



ОЛЬГА СОЛОМАТИНА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«СТРОИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ»

МЕЧТЫ СБЫВАЮТСЯ

Принято считать, что программа «Доступное жилье», которой посвятил несколько лет работы нынешний президент Дмитрий Медведев, не более чем красивая мечта и популистская идея, а возможностей для ее реализации нет и не появится. Позвольте не согласиться и привести свои доводы в пользу кремлевских мечтаний.

Прежде всего напомним о введенном Дмитрием Медведевым моратории на операции с федеральными землями до 1 января 2009 года. Чтобы в стране появилась возможность строить 1 млн индивидуальных домов в год, как того хочет президент, законодателям придется изрядно потрудиться. К 4 июня 2008 года Минрегион совместно с МЭРТом должны внести в правительство проекты поправок к Земельному кодексу и другие нормативные акты, где будут четко обозначены цели, в которых может использоваться федеральная земля, и порядок строительства на таких участках.

Итогом нововведений должен стать фонд перераспределения земель, который будет аккумулировать участки, пригодные для строительства. Если государство профинансирует инфраструктуру, проведет к этим участкам коммуникации, разделит землю на небольшие куски и выведет их на рынок под индивидуальное частное строительство, проследит за тем, чтобы участки не скупались девелоперами, то цена, например, в Подмосковье может понизиться в десять раз, признают участники земельного рынка.

Конечно, чтобы подобное стало возможным, должно случиться слишком много «если», которые, нужно сказать, противоречат интересам многих влиятельных на земельном рынке людей. С другой стороны, государственной воли может хватить для реализации задуманного: жилье дома — это не поворот сибирских рек вспять. Рынок строительных материалов к буму малоэтажного строительства готов. Взять хотя бы один пример: больше похожий на ангар миниатюрный домостроительный комбинат «Сталдом», выпускающий строительные материалы по технологии немецкой компании KNAUF, делает 50 тыс. кв. м жилья в год, или 250 домов средней для «доступного жилья» площадью в 200 квадратных. То есть фактически каждый рабочий день комбинат производит по целому дому. Для постройки дома из готовых панелей необходимо всего четыре дня. Квадратный метр жилья в таких домах обходится в 18,5–22 тыс. рублей.



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

НА СУХО

НА РЫНКЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ СЕГМЕНТ СУХИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ СМЕСЕЙ (ССС) — ОДИН ИЗ НАИБОЛЕЕ ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ. ПОТРЕБЛЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ СУХОГО СТРОИТЕЛЬСТВА НЕУКЛОННО РАСТЕТ УЖЕ ДЕСЯТЬ ЛЕТ ПОДРЯД. ПРИЧЕМ В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ РОСТ ПРОИСХОДИТ ЗА СЧЕТ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ В РЕГИОНАХ, А В МОСКВЕ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ОН ОСТАЕТСЯ НА НЕИЗМЕННО ВЫСОКОМ УРОВНЕ. АНТОН НИКИТИН

ИСТОРИЯ ВОПРОСА Сухие смеси — товар на российском рынке стройматериалов относительно новый, появившийся в прошлом десятилетии. До этого использовались только готовые к употреблению материалы заводского производства с очень ограниченными сроками годности или отдельные компоненты, которые строителям приходилось смешивать непосредственно перед применением. Первые сухие смеси на российском рынке были импортными и стоили из-за транспортных расходов весьма недешево.

Бурный рост российского производства начался в 1998 году. Спрос составлял тогда около 260 тыс. тонн. После обвала рубля импортные смеси попали в высший ценовой сегмент, что стимулировало рост отечественного производства.

В 1999 году в России насчитывалось только 43 предприятия, производивших сухие строительные смеси, в основном под западными торговыми марками. За следующие пять лет число производителей увеличилось, по подсчетам компании Symbol-Marketing, в семь-восемь раз. А объем рынка в соответствии с исследованиями Discovery Research Group с 1998 по 2006 год увеличился без малого в 13 раз. Вплоть до 2005 года ежегодные темпы прироста производства не опускались ниже 47–50%. Импорт отставал. В итоге сегодня его доля составляет около 11% и постепенно уменьшается.

Большинство зарубежных производителей, заявивших о себе на российском рынке в 90-х годах, пошло путем создания своих производств на территории нашей страны, констатируют аналитики Discovery Research Group. Это входящий в топ-пятерку концерн KNAUF, известные компании Henkel (Германия) и Atlas (Польша).

В один ряд с ведущими иностранными производителями, такими, как немецкий KNAUF и финский Vetonic, вскоре встали и отечественные бренды, в первую очередь «Юнис» и «Старатели». Сейчас они входят в пятерку лидеров и по уровню дистрибуции на рынке, и по объемам производства.

В 2003–2004 годах более 70% объемов производства было сосредоточено в Москве с Подмосковьем и Санкт-Петербурге с Ленинградской областью. Однако уже с 2000 года региональные рынки начали опережать столичные по темпам роста. Symbol-Marketing в одном из своих отчетов приводит такой пример: с 2003 по 2005 год число продавцов на рынке сухих строительных смесей Уральского региона увеличилось на 45%. На московском рынке за тот же период — только на 13%.

Впрочем, относительно позднее развитие собственной производственной базы способствовало тому, что региональные рынки были активно освоены иностранными и центрально-российскими производителями. В результате основные производства по-прежнему сконцентрированы в столичных регионах. По данным компании «Строитель-

ная информация», в конце 2006 года в России работало 213 предприятий—производителей ССС, 70 из которых располагались в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге. Впрочем, в каждом из 28 областных центров России, где проводилось исследование рынка, работали и свои производители смесей.

ЗАДАЧА С ТРЕМЯ НЕИЗВЕСТНЫМИ

Полностью полагаться на данные экспертов, к сожалению, нельзя. Объективному исследованию рынка сухих строительных смесей мешают три фактора.

«Рынок ССС, как и многие рынки новых строительных материалов, практически непрозрачен ввиду отсутствия соответствующего кода в государственном статистическом учете», — объясняет Ирина Матасова, маркетолог-аналитик Symbol-Marketing. — Данные Госкомстата РФ наряду с товарным бетоном и раствором содержали только одну узкую позицию ССС — «смеси сухие гипсовые для штукатурных работ».

Таким образом, большая часть сухих смесей отдельно не учитывается. В статистических отчетах они проходят вместе с другими гипсо- и цементосодержащими материалами.

Точно подсчитать объемы производства сухих смесей тоже не получается. Кроме крупных компаний, деятельность которых на виду, имеется огромное число полугальных и нигде не учтенных мелких производителей. Объемы таких производств небольшие, но их количество достаточно велико для того, чтобы их продукцию можно было не брать в расчет.

И наконец, общее потребление сухих строительных смесей тоже трудно подсчитать. Мониторинг магазинов, рынков и строительных гипермаркетов позволяет составить картину потребительского спроса. Сходным образом можно определить потребление небольших бригад строителей, которые закупаются материалами на тех же стройрынках. Но прямые поставки сухих строительных смесей компаниям-застройщикам непрозрачны для исследователей рынка. А именно строительные компании потребляют больше всего сухих смесей.

Кстати, предпочтения организаций, профессионально занимающихся строительством и ремонтом, заметно отличаются от выбора частных. Последние, согласно исследованию компании Symbol-Marketing, ориентируются прежде всего на цену. Технические характеристики и удобство в работе отходят на второй план. Для профессионалов же все три фактора имеют равный вес. При этом отмечено, что люди, профессионально занимающиеся строительством и ремонтом, предпочитают отечественные марки.

Частные потребители более консервативны в выборе и часто выбирают традиционные материалы. Так, из всего ассортимента сухих смесей в ходу у частных

только вяжущие материалы (цемент, гипс, алебастр и известь), клей для плитки, затирка для швов и грунтовка, тогда как профессионалы регулярно используют также штукатурку, шпатлевку, гидроизоляцию и наливной пол. Однако сухие смеси постепенно завоевывают потребительский рынок.

Впрочем, как отмечают и эксперты, и участники рынка, доля потребления различных ССС растет неравномерно. «Последние три года наиболее заметно выросли продажи шпатлевки и штукатурки», — рассказывает Михаил Тараканов, директор компании «Кром-Маркет», более десяти лет управляющей одним из крупнейших московских строительных рынков — «Владимирским трактом». — Наиболее выраженная тенденция на рынке — рост продаж смесей на гипсовой основе по сравнению со смесями на цементной вяжущей».

Рост объема потребления сухих строительных смесей разные аналитики оценивают очень по-разному — от 25 до 50%. Такой большой разброс обусловлен, судя по всему, описанными выше трудностями в исследовании этого сегмента рынка. Впрочем, перспективы развития все эксперты характеризуют одинаково.

Во-первых, рынок будет расти и дальше. Просто потому, что и жилья, и коммерческой недвижимости строится все больше — взять хотя бы рекордный по своим объемам ввод жилья в 2007 году. К тому же отделка элитного жилья и офисов класса А или В с помощью традиционных материалов окончательно вышла из моды, что тоже увеличивает спрос на сухие смеси. При этом технологии строительства с использованием ССС постепенно осваивают мелкие строительные фирмы и частные лица.

Еще одна причина для роста — высокая рентабельность отрасли. Для производства ССС она, по подсчетам Discovery Research Group, составляет от 15 до 50% в зависимости от вида продукции и технических характеристик. Рентабельность продаж — 25–35%.

Хотя дальнейший рост рынка неминуем, он будет постепенно замедляться. Впрочем, это уже далеко не новая тенденция. По крайней мере, с 2004 года темпы роста производства сухих строительных смесей ежегодно снижаются в среднем на 5%. По мнению большинства экспертов, неуклонно приближается насыщение рынка. По этой причине уже ощутимо замедлился рост производства и потребления сухих смесей в Московском и Петербургском регионах. Однако в провинции рынок сухих строительных смесей по-прежнему бурно растет. В числе регионов-лидеров — Новосибирск, Екатеринбург и Нижний Новгород. Сочи в связи с олимпийским строительством постепенно догоняет эту тройку. На самом деле, возможности для роста еще остаются, и немалые — в Германии на душу населения расходуются 30 кг сухих строительных смесей в год, а в России пока только 2–3 кг. ■



ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА СУХИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ СМЕСЕЙ В РОССИИ В 2000–2010 ГОДАХ (ТЫС. ТОНН) ИСТОЧНИК: «СТРОИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ».



ТЕМПЫ ПРИРОСТА ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА СУХИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ СМЕСЕЙ В РОССИИ В 2000–2010 ГОДАХ (%) ИСТОЧНИК: «СТРОИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ».

ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА