



rozmowy o budowaniu



Zaprawa myślowa

Z Bogdanem Panhirszem, szefem Grupy Polskie Składy Budowlane, rozmawia Andrzej T. Papliński.

Klient budujący dom chce przede wszystkim tanio kupić wybrane materiały budowlane. Ma do wyboru Internet, hipermarket budowlany i hurtownię. Które miejsce zakupu powinien wybrać? Przez Internet można kupować książki, płyty, wybrane materiały wykończeniowe, narzędzia, elementy wyposażenia domu, ale nie ciężkie materiały do budowy domu. Kupowanie



Dobrze kupić materiały budowlane...

na odległość od nieznanych dostawców wiąże się z wielkim ryzykiem. Trudno wyegzekwować prawa klienta, jeśli towar okaże się niezgodny z umową. Sporny jest koszt transportu w wypadku zwrotu towaru. Jeśli ktoś chce kupić materiały na stronie producenta, zwykle odkryje,

że oferta jest wyłącznie reklamą produktów. Zostanie odesłany do lokalnego dystrybutora. Internet jest nowoczesnym i wygodnym narzędziem – jego udział w sprzedaży na pewno będzie szybko rósł. Jednak na razie inwestorowi pozostaje hipermarket albo skład budowlany.

Wydaje się, że obydwa te miejsca są jednakowo dobre...

Najwięcej w segmencie rynku DIY (*Do It Yourself*, czyli zrób to sam) sprzedają hipermarkety budowlane. Wygrywają szerokością asortymentu i dużą przestrzenią, w której klient ma swobodny dostęp do towarów.

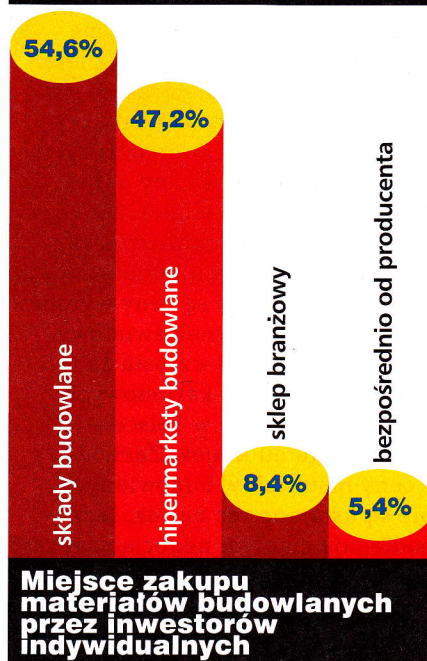
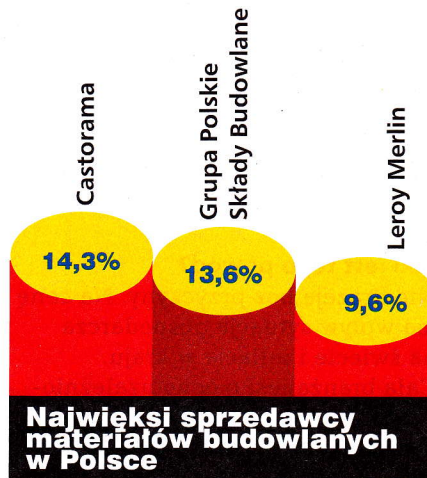
Na tym lista ich zalet się kończy. W markecie klient jest anonimowy, jest jednym z tysięcy ludzi, którym sklep chce sprzedać towar. Z reguły nie może negocjować rabatów – musi akceptować takie ceny, jakie są na półkach. Nie uzyska też specjalistycznej porady. Hipermarkety na niewielką skalę handlują materiałami do budowy stanu surowego – ściennymi, dachówką, stalą – czyli tym asortymentem, który w pierwszej kolejności oferują składy budowlane. Dlaczego? Bo nie mają specjalistycznego transportu, ciężarówek z HDS-em, a więc nie są w stanie rozładować towaru na budowie. Oferują transport tylko tych materiałów, które można rozładować ręcznie.

A w czym w takim razie lepszy jest skład budowlany?

Nie wygrywa ilością asortymentu, ale jakością produktów i lepszą obsługą klienta. W dobrej hurtowni ceny są zdecydowanie niższe niż w markecie. Skład działa lokalnie, zna swoich klientów i dba o nich. Inwestor zostanie obsłużony indywidualnie. Może liczyć na usługę całościową – pomoc w wyborze materiałów, rozłożenie dostaw w czasie, przechowanie materiałów w magazynie. Taki klient skompletuje pełną listę zakupów, nie przepłaci, a dodatkowo ma zapewniony transport materiałów na budowę. Oczywiście mówimy o dobrych składach budowlanych, które dbają o klienta i starają się, by wrócił także później, kiedy już będzie mieszkał w domu, pielęgnował ogród, remontował...

Pamiętam poruszenie, jakie na początku lat 90. wywołała wiadomość, że hurtownie wożą materiały budowlane zakupione przez klientów „za darmo”. Potem przyszła moda na targowanie się i rabaty. Teraz dostaje się nieraz 20% rabatu już po zapytaniu o cenę. O co tu chodzi?

Nie ma niczego za darmo – wszelkie bonusy są wliczone w cenę. Ponieważ każdy klient chce negocjować, ceny produktów są powiększone o rabat dochodzący nieraz nawet do 70%! Jeśli przed składem stoi wielka tablica: „Wyprzedaż – na stałe 40%



Źródło: „Dystrybucja materiałów budowlanych 2011” ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku

rabatu”, to co to znaczy? Sprzedawca musiał najpierw podnieść ceny towarów, by taki rabat oferować. Wybór klienta? Zwykle robi przegląd cen w różnych hurtowniach i staje przed dylematem: kupić taniej w wielu składach, płacąc więcej za transport, albo kupić wszystko trochę drożej, ale w jednym miejscu. Wtedy ma też szansę na rabat wynikający z wielkości zakupów. To chyba lepszy wybór.

Co zatem jest realnym bonusem dla klienta, a nie tylko zastawioną na niego przynętą?

Największym bonusem powinna być fachowa obsługa i doradztwo. Bardzo pomocne dla klientów są także takie praktyki jak wydawanie materiałów

na WZ i dawanie możliwości płacenia faktury zbiorczej na koniec tygodnia, dowóz materiałów na budowę po telefonie od inwestora, obsługa w sobotę i niedzielę. Nieraz bonusem staje się rzeczywście bezpłatny dowóz, jeśli miejsce budowy leży przy szlakach komunikacyjnych hurtowni. W bezpłatnym transporcie jest też pewna korzyść dla hurtowni. Największy ruch w składach jest rano, między siódmą a dziewiątą, kiedy zjawiają się wykonawcy i każdy chce pilnie kupić materiały potrzebne do pracy na budowie. Hurtownia, oferując transport, może zbierać i realizować zamówienia przez cały dzień.

Jak rozpoznać materiały dobrej jakości? Czy znakiem rozpoznawczym jest certyfikat albo atest?

Niestety, rynek w Polsce jest wciąż bardzo nieczytelny, co wynika głównie z dużego rozdrobnienia producentów. Na Zachodzie jest konsolidacja – w każdym segmencie są wiodące marki, producenci muszą oferować określoną, wysoką jakość, by nie wypaść z rynku. U nas produkować może każdy. Łatwo zdobyć certyfikat na partię materiału, a potem udawać, że wszystkie są tak znakomitej jakości. Pojęcie „zgodność z normą” też nic nie znaczy. Nie ma systemu kontroli materiałów budowlanych, nie ma pieniędzy, żeby wdrożyć procedury kontrolne, które proponuje chociażby Związek Pracodawców – Producentów Materiałów dla Budownictwa.

Nie bez powodu na cemencie pojawił się znak „Dobry cement”, bo jest wielu pseudoproducentów, którzy produkują wyrób cementopodobny. Produkt sprzedawany jako „zaprawa cementowa” na pewno nie nadaje się do robót konstrukcyjnych, a tego klient albo wykonawca mogą tego nie zauważyć.

Im mniejszy kapitał jest potrzebny, by rozpocząć produkcję, tym więcej w danym segmencie jest produktów, które wyróżnia tylko niska cena. Tak rozproszony jest na przykład segment chemii budowlanej, bo niektóre mieszanki można przygotować niemalże w garażu. Producentów styropianu jest w Polsce około 200.

CENY

Jak zmieniły się ceny w hurtowniach w 2011 r.

PODROŻAŁY:

narzędzia i sprzęt budowlany	34,1%
farby, lakiery, tapety	23,9%
drewno i materiały drewnopochodne	14%
cement, wapno	9,3%
materiały do izolacji wodochronnej	7,4%
wyroby stalowe	7,3%
materiały ściennie – silikaty	6%
dachy, rynny	5,1%
materiały ściennie – pustaki ceramiczne	1,8%
materiały ściennie – beton komórkowy	0,9%
POTANIAŁY:	
instalacje i technika grzewcza	3,1%
chemia budowlana	2,9%
kostka brukowa	3%
bramy, ogrodzenia	1%

Źródło: „Grupa PSB – analiza – trendy zmian cen materiałów budowlanych 2010-2011” ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku

Coś, co udaje styropian, nadal jest białe – na budowie nie można sprawdzić współczynnika λ . Okna z PCW produkuje niezliczona liczba nawet nie producentów, lecz firm montażowych, które kupują profile, zestawy szybowe i je montują. Dążą przy tym do obniżenia ceny materiałów, więc wybierają profile coraz gorszej jakości. Bardziej uporządkowane są te segmenty rynku, w których bariera wejścia na rynek jest bardzo wysoka. Produkcja wełny mineralnej, materiałów ściennych i dachowych (poza stalowymi) jest kosztowna. Producentów jest zwykle kilku – łatwiej o gwarancję jakości.

Czy jest jakiś stały terminarz podwyżek cen materiałów budowlanych? Jedno jest pewne – wciąż drożeją...

Jest taki kalendarz. W okresie zimowym materiały tanieją, bo producenci chcą wypchnąć zapasy. Podwyżki są zapowiadane zwykle w styczniu, by klienci, czując presję, kupowali materiały, które w marcu, kwietniu będą już droższe. Wraz z rozpoczęciem sezonu budowlanego przychodzą zapowiedane podwyżki. Po raz kolejny ceny rosną w szczycie sezonu – w sierpniu

i we wrześniu. Sezon się kończy i materiały zaczynają tanieć – ceny wprawdzie nie spadają, ale sprzedawcy dają klientom korzystniejsze rabaty. Jest tak do stycznia, kiedy cykl zaczyna się od nowa. W tym roku materiały podrożeją 6-10%.

Jaki jest tego powód?

Nie drożeją bez przyczyny. Na cenę ma wpływ sytuacja gospodarcza na świecie i inflacja w kraju. Cała branża jest mocno uzależniona od cen ropy naftowej, bo koszt transportu to ważny składnik ceny. Im materiał mniej przetworzony, tym większy wpływ na cenę ma koszt transportu. Ciężarówką można przewieźć partię bloczków silikatowych za 2,5 tys. zł i wełny szklanej za 40 tys. zł. To oczywiste, że jeśli wzrosną ceny paliw, bardziej podrożeje silikat. Na ceny ropy naftowej szczególnie wrażliwy jest sektor chemii budowlanej. Nieprzewidywalne są ceny wyrobów stalowych, bo to rynek światowy. Od siedmiu lat nie wzrosła za to cena płyt gipsowo-kartonowych. Dodam jeszcze, że w Polsce – w odróżnieniu od krajów Zachodu – ceny materiałów budowlanych nie są ustalane raz na rok, lecz podlegają ciągłym negocjacjom między producentami a rynkiem. Jedni producenci czekają na ruch drugich. Kto dba o jakość, ten wie, że powinien podnieść cenę, bo produkuje już na granicy zysku, ale czeka, aż tak zwany lider rynku zapowie wzrost cen swoich produktów. Wtedy drożeje cały segment...

Państwa grupę tworzy 420 składów budowlanych. Centrala kredytuje im nawet zakup materiałów, którymi handlują. Może Pan spać spokojnie, wiedząc o dużym ryzyku takiej działalności?

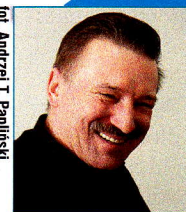
Pracuję 14 godzin dziennie, więc sen mam wyjątkowo mocny, ale wiele razy odchorowywałem różne dramatyczne momenty. Rynek sprzedaży materiałów budowlanych wciąż jest dżunglą. Etyka i uczciwość kojarzone są ze słabością. Każdy chce sprzedać, nie oglądając się na innych, stąd szara strefa, łapówki, prowizje. Przez pierwsze

lata straciliśmy 20 mln zł na transakcjach z nieuczciwymi partnerami, powiem wprost – przyjaciółmi, którzy nas oszukali. Potem zaostrzyliśmy kryteria kontroli firm, które wchodziły do spółki, ale jeszcze trzy lata temu zdarzyła nam się duża wpadka. Skład budowlany, który jest bankrutem albo planuje oszustwo, może do końca sprawiać wrażenie dobrze działającej firmy. Teraz jesteśmy bardzo ostrożni. Moje rozumienie uczciwości jest zero-jedynkowe: albo ktoś jest uczciwy, albo nie. A rada na ryzyko jest jedna – nie myśleć o zagrożeniach, myśleć o rozwoju. Jak na razie przez 14 lat działania firmy tylko w 2009 r. nie mieliśmy wzrostu dochodów. Powiększamy grupę, asortyment, udoskonalamy sposoby działania. Kryzys nas nie może dotyczyć – musimy pracować więcej niż konkurencja.

Dziękuję za rozmowę. ■


Nasz rozmówca

foto: Andrzej T. Papliński



Bogdan Panhirsz

inżynier budownictwa, współzałożyciel

i dyrektor generalny Grupy Polskie Składy Budowlane. Mieszka na wsi pod Pińczowem. Hobby: konie, psy, ogród i komputer służbowy, który włącza zaraz po powrocie do domu. Ulubione motto: „Jak się robi to, co się lubi, to nie jest praca”.

Grupa PSB – największa sieć sprzedaży materiałów budowlanych w Polsce. Powstała w 1998 r. Centrala grupy zapewnia zakupy materiałów dla swoich członków, kredytuje ich zaopatrzenie. Grupa ma wspólną politykę marketingową i szkoleniową. Tworzy ją 420 składów budowlanych, 96 marketów detalicznych PSB-Mrówka, siedem centrów handlowych PSB-Profi. Firma ma siedzibę w Welczu pod Buskiem-Zdrojem. Jednym z działań firmy jest program skierowany do inwestorów indywidualnych: „Buduj z PSB”. Klienci otrzymują stałe doradztwo podczas budowy domu, gromadzą też punkty, które mogą zamieniać na atrakcyjne nagrody. Dotychczas z programu skorzystało 25 tys. inwestorów.