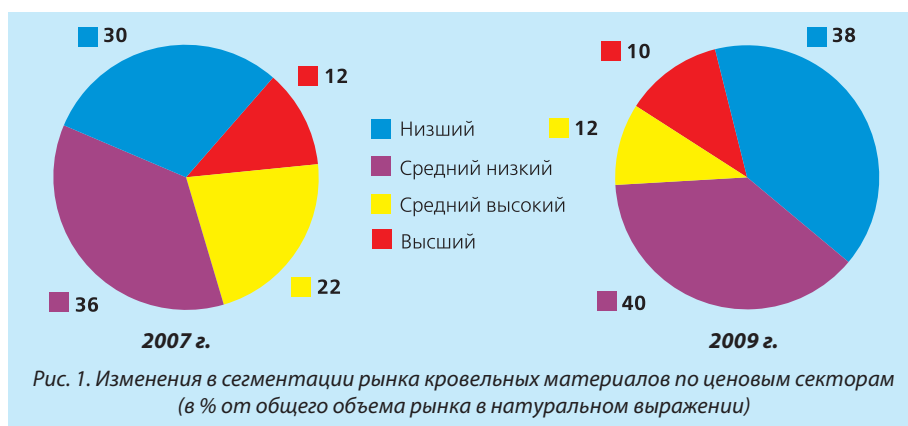


КРОВЕЛЬНЫЙ РЫНОК В РАЗВИТИИ. ПРОГНОЗ НА 2011 ГОД

Кровельный рынок был и остается одним из наиболее динамично развивающихся сегментов российской экономики. Разумеется, наметившаяся ранее тенденция была серьезно подорвана экономическим кризисом, однако многие отраслевые аналитики уверены (и уверенность эта основана на статистических данных), что с 2011 г. рынок вновь начнет активно расти, преодолевая последствия кризиса.

Рост неизбежен не только из-за продолжающегося, пусть и в несколько меньшем объеме, строительства нового жилья, но и из-за непреходящей необходимости замены старой кровли. Работы профессиональным кровельщикам добавила и последняя снежная зима — вследствие неумелой очистки от снега в ремонте сегодня нуждается гораздо больше кровель, чем реально по сроку эксплуатации. В первую очередь эта тенденция характерна для Петербурга, но и другим городам, пережившим декабрьские и январские снегопады, проблема пробивания крыш ледом хорошо знакома. На взгляд аналитиков, рост в 10–15% в среднем по рынку (для современных материалов) — это вполне реально.

Разумеется, для каждой группы кровельных материалов эти показатели будут немного отличаться в ту или иную сторону. Это вполне естественно, ведь динамика продвижения материалов по стране неодинакова, и быстрых изменений тенденций в потреблении кровельных материалов ждать не следует. Так, по традиции впереди всегда идут столичные и крупные города, которые не боятся экспериментировать с новыми материалами и технологиями. Однако



если до кризиса и материалы, и технологии в среднем были достаточно дорогостоящими, то в последние три года из-за переориентации в сторону более дешевых материалов (рис. 1) очень большое развитие получили современные битумные материалы на негниющих основах (их доля в совокупном российском производстве кровельных материалов превысила 60%) и еврошифер (он сегодня является лидером импорта — около 60%, или более 20 млн кв. м). Рынок этих материалов даже в самые кризисные 2008–2009 гг. вырос на 12–14% (рис. 2).

Регионы же по традиции относятся к новинкам с большей осторожностью, хотя новые материалы (например, тот же еврошифер) уже начали завоевывать региональные рынки, а шифер, рубероид и пергамин понемногу уходят в прошлое — их потребление, невзирая на невысокую стоимость, неуклонно снижается (рис. 3).

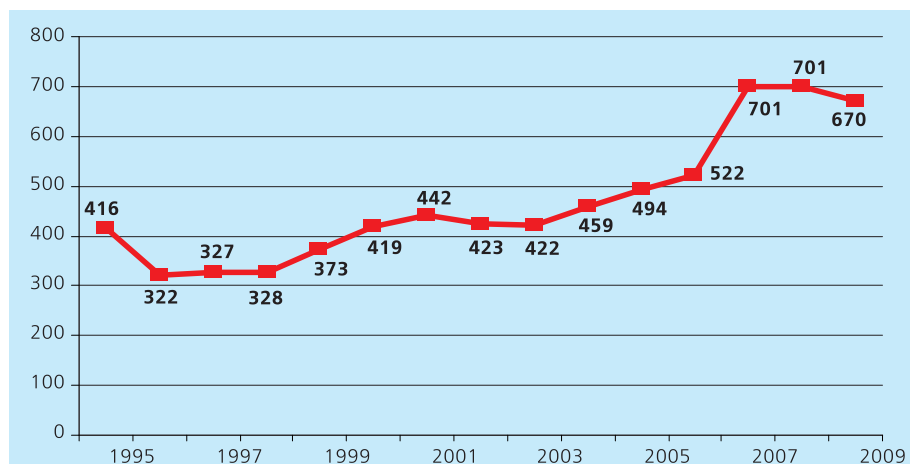
ФАЛЬЦЕВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

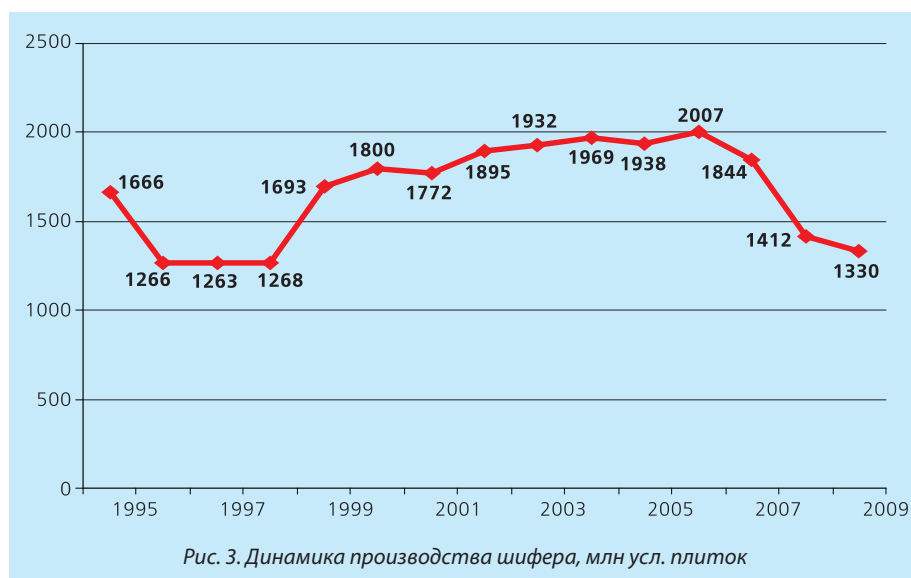
Фальцевая кровля применяется в основном в городском строительстве, в зданиях со скатными кровлями и в гораздо меньшем

объеме — в частном малоэтажном строительстве (рис. 4). Это объясняется двумя причинами: стоимостью такой кровли и отсутствием информации о ее потребительских качествах.

Официальных статистических данных о доле фальцевой кровли в совокупном кровельном фонде России не существует, да и географическая неравномерность даст любой оценке большую погрешность, поскольку невозможно утверждать, что процент применения фальцевых кровель в Московской области, средней полосе России и удаленных районах окажется примерно одинаковым.

В целом по России фальцевая кровля не поднимается выше четвертого-пятого места; скорее наоборот — в регионах еврошифер и кровельное железо занимают более высокие, а натуральная черепица — более низкие позиции. Таким образом, в целом по России фальцевые кровли составляют не более 7–8% всего кровельного фонда малоэтажных зданий. Если ранее основной проблемой, тормозящей развитие этого сегмента кровельного рынка, была нехват-





ка сырья при перегруженности производственных линий, то с наступлением кризиса возникла другая проблема — отсутствие спроса. Ранее владельцы компаний, работающих с фальцевой кровлей, надеялись на рост спроса на металлические кровли со второй половины 2010 г. Представляется, что в действительности спрос на них начнет расти в конце 2011 г. — после прохождения кровельной отрасли «кризисного дна».

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА

Особую роль в продвижении того или иного кровельного материала на рынке (особенно на рынке частного домостроения) играет региональная или чаще местная специфика формирования потребительских предпочтений. Реклама в чистом виде играет, как правило, чрезвычайно небольшую роль. Основной критерий выбора — рекомендации друзей и соседей (рис. 5). Обратите внимание: если в деревне стоит дом с новенькой крышей, например из металлочерепицы, то вероятность того, что в

непосредственной близости от него найдется еще 1–2 дома, также крытые металлочерепицей, очень велика.

Говоря о краткосрочных тенденциях развития кровельного рынка, следует подчеркнуть, что в целом по России соотношение плоских и скатных кровель — примерно 50 на 50, однако подавляющее большинство строящихся зданий (до 90%) имеет скатную кровлю. В связи с этим пока еще на рынке материалы для скатных и плоских кровель востребованы примерно одинаково. Наиболее активно кровельные материалы потребляются в тех регионах России, которые лидируют по экономическим показателям (Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Башкортостан и Татарстан, Краснодарский край, Ростовская, Свердловская, Тюменская и Челябинская области), поскольку и строительство новых домов, и ремонт старых ведутся там более активно.

В числе экономических препятствий на пути развития кровельного рынка часто называют грядущее вступление России в ВТО. Однако в действительности после вступления в ВТО конкуренция на рынке кровельных материалов не должна увеличиться (или увеличится незначительно). Если бы это случилось несколько лет назад, когда отечественные производители не могли покрыть внутреннюю потребность в кровельных материалах с существенным дефици-



том из-за отсутствия предприятий, производящих востребованные кровельные материалы, увеличение конкуренции было бы неизбежным. Сегодня же спрос на дорогие импортные материалы снизился — не только из-за кризиса и уменьшения покупательной способности, но и вследствие производства достаточно недорогих качественных материалов в нашей стране. По имеющимся данным, импорт кровельных материалов в настоящее время не превышает 3% от общего объема продаж, и к увеличению этой цифры никаких показаний нет.

Еще одна тенденция, которая четко просматривается на рынке, — его монополизация. Компании-лидеры стремятся выстроить вертикально интегрированную структуру (с целью создания собственных сырьевых баз), а также постоянно находят новые направления развития — будь то производство новых материалов, модернизация производства или наращивание объемов продаж. Необычайно быстро растет в России потребление (и производство) ПВХ-мембран. Благодаря вводу в действие новых производственных линий на сегодняшний день отечественные производители практически полностью удовлетворяют спрос на этот материал.

Можно сказать, что российский кровельный рынок с надеждой смотрит в будущее, которое, при решении таких задерживающих его развитие проблем, как кадровый вопрос, несомненно внушает оптимизм. ●

Кристина МИНКОВА,
руководитель аналитического центра
Национального кровельного союза



Рис. 4. Сегментация кровли малоэтажных коттеджей по кровельному материалу

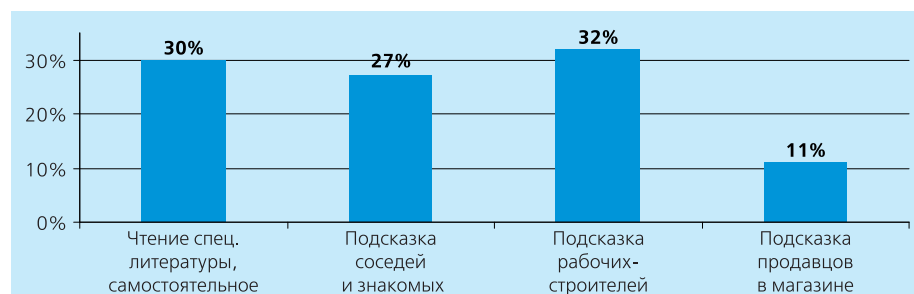


Рис. 5. Мотивация выбора кровельного материала (основной параметр)