



Рынок кирпича в Челябинской области

Отчет о результатах кабинетного исследования

Санкт-Петербург

2008

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗ СТРОИТЕЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ	4
Анализ рынка производства стройматериалов	5
Анализ динамики и перспектив строительства.....	6
Анализ тенденций использования кирпича в строительстве	8
АНАЛИЗ СПРОСА: КИРПИЧНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО В ЧЕЛЯБИНСКОМ РЕГИОНЕ	10
Динамика ввода жилых и нежилых объектов	10
<i>Жилищное строительство.....</i>	<i>10</i>
<i>Строительство коммерческих объектов.....</i>	<i>11</i>
Технологическая структура строительства.....	12
АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЯ: ПРОИЗВОДСТВО И ВВОЗ КИРПИЧА В ЧЕЛЯБИНСКОМ РЕГИОНЕ .	13
Анализ динамики внутрирегионального производства.....	14
Анализ объема ввоза и вывоза кирпича	15
Развитие конкуренции.....	16
<i>Конкуренция между существующими производителями.....</i>	<i>16</i>
<i>Вертикальная интеграция.....</i>	<i>17</i>
<i>Перспективы производства продуктов-заменителей</i>	<i>18</i>
ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА	19
Расчет емкости рынка кирпича.....	20
ПРИЛОЖЕНИЯ	24
Приложение 1	24
Приложение 2	26
Приложение 3	33
Приложение 4	35
ПРАВОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ.....	36

Введение

Цель исследования – сбор и анализ информации о рынке кирпича Челябинской области; построение прогнозов развития рынка до 2015 года. Результаты исследования могут быть использованы для предварительной оценки возможности инвестирования в региональный рынок производства кирпича. Для принятия окончательных решений, в т.ч. по возможной мощности новых заводов, рекомендуется проведение специальных исследований с использованием количественных методов.

Методы сбора данных – анализ вторичных источников информации, экспертные интервью.

Использованные источники информации:

- данные официальных государственных источников;
- информация специальных баз данных;
- первичные данные предприятий отрасли строительства и производства строительных материалов;
- открыто публикуемые исследования аналитических агентств;
- оценки экспертов из строительных компаний Челябинской области, собранные посредством телефонных интервью;
- исследования независимых компаний, свободно реализуемые на рынке;
- другие общедоступные источники информации.

Время проведения исследования – основной объем работ проведен в августе-сентябре 2007 года, в июне-июле 2008 года обновлены данные за 2007 год и переработан итоговый отчет.

Экспресс-анализ строительного рынка России

Строительный рынок РФ вплоть до 2001 года демонстрировал отрицательную динамику, объем жилищного строительства в 2000 году сократился вдвое по сравнению с 1990 годом — с 61,7 млн кв. м до 30,3 млн кв. м соответственно.

С начала действия в 2002 году федеральной целевой программы «Жилище» наблюдается устойчивая положительная динамика жилищного строительства.

С 2006 года в России начал действовать национальный проект «Доступное и комфортное жилье — гражданам России», результатом которого стал значительный рост жилищного строительства в ряде регионов РФ. Так, в 2006 году ввод жилья составил 50 млн кв. м, а в 2007 году превысил 60 млн кв. м.

Всплеск активности на рынке жилья привел к увеличению объемов потребления всех видов строительных материалов, в т.ч. кирпича. Высокий спрос на материалы вызвал волну роста цен на строительном рынке - значительно выросла цена на цемент, металл и кирпич.

Особенно остро потребность в материалах ощутили регионы, значительно увеличившие объемы жилищного строительства в 2006 году — Южный федеральный округ (прирост 20%) и Сибирский федеральный округ (21%).

Проблема дефицита строительных материалов имеет государственное значение, поскольку может поставить под угрозу исполнение федеральных программ «Жилище» и «Доступное и комфортное жилье — гражданам России». Планируемый согласно данным программам к 2010 году объем ввода жилья в 80 млн кв. м требует ежегодных темпов прироста строительства на уровне 12-15% (Таблица 1).

Таблица 1. Динамика и прогноз объема жилищного строительства в России, млн кв. м

Показатель	2001	2002	2003	2004	2005	2006	П2007	П2008	П2009	П2010
Объем ввода жилья	31,7	33,8	36,4	41	43,6	50,2	56,3	63,1	70,6	80
Темпы прироста	4%	6%	7%	12%	6%	15%	12%	12%	12%	13%

Источник: до 2006 г. - Росстат, 2007- 2010гг. – прогнозные данные федеральных программ «Жилище» и «Доступное и комфортное жилье – гражданам России»

В опубликованной Министерством экономического развития в марте 2008 года концепции долгосрочного развития страны обозначен целевой уровень ежегодного ввода жилья, равный 150-170 млн кв. м, достичь которого предполагается до 2020 года. Однако, обеспечить подобный рост производства строительных материалов на базе существующих в отрасли мощностей невозможно. Большинство из них морально устарели, работают на пределе физического износа. Без модернизации и строительства новых производств отрасль не справится с возрастающими запросами застройщиков.

Анализ рынка производства стройматериалов

В последние годы в России происходило постепенное снижение уровня среднегодовой мощности организаций, выпускающих стеновые материалы, в т.ч. строительный кирпич. Вместе с тем уровень использования производственных мощностей постоянно растет - динамика представлена на рисунке (Рисунок 1).

Рисунок 1. Динамика использования производственных мощностей в России¹



Источник: Росстат, расчеты ЗАО «Решение»

Производство материалов было в основном представлено кирпичом, на долю которого до последнего времени приходилось более 70% общего объема произведенных в России стеновых материалов. Однако, происходит постепенное снижение этой доли (за последние пять лет на 1-3% ежегодно), что связано с растущей популярностью других видов стеновых материалов, в частности, ячеистых бетонов (Рисунок 2). Темпы прироста годового выпуска кирпича отличаются нестабильностью (Таблица 2).

Таблица 2. Динамика объема производства кирпича в России, млн усл. шт.

Показатель	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Объем производства кирпича	10 770	11 020	11 010	11 384	11 291	11 648	11 425
Темпы прироста		2%	0%	3%	-1%	3%	-2%

Источник: Росстат

¹ Уровень использования производственных мощностей рассчитан как отношение годового объема выпуска к величине среднегодовой мощности.

Рисунок 2. Структура производства строительных материалов в России



Источник: Росстат

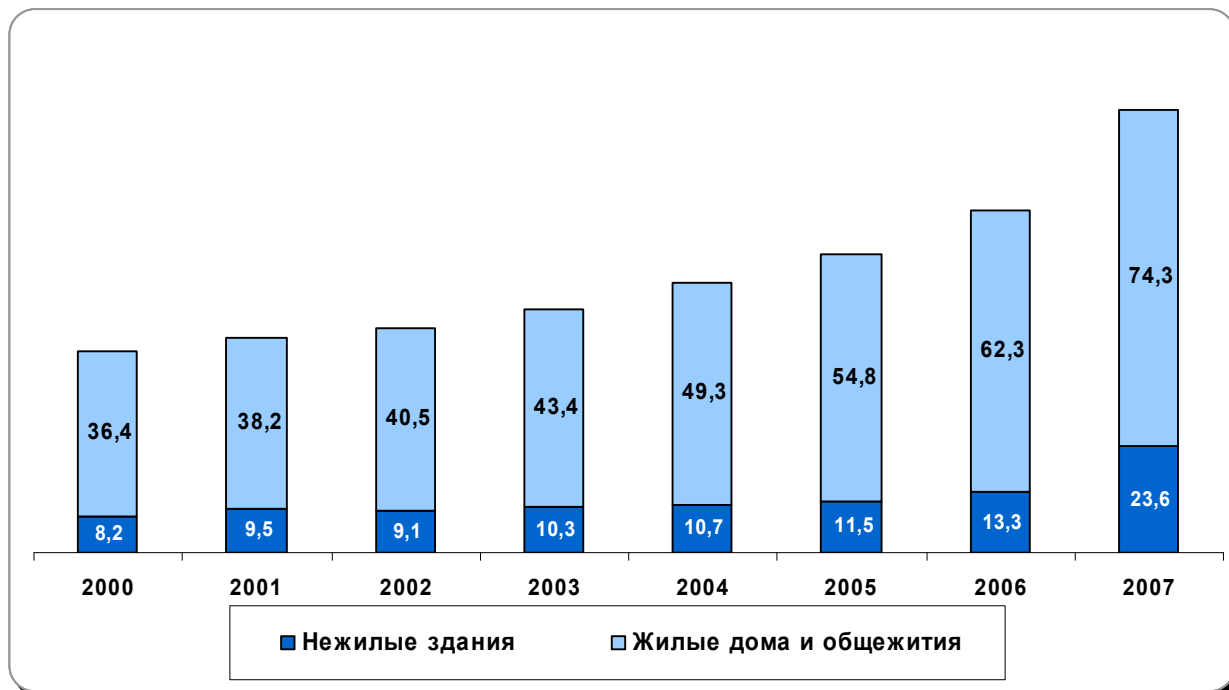
Объем потребления строительного кирпича в России практически полностью соответствует объему производства внутри страны. Величина экспорта и импорта незначительны (не превышают 1% объема внутреннего производства); основной объем импорта и экспорта приходится на приграничные территории. Строительный кирпич является продуктом мало пригодным к перевозке на большие расстояния, транспортировка значительно увеличивает его стоимость. Большинство заводов-производителей не поставляют продукцию на расстояния более 500 км.

Около 55% всего потребляемого в России кирпича приходится на долю керамического кирпича, что составляет более 6 млрд усл. шт. Оставшуюся часть рынка занимает силикатный кирпич (около 5 млрд усл. шт.); незначительную долю рынка занимает кирпич, изготавливаемый с использованием отходов промышленных производств.

Анализ динамики и перспектив строительства

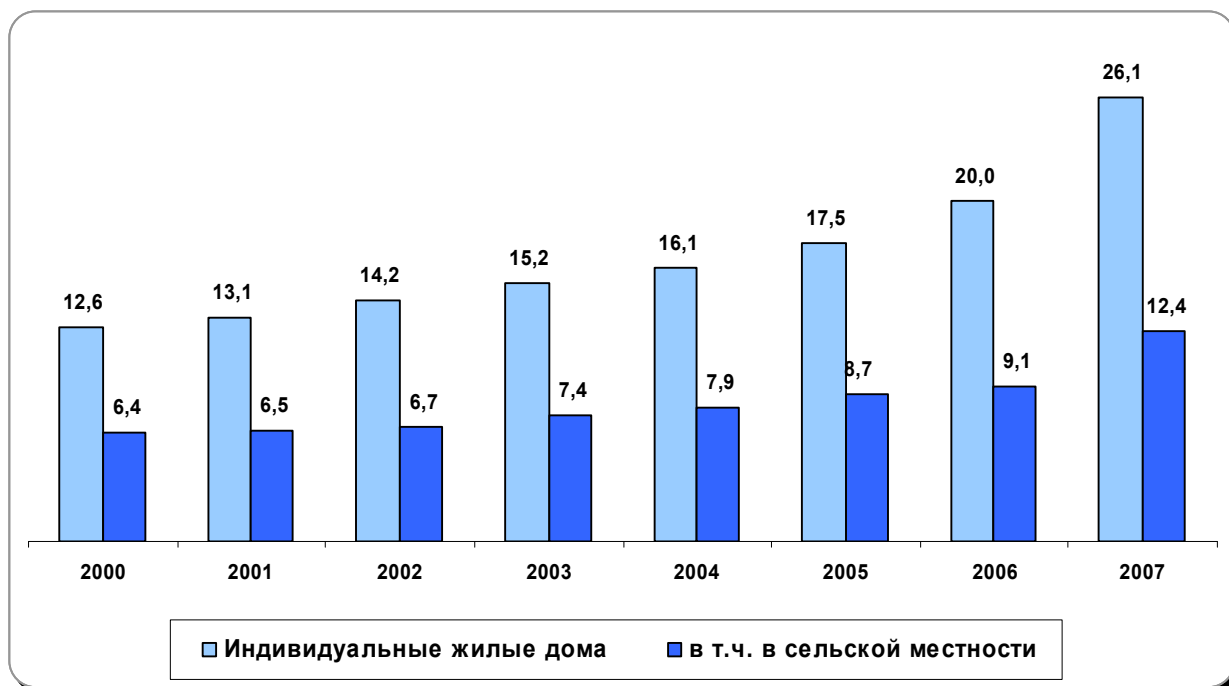
В России наблюдается устойчивый рост объемов строительства, как в жилищной сфере, так и в сфере промышленно-гражданского строительства (Рисунок 3). Отдельно надо отметить стремительное увеличение строительства индивидуальных жилых домов, построенных населением за счет собственных и заемных средств (Рисунок 4).

Рисунок 3. Динамика объема ввода в эксплуатацию зданий в России, млн кв. м



Источник: Росстат

Рисунок 4. Динамика объема индивидуального строительства в России, млн кв. м



Источник: Росстат

На сегодняшний день в России реализуются несколько национальных проектов, оказывающих благотворное влияние на динамику строительства зданий жилого и нежилого назначения. Это программы «Доступное и комфортное жилье — гражданам России», «Развитие агропромышленного комплекса», «Образование», «Здоровье нации».

Кроме того, стимулирующее влияние на развитие жилищного строительного рынка будут оказывать следующие факторы:

- низкий уровень обеспеченности жильем населения страны;
- рост реальных доходов населения;
- развитие ипотеки;
- повышенное внимание федеральных и местных властей к проблемам жилищного строительства.

Факторами, негативно влияющими на рынок жилья в России, станут:

- рост цен на жилую недвижимость;
- недостаток подготовленных площадок под строительство;
- снижение, вследствие этого инвестиционной привлекательности жилой недвижимости для размещения средств населения.

В сфере нежилого строительства факторами, оказывающими положительное влияние на развитие отрасли, являются:

- низкий уровень обеспеченности качественными коммерческими площадями, недостаток и высокий износ существующих объектов социальной инфраструктуры;
- рост потребительских доходов, приводящий к развитию сферы обслуживания и социальной инфраструктуры;
- развитие массового жилищного строительства (т. н. «зон квартальной застройки»), стимулирующее возникновение новых зон спроса на коммерческую недвижимость и объекты социальной инфраструктуры;
- вывод крупных промышленных предприятий за пределы мегаполисов (Москвы, Санкт-Петербурга) и высвобождение земли под строительство новой недвижимости;
- рост бюджетных расходов на строительство социальной инфраструктуры.

Негативное влияние могут оказывать такие факторы, как:

- возможное уменьшение инвестиций в строительство коммерческой недвижимости по мере насыщения рынка и удлинения периода окупаемости;
- отсутствие интереса у бизнеса к развитию социальной инфраструктуры;
- дефицит земельных участков, обеспеченных инженерной инфраструктурой.

Анализ тенденций использования кирпича в строительстве

В современном строительстве растут требования к качеству возводимого жилья. Новые технологии позволяют строить более комфортные объекты в наиболее сжатые сроки и без снижения итоговых потребительских свойств зданий.

Кирпич остается традиционным для России стеновым материалом, но его высокая стоимость и длительность цикла строительных работ приводят к повсеместному вытеснению многоэтажного кирпичного строительства новыми технологиями - монолитной и сборно-монолитной.

Тем не менее, кирпич останется популярным и востребованным строительным материалом за счет перспектив дальнейшего использования в области индивидуального строительства и монолитно-кирпичного домостроения. Несмотря на появление новых материалов, ячеистых бетонов, керамический кирпич остается незаменимым фасадным материалом и утеплителем, превосходя пено- и газобетон по теплоизоляции и эстетическим параметрам.

Индивидуальное строительство

В рамках национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» реализуется программа «Свой Дом». Эта программа создана с целью приоритетного развития малоэтажного строительства и одновременного достижения установленных правительством показателей по объему ввода жилья к 2010 году. Согласно программе доля малоэтажного строительства к 2010 году увеличится с 40% до 50% или до 40 млн кв.м. в абсолютном выражении.

Растущий рынок индивидуального строительства является наиболее консервативным в выборе стенового материала. Доля деревянных, панельных, сборно-щитовых и прочих технологий строительства значительно уступает кирпичному и каменному домостроению. Конкуренцию кирпичу могут составить ячеистые бетоны благодаря низкой стоимости, высокой скорости строительства, лучшими технологическими характеристиками, но вследствие высокого уровня инерции мышления частных застройщиков можно не опасаться в ближайшее время вытеснения кирпича в этой сфере.

Многоэтажное домостроение

На протяжении последних лет в большинстве регионов монолитное домостроение становится доминирующей технологией многоэтажного строительства.

При использовании технологии монолитного домостроения выбор материала фасада может быть проведен из многих материалов (например, навесные фасады — металлические, алюминиевые, керамогранитные, из натурального камня и проч.). С другой стороны, в качестве облицовочного материала может быть использован лицевой кирпич. Кроме того, при возведении внутренних перегородок используется рядовой кирпич. Использование кирпича позволяет повысить требования как к технологичности строительства (повышение таких характеристик как тепло- и звукоизоляция), так и к внешнему виду (традиционно объектами элитного жилищного строительства являются кирпичные дома).

Рынок монолитного домостроения, вытесняя кирпичную технологию из многоэтажного строительства, сам выступает перспективным потребителем кирпича - с одной стороны сокращая потребление рядового строительного кирпича, с другой - стимулируя спрос на облицовочный кирпич.

Определяющими тенденциями дальнейшего использования кирпича в строительстве станут:

- сокращение доли кирпичного домостроения в массовой застройке за счет развития новых технологий строительства;
- сохранение ведущей роли кирпичного строительства в сфере индивидуального жилья;

- сокращение спроса на рядовой кирпич;
- дальнейший рост потребности в облицовочном кирпиче.

Анализ спроса: кирпичное строительство в Челябинском регионе

Динамика ввода жилых и нежилых объектов

Ввод зданий в Челябинской области в последние годы стабильно растет (Таблица 3). Среднегодовой прирост нового строительства находится на уровне 20%, и Правительство области ставит целью не снижать его.

Таблица 3. Динамика ввода зданий в Челябинской области (по типам зданий), тыс. кв. м

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Общая площадь зданий - всего	1088,3	1100,2	1146,9	1377,4	1690,7
в том числе:					
жилых зданий	834,9	914,5	978,8	1199,4	1481,1
нежилых зданий	253,4	185,7	168,1	178	209,6
из них:					
промышленные	124,9	40,7	55,6	95,0	82,1
коммерческие	37,1	15,1	39,7	22,9	15,4

Источник: «Челябинскстат»

Жилищное строительство

Начиная с 2005 года темпы прироста ввода жилья в Челябинской области существенно увеличились. По данным Министерства строительства, инфраструктуры и дорожного хозяйства Челябинской области на 2008 год запланирован ввод жилья в объеме 1800 тыс. кв. м (Таблица 4). В 2007 году был фактически достигнут уровень ввода, обозначенный как целевой на 2010 год в областной программе «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» (вариант, разработанный в 2005 году на период 2006-2010гг., см. Приложение 1).

Таблица 4. Динамика ввода жилья в Челябинской области, тыс. кв. м

Показатель	2005	2006	2007	2008-1п/г.
Общая площадь	1199	1235	1667,2	540,6
Темпы прироста	22%	24%	35%	-
в том числе:				
многоэтажное строительство	776,4	756,1	978,5	256,4
индивидуальное строительство	422,6	478,9	688,7	284,2
Доля индивидуального жилья в общих объемах ввода жилья, %	41,5%	38,8%	41,3%	52,6%

Источник: Челябинскстат, Росстат

В ноябре 2007 года Правительством Челябинской области был утвержден проект новой областной целевой программы, действие которой рассчитано на 2008-2010гг. В рамках обновленной программы в плановом периоде предполагается увеличить годовой объем ввода жилья до 2,5 млн. м кв. По экспертным оценкам в целом по Урало-
ЗАО «Решение»

Западносибирскому региону рост объемов ввода до 2013 года будет не меньше, чем до 2010 (т.е. не менее 10-15%).

Согласно мнению экспертов, доля малоэтажного строительства в Челябинской области будет увеличиваться. Эта тенденция также поддерживается администрацией Челябинского региона, поскольку развитие малоэтажного строительства позволяет не только увеличить объемы ввода жилья, но и решить проблему освоения и эффективного использования территории. Оптимальным заявляется соотношение малоэтажного и многоэтажного жилья в области 50/50. По итогам 1-го квартала 2008 года удельный вес индивидуального строительства составил 46%.

В настоящее время в Челябинской области реализуются несколько крупных проектов комплексного освоения территорий:

- «Город-сад» - проект реализует «ПРОМАСС», до 2020 года будет построено 3 млн кв. м жилья;
- «Солнечная долина» - проект реализует «Ренова - СтройГрупп», в период 2008-2024гг. будет построено 3,5 млн кв. м жилья и 2 млн кв. м коммерческих объектов; ожидается, что в первый год реализации проекта возможен ввод в строй порядка 200 тыс. кв. м жилья и далее ежегодно до 500 тыс. кв. м;
- район Краснопольской площадки - предполагается построить 1,5 млн кв.м. жилья.

По заявлению губернатора области в этих проектах также в равных пропорциях будет представлено много- и малоэтажное жилье.

Строительство коммерческих объектов

В силу своего географического положения Челябинская область является связующим звеном между целым рядом экономических регионов, поэтому складская недвижимость здесь становится наиболее перспективным сегментом коммерческой недвижимости.

При этом эксперты отмечают наличие в области дефицита качественных складов. В 2007 году общий объем складских площадей в Челябинске оценивался в 550 тыс. кв.м, 80% из них относились к классам С и D и представляли собой неспециализированные производственные склады, построенные в советский период. Немногочисленные современные специализированные площадки, как правило, были представлены только собственными складами крупных торговых сетей. Среди качественных складских площадок можно отметить комплексы класса В «Каскад – Челябинск» (30 тыс. кв.м, ввод в эксплуатацию - конец 2007 года) и «Оптимум».

По экспертным оценкам дефицит рынка складских помещений (класса А и В) составляет порядка 400 тыс. кв.м. Главной проблемой развития рынка складской недвижимости эксперты называют административные барьеры и недостаток участков, обеспеченных инженерной инфраструктурой. Поэтому отчасти дефицит складской недвижимости будет покрываться за счет перепрофилирования неиспользуемых производственных объектов.

По состоянию на 2007 год в Челябинской области было заявлено о планах реализации порядка семи проектов строительства логистических терминалов:

- складской комплекс ЛК-Лайнер класса А в Сосновском районе площадью 130 тыс. кв. м; реализация проекта запланирована на 2007-2009гг. (однако известно о конфликте, связанным с выделением участка под строительство);
- складской комплекс в Копейском округе Челябинска площадью складов около 100 тыс. кв. м;
- мульти-модальный логистический центр (обработка железнодорожных грузов);
- интер-модальный логистический комплекс (обработка речных грузов);
- хаб в районе аэропорта «Баландино»;
- проекты площадью до 30 тыс. кв. м по переоборудованию производственных площадок под склады

На рынке офисной недвижимости Челябинска имеется дефицит площадей, о чем свидетельствует 98%-ная наполняемость офисов некоторых классов. Наиболее востребованным является сегмент офисных помещений класса С; незначительным количеством объектов представлен класс В.

По прогнозам специалистов, в 2008 году в городе планируется ввести в эксплуатацию шесть крупных офисных зданий, общая площадь которых составит 40,5 тыс. кв. м.

Реализация масштабных девелоперских проектов в сфере торговой недвижимости происходит в Челябинской области с 2006 года:

- ТРК «Фокус» (39 тыс. кв.м. в Курчатовском районе);
- ТРК «Сити Парк» (51 тыс. кв.м., в Тракторо-Заводском районе);
- ТК «Северные ворота» (9 тыс. кв.м. в Тракторо-Заводском районе) и др..

В 2007 году было заявлено о планах строительства более 500 тыс. кв. м качественных торговых площадей (торговые центры и комплексы), наиболее масштабными из которых являются:

- «Молния-7» (100 тыс. кв. м),
- «Мега» (121 тыс. кв. м),
- достройка ТРК «Фокус» (150 тыс. кв. м).

По экспертным оценкам качественные торговые площади в Челябинске в 2008 году должны составить примерно треть всего фонда торговой недвижимости. Однако, даже при таком росте до 2010 года прогнозируется их дефицит.

Технологическая структура строительства

По данным администрации Челябинской области региональная структура массового домостроения по видам применяемых стеновых материалов выглядит следующим образом:

- панельное домостроение – до 70%,
- кирпичное домостроение – около 20%,
- монолитное домостроение - 7-10%

По мнению экспертов, каркасно-монолитное домостроение сейчас становится все более привлекательным; по некоторым оценкам его доля может возрасти до 30-50% в ближайшие 5 лет за счет снижения доли панельного домостроения. В рамках программы развития региона планируется ввести к 2010 году 400 тыс. кв. м жилья по монолитной технологии.

В монолитных домах по данным экспертов местные строители редко используют рядовой кирпич, наиболее популярен лицевой. Также практикуется технология, когда на первых этажах делается кладка из ячеистых бетонов (40%), а на верхних – из кирпича (60%). При этом применяется и керамический, и силикатный кирпич в равных пропорциях.

В вводимом индивидуальном жилье по данным «Челябинскстата» наибольшую долю (70%) составляют кирпичные и каменные дома, оставшаяся часть представлена деревянными домами (срубами, домами из клееного бруса, быстровозводимыми деревянными домами). По мнению экспертов на фоне роста объема малоэтажного домостроения доля кирпичного и каменного домостроения не изменится. Однако, доля ячеистых бетонов в этой группе возрастет и составит 20-30% против 70%, приходящихся на керамический кирпич.

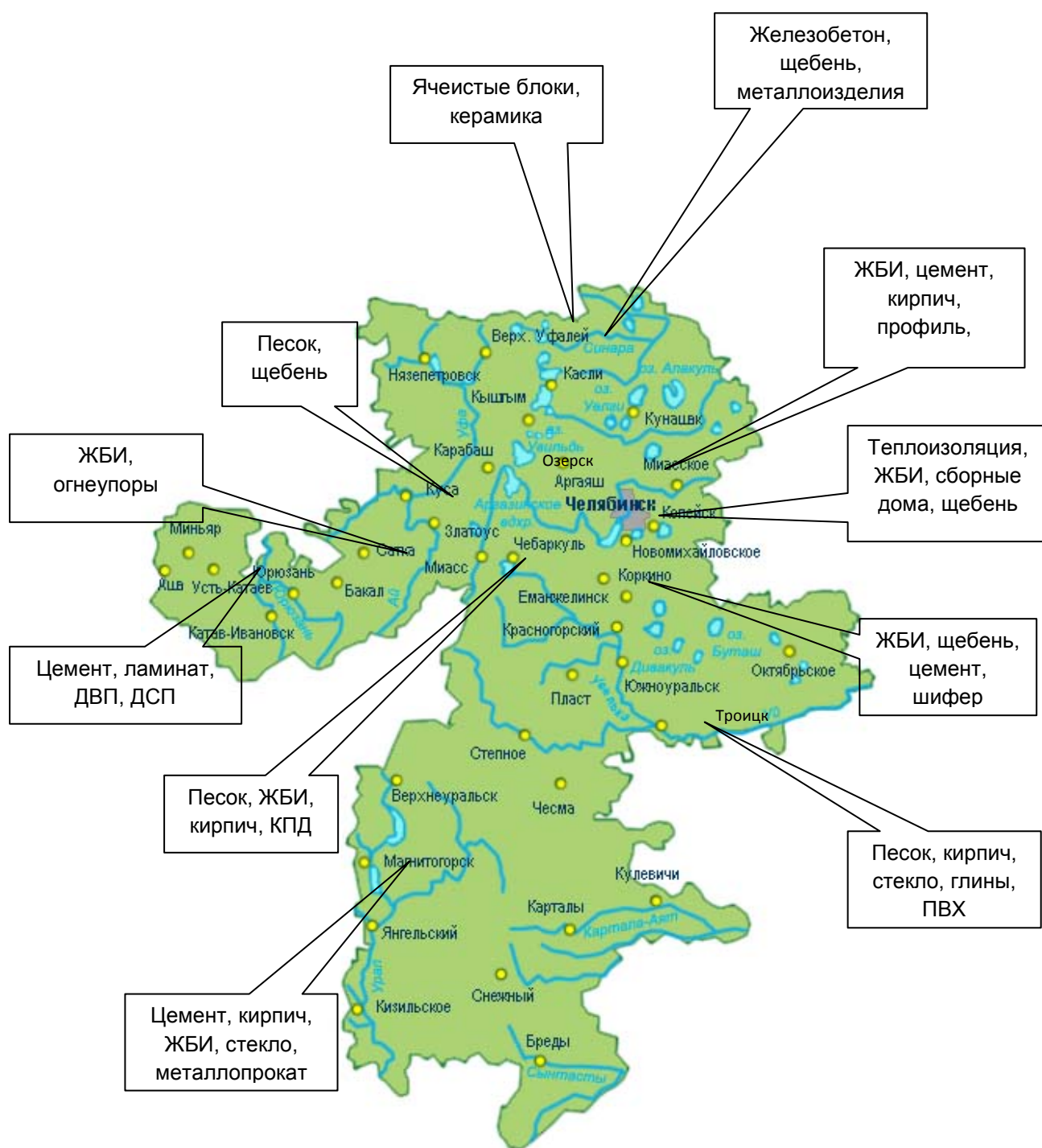
Степень использования кирпичной технологии при строительстве объектов нежилого назначения трудноопределима. Далее при составлении прогноза нами будет принято, что объем потребления кирпича в нежилом секторе составляет 10% от потребления в жилищном строительстве. Согласно общероссийским тенденциям можно предположить, что объем потребления кирпича в промышленно-гражданском строительстве региона будет изменяться теми же темпами, что и объем потребления кирпича в жилищном строительстве. Это объясняется синхронным развитием строительных технологий в данных секторах.

Анализ предложения: производство и ввоз кирпича в Челябинском регионе

По итогам 2005 года структура отрасли строительных материалов Челябинской области выглядела следующим образом:

- 34% совокупного объема производства приходилось на промышленность сборных ЖБКИ,
- 24% - на цементную промышленность,
- 11% - промышленность нерудных стройматериалов,
- 8% - промышленность стеновых материалов,
- 23% - прочие.

Рисунок 5. Схема размещения центров промышленности строительных материалов Челябинской области



Источник: программа «Развитие производственной базы строительного комплекса Челябинской области на 2006-2010 годы»

Анализ динамики внутрирегионального производства

Согласно Программе развития производственной базы строительного комплекса Челябинской области на 2006-2010гг., в 2010 году производство стеновых материалов в регионе должно составить 740 млн. усл. шт. кирпича, производственные мощности – 894

млн. усл. шт. кирпича; потребность региона в стеновых материалах в 2010 году составит около 580 млн. шт. усл. кирпича. Однако, в связи с пересмотром в большую сторону целевых показателей программы по вводу жилья, вероятно, следует рассматривать эту оценку как минимальную (см. раздел «Расчет емкости рынка»).

Таблица 5. Динамика производства стеновых материалов в Челябинской области, млн усл. кирп.

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Объем производства стеновых материалов	398,1	438	419,2	398,8	410,2
<i>Темп роста</i>	-	10%	-4%	-5%	3%
в том числе:					
объем производства кирпича	267,8	281,8	268,7	267,1	272,1
<i>темп роста</i>		5%	-5%	-1%	2%
Доля кирпича в общем объеме производства стеновых материалов	67%	64%	64%	67%	66%

Источник: Росстат

Производственные мощности региона по производству кирпича загружены в среднем на 70 % (Таблица 6).

Таблица 6. Среднегодовая мощность по производству строительного кирпича в Челябинской области, млн усл.кирп.

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Среднегодовая производственная мощность (стеновые материалы)	455	482,8	н/д	426,2	451,6
Среднегодовая производственная мощность (строительный кирпич)	261,4	292,9	266,5	259	257,3
в том числе:					
керамический	-	-	-	191	202,3
силикатный	-	-	-	68	55
Уровень использования мощности (стеновые материалы), %	65,2	65,6	65,5	64,0	н/д
Уровень использования мощности (кирпич), %	74,4	70,4	67,9	72,0	н/д

Источник: Росстат

Эксперты отмечают невысокое качество челябинского кирпича (по сравнению, например, с московским).

Анализ объема ввоза и вывоза кирпича

Объемы ввоза стеновых материалов из других регионов РФ по сравнению с вывозом не существенны (Таблица 7). Вывозят стеновые материалы из Челябинской области в основном в Тюменскую и Свердловскую области. Практически весь силикатный кирпич, из которого ведется строительство на территории Свердловской области, производится в Челябинском регионе. Также из Челябинска вывозится лицевой кирпич.

Таблица 7. Объем ввоза-вывоза стеновых материалов в Челябинской области. млн. усл. шт. кирп.

Показатель	2002		2003		2004		2005		2006	
	ВВОЗ	ВЫВОЗ	ВВОЗ	ВЫВОЗ	ВВОЗ	ВЫВОЗ	ВВОЗ	ВЫВ.	ВВОЗ	ВЫВ.
Всего	1,3	121	-	108,5	3	101,5	4,2	78,1	3,4	107 (132²)
<i>в том числе:</i>										
Свердловская область	0,4	41,7	-	11,4	0,3	39,6	0,2	15,1	2,3	21,3
Тюменская область	-	51,5	-	88,2	-	49,4	-	38,4	-	61,3
Курганская область	0,1	11,1	-	5,8	-	4,3	-	13	-	11,6
Башкортостан	0,8	0,2	-	-	0,9	4,2	2	5	0,8	7,9
Прочие регионы РФ	-	16,5	-	3,1	1,8	4	2	6,6	0,3	4,9

Источник: Челябинскстат

В 2007 году ряд опрошенных экспертов (представители администрации Челябинской области, а также представители крупной компании-застройщика) высказывали мнение, что региональный рынок кирпича в целом сбалансирован, дефицита не наблюдается. Отмечался недостаток силикатного кирпича и ячеистых бетонных блоков (ввозимых преимущественно из Свердловской области), однако, дефицита керамического кирпича не прогнозировалось, так как основной спрос покрывался заводом «Кемма».

Тем не менее, реализация в области программы «Доступное и комфортное жилье – гражданам Российской Федерации», а также интенсивная пригородная застройка увеличат потребность стройиндустрии региона в кирпиче. Аналитики рынка уже сейчас прогнозируются дефицит в случае, если не будут введены дополнительные мощности. Причем насыщение рынка может быть достигнуто лишь через 5 лет.

Развитие конкуренции

Далее при анализе предложения использована Модель Развития Конкуренции, позволяющая рассмотреть влияние элементов конкурентной среды на физический объем предложения на рынке в перспективе (см. Приложение 2).

Конкуренция между существующими производителями

Основными производителями кирпича в Челябинской области являются ОАО «Кемма», ООО «Челябинскстройматериалы», ЗАО «Миасский кирпичный завод», ООО «Миасский керамический завод», ОАО «Потанинский завод строительных материалов «Полистром», ЗАО «Челябинский завод эффективного строительного кирпича» (ЗАО «Афина»), ЗАО «Стройкомплекс» (см. Приложение 3). Эти предприятия в 2006 году выпускали до 94% всего произведенного в регионе кирпича.

² По данным Министерства строительства Челябинской области.

В Челябинской области достаточно высокая степень конкуренции между местными производителями керамического кирпича, однако среди крупных и средних игроков существует два бесспорных лидера рынка – ОАО «Кемма» и ООО «Челябинскстройматериалы». Эксперты отмечают более высокое качество кирпича «Кеммы», равно как и его высокую цену.

«Челябинскстройматериалы» также является крупнейшим в регионе производителем силикатного кирпича – после установки нового пресса производственная мощность должна возрасти до 50 млн усл. кирп. в год. Также силикатный кирпич производится «Челябинским заводом эффективного строительного кирпича».

В 2005-2007 годах в Челябинской области не было ввода крупных заводов по производству кирпича (за исключением реконструкции Кунашакского завода по выпуску красного керамического кирпича мощностью 10 млн усл. шт. в год). Компания «Южуралстройматериалы» в конце 2007 года заявила о планах строительства завода керамического кирпича мощностью 30 млн усл. шт. с последующим увеличением до 100 млн усл. шт.. Строительство завода предполагалось начать в середине 2008 года.

В 2007 году конкуренции со стороны производителей из других регионов практически не существовало. Ввоз стеновых материалов в Челябинскую область в 2006 году составил всего 3,4 млн. усл. кирпичей. По мнению экспертов основными барьерами входа для нового крупного предприятия являлись очень конкурентная среда и установившиеся ценовые пороги. Угрозу вторжения новых игроков на рынок в будущем эксперты оценили как незначительную.

Вертикальная интеграция

Возможности вертикальной интеграции на региональном рынке кирпича определяются доступом к сырьевой базе.

В Челябинской области разведано более 200 месторождений общераспространенных полезных ископаемых, формирующих базу стройиндустрии; две трети из них находятся в разработке. Данные о разведанных балансовых запасах сырья для производства кирпича приведены в таблице (Таблица 8).

По словам всех опрошенных экспертов в Челябинской области нет дефицита сырья для производства кирпича. Практически все предприятия обеспечены собственными карьерами (уровень обеспеченности месторождений запасами оценивается в среднем в 40-50 лет); кроме того, есть отходы промышленности – шлаки. По данным экспертных интервью практически все заводы добывает глину самостоятельно, некоторые имеют несколько карьеров (в противном случае возникает зависимость от монопольного поставщика, а также слабая прогнозируемость качества сырья).

Таблица 8. Минерально-сырьевая база Челябинской области для производства кирпича

Вид сырья	Кол-во месторождений всего, шт.	Запасы по категориям, млн куб. м		Кол-во разрабатываемых месторождений А+В+С1	Запасы по категориям, млн куб.м	
		А+В+С1	С2		А+В+С1	С2
Строительные пески	24	239	51,17	9	83,44	12,51
Глины	35	105,7	39,4	15	35,71	8,354

Источник: Челябинскнедра

В области обнаружены 140 месторождений кирпичных глин; наиболее крупными из них являются Круглянское и Северо-Круглянское (суммарно 7,8 млн куб. м), Супряжское (6,3 млн куб. м), Миасское-2 (2,9 млн куб. м), Коркинское (2,9 млн куб. м) и Тимофеевское (2,3 млн куб. м). Наиболее крупными месторождениями строительных песков со значительными запасами являются Огневское (34,2 млн куб. м), Кременкульское (12 млн куб. м) и Тюбукское (8 млн куб. м).

Местные власти заинтересованы в привлечении инвестиций для разработки существующих месторождений, однако в данный момент спрос на карьеры не превышает предложение.

Что касается вертикальной интеграции «вперед» (от оптовой торговли к производству), то в настоящее время на рынке кирпича нет таких примеров, и не предвидится – в частности, по упомянутой выше сырьевой причине и значительным объемом начальных инвестиций в основное технологическое оборудование. Как правило, в регионе крупные строительные организации закупают продукцию непосредственно у производителей.

Таким образом, на сложившемся рынке перспективы интеграции слабы. С одной стороны, не существует оторванных от производства кирпича производителей сырья, и нет оснований для появления таких производителей. С другой стороны, у строительных компаний, располагающих инвестиционными ресурсами, достаточными для интегрирования, масштаб и география их деятельности делают нецелесообразной привязку к собственному производству кирпича.

Перспективы производства продуктов-заменителей

По мнению опрошенных экспертов в последнее время блоки из ячеистых бетонов стали столь же популярным стеновым материалом, как и кирпич. При этом до 2007 года в области ощущался дефицит изделий из ячеистых бетонов, частично они завозились из Свердловской области.

Блоки из ячеистого бетона в Челябинской области производят следующие предприятия:

- ООО «Челябинскстройматериалы» выпускает газобетонные блоки; производственная мощность составляет 80 тыс. куб. м (37 млн усл. шт. кирп.) в год; сырье добывается на Вознесенском (песок) и Ухановском (известняк) месторождениях.

- ЗАО «Завод автоклавного газобетона» («ИНСИ») с 2007 года выпускает автоклавный газобетон; производственная мощность составляет 730 тыс. куб. м. в год
- ООО «Завод вибропрессованных стеновых материалов» (Группа компаний «КПД-2») выпускает вибропрессованные блоки; производственная мощность составляет 59,8 млн. усл. кирпичей в год.

В связи с запуском завода «ИНСИ» и увеличением мощностей существующих производителей область в настоящее время не испытывает дефицита данного строительного материала.

В малоэтажном строительстве по мнению экспертов кирпичная технология домостроения останется самой популярной. Однако, доля ее может уменьшиться за счет увеличения доли применения блоков из ячеистых бетонов. Так, по оценке одного из экспертов (компания-производитель), в последнее время станет популярной технология малоэтажного домостроения, где до 20-30% материалов при строительстве одного дома, будут занимать блоки из ячеистых бетонов, остальное – кирпич. По мнению еще одного эксперта (компания-застройщик), согласно последним маркетинговым исследованиям, проведенным в Челябинской области, 68% жителей региона хотят иметь собственный дом площадью 100-120 кв. м и стоимостью до 3 млн рублей. Чтобы обеспечить спрос на подобные дома, строители должны осваивать более дешевые технологии малоэтажного домостроения.

Прогноз развития рынка

К основным факторам, определяющим развитие строительного комплекса Челябинской области, можно отнести:

- увеличение объемов жилищного строительства;
- реализацию программ развития строительного комплекса региона — федеральных («Доступное и комфортное жилье – гражданам Российской Федерации», «Свой дом») и областных;
- развитие ипотечного кредитования.

В Челябинской области приняты следующие программы:

- областная целевая программа реализации национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» на территории Челябинской области на 2006-2007 годы (подпрограммы «Обеспечение земельных участков объектами коммунальной инфраструктуры», «Обеспечение жильем молодых семей», «Обеспечение жильем работников бюджетных организаций»);
- областная целевая программа реализации национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса» в Челябинской области на 2006-2007 годы;
- областная целевая программа «Социальное развитие села» на 2005-2010 годы.

Сдерживающими факторами развития рынка, отмеченными экспертами, являются:

- сложное согласование строительных проектов и получение разрешений на строительство;

- вытеснение кирпича за счет использования каркасно-монолитного домостроения в массовой застройке;
- вытеснение кирпича за счет использования материалов-заменителей в малоэтажной застройке.

Расчет емкости рынка кирпича

Для оценки емкости рынка кирпича использовались два метода:

- сальдовый - исходя из объемов производства кирпича внутри Челябинской области, а также объемов его ввоза из других регионов и вывоза в другие регионы по данным официальной статистики;
- нормативный - на основе данных о структуре строительства и норм потребления кирпича на 1 кв.м.

Сальдовый метод дает ретроспективные оценки емкости рынка кирпича, а нормативный позволяет также делать прогнозы на долгосрочную перспективу.

При расчете емкости рынка сальдовым методом (Таблица 10) использовалось допущение, что доля кирпича в объеме чистого ввоза составляет величину, равную доле кирпича в объеме производства стеновых материалов.

Таблица 9. Ретроспективная оценка емкости рынка кирпича, млн усл. шт.

Показатель	2004	2005	2006
Объем производства стеновых материалов	419,2	398,8	410,2
Ввоз стеновых материалов	3	4,2	3,4
Вывоз стеновых материалов	101,5	78,1	107
Сальдо	320,7	324,9	306,6
Доля кирпича в общем объеме производства стеновых материалов	64%	67%	66%
Емкость рынка кирпича	205	218	203

Источник: Росстат, расчеты ЗАО «Решение»

При расчете емкости рынка нормативным методом (Таблица 10) использовались следующие допущения, нормы и коэффициенты.

- Средний период строительства многоэтажных объектов жилищного назначения составляет от 1,5 до 2 лет и на последние полгода-год приходятся отделочные и инженерные работы. При этом работы по «нулевому циклу» и общестроительным работам по возведению стен и перекрытий, где в основном потребляется кирпич, проводятся на первом году строительства. Следовательно, можно предположить, что объемы сдаваемых площадей в текущем году в большей степени характеризуют потребность в кирпиче в предшествующем году.

- Потребление кирпича в малоэтажном строительстве при использовании соответствующей технологии соответствует 450 усл. штук на 1 кв.м. ввода жилья (см. Приложение 4). Потребление кирпича в многоэтажном строительстве при использовании соответствующей технологии соответствует 380 усл. штук на 1 кв.м. ввода жилья; при использовании монолитной технологии - 70 усл. штук на 1 кв.м. ввода жилья.
- Дополнительное потребление кирпича для строительства инфраструктурных / хозяйственных объектов в индивидуальном секторе составляет 10% от потребления кирпича в малоэтажном домостроении.

Таблица 10. Оценка емкости рынка кирпича нормативным методом

Показатель	2006	2007	2008
Объем ввода жилья, млн кв. м	1,24	1,67	1,85
Объем ввода многоэтажного жилья, млн кв. м	-	0,98	1,02
Доля кирпичного домостроения в общем объеме многоэтажного домостроения	-	0,20	0,20
Доля монолитного домостроения в общем объеме многоэтажного домостроения	-	0,10	0,15
Общее потребление кирпича в многоэтажном домостроении, млн. усл. шт.	81,3	88,2	-
Объем ввода индивидуального жилья, млн кв. м	0,48	0,69	-
Доля кирпичного домостроения в общем объеме индивидуального домостроения	0,68	0,65	-
Коэффициент учета потребления кирпича для возведения инфраструктурных объектов при малоэтажном строительстве	1,1	1,1	-
Общее потребление кирпича в индивидуальном домостроении, млн усл. шт.	161,6	222,0	-
Общее потребление кирпича в жилищном строительстве, млн усл. шт	242,9	310,2	-
Общее потребление кирпича с учетом нежилой недвижимости, млн усл. шт.	267,2	341,3	-

Источник: Росстат, расчеты ЗАО «Решение»

Таким образом, общая емкость рынка кирпича Челябинской области составляла в 2006 году 203-267 млн усл. штук. Расхождение в результатах, полученных сальдовым и нормативным методами можно объяснить следующими причинами:

- сальдовый метод дает заниженную оценку, т.к. основан на официальной статистике;
- нормативный метод дает завышенную оценку, т.к. в расчетах использована примерная экспертная оценка доли кирпичного домостроения. Доля кирпичной технологии в индивидуальном строительстве будет несколько ниже, поскольку в оценку, очевидно, была включена доля строительства с применением блоков из ячеистых бетонов

Далее в качестве основной оценки текущей емкости рынка принимается сальдовый метод. В то же время для расчета прогнозных значений темпов роста рынка используется нормативный метод, подходящий для данной задачи наилучшим образом.

Расчет прогнозных значений емкости рынка кирпича в Челябинской области нормативным методом на период до 2014 года приведен ниже (Таблица 11):

Таблица 11. Прогноз емкости рынка кирпича в Челябинской области, млн шт.

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Объем жилищного строит-ва, млн кв. м	1,85	2,20	2,50	2,80	3,10	3,40	3,70	4,00
<i>Прирост объема жилищного строит-ва</i>	<i>11%</i>	<i>19%</i>	<i>14%</i>	<i>12%</i>	<i>11%</i>	<i>10%</i>	<i>9%</i>	<i>8%</i>
Доля малоэтажного строит-ва в общем объеме жилищного строит-ва	0,45	0,47	0,49	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Объем малоэтажного строит-ва, млн кв. м	0,83	1,03	1,23	1,40	1,55	1,70	1,85	2,00
Доля кирпичного строит-ва в общем объеме малоэтажного строит-ва	0,62	0,58	0,55	0,52	0,50	0,50	0,50	0,50
Объем кирпичного малоэтажного строит-ва, млн кв. м	0,516	0,600	0,674	0,728	0,775	0,850	0,925	1,000
Норма потребления кирпича для малоэтажного строительства, усл. шт. на 1 кв. м	450	450	450	450	450	450	450	450
Коэффициент учета потребления кирпича для возведения инфраструктурных объектов при малоэтажном строительстве	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Итого потребление кирпича в малоэтажном строительстве, млн. усл. шт.	255	297	334	360	384	421	458	495
Доля многоэтажного строит-ва в общем объеме жилищного строит-ва	0,55	0,53	0,51	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Объем многоэтажного строит-ва, млн кв. м	1,02	1,17	1,28	1,40	1,55	1,70	1,85	2,00
Доля кирпичного строит-ва в общем объеме многоэтажного строит-ва	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
Объем кирпичного многоэтажного строит-ва, млн кв. м	0,20	0,23	0,26	0,28	0,31	0,34	0,37	0,40
Норма потребления кирпича для кирпичного многоэтажного строительства, усл. шт. на 1 кв. м	380	380	380	380	380	380	380	380

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Потребление кирпича в кирпичном многоэтажном строительстве, млн. усл. шт.	89	97	106	118	129	141	152	152
Доля монолитного строит-ва в общем объеме многоэтажного строит-ва	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,40	0,40
Объем монолитного многоэтажного строит-ва, млн кв. м	0,15	0,23	0,32	0,42	0,54	0,68	0,74	0,80
Норма потребления кирпича для монолитного многоэтажного строительства, усл. шт. на 1 кв. м	70	70	70	70	70	70	70	70
Потребление кирпича в монолитном многоэтажном строительстве, млн. усл. шт.	16	22	29	38	48	52	56	56
Итого потребление кирпича в многоэтажном строительстве, млн. усл. шт.	105	119	136	156	177	192	208	208
Итого потребление кирпича в жилищном строительстве	360	416	469	516	560	613	666	703
Коэффициент учета нежилой недвижимости (% от потребления кирпича в жилом секторе)	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Общее потребление кирпича с учетом нежилого сектора, млн. усл. шт.	396	458	516	568	616	674	732	773
<i>Темп прироста</i>	<i>17%</i>	<i>15%</i>	<i>13%</i>	<i>10%</i>	<i>9%</i>	<i>9%</i>	<i>9%</i>	<i>6%</i>
Итого прогнозные значения емкости рынка кирпича (исходя из значения 2006 года – 203 млн шт.)	301	348	392	431	468	512	556	587

Источник: Росстат, расчеты ЗАО «Решение»

Таким образом, общее потребление кирпича в Челябинской области в 2013 году согласно нашему прогнозу в 2 раза превысит уровень 2007 года.

Приложения

Приложение 1

Базовые принципы и показатели Программы «Развитие производственной базы строительного комплекса Челябинской области на 2006-2010гг.»

1. Приведение возможностей отрасли в соответствие с требованием ввода жилья в 2010 году в объеме 1600-1800 тыс. кв. м.³
 - Дальнейший рост объемов жилищного строительства предполагается за счет средств предприятий-работодателей и граждан.
 - Увеличивающаяся в связи с ростом ввода жилья потребность населения в учреждениях социальной сферы будет удовлетворяться путем возведения объектов здравоохранения, образования и социально-бытового обслуживания в основном за счет бюджетов различных уровней и других источников финансирования.
2. Повышение качества и объемов строительных материалов, изделий и конструкций; производство строительных материалов, изделий и конструкций, ориентированных для строительства жилья и объектов культурно-бытового назначения.
3. Совершенствование территориальной структуры рынка продукции отрасли.
4. Повышение экономической эффективности предприятий отрасли; увеличение загрузки имеющихся мощностей.
5. Внедрение процессов технического и технологического обновления отрасли строительной индустрии.
6. Техничко-технологические принципы развития строительной индустрии:
 - Снижение веса отдельных элементов, производство легких и сверхлегких строительных материалов.
 - Ориентация производства конструкций для сборного, сборно-монолитного и каркасного строительства на адаптацию к любым архитектурным проектам с различным набором квартир.
 - Увеличение доли строений из сборно-монолитных, каркасных и мелкоштучных стеновых материалов и сокращение доли крупнопанельного домостроения в общем объеме строительства жилья.
 - Снижение стоимости строительства жилья.
7. Направления реконструкции и технического перевооружения предприятий отрасли:
 - Перепрофилирование заводов ЖБИ, выпускающих изделия для промышленного строительства, на изготовление ригельных и безригельных каркасов для возведения жилых домов.

³ По данным Министерства строительства, инфраструктуры и дорожного хозяйства Челябинской области ввод жилья в объеме 1800 тыс. кв. м запланирован уже на 2008 год.

- Выпуск строительных материалов и изделий, обеспечивающих снижение расходов энергоресурсов при эксплуатации жилых зданий.
- Развитие мощностей по производству ячеистого бетона.
- Повышение качественных и прочностных характеристик кирпича.
- Организация производства эффективных стеновых керамических блоков для малоэтажного жилищного строительства.

Таблица 12. Прогноз структуры жилищного строительства в двух вариантах, млн кв. м

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010
Ввод жилья всего	1120	1245	1405	1545	1600
	(1200)	(1400)	(1580)	(1680)	(1800)
<i>Прирост</i>		11%	13%	10%	4%
		(16%)	(13%)	(6%)	(7%)
1. Ввод многоквартирных зданий	820	954	1105	1245	1300
доля	73,2%	76,1%	78,7%	80,6%	81,3%
	(68,3%)	(68,1%)	(69,9%)	(71,4%)	(72,2%)
в том числе:					
крупнопанельных	520	534	600	650	650
доля	46,4%	42,6%	42,7%	42,1%	40,6%
	(43,3%)	(38,1%)	(38,0%)	(38,7%)	(36,1%)
крупноблочных	30	30	30	30	30
доля	2,7%	2,4%	2,1%	1,9%	1,9%
	(2,5%)	(2,1%)	(1,9%)	(1,8%)	(1,7%)
из мелкоштучных стеновых материалов	220	220	220	220	220
доля	19,6%	17,5%	15,7%	14,2%	13,8%
	(18,3%)	(15,7%)	(13,9%)	(13,1%)	(12,2%)
каркасных	50	170	255	345	400
доля	4,5%	13,6%	18,2%	22,3%	25%
	(4,2%)	(12,1%)	(16,4%)	(17,9%)	(22,2%)
2. Ввод малоэтажных зданий	300	300	300	300	300
	(380)	(446)	(475)	(480)	(500)
доля	26,8%	23,9%	21,3%	19,4%	18,7%
	(31,7%)	(31,9%)	(30,1%)	(28,6%)	(27,8%)
в том числе:					
деревянных	80	80	80	80	80
доля	7,1%	6,4%	5,7%	5,2%	5,0%
	(6,7%)	(5,7%)	(5,1%)	(4,8%)	(4,4%)

Источник: программа «Развитие производственной базы строительного комплекса Челябинской области на 2006-2010гг.»

Приложение 2

Таблица 13. Модель развития конкуренции

Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
1. Конкуренция между существующими производителями Продукта.	1. На растущем рынке Продукта производители, уже завоевавшие свою долю рынка, стремятся увеличить объем выпуска и одновременно не допустить уменьшения доли. На зрелом рынке Продукта производители, уже завоевавшие свою долю рынка, стремятся сохранить или увеличить её.	1. Преимущества «старых» производителей Продукта: • Сложившиеся каналы снабжения сырьем и материалами • Сложившиеся каналы сбыта • Отработанная технология • Сравнительно низкие операционные издержки (эффект экономии от масштаба, кривой обучения и т.п.) • Лояльность потребителей Продукта Недостатки: • Технологическое отставание и растущий износ оборудования	1. • Развитие сервиса и допусков • Капиталовложения в основное технологическое оборудование с целью повышения производительности • Горизонтальные слияния между производителями Продукта с целью укрупнения • Повышение качества и улучшение характеристик Продукта	1. На растущем рынке возможно увеличение абсолютного объема предложения Продукта, а также изменение уровня концентрации. На зрелом рынке возможно перераспределение долей производителей Продукта и рост концентрации при неизменном объеме предложения Продукта.

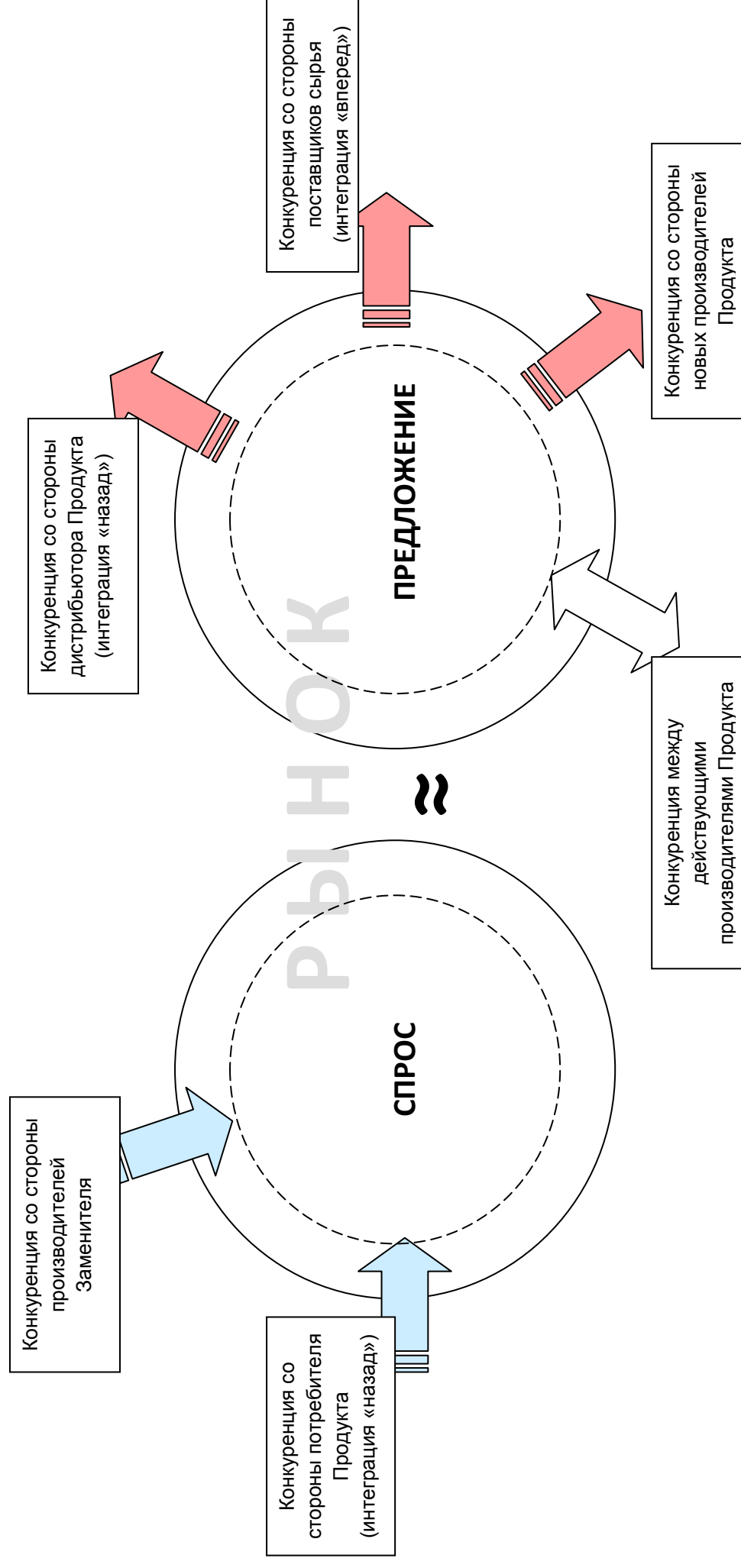
Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
2. Приход на рынок новых производителей Продукта как результат несвязанной диверсификации	2. В результате несвязанной диверсификации на рынке производства Продукта возможно появление игроков, чья деятельность никак не связана с рынком Продукта. Их основным мотивом является инвестиционная привлекательность этого рынка, цель – завоевать возможно большую долю. Успех таких игроков обусловлен масштабом капиталовложений. Также возможно появление новых игроков, имеющих опыт производства Продукта в другом регионе. Их основным мотивом является инвестиционная привлекательность нового региона, а успех обусловлен, помимо масштаба капиталовложений, возможностью использовать ранее приобретенный опыт.	2. Преимущества «новых» производителей Продукта: • Высокая производительность и качество Продукта за счет технического и технологического лидерства • Значительные финансовые ресурсы Недостатки: • Повышенные издержки, связанные с входом на рынок Продукта • Высокие риски снабжения сырьем и материалами • Высокие риски сбыта Продукта, связанные с отсутствием клиентской базы и отработанных каналов • Риск незагруженных мощностей Для производителей Продукта из другого региона дополнительные преимущества: • Отработанная технология и бизнес-процессы Дополнительные недостатки: • Повышенные издержки, связанные с входом в новый регион • Риски переклечения на новое сырье и материалы	2. • Масштабные капиталовложения в новейшую технологию производства и основное технологическое оборудование последнего поколения • Приобретение существующих производителей Продукта • Инновации / улучшение характеристик Продукта	2. На растущем рынке возможно увеличение абсолютного объема предложения Продукта, а также изменение уровня концентрации. На зрелом рынке возможно перераспределение долей производителей при увеличившемся объеме предложения Продукта. Изменение уровня концентрации будет зависеть от масштаба экспансии и начального уровня концентрации: • Высокий уровень начальной концентрации + крупный новый игрок = возможное снижение концентрации + вытеснение небольших игроков • Высокий уровень начальной концентрации + мелкий новый игрок = маловероятная ситуация, минимальное влияние на рынок • Низкий уровень начальной концентрации + крупный новый игрок = усиление концентрации + вытеснение небольших игроков • Низкий уровень начальной концентрации + мелкий новый игрок = минимальное влияние на рынок

Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
3. Приход на рынок новых производителей Продукта как результат связанной диверсификации (вертикальной интеграции)	3.1. В результате диверсификации на рынке производства Продукта возможно появление игроков, чей основной деятельностью является производство сырья, необходимого для производства Продукта (вертикальная интеграция «вперед»). Их основным мотивом является использование преимуществ, связанных с гарантированным и сравнительно дешевым сырьем, цель – завоевать долю рынка, позволяющую реализовывать упомянутые преимущества.	3.1. Преимущества «новых» производителей Продукта - бывших поставщиков сырья: • Гарантированный объем и качество сырья • Пониженные издержки за счет сырьевой составляющей себестоимости (себестоимость сырья, издержки заготовки и складирования) • Сравнительно невысокие издержки входа (эффект присутствия в отрасли), за исключением связанных с приобретением основных средств • Высокая производительность и качество за счет технического и технологического лидерства Недостатки: • Высокие риски сбыта Продукта, связанные с отсутствием клиентской базы и отработанных каналов • Риск незагруженных мощностей	3.1. • Сокращение/прекращение поставок сырья другим производителям • Повышение цен на сырье для других производителей Продукта • Снижение цены на Продукт	3.1. Характер влияния на абсолютный объем предложения Продукта и концентрацию будет зависеть от масштаба экспансии, степени сырьевой зависимости, а также эластичности спроса по цене. • При сильной сырьевой зависимости высокие издержки переключения на альтернативного поставщика сырья могут понизить уровень рентабельности зависимых игроков и привести к их вытеснению. • При слабой сырьевой зависимости влияние на рынок будет определяться масштабом экспансии, который в свою очередь будет ограничен доступным объемом «собственного» сырья. • При высокой эластичности спроса по цене появление крупного нового игрока, способного значительно понизить среднерыночную цену на Продукт, делает предложение прочих игроков неконкурентоспособным и может привести к их вытеснению.

Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
	3.2. В результате диверсификации на рынке производства Продукта возможно появление игроков, чьей основной деятельностью является дистрибуция Продукта (вертикальная интеграция «назад»). Их основным мотивом является использование преимуществ, связанных с гарантированным каналом и объемом сбыта, цель – завоевать долю рынка, позволяющую реализовывать упомянутые преимущества.	3.2. Преимущества «новых» производителей Продукта – бывших дистрибуторов Продукта: - Гарантированный канал сбыта - Сравнительно невысокие издержки входа (эффект присутствия в отрасли), за исключением связанных с приобретением основных средств - Низкие затраты, связанные со складированием Продукта - Высокая производительность и качество за счет технического и технологического лидерства Недостатки: - Высокие риски снабжения сырьем - Отсутствие производственного опыта	3.2. - Сокращение/прекращение дистрибуции Продукта других производителей - Реализация Продукта собственного производства по более низким ценам	3.2. Характер влияния на абсолютный объем предложения Продукта и концентрацию будет зависеть от масштаба экспансии, сложившегося в отрасли механизма дистрибуции, а также эластичности спроса по цене. - Высокие издержки переключения на услуги альтернативного дистрибутора или на прямые поставки потребителю могут понизить уровень рентабельности зависимых игроков и привести к их вытеснению. - Переключение конечных потребителей Продукта на продукцию нового игрока будет означать для прочих игроков потерю клиентов и может привести к их вытеснению. - При высокой эластичности спроса по цене появление нового игрока, способного понизить среднерыночную цену на Продукт, снижает предложение прочих игроков неконкурентоспособным и приведет к их вытеснению. Масштаб экспансии в свою очередь будет ограничен доступным дистрибуционным ресурсом.
ЗАО «Решение»			29	

Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
	3.3. В результате диверсификации на рынке производства Продукта возможно появление игроков, чья деятельность связана с масштабным потреблением Продукта (вертикальная интеграция «назад»). Их основным мотивом является снижение затрат на сырье/материалы (Продукт), а также гарантия их необходимого качества, объема и регулярности поставок.	3.3. Преимущества «новых» производителей Продукта – бывших конечных потребителей Продукта: • Гарантированный сбыт в объеме собственных потребностей • Высокая производительность и качество за счет технического и технологического лидерства • Низкие затраты, связанные со складированием готовой продукции Недостатки: • Риск ограниченного роста в связи с ориентацией на собственные потребности • Высокие риски снабжения сырьем	3.3. Прекращение закупок Продукта у других производителей	3.3. Характер влияния на абсолютный объем предложения Продукта и концентрацию будет зависеть от доли нового производителя в общем объеме потребления Продукта: чем больше доля, тем сильнее негативные последствия для прочих производителей Продукта, вплоть до ликвидации рынка Продукта в ситуации, близкой к монополии.

Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
4. Конкуренция со стороны производителей продукто-замениителей	4. Основными обстоятельствами, предопределяющими интерес потребителей Продукта к его Заменителю, являются: • преимущество Заменителя по значимым потребительским свойствам • преимущество Заменителя по соотношению цены и необходимого уровня качества • низкие затраты переключения с потребления Продукта на потребление Заменителя	4. Преимущества производителей Заменителя: • Сложившиеся каналы снабжения и сбыта Заменителя • Отработанная технология производства Заменителя • Сравнительно низкие издержки производства Заменителя (эффект экономии от масштаба, кривой обучения и т.п.) Недостатки: • Нелояльность потребителей Продукта	4. • Увеличение объема предложения • Развитие сервиса и доп.услуг • Снижение цены Заменителя • Повышение качества и улучшение характеристик Заменителя	4. Возможно изменение темпов роста рынка Продукта, вплоть до его исчезновения.



Приложение 3

Таблица 14. Крупнейшие производители кирпича в Челябинской области

Организация	Продукция	Регион поставки	Производст. мощность, млн. усл. кирп. 2006	Сырьевая база
ОАО «Кемма»	кирпич керамический (рядовой, лицевой, фасонный, глазурованный)	Челябинская (около 40%), Свердловская области, Западная Сибирь, Крайний Север	90	Северо-Круглянское месторождение (глина)
ООО «Челябинскстройматериалы» (Коркинский завод керамических изделий и Новосинеглазовский завод силикатного кирпича)	кирпич керамический, кирпич силикатный, газобетонные блоки	Челябинская, Тюменская, Свердловская, Иркутская, Курганская, Омская, Оренбургская области, Алтайский край, Башкортостан, Казахстан	20 (керам.) +35 (силикат.)	Коркинское месторождений (глина), Вознесенское месторождение (песок), Ухановское месторождение (известняк)
ООО «Челябинский кирпичный завод №3»	кирпич керамический (рядовой, лицевой, фасонный, для кладки печей и фундаментов)	Челябинская область и другие регионы РФ	23	Северо-Круглянское месторождение (глина)
ЗАО «Миасский кирпичный завод»	кирпич керамический рядовой	Челябинская область	20	Месторождение «Широкий Лог» (глина)
ООО «Миасский керамический завод»	кирпич керамический (рядовой и лицевой)	Челябинская область	30	Месторождение «Миасское III» (глина)
ООО «Копейский кирпичный завод» («Уральский градоостроительный комбинат»)			24	Северо-Круглянское месторождение (глина)
ЗАО «Стройкомплекс» («Завод керамических материалов «Керамик »)	кирпич и камень керамический (лицевой и рядовой), керамические декоративные и профильные элементы	Челябинская область, Казахстан, 10 млн. продукции поставляется за рубеж	30	Сухореченское, Лисьегорское, Агаповское месторождения (глина).

Рынок кирпича в Челябинской области

Организация	Продукция	Регион поставки	Производст. мощность, млн. усл. кирп. 2006	Сырьевая база
ОАО Потанинский завод строительных материалов «Полистром»	кирпич керамический трепельный (рядовой и лицевой),	Челябинская, Тюменская, Омская области, Ханты-Мансийский автономный округ, Казахстан.	30	Потанинское месторождение (трепел)
ЗАО «Челябинский завод эффективного строительного кирпича» (ЗАО «Афина»)	сверхтеплый силикатный кирпич	Челябинская, Тюменская, Курганская области, республика Башкортостан, Казахстан.	35	Зола ТЭЦ №2 «Челябэнерго»
Прочие региональные производители керамического кирпича			совокупно до 50	
Итого общая производственная мощность			до 387	

Источник: официальные сайты и официальная отчетность производителей, система СПАРК, программа «Развитие производственной базы строительного комплекса Челябинской области на 2006-2010гг.»

Приложение 4

Экспертная оценка расхода кирпича на 1 кв. м площади различного типа жилых зданий.

В зависимости от климатических условий региона толщина стены строящегося дома может составлять $\frac{1}{2}$, 1, $1\frac{1}{2}$, 2, $2\frac{1}{2}$,/ и 3 кирпича. Возведение стен толщиной более трех кирпичей не является экономически оправданным.

Нормы расхода кирпича в **малоэтажном кирпичном** строительстве:

- при толщине стены 0,25 м (один кирпич)⁴ — 280 усл. шт. на кв. м
- при толщине стены 0,38 м (полтора кирпича) — 370 усл. шт. на кв. м;
- при толщине стены 0,51 м (два кирпича) — 450 усл. шт. на кв. м;
- при толщине стены 0,64 (два с половиной кирпича) — 540 усл. шт. на кв. м.

Нормы расхода кирпича в **многоэтажном кирпичном** строительстве⁵:

- при толщине стены 0,25 м (один кирпич) — 270 усл. шт. на кв. м
- при толщине стены 0,38 м (полтора кирпича) — 320 усл. шт. на кв. м;
- при толщине стены 0,51 м (два кирпича) — 380 усл. шт. на кв. м;
- при толщине стены 0,64 (два с половиной кирпича) — 430 усл. шт. на кв. м.

Нормы расхода кирпича в **многоэтажном монолитном** строительстве:

- при любой толщине стены (для облицовки) — 70 усл. шт. на кв. м

⁴ При толщине кладки в один кирпич усредненный расход кирпича на 1 кв. м кладки с учетом швов брался равным 102 шт.; при толщине в полтора кирпича – 153 шт., при толщине в два кирпича – 204 шт.; при толщине в два с половиной кирпича – 255 шт.

⁵ Поскольку в данные официальной государственной статистики по годовому объему ввода многоэтажного жилья включаются площади внутриквартирных помещений, то для более корректного расчета потребляемого кирпича при определении норм расхода было сделано допущение, что внеквартирные помещения составляют 30% общей площади жилых зданий, и нормы расхода были соответствующим образом увеличены.

Контактная информация авторов отчета



<http://decision.ru>, e-mail: ask@decision.ru

Тел./факс: (812) 380-1572

Адрес: 199034, Санкт-Петербург, 14-я линия В.О., д.7, офис 6.1.1.

Контактные лица:

Владимир Сократилин – исполнительный директор.

Александр Батушанский – генеральный директор.

Правовая информация

Авторские права на текст отчета принадлежат ЗАО «Решение». Несанкционированное копирование, распространение, а также публикация текста или фрагментов текста отчета запрещены.

Данные, содержащиеся в отчете, носят информационный, а не рекомендательный характер. ЗАО «Решение» не несет ответственность за использование информации, содержащейся в отчете, а также за возможные убытки от любых сделок, совершенных на её основании.

Отчет основан на информации, которой располагало ЗАО «Решение» на момент его выхода. ЗАО «Решение» приложило максимум усилий для проверки достоверности данных, включенных в отчет, однако, не несет ответственности за их исчерпывающую полноту и точность. ЗАО «Решение» не берет на себя обязательство корректировать отчет в связи с утратой актуальности содержащейся в нем информации, а также при выявлении несоответствия приводимых в отчете данных действительности.