества

Основные конкурентные преимущества и факторы, способствующие успеху на рынке быстровозводимых зданий, по мнению аналитиков Research.Techart, заключаются в следующем:

- оптимизация производственного процесса: использование современных компьютерных средств для расчета и проектирования конструкций и современного оборудования;
- комплексный подход в работе с заказчиком и гибкость в отношениях: собственное производство металлоконструкций, ограждающих конструкций, ворот, дверей, окон; оказание услуг по доставке комплекта, монтажу и отделке “под ключ” силами собственных или партнерских организаций (развитие маркетинговых альянсов); адаптация под специальные требования и пожелания заказчиков;
- удобное расположение производства относительно транспортных узлов и магистралей; услуги по доставке;
- ориентация на потребителей и тенденции потребления, разработка типовых комплектов зданий для использования в конкретной сфере (склады, сельское хозяйство, промышленность, спортивные сооружения);
- инвестиции в инновации: создание и продвижение на рынок более эффективных систем (сварные балки, гофробалки, холодногнутые оцинкованные стальные профили и их системы);
- квалификация персонала: наиболее важный фактор – наличие опытных проектировщиков и конструкторов (наиболее высокооплачиваемые ИТР предприятия), постоянный процесс обучения и повышения квалификации;

- отлаженная система устранения брака, послепродажных консультаций, шефмонтажа; наличие механизма обратной связи с целью выяснения нужд потребителя, а также степени его удовлетворенности; снижение времени обратной связи при расчете стоимости по ТЗ;
- сильный узнаваемый бренд и качественное портфолио (проблема многих участников рынка заключается в отсутствии бренда и несистематичном преподнесении своего опыта).