

POTENCIÁL A MOŽNOSTI DŘEVOSTAVEB VE VZTAHU K LESNÍMU HOSPODÁŘSTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY

POTENTIAL AND POSSIBILITIES OF WOOD STRUCTURES IN RELATION TO CZECH FORESTRY

JOSEF LENOCH
LDF MZLU Brno

ABSTRACT

Sustainable development is today a fundamental term in developing all important economic and human activities. The issue of wood structures is an area in which a blending and a mutual influencing of four sectors occur: forestry - wood engineering - civil engineering - regional development. On the one hand, the sufficient amount of wood in Czech forestry provokes low market prices. On the other hand, the share of wood structures in the total volume of building industry production is hardly four percent. In this parameter the Czech Republic lags far behind many advanced countries in which the indicator ranges between 10 - 80 %. Promotion to the manufacture and sales of wood structures and searching new ways for increased sales of wood structures represent a problem solution that would help the entire forestry and wood sector, improving at the same time housing policy and decreasing damage to environment and consumption of non-renewable natural resources.

Klíčová slova: lesnictví, dřevostavby, ekonomika dřevostaveb, marketing dřevostaveb, podpora dřevostaveb

Key words: forestry, wood structures, economics of wood structures, marketing of wood structures, promotion of wood structures

ÚVOD

České lesní hospodářství je hlavním dodavatelem dřevní suroviny pro celou řadu navazujících hospodářských odvětví, zejména pro dřevařský průmysl a stavebnictví. Podíl lesního hospodářství na hrubém domácím produktu se v posledních několika letech pohybuje okolo 0,6 %, dřevozpracujícího průmyslu a papírenství okolo 2,0 % a stavebnictví 6 - 8 %. Pouze ale u stavebnictví dochází k mírnému avšak pravidelnému meziročnímu růstu (ČSU 2006).

Evropa je jediný světadíl, kde se dlouhodobě zvyšuje rozloha, zásoba a přírůst lesů. Lesy zde v minulosti prošly obdobím intenzifikace výroby za účelem zvýšení kvality i kvantity dřevní produkce. Tento proces probíhá neustále a to i především díky zalesňování zemědělských půd (FAO 2006).

V České republice na jedné straně narůstá rozloha lesů a produkce dřevní hmoty a na straně druhé existují problémy s odbytím dřeva a jeho nízkou cenou. Je ekonomicky nevhodné, aby vytěžené dřevo bylo vyváženo do zahraničí jako surovina bez další přidané hodnoty. Řešení tohoto problému spočívá zejména v hledání rezerv při výrobě a prodeji výrobků ze dřeva. Jednou z cest je podpora a zefektivnění výroby dřevěných staveb, tj. dřevostaveb.

Tento příspěvek se zaměřuje na zlepšení odbytu a prodeje dřevostaveb v České republice prostřednictvím zlepšení marketingu a public relations dřevostaveb.

SOUČASNÁ SITUACE V OBLASTI DŘEVOSTAVEB A POROVNÁNÍ SE ZAHRAŇIČÍM

Srovnání se zahraničím

Roční těžba dřeva na obyvatele je v ČR a v USA přibližně stejná. V USA však dřevostavby v bytové výstavbě zcela dominují (65 %), zatímco u nás představují zhruba 4 %. Například v Bavorsku je to 70 %, v Rakousku a ve Švýcarsku 10 %, ve Skotsku 50 % (přitom na britských ostrovech jsou vlastní zdroje dřeva malé), ve Finsku, Norsku a Dánsku přes 60 % a v Kanadě dokonce 80 % (Nadace dřevo pro život 2008).

Domácí výrobci dřevostaveb a dřevozpracující firmy si tuto situaci uvědomují a snaží se tento podíl zvyšovat, bohužel zatím ne příliš úspěšně. Nízký podíl dřevostaveb ve výstavbě rodinných domů v ČR bývá obecně v médiích zdůvodňován českou konzervativností. Náklonnost k tradičním hodnotám může být sice významná, na druhé straně si ale Češi nesporně umějí vybírat racionálně. K českému nezájmu o dřevostavby a nedůvěře k nim přispívá zatím malá zkušenost s bydlením v těchto stavbách a z ní plynoucí nedostatečná či zkreslená představa o jejich pořízení a využívání.

Stavební sektor České republiky je od roku 1989 dominantně zastoupen výrobcí stavebních materiálů z pálené hlíny, pórobetonu, betonů a dalších stavebních materiálů vyžadujících tzv. mokrou výstavbu (ČSÚ 2006). Výrobci těchto materiálů a stavební firmy používající jim odpovídající technologie výstavby se tvrdě brání zmenšování svého podílu na stavebním trhu na úkor dřevostaveb. Výrobcům a prodejcům staveb na bázi dřevostaveb se daří pouze pomalu svůj podíl na stavebním trhu zvyšovat.

Lesnictví - Dřevařství - Stavebnictví - Region

Dynamický model rozvoje stavebních technologií na bázi obnovitelných surovin a zdrojů je možný pouze v uceleném a vzájemně propojeném schématu: lesnictví - dřevozpracující průmysl - stavebnictví - region (LENOCH 2006), kde:

- les je z hlediska trvale udržitelného stavění základním zdrojem obnovitelné surovinové základny. Lesy v ČR pokrývají 2 647 000 ha, tj. více než jednu třetinu území. Nejrozšířenějšími dřevinnými druhy jsou jehličnany, jejich podíl na celkové zásobě hrubí b. k. je 76,5 %. Celkový běžný přírůstek na území ČR za rok 2005 je 20,5 mil. m³. Těžba celkem je za rok 2005 15,5 mil. m³. Z pohledu udržitelného hospodaření v lesích představuje objem těžby v ČR 76 % celkového běžného přírůstu. To představuje těžbu 1,52 m³ dřeva na jednoho obyvatele ČR ročně, což je méně než v řadě vyspělých zemí světa (Zpráva o stavu lesa a lesního hospodářství za rok 2005, 2006).
- zpracování dřeva patří k proexportně orientovaným odvětvím zpracovatelského průmyslu ČR. Jedná se o odvětví příznivé vůči životnímu prostředí a využívající kvalitní obnovitelnou domácí surovinu - dřevní hmotu. Surové dřevní hmoty je v našich lesích dostatek a porostní zásoby se stále zvyšují. Přesto se ani v roce 2005 nepodařilo zastavit určité napětí a nejistotu v dodávkách dřevní hmoty zpracovatelským organizacím, což platí zejména pro malé a střední podniky. Pozitivně lze hodnotit zvyšování produkce výrobků s vyšší přidanou hodnotou, což dokládá pokles podílu pilařské výroby a impregnace dřeva a posílení výroby stavebně truhlářské a tesařské o 2 % na tržbách za prodej vlastních výrobků a služeb ve srovnání s rokem 2004. Odvětví je ziskové, i v roce 2005 si zachovalo proexportní charakter. V porovnání mezi roky 2005 a 2004 se zvýšily tržby za prodej vlastních výrobků a služeb o 7,5 % a zahraniční obchod dosáhl aktivní saldo 13,3 mld. Kč (Panorama zpracovatelského průmyslu a souvisejících služeb ČR 2005, 2006).
- stavebnictví patří v České republice, podobně jako ve většině ekonomicky vyspělých zemích, mezi nejvýznamnější národohospodářská odvětví, které dlouhodobě významně přispívá k celkovému růstu české ekonomiky. Stavebnictví lze proto považovat za jeden z pilířů ekonomiky, protože vytváří kolem 7 % hrubé přidané hodnoty, zaměstnává asi 9 % osob pracujících v civilním sektoru a dlouhodobě vykazuje v podstatě stabilizovanou zaměstnanost. Nezanedbatelný je jeho multiplikační efekt spočívající v ovlivňování poptávky po výrobcích ostatních odvětví a služeb spojených s údržbou stavebních děl (ve stavebnictví se ročně spotřebují výrobky a služby jiných odvětví za cca 200 mld. Kč). Stavebnictví také, zejména v delším horizontu, indikuje v předstihu další vývoj celé ekonomiky. V ekonomice stavebních podniků přetrvává nedostatek vlastního kapitálu, zvláště v malých a středně velkých podnicích, což znesnadňuje i jejich přístup k úvěrům a ztěžuje pozici v soutěži o zakázky, které vyžadují vysoké garance, příp. účast na financování. Ke slabým stránkám českého stavebnictví patří klesající počty kvalifikovaných řemeslníků a učňů, zejména některých oborů, nedostatečná kvalita prací na drobných stavbách, absolutně i relativně velký počet drobných stavebních firem ve srovnání se zahraničím (Stavebnictví České republiky 2007, 2008).

- region je organicky propojený sídelní územní útvar s hospodářským a kulturním centrem, základní urbanistický komplex územního a hospodářského plánování. Představuje jednotku životního prostoru obyvatel, kde se uskutečňuje ekonomický, pracovní, sociální a kulturní život společnosti. Mluvíme zde o regionálním rozvoji a využívání místních, dostupných surovin.

Typy moderních dřevostaveb

Dřevostavba může mít podobu zahradního domku, chaty, rodinného domu, vícepodlažního bytového domu či průmyslové stavby (tovární haly, kanceláří, skladů, sportovních a kulturních hal, mostů, apod.).

Nejčastěji se pro výstavbu dřevostaveb používá technologií: srubové stavby, roubené stavby, kombinace trámů a deskového řeziva, systémy montovaných panelů.

METODIKA

Průzkum veřejného mínění v oblasti znalostí a názorů na dřevostavby byl uskutečněn v měsících dubnu na území Jihomoravského kraje. Lidé v tomto období na začátku stavební sezony projevují větší zájem o stavební činnost. Před vlastním výzkumem byl zrealizován předvýzkum (pretest) na menším vzorku respondentů, aby tento test mohl být ověřen před realizací v terénu. Výběrový soubor byl náhodný a týkal se osob aktivně se zajímajících o nové bydlení. Vlastní výzkum byl prováděn formou osobního dotazování účastníků Stavebního veletrhu na BVV. Vytvoření a zpracování dotazníku pomohlo k získání potřebných informací o požadavcích zákazníků na vlastní bydlení a získaná data bylo možno dále zpracovat a statisticky vyhodnotit.

Výzkumným cílem bylo určit profil zákazníka, dozvědět se více informací o požadavcích na bydlení, aby se nabídka mohla cílevědomě zaměřit na příslušný segment obyvatelstva.

Dotazovaný vzorek obyvatelstva představoval 407 dotazovaných jednotek. Obecně se rozhodováním o stavbě zabývají a rozhodují více muži než ženy. Z hlediska věkového rozdělení nejčastěji dotazovanými osobami jsou lidé od 26 let do 40 let, protože se v tomto věku o bydlení nejvíce zajímají. Ze sociálních skupin se objevují zejména zaměstnanci, osoby samostatně výdělečně činné a jiní např. studenti.

POUŽITÝ DOTAZNÍK

Průzkum veřejného mínění v oblasti dřevostaveb (Správnou odpověď označte křížkem)

1. Uvažujete o pořízení nového bydlení v osobním vlastnictví?

- Ano Ne

2. Dáváte přednost?

- Bytu, a to z důvodu: Nižší cena Méně starostí Jiné
 Rodinného domu, a to z důvodu: Kvalitnější bydlení Větší soukromí Jiné
 Byt nebo rodinný dům, a to z důvodu: Je mi to jedno Rozhodnu se podle ceny Jiné

3. Víte o možnosti rodinného domu jako dřevostavby?

- Ano Ne

4. Dáváte přednost dřevostavbě nebo zděnému domu?

- Dřevostavba Zděný dům

5. Kolik znáte firem vyrábějící či dodávající dřevostavby?

- Žádnou 1 2 3
 4 5 6 více než 6

6. Rozdělte tyto hodnoty bodů (1, 2, 3, 4, 5, 6) mezi jednotlivé parametry a to 6 (nejdůležitější) až 1 (nejméně důležité), jak jsou tyto parametry rodinného domu pro vás důležité.

- Cena Kvalita Rychlost výstavby
 Tradice Reference Ekologie

7. Pořizovací náklady dřevostavby by při srovnatelném komfortu bydlení a provozních nákladech při srovnání se zděným domem měly být?

- Vždy levnější Přibližně stejné Mohou být i vyšší

8. Byla by pro vás přijatelná dřevostavba s vyššími pořizovacími náklady, ale zase s nižšími provozními náklady, takovými, že byste za život zaplatili v reálné hodnotě celkově za bydlení (tj. pořizovací náklady + provozní náklady) méně?

- Ano Ne

9. Kolik jste ochotni a schopni investovat (vč. případné hypotéky) do pořízení nového bydlení?

- do 0,5 mil. Kč do 1 mil. Kč do 2 mil. Kč
 do 3 mil. Kč do 4 mil. Kč 5 mil. Kč a více

10. Údaje o dotazované osobě:

- a) Pohlaví Muž Žena Dvojice
b) Věk Méně jak 25 let 26 - 40 let 41 a více let

c) Měsíční čistý příjem domácnosti v tis. Kč

- do 15 Kč 16 - 20 Kč 21 - 30 Kč
 31 - 40 Kč 41 - 50 Kč 51 Kč a více

Charakteristika vzorku osob dotázaných v rámci průzkumu veřejného mínění

Vzorek dotázaných osob se skládá z 234 samostatných mužů (57,7 %), 78 samostatných žen (19,2 %) a 95 dvojic muž a žena žijících spolu (23,3 %). Dvojice vyplňovaly dotazník společně. Během osobní konzultace při vyplňování bylo zjištěno, že muži mají větší přehled o tom, co existuje na trhu a jaké jsou reálné možnosti investování do bydlení. Vědí, co chtějí, a mají už zpravidla vytvořený názor. Samostatné ženy se pak mnohem déle rozmýšlí a spíše odhadují a tipují, než ví. Ve dvojici muž se ženou jsou tyto názory již z dřívějších zpravidla ujasněny a sladěny, protože lidé žijící spolu se otázkou bydlení často zabývají. Žena ve dvojici spoléhá v otázkách kolem bydlení více na muže a má k němu důvěru.

Věková skupina 26 – 40 let je zastoupena 195 dotázanými (47,9 %) a je nejvíce zastoupena. Jedná se o mladé ekonomicky aktivní lidi, kteří plánují pořízení nového bydlení. Mají zpravidla konkrétní představu, co chtějí a co si mohou finančně dovolit. Věkové kategorie dospělých do 25 let (24,8 %) či naopak nad 41 roků (27,3 %) jsou přibližně stejně početně zastoupeny. Nejmladší věková skupina se skládá z občanů, kteří zatím plánují a na bydlení tolik nespěchají. Nemají ještě dostatečnou ekonomickou sílu a finanční možnosti nové bydlení pořídit. Jsou to však budoucí zákazníci, které je potřeba sledovat a informovat. Nejstarší věková skupina jsou zpravidla lidé, kteří už mají rodinu a kteří plánují změnu bydlení. Požadují vyšší kvalitu a mají větší finanční možnosti. V několika případech se zajímali o bydlení už pro své potomky.

Domácnosti s příjmy do 15 tis. Kč čistého měsíčně tvoří 18,7 % dotázaných osob, v kategorii 16 – 20 tis. Kč pak 12,5 %. Jedná se v obou případech o mladší občany s nižšími příjmy, kteří navíc zpravidla žijí v jednočlenné domácnosti. U smíšených dvojic jsou příjmy vyšší, což se projevuje jako zvýšení výskytu u kategorie 21 – 30 tis. Kč (25,3 %) a 31 – 40 Kč (23,6 %). Kategorie 41 – 50 tis. Kč (12,0 %) a poslední kategorie 51 tis. a více Kč čistého měsíčně (7,9 %) se už zase vyskytují méně.

VÝSLEDKY ZJIŠTĚNÉ POMOCÍ DOTAZNÍKU

Cílem marketingových výzkumů je zjistit povědomí lidí o dřevostavbách, jejich představy a požadavky na vlastní bydlení. Dílčím cílem je vytvoření profilu cílové skupiny zákazníků, na který se zaměřit a který naopak informovat o činnosti a výhodách firmy a jejích produktech.

Zájem o nové bydlení

Oslovení občané byli návštěvníky stavebního veletrhu, proto je vysoce pravděpodobné, že se zajímají o nové bydlení. Podíl 86 % dotázaných osob, kteří plánují nové bydlení, svědčí o tom, že se podařilo oslovit vzorek občanů, kteří jsou potenciálními spotřebiteli produktu dřevostaveb. Zbytek 14 % jsou lidé, kteří zpravidla také touží po novém a lepším bydlení, bohužel zatím pro ně není finančně dostupné. Z dotazníku vyplývá, že pro ženy je pořízení nového bydlení důležitější než pro muže. Ženy nové bydlení spojují s existencí své vlastní domácnosti a kvalitnějšího zázemí pro rodinu a děti. U smíšených párů je to podobné. Ženy ve dvojici zpravidla více touží po vlastním bydlení, v tomto směru působí na muže a na něm je, aby tento cíl zajistil. Dvojice mají na tuto otázku podobné názory jako samostatné ženy.

Zájem o byt či dům

Z dotázaných osob 49,7 % preferuje bydlení v bytě, 47,4 % v rodinném domku a 2,9 % není rozhodnuto. Na rozhodnutí, zda pořídit rodinný dům či byt, má vliv celá řada dalších okolností a vlivů. To, zda dotyčný jedinec vyrostl v bytě či domu, může mít podstatný vliv na to, jaké jsou jeho tzv. převzaté vzorce chování, tj. nároky na soukromí, potřeba většího životního prostoru, určitá pohodlnost a nenáročnost bydlení či naopak zájem kolem sebe něco budovat a udržovat. Mnohem větší význam má však cena bydlení, a zde vychází byty podstatně levněji než rodinné domy.

Důvod plánování bytu

U těch, co jsou rozhodnuti pro pořízení bytu, mají největší zastoupení ti, kteří jsou omezeni finančními zdroji a byt volí z důvodu nižší pořizovací ceny. Z celkového počtu dotázaných osob tuto skupinu tvoří 20,4 % osob. Mohli by to být potenciálně i zájemci o dřevostavby, kdyby firmy pro ně dokázaly vytvořit finančně stejnou alternativu dřevostavby rodinného domu, jako je cena bytu.

Ti, kteří volí byt z důvodu menších starostí na provoz vlastního bydlení, tj. vlastní pohodlnosti, finančně pro rodinný dům motivovat moc nelze. Z celkového počtu dotázaných osob tuto skupinu tvoří 16,0 % osob. Jsou to ti jedinci, pro které je pohodlnost důležitější než kvalitnější bydlení a více soukromí v rodinném domu. Také tyto osoby se mohou stát potenciálními zákazníky bytů v bytovkách postavených na principu dřevostaveb.

Kategorie těch, kteří volí byt z jiného důvodu, je poměrně rozmanitá. Z celkového počtu dotázaných osob tuto skupinu tvoří 13,3 % osob. Může to být důvod blízkosti zaměstnání, školy a jiných aktivit pro děti, blízkost sportovního, kulturního a společenského vyžití a trávení volného času. Jsou to lidé, kteří chtějí být tzv. v centru dění a nevyžadují větší soukromí. Také sem patří ti, kteří neplánují vlastní osobní auto a jsou tudíž závislí na městské hromadné dopravě. Dále to jsou důvody jako nižší provozní náklady bydlení v bytu, používání bytu zejména pro přespaní, kombinace bydlení v bytu a přes víkend na chatě, apod. I oni se mohou stát zákazníky spíše bytů v bytových domech postavených na principu dřevostaveb.

Důvod plánování rodinného domu

Z dotázaných osob 27,7 % uvedlo, že si spojují bydlení v rodinném domku s větším soukromím, tj. větším vlastním životním prostorem - životním teritoriím, které se neomezuje pouze na interiér bytových místností (jako tomu je u bytů), ale požadují i určitý svůj životní prostor na zahradě, kde se rodinný dům nachází. Jedná se o uplatnění přirozené lidské potřeby pobytu v přírodě, v přirozené zeleni. Pro lidi je důležitější samotná existence kousku vlastní zahrady než požadavek na velikost tohoto teritoria. Požadavek většího soukromí může představovat i to, že dům má zpravidla více místností a tudíž i každý člen domácnosti má více vlastního životního prostoru.

O něco méně oslovených lidí, tj. 16,5 % považuje za důležitější vyšší kvalitu bydlení, kterou rodinné domy oproti bytům přinášejí. Jedná se o obecný fakt, že domy bývají prostornější, mají více místností a ty mají zpravidla větší obytnou plochu. Mohou mít v bezprostřední blízkosti garáž, technické zázemí pro trávení volného času a skladování věcí. Člověk může trávit více času s rodinou a přáteli doma v domku či na zahradě a nemusí k tomu účelu využívat cizí prostory. Souvisí to i s dnešním trendem životního stylu, budováním zahradních bazénů, používáním pergol, rožněním, apod.

Kategorie občanů, kteří se pro rodinný dům rozhodli z jiných důvodů, je poměrně málo zastoupená a tvoří ji 3,2 % dotázaných osob. Nejčastějším důvodem jsou špatné zkušenosti s fungováním tzv. bytových družstev a zájem o bydlení v osobním vlastnictví. Do této skupiny patří i lidé, kteří chtějí rodinný dům a nejsou schopni říci konkrétně z jakého důvodu.

Důvod nerozhodnosti plánování bytu či domu

Lidé, kteří uvedli, že ještě nejsou rozhodnutí, zda by chtěli raději rodinný dům nebo byt, představují většinou občany z věkové kategorie 18 – 25 let. Jsou velice mladí, ještě nemusí akutně řešit otázku bydlení a teprve si vybírají. Nemají představu, kolik budou v budoucnosti reálně vydělávat, protože většinou ještě studují. Jsou to ale i nositelé nových myšlenek, přístupů, názorů a životních stylů. Právě proto, že jsou ještě mladí, jsou i lehce ovlivnitelní a přístupní směrem k nastupujícím technologiím. I když netvoří početnou skupinu, měly by se na ně firmy v oboru dřevostaveb účinně zaměřit. Z celkového počtu dotázaných osob se 0,7 % osob ještě nerozhodlo, co by preferovaly, je jim to zatím jedno, 1,5 % osob by se rozhodlo podle ceny a 0,7 % osob mají jiné důvody, proč nesdělit, zda by preferovaly dům či byt.

Znalost možnosti dřevostaveb

Naprostá většina dotázaných osob (94,0 %) už někdy o dřevostavbách něco slyšela, mají však jen jakési obecné povědomí, že něco takového existuje. Většina občanů neví, co si má pod pojmem dřevostavba představit. Zda roubené stavení, srubovou stavbu, dřívě používaný tzv. okál nebo třeba dům z panelů. Dřevostavba bývá obestřena většinou určitými mýty a pověrami. Nejméně jsou známy moderní technologie dřevostaveb, různé panely, kombinace materiálů, apod. Zde chybí základní informovanost, co vlastně dřevostavba představuje a umožňuje.

Preference dřevostavby či zděného domu

Z celkového počtu 407 dotázaných osob 83,0 % dává přednost zděnému domu a 17,0 % dřevostavbě. Člověk poznává svět často na základě zkušeností a doporučení osob, kterým důvěřuje. Proto většina lidí v okamžiku klíčových životních rozhodnutí spoléhá na ověřené a známé věci. Zděnou stavbu zná každý člověk, proto se těší velké oblibě. Dřevostavbu lidé chápou jako věc buď přežitou, to u těch starších technologií – srubových a roubených nebo naopak za neověřenou a tudíž do jisté míry pochybnou u technologií novějších – různých panelů, sendvičů, apod.

Znalost firem poskytujících dřevostavby

Z celkového počtu 407 dotázaných osob 26,8 % občanů nezná ani jednu firmu vyrábějící či dodávající dřevostavby, 32,9 % občanů zná jednu firmu, 23,0 % občanů zná dvě firmy, 8,4 % občanů zná tři firmy, 3,0 % lidí zná čtyři firmy, 3,2 % osob zná pět firem, 2,2 % občanů šest firem a více než šest firem pouhých 0,5 % dotázaných osob. Lidé mají většinou někde v podvědomí uložené názvy největších firem, které dodávají dřevostavby, protože byli zasaženi jejich masivní reklamou. O této firmě zpravidla už bližší informace nemají a nedokážou posoudit rozdíly v jejich nabízených produktech. Zdá se, že současná reklamní kampaň těchto firem má spíše dopad na podvědomě zafixování značky než na praktickou informovanost o firmě a produktech.

Důležitost parametrů pro výběr stavby

Kvalita jako nejdůležitější parametr v rozhodování o výběru bydlení získala v dotazníkové akci 31,0 % bodů. Lidé v současné době přikládají bydlení velkou důležitost a tím pádem i jeho kvalitě. Neustále se zvyšují nároky na životní úroveň a prostor, ve kterém se pohybujeme. Lidé jsou ochotni čím dál více investovat a utrácet peníze za kvalitu, pohodlnost, komfort, bezpečnost a prestiž svého bydlení.

Cena je druhý nejdůležitější parametr, získala 27,0 % bodů. Lidé si mohou pořídit pouze to, na co mají nebo co je pro ně reálně dostupné. V současné době se stále lidem nabízí široká nabídka různých hypoték a úvěrů na bydlení za stále ještě relativně výhodných podmínek. Také stát podporuje životní styl tzv. žít na dluh různými pobídkami a programy. Proto otázka ceny při pořízení bydlení se v podmínkách poměrně dobře dostupných cizích finančních zdrojů stává méně důležitou. Nicméně lidé musí být schopni dlouhodobě tyto závazky splácet, což představuje zase podstatné snížení jejich životní úrovně.

Reference se umístily na třetím místě se 14,0 % bodů. Pokud člověk nemá zkušenosti vlastní, spoléhá na cizí zkušenosti, protože jít do neověřených technologií je riskantnější. Zde hodně záleží na kvalitě a aktuálnosti předávaných zkušeností a referencí. Podstatnou roli hraje také fakt, jakou důvěru má osoba, která své zkušenosti předává dále jako reference.

Rychlost není pro většinu lidí rozhodující parametr, získala pouze 11,0 % bodů. Celkový čas na pořízení hrubé stavby klasickými zděnými technologiemi se od dřevostavby zase neliší o tolik, že by to lidé považovali za tak důležité. Etapa vytváření projektu a vyřizování administrativních záležitostí je stejně dlouhá. Budování stavebních základů mokrou cestou je u obou technologií časově stejně náročné. Vazba, střecha, elektroinstalace, voda, odpady, topení, okna, dveře, vnitřní a venkovní dokončovací práce jsou také stejně časově náročné. Rozdíl je pouze v rychlosti tzv. hrubé stavby a ten v celkovém čase výstavby domu tak významný není. Lidé jsou většinou ochotni tento rozdíl v řádu maximálně několika týdnů tolerovat.

Ekologie získala pouze 9,0 % bodů. Ekologie je důležitá pro určitou specifickou skupinu ekologicky smýšlejících lidí, a to hlavně u drobných a častějších investic či výdajů než u těch velkých částek. Zde se ukazuje jako důležitější parametr cena a kvalita. Lidé většinou chápou ekologii ve smyslu účinků bydlení na lidské zdraví než ekologický postup výroby vlastní stavby. A zde je zděná stavba někdy paradoxně brána i jako zdravější alternativa bydlení díky použití pouze přírodních materiálů – hlíny, vápna, písku, apod. než dřevostavba napuštěná chemickými látkami proti dřevokazným houbám a hmyzu. To, že zděná stavba potřebuje vysoké energetické vstupy a životnímu prostředí škodlivé postupy výroby silikátových materiálů a kovových částí, si lidé moc neuvědomují a do svého přístupu a rozhodování je zpravidla nezohledňují.

Tradiční se umístila na posledním místě s 8,0 % bodů. Lidé si dnes plně uvědomují sílu technického pokroku, a proto bez problému opouští staré přežitě technologie a přistupují bez problému na nové. Má to však háček v tom, že byť jsou technologie sebelepší, musí být ověřené a lidem známé, jinak k nim nemají důvěru. Problémem tedy není konzervativní či zpátečnický přístup našich občanů, ale dostatečná informovanost a znalost nových technologií.

Požadované pořizovací náklady dřevostavby oproti zděné stavbě

Většina dotázaných osob (70,5 %) očekává nižší pořizovací cenu dřevostavby oproti zděné stavbě. Cenové relace dnešních dřevostaveb na trhu však tuto představu nenaplní (LENOCH 2006). 20,4 % osob očekává přibližně stejnou cenu a 9,1 % osob by respektovalo i cenu vyšší. Lidé začínají zpravidla vnímat dřevostavbu jako rychlou a levnou alternativu bydlení. Lidé jsou ochotni preferovat dřevostavbu zejména v případě nižší ceny a přijatelné kvality bydlení. Případná marketingová strategie přesvědčování občanů, že dřevostavba je kvalitnější a proto dražší, moc věrohodná být nemůže. Skupina, která očekává stejnou cenu dřevostavby jako srovnatelné zděné stavby, očekává současně i stejnou kvalitu. Pokud tato skupina si dřevostavbu pořídí a její očekávání nebude naplněno, může se stát zdrojem negativních zkušeností a referencí pro ostatní potenciální zájemce o dřevostavbu. Občané, kteří jsou toho názoru, že dřevostavba by měla být dražší než srovnatelná zděná stavba, se většinou rekrutují ze skupiny, kde se kombinují jejich lepší finanční možnosti s patřičným ekologickým akcentem.

Požadavek na pořizovací a provozní náklady

Z celkového počtu 407 dotázaných osob dává 56,0 % přednost vyšším pořizovacím nákladům a nižším provozním nákladům, pokud by to znamenalo celkově nižší náklady na celou dobu užívání stavby. Zbýlých 44,0 % uvažuje spíše krátkodoběji než dlouhodoběji, velkou váhu přikládají možnosti teď zaplatit méně, danou věc užívat a teprve později na ni i vydělat a zaplatit ji. Jeden z hlavních argumentů podpory dřevostavby, tj. vyšší pořizovací a nižší provozní náklady (hlavně díky nižším nákladům na vytápění dané lepšími tepelně izolačními parametry dřevostavby oproti zděným stavbám), které se v důsledku projeví nižšími celkovými náklady na bydlení v průběhu životnosti stavby, tak ztrácí na své síle. Je to však jen otázka informovanosti, výchovy a přesvědčení zákazníků.

Možnosti investování do bydlení

Kategorii občanů do 0,5 mil. Kč jako finanční možnosti na pořízení vlastního bydlení (18,7 %) je finančně dostupné bydlení v méně atraktivních lokalitách v bytech do 30 m² obytné plochy, které by mohly být řešeny jako bytové domy na principu dřevostavby. Kategorie do 1 mil. Kč (43,7 %) poskytuje prostor pro nabídku malých bytů do 40 – 50 m² a nejlevnějších domků na bázi dřevostavby. Kategorie do 2 mil. Kč a kategorie vyšší (celkem 37,6 %) představují potenciální zájemce o střední a větší rodinné domky či o větší byty řešené jako dřevostavby. Ukazuje se tedy, že pro všechny kategorie je možné nabídnout produkty dřevostavby, jen je potřeba umět konkrétní skupinu vždy oslovit příslušnou nabídkou.

Marketing a public relations dřevostavby

Z provedeného průzkumu veřejného mínění osob plánujících pořízení nového bydlení a na základě osobních rozhovorů lze formulovat tyto závěry:

- Kvalita života a s ní spojená kvalita bydlení je pro občany čím dál důležitější. Je tomu napomáháno i rostoucí životní úroveň.
- Při rozhodování mezi bytem či rodinným domem je nejdůležitějším parametrem kvalita a cena bydlení. Rodinný dům je považován za kvalitnější alternativu.
- Spousta lidí se musí spokojit s bydlením v bytě, protože jsou omezeni cenou. Je to nevyužitý segment zákaznického trhu dřevostavby, je potřeba směřovat k vytvoření finančně stejných či nižších alternativ dřevostavby rodinného domu, než je cena bytu.

- Dřevostavba nemusí být pouze rodinný domek, může to být i vícepodlažní bytový dům. Zde však zatím chybí zřejmě zkušenosti a odvaha do této oblasti proniknout. Nejslabším příjmovým skupinám, jejichž podíl na trhu je zajímavý, je třeba umět nabídnout byty na bázi dřevostavby.
- Lidé mají zpravidla jen jakousi obecnou představu, že něco jako dřevostavba existuje. Nevědí už konkrétně, co si mají pod tímto termínem přesně představit a co od těchto moderních technologií mohou očekávat. Důležitá je tedy nejen mediální fixace značky, ale i hlubší informovanost případných zájemců.
- Je potřeba se zvláště zaměřit na cílovou skupinu mladých ještě nerozhodnutých občanů, kteří jsou teprve ve stadiu plánování a jsou současně i nositeli nových myšlenek, přístupů a jsou ochotni a nakloněni novým technologiím.
- Lidé považují dřevostavbu za méně kvalitní a podřadnější variantu bydlení než klasické zděné stavby a proto očekávají, že bude levnější. Dokud bude dřevostavba dražší než srovnatelná zděná stavba, lidé zvýšený zájem o dřevostavby projevovali nebudou. Měli by totiž pocítit, že za více peněz získávají méně. Dřevostavby se musí stát levným způsobem bydlení. Pokud se nepodaří snížit náklady, pak je potřeba se orientovat na menší cílovou skupinu spíše mladších, bohatších zákazníků a prezentovat dřevostavbu jako životní styl.
- Za nejdůležitější parametr v rozhodování, jakou technologii zvolit, občané považují kvalitu, pak cenu, reference, rychlost, ekologičnost a nakonec tradici. Tomuto žebříčku je potřeba se přizpůsobit a zvýšit kvalitu dřevostavby, snížit cenu a přesvědčit o tom zájemce.
- Lidé nedovedou ocenit, že dřevostavba má zpravidla nižší celkové náklady na bydlení v průběhu životnosti stavby. Má sice vyšší pořizovací, ale zase nižší provozní náklady než klasická zděná stavba. Současný životní trend jsou krátkodobé finanční propočty; potřeba a užívání věcí předbývá splácení závazků.
- Rozvíjet a podporovat zejména energeticky úsporné domy. Lidé dnes většinou finančně uvažují spíše krátkodoběji než dlouhodoběji, proto je potřeba umět zákazníkům vysvětlit výpočet celkových nákladů na životnost stavby a délku bydlení. Dobře tepelně izolované dřevostavby mají mnohem nižší provozní náklady. V konečném součtu pořizovacích a provozních nákladů pak celkový součet za období životnosti stavby je oproti zděné stavbě zpravidla nižší. Je to však otázka výchovy a přesvědčení lidí, aby si to tzv. uměli spočítat. Náklady na likvidaci stavby lidé většinou do tzv. životního cyklu stavby nezapočítávají, protože člověk, který pořizuje dům, se zcela přirozeně likvidaci svého domova nezabývá.
- Podstatnou nevýhodou dřevostavby je nemožnost stavbu řešit částečnou svépomocí, která má v ČR dlouhou tradici a která zejména na venkově může často vést k úspoře finančních prostředků za práci. Naštěstí tento argument s nastupující mladou generací rychle slábne.
- Lidé si zatím velice málo pod pojmem dřevostavba představují průmyslové stavby. Nedoceněn a zatím nedostatečně využit je tedy sektor společenských staveb, např. stadionů, sportovišť, mostů, technických a provozních budov, atd.

ZÁVĚR

Pouze intenzivní marketingový tlak na zákazníky, aby si pořizovali dnešní relativně drahé a ne přiměřeně kvalitní dřevostavby, se může postupem času vrátit v podobě ztráty všeobecné důvěry veřejnosti pro bydlení v dřevostavbách. Dlouhodobým řešením jsou dvě možné cesty: buď výrazně levné dřevostavby s odpovídající kvalitou jako alternativa levného bydlení nebo se zděnými stavbami cenově srovnatelné dřevostavby, možná i trochu dražší, avšak výrazně kvalitnější pro nadstandardní bydlení a vyšší bytový komfort. Lidé chtějí a musí v něčem bydlet a záleží pouze na tom, co se jim nabídne a za jakých podmínek. Materiálový a výrobní potenciál pro dřevostavby je v České republice poměrně dobrý a má stále rostoucí prostor jak pro domácí produkci, tak i pro zahraniční export. Regiony s vyšší lesnatostí potřebují získat další pracovní místa a stát se ekonomicky silnějšími. Dřevostavby mohou částečně zvýšit odbyt velkého množství dřeva a tím i zlepšit finanční situaci vlastníků lesů. Současně mohou podpořit změnu životního stylu přechodem k přírodnímu a tradičnímu prostředí bydlení v dřevostavbách.

Poznámka:

Tento příspěvek vznikl při řešení výzkumného záměru č. 2103/ZA450/1552.

LITERATURA

- LENOCH, J. Dřevostavba – budoucnost našich lesů i domácností. I: Lesy a jejich příspěvek k rozvoji regionů. Jiloviště-Strnady: VÚLHM, 2006. s. 45-57. ISBN 80-86461-73-4.
- Panorama zpracovatelského průmyslu a souvisejících služeb ČR 2005. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2006. 144 s. Elektronická verze.
- Stavebnictví České republiky 2007. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2008. 184 s. Elektronická verze.
- Zpráva o stavu lesa a lesního hospodářství za rok 2005. 1. vyd. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2006. 135 s. ISBN 80-7084-550-3.
- Internetové zdroje:
www.czso.cz - Český statistický úřad.
www.fao.org/forestry/en/ - Organizace OSN pro výživu a zemědělství
www.drevoprozivot.cz - Nadace dřevo pro život.

POTENTIAL AND POSSIBILITIES OF WOOD STRUCTURES IN RELATION TO CZECH FORESTRY

SUMMARY

This article is focused on way leading to enhanced sales of wood structures in the Czech Republic, i. e. - marketing and public relations of wood structures. As methodology the analysis and the subsequent synthesis of acquired data and information are chosen. The chapter on marketing and public relations of wood structures was elaborated on the basis of a poll preceded by creation and testing of appropriately formulated questionnaire.

The acquired data were subsequently processed into outputs resulting in main principles for the promotion of manufacture and sales of wood structures in the Czech Republic:

- Wood structures must become a low-cost and adequately qualitative way of housing. Costs will have to be kept markedly below the price of brick structures.
- Technologies of wood structures must be permanently innovated in cooperation with science and research.
- Wood structure must be presented as a life style for a smaller target group of rather younger and well-to-do customers. Apartments based on wood structures must be offered to lower-income groups and wood-based industrial structures must be supported.
- Energy-saving houses must be developed and supported at a higher purchasing price but low operating costs.
- Government housing policy must be oriented on the form of construction saving, mortgages and loans at very favourable conditions.
- Small and medium-sized companies participating in the manufacture of wood structures in the form of clusters, associations, unions, etc. must cooperate, foundations and activities supporting wood and wooden products, environment protection and the related change of life style preferred.
- Effective competition on the market with the manufacturers and suppliers of structures based on "wet technologies" using bricks, concrete and metallurgical materials, which are energy-consuming and damaging environment, must be practiced.

Recenzováno

ADRESA AUTORA/CORRESPONDING AUTHOR:

Ing. Josef Lenoch, Ústav lesnické a dřevařské ekonomiky a politiky, Lesnická a dřevařská fakulta, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita
 Zemědělská 3, 613 00 Brno, Česká republika
 tel.: 545 134 076; e-mail: josef.lenoch@seznam.cz