



Рынок кирпича в Москве и Московской области

Отчет о результатах кабинетного исследования

Санкт-Петербург

июль 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 Московском регионе.....	10
Динамика ввода жилой и нежилой недвижимости.....	10
Технологическая структура строительства.....	12
Анализ предложения: производство и ввоз строительного кирпича в Московском регионе.....	15
Анализ динамики внутрирегионального производства.....	15
Анализ объема ввоза кирпича.....	16
Развитие конкуренции.....	18
Конкуренция между существующими производителями.....	18
Появление новых производителей в результате несвязанной диверсификации.....	19
Появление новых производителей в результате вертикальной интеграции.....	20
Перспективы производства продуктов-заменителей.....	20
Прогноз развития рынка.....	22
Расчет емкости рынка кирпича.....	23
Сальдовый метод.....	24
Нормативный метод.....	24
Приложения.....	29
Приложение 1.....	29
Приложение 2.....	36
Приложение 3.....	37
Приложение 4.....	38
Правовая информация.....	39

Введение

Цель исследования – сбор и анализ информации о рынке строительного кирпича в Москве и Московской 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 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 Москвы и Московской 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 мае-июне 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%

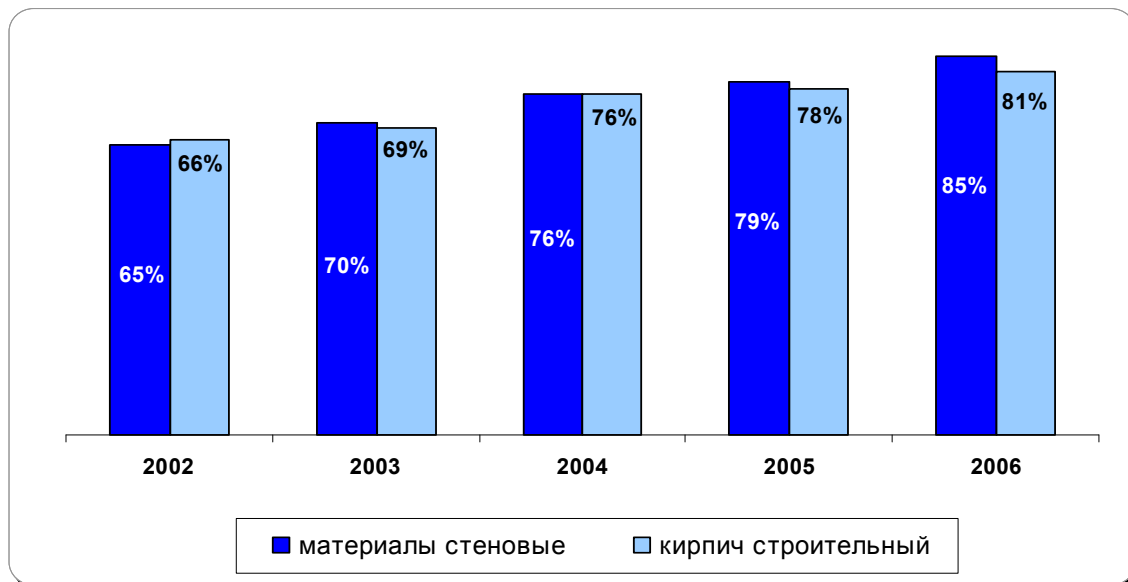
Источник: до 2006 г. - Росстат, 2007- 2010гг. – прогнозные данные федеральных программ «Жилище» и «Доступное и комфортное жилье – гражданам России»

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

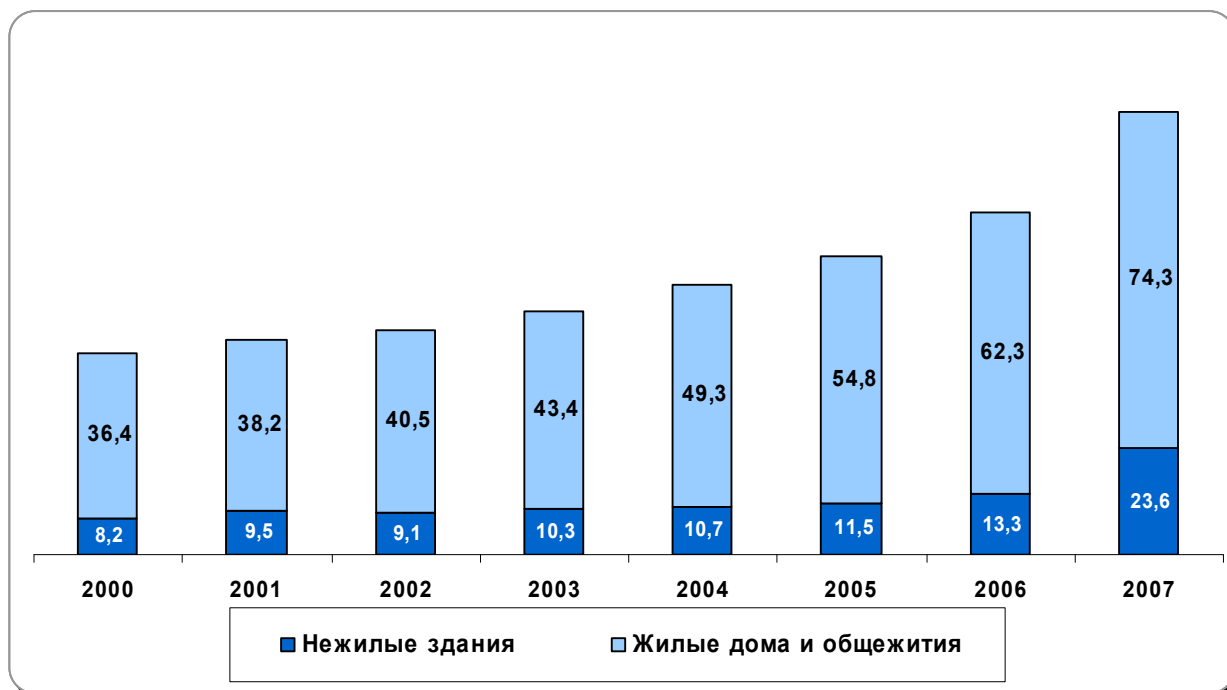
Объем потребления строительного кирпича в России практически полностью соответствует объему производства внутри страны. Величина экспорта и импорта незначительны (не превышают 1% объема внутреннего производства); основной объем импорта и экспорта приходится на приграничные территории. Строительный кирпич 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

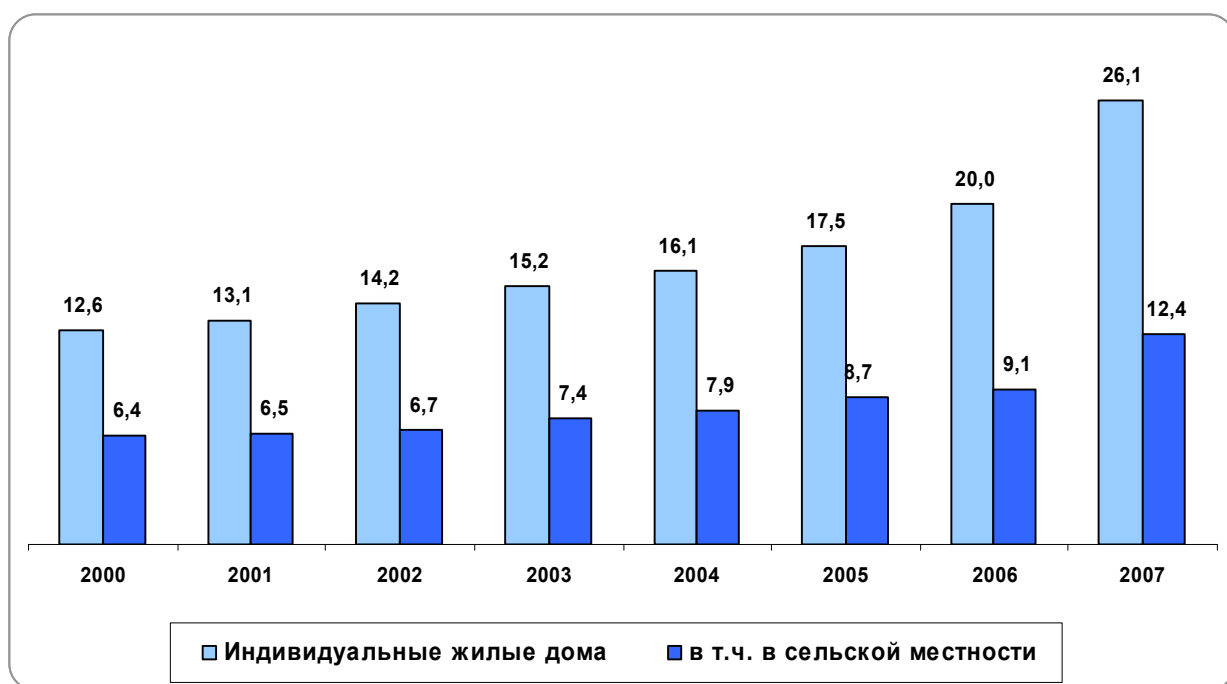
В России наблюдается устойчивый рост объемов строительства, как в жилищной сфере, так и в сфере промышленно-гражданского строительства (Рисунок 3). Отдельно надо отметить стремительное увеличение строительства индивидуальных жилых домов, построенных населением за счет собственных и заемных средств (Рисунок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

Динамика ввода жилой и нежилой недвижимости

Москва и Московская область являются одними из ведущих регионов по вводу жилья на территории России. По данным официальной статистики в 2007 году на эти два региона приходилось 20,6% нового жилья, построенного в России.

В Москве стабильно наблюдается положительная динамика объема ввода жилой недвижимости (Таблица 3). Однако темпы прироста ввода жилья замедляются, что вызвано рядом объективных факторов, среди которых наиболее значимым является нехватка обеспеченных инженерной инфраструктурой пятен под застройку.

Таблица 3. Динамика объема ввода жилых домов в Москве, тыс. кв. м

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Общая площадь	3 342,3	3 690,6	4 274,	4 443	4 578,6	4 648,5	4 802	4 827,7
Темп прироста	-	10%	16%	4%	3%	2%	3%	1%

Источник: Росстат

В Московской области также прослеживается положительная динамика объема ввода жилой недвижимости - по сравнению с 2000 годом этот показатель вырос почти в три раза (Таблица 4). В 2007 году в общем объеме строительства жилья на долю индивидуального строительства приходилось 45,5%.

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

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Общая площадь	2 610,9	2 827,8	3 414,8	4 136,4	5 738,2	5 296,5	6 484	7 586,6
Темп прироста	-	8%	21%	21%	38%	-8%	22%	17%
в т.ч. многоэтажное строительство	1 061	1 513	1 784	2 016	3 256	2 581	3 997	4 133
в т.ч. индивидуальное строительство	1 550	1 315	1 631	2 120	2 482	2 715	2 486	3 454

Источник: Росстат, Министерство строительного комплекса Московской области

В секторе нежилой недвижимости в Москве и Московской области наблюдается активный рост (Таблица 5).

Таблица 5. Объемы ввода нежилой недвижимости в Москве и Московской области

Показатель	2006	2007
Торговая	1 500	1 800
Производственно-складская	1 400	1 650

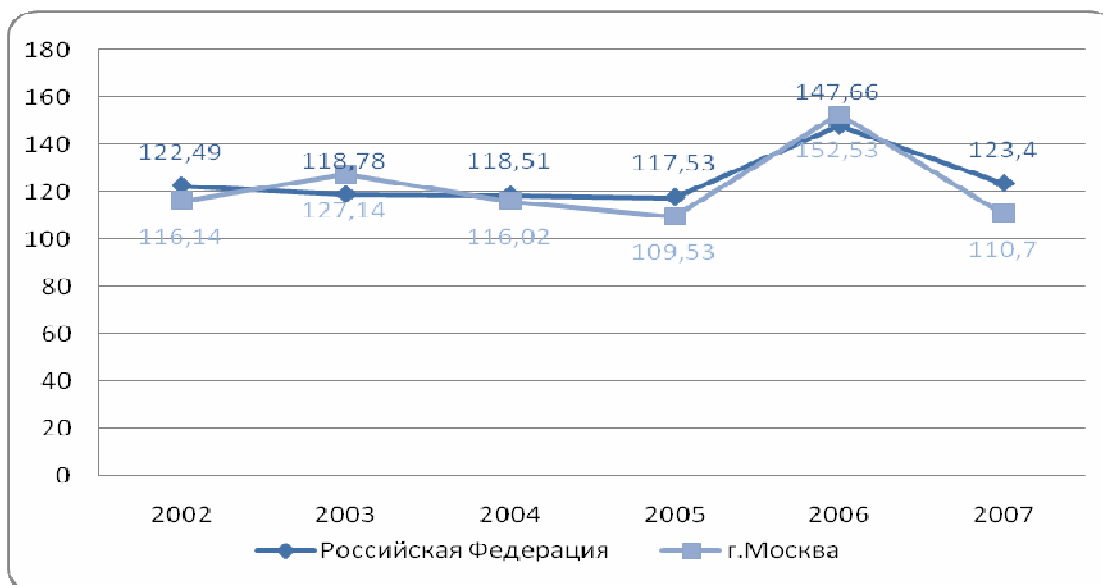
Показатель	2006	2007
Офисная	1 600	2 000
Прочее	1 100	1 150
Итого	5 600	6 550
Темп прироста		18%

Источник: Министерство строительного комплекса Московской области, Astera Group, Jones Lang LaSalle, оценки ЗАО «Решение»

В сегменте торговой недвижимости в Москве в 2007 году было заявлено к вводу 1,3 млн кв.м качественных площадей, в Московской области – 500 тыс.кв.м. В 2007 году, в Москве и Московской области, по предварительным оценкам было введено 1,6 млн кв. м объектов производственно-складского назначения. В секторе офисной недвижимости объем ввода в 2007 году составил 2 млн кв.м. Темп прироста ввода нежилой недвижимости в Москве и Московской области в 2007 году по сравнению с 2006 годом составил 18%.

Рост цен на жилье в среднем в Москве в 2007 году составил по данным Росстата 111% (Ошибка! Источник ссылки не найден.). Средняя цена на первичном рынке жилья за 1 кв.м. общей площади в конце 2007 года составила 113,5 тыс. рублей.

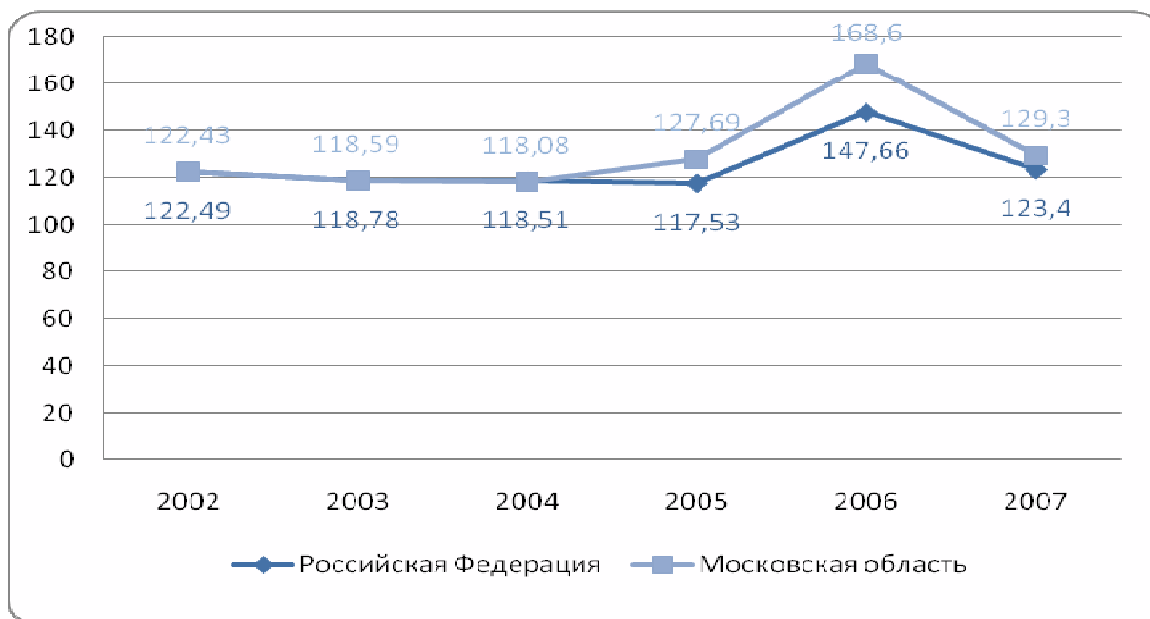
Рисунок 5. Динамика индексов цен на жилье в Москве, %



Источник: Росстат

Ценовая динамика на жилье в России и Московской области на протяжении 2002-2004 гг. совпадала (Рисунок 6). Однако, в последующие годы рост цен на жилье в Московской области опережал общероссийский уровень. В среднем в Московской области в 2007 году рост цен на жилье составил по данным Росстата 129%. Средняя цена на первичном рынке жилья за 1 кв.м. общей площади в конце 2007 года составила 52 тыс. рублей.

Рисунок 6. Динамика индексов цен на жилье в Московской области, %

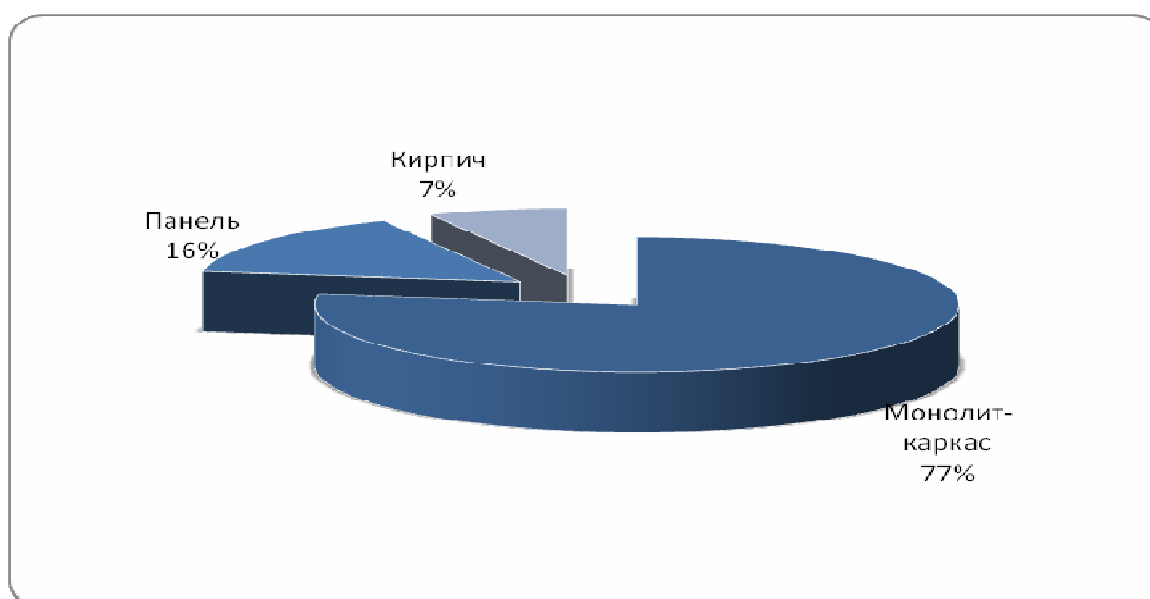


Источник: Росстат

Технологическая структура строительства

По оценке АКЦ «Миэль» лидирующей технологией жилищного строительства в Москве является монолитно-каркасная - в 2007 году в структуре предложения жилья на первичном рынке Москвы 77,5% новых объектов построены с использованием данной технологии. (Рисунок 7). На кирпичное домостроение пришлось 7% от общего объема предложения жилья на первичном рынке.

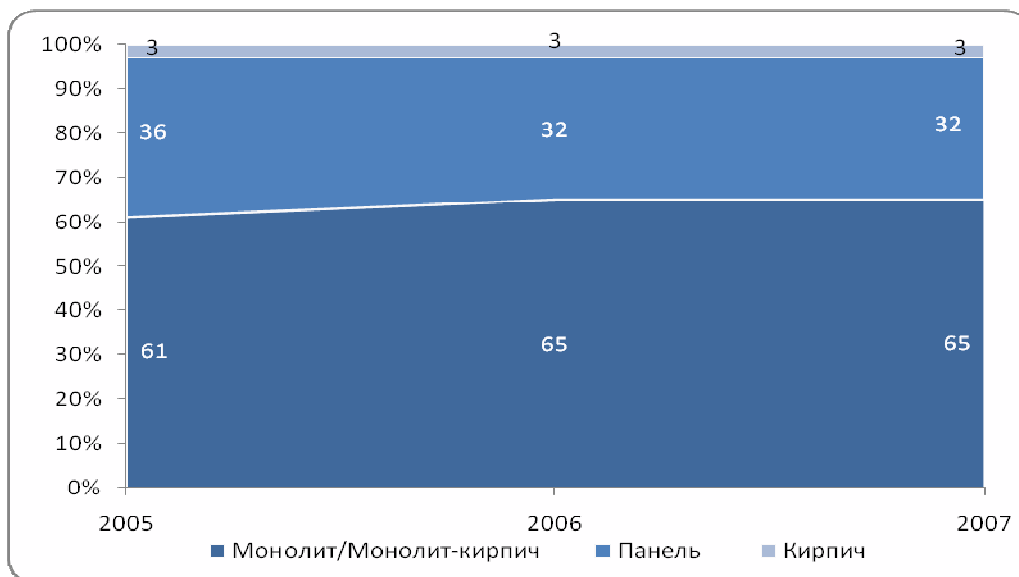
Рисунок 7. Структура предложения жилья на первичном рынке Москвы в 2007 году, % от общего объема предложения



Источник: АКЦ «МИЭЛЬ»

По оценкам НИИ Генплана, структура строительства в Москве в 2007 году характеризовалось следующим образом (Рисунок 8). В отличие от АКЦ «Миэль», НИИ Генплана в своей оценке учитывает в т.ч. жилье, построенное в Москве для решения общегородских социальных программ. В дальнейших расчетах емкости рынка кирпича будет использоваться информация о структуре строительства по видам несущих конструкций, полученная из НИИ Генплана.

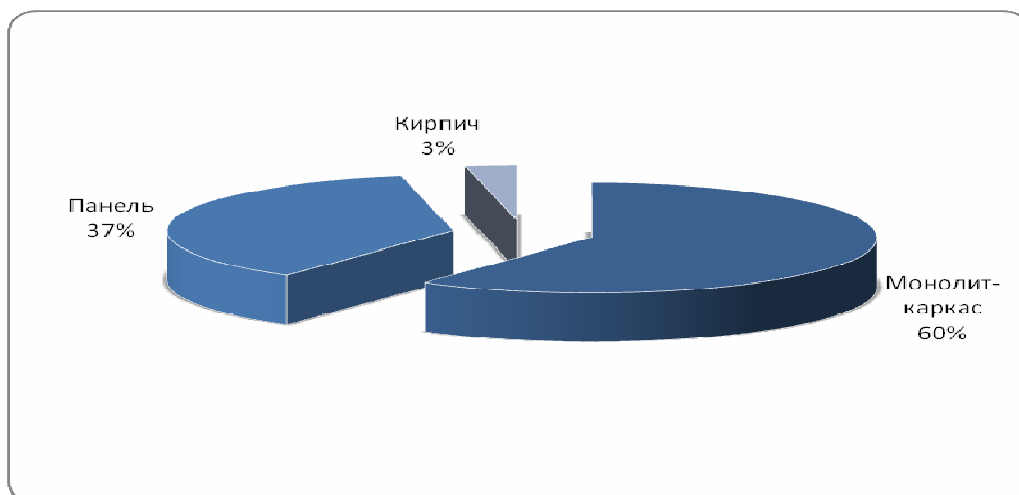
Рисунок 8. Структура ввода жилья в Москве по видам несущих конструкций, % от общей площади



Источники: НИИ Генплана, оценки ЗАО «Решение»

Аналогично, по данным АКЦ «Миэль» в Московской области в структуре предложения многоэтажного строительства за 2007 год также преобладала монолитно-каркасная технология возведения, а доля кирпичных домов составила 3%. (Рисунок 9).

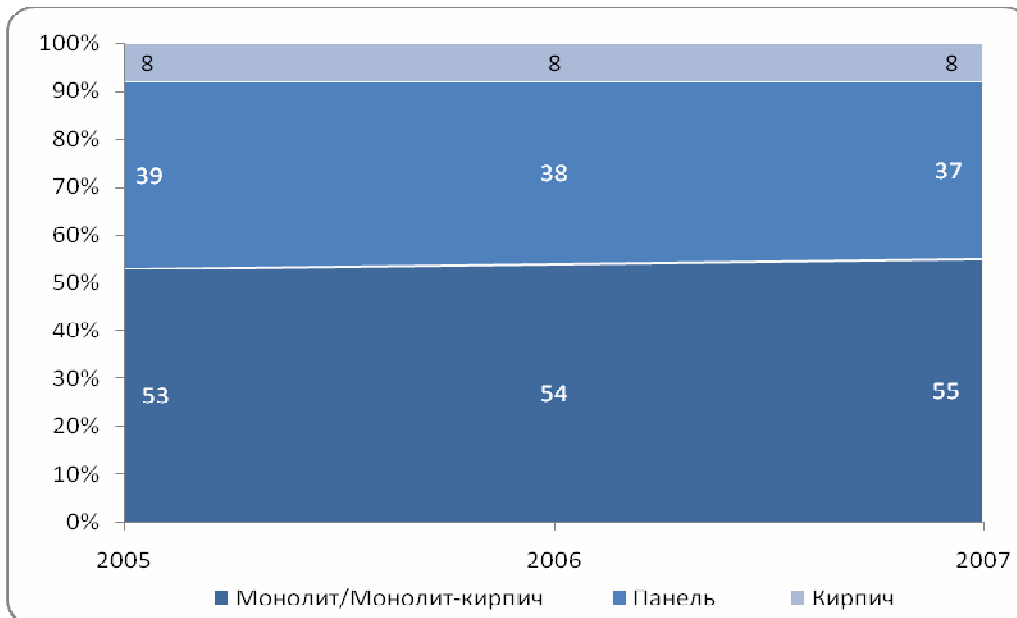
Рисунок 9. Структура предложения многоэтажного жилья на первичном рынке Московской области в 2007 году



Источник: АКЦ «МИЭЛЬ»

Структура строительства многоэтажного жилья по видам несущих конструкций в Московской области дает несколько большую долю кирпичного строительства (Рисунок 10 Рисунок 9).

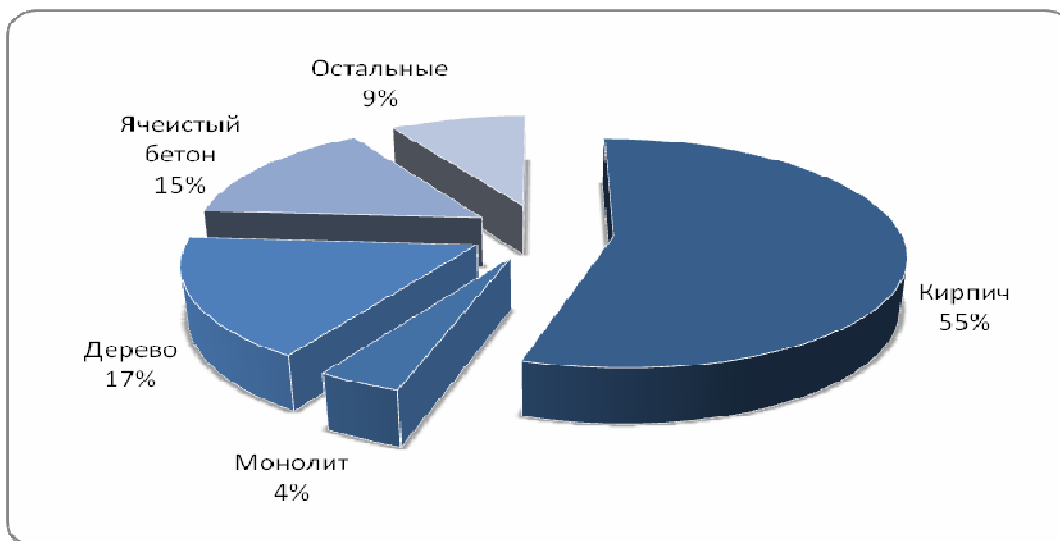
Рисунок 10. Структура ввода жилья в Московской области по видам несущих конструкций, % от общей площади



Источники: аналитическая группа Г.Стерника, «МИЭЛЬ-недвижимость», оценки ЗАО «Решение»

В структуре индивидуального домостроения в Московской области доминирующей технологией является кирпичная - в 2007 году доля кирпичных домов составила 55% от общего объема малоэтажного жилищного строительства (Рисунок 11 Рисунок 11).

Рисунок 11. Структура строительства индивидуального жилья в Московской области в 2007г., % от общей площади



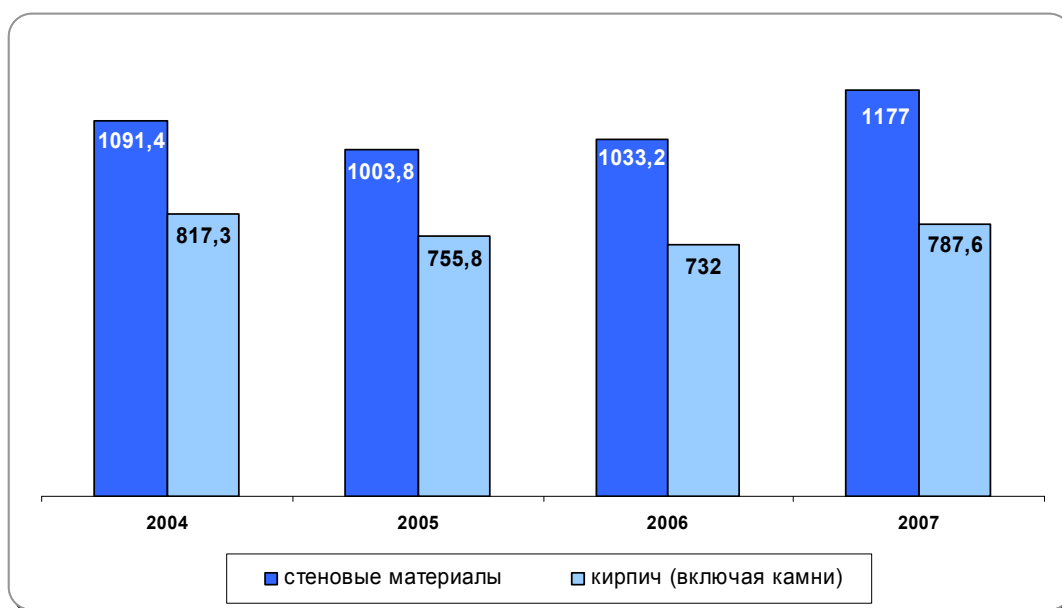
Источник: Экспертные оценки, ЗАО «Решение»

Анализ предложения: производство и ввоз строительного кирпича в Московском регионе

Анализ динамики внутрирегионального производства

В последние годы на долю предприятий Москвы и Московской области в общем выпуске стеновых материалов в России приходится 6-7%. В этот период в регионе наблюдается положительная динамика производства стеновых материалов - в Москве в 2007 году прирост по сравнению с 2006 годом составил 14%. Суммарный объем производства кирпича в 2007 году в обоих регионах достиг 787,6 млн усл. кирп., что превысило значение 2006 года на 7,6% (Рисунок 12).

Рисунок 12. Динамика объема производства стеновых материалов в Москве и Московской области, млн усл. кирп.

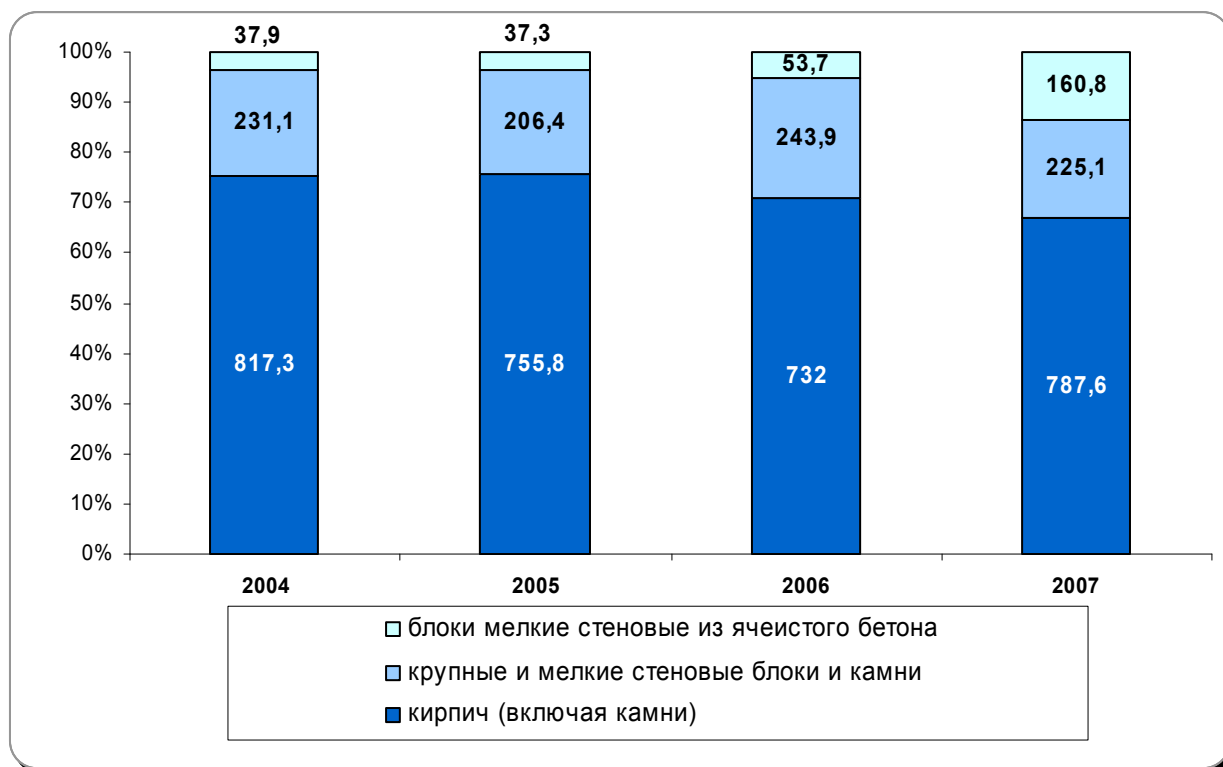


Источник: Росстат

Кирпичное производство Москвы и Московской области является одним из самых крупных в Российской Федерации. Основной объем выпуска приходится на Московскую область (669,5 млн усл. кирп. или 85% по итогам 2007 года). Следует отметить, что в Москве в 2007 году производился только керамический кирпич.

Доля кирпича в общем объеме производства стеновых материалов, однако, на протяжении последних четырех лет неуклонно снижается (Рисунок 13). Так, если в 2004 году она составляла 75%, то уже в 2007 году - 67%. Структурные изменения в производстве стеновых материалов происходят в Москве и Московской области за счет наращивания выпуска стеновых блоков из ячеистых бетонов. Объем их производства в 2007 году составил 160,8 млн усл. кирп. (или же 402 тыс. куб.м), увеличившись по сравнению с 2006 годом на 200%.

Рисунок 13. Структура производства стеновых материалов в Москве и Московской области, млн усл. кирп.



Источник: Росстат

Анализ объема ввоза кирпича

В период 2004-2006 гг. наблюдался рост ввоза стеновых материалов в Москву и Московскую область. В 2006 году он составил по сравнению с 2005 годом 12%. Причем чистый ввоз сопоставим по величине с объемом производства стеновых материалов в самом Московском регионе (Таблица 6).

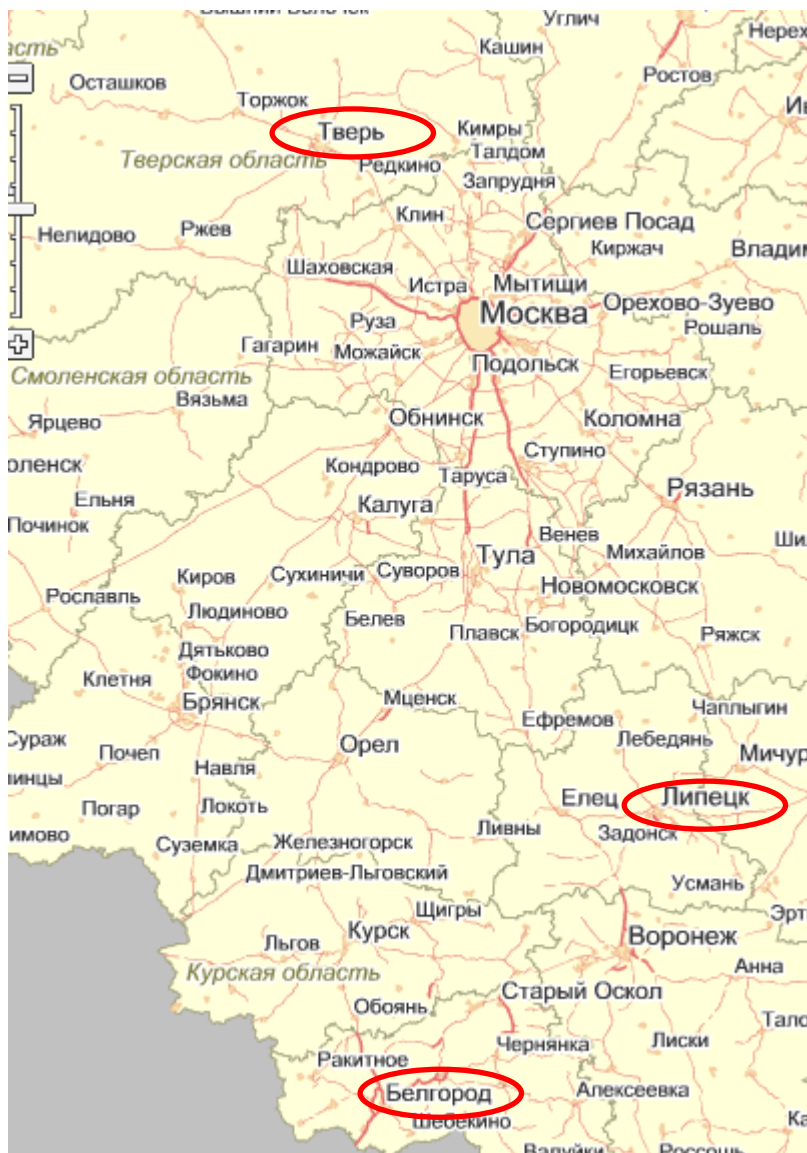
Таблица 6. Ввоз-вывоз стеновых материалов в Москве и Московской области, млн усл. шт.

Показатель	Регион	2004	2005	2006
Ввоз стеновых материалов	Москва	787,8	787,8	860,4
	Моск. область	448,5	609,2	698,3
Совокупный ввоз	-	1 236,0	1 397,0	1 558,7
Вывоз стеновых материалов	Москва	3,5	5,1	10,2
	Моск. область	332,4	326	320,3
Совокупный вывоз	-	335,9	331,1	330,5
Превышение ввоза над вывозом	-	900,1	1 065,9	1 228,2
Превышение ввоза над вывозом по сравнению с объемом производства в Москве и МО	-	82%	106,2%	118,8%

Источник: Росстат, расчеты ЗАО «Решение»

По оценкам экспертов поставки кирпича на расстояние, превышающее 500 км, уже экономически не целесообразны. Основными регионами-поставщиками кирпича на рынок Москвы и Московской области являются Липецкая область (около 300 км от Москвы),

Тверская область (около 150 км), Белгородская область (более 500 км). На три эти региона Центрального Федерального округа приходится 48% всех ввезенных стеновых материалов в Москву и Московскую область.



Следует отметить, что у строительных компаний нет жесткой привязки к конкретным поставщикам кирпича. Для конечного потребителя на строительном рынке важны качество кирпича, ассортимент и конечная стоимость (непосредственно на объекте). Реализуя несколько проектов, возможно значительно удаленных друг от друга, строительная компания выбирает оптимального поставщика под конкретный объект. Объемы потребления кирпича крупными строительными компаниями на отдельных объектах могут быть вообще сопоставимы с годовым объемом производства кирпичного завода. В связи с образовавшимся дефицитом на рынке стройматериалов в Московском регионе рынок поставок кирпича перестал быть локальным, а расширился до границ ЦФО.

Заводы-производители, поставляющие кирпич в Московский регион, имеют системы дистрибуции трех видов: взаимодействие с потребителями через торговый дом, преимущественно прямые поставки строительным компаниям непосредственно с завода или через филиалы в Москве, поставка продукции через дистрибуторов. Наиболее

распространенными являются последние две схемы, причем ряд предприятий совмещают их.

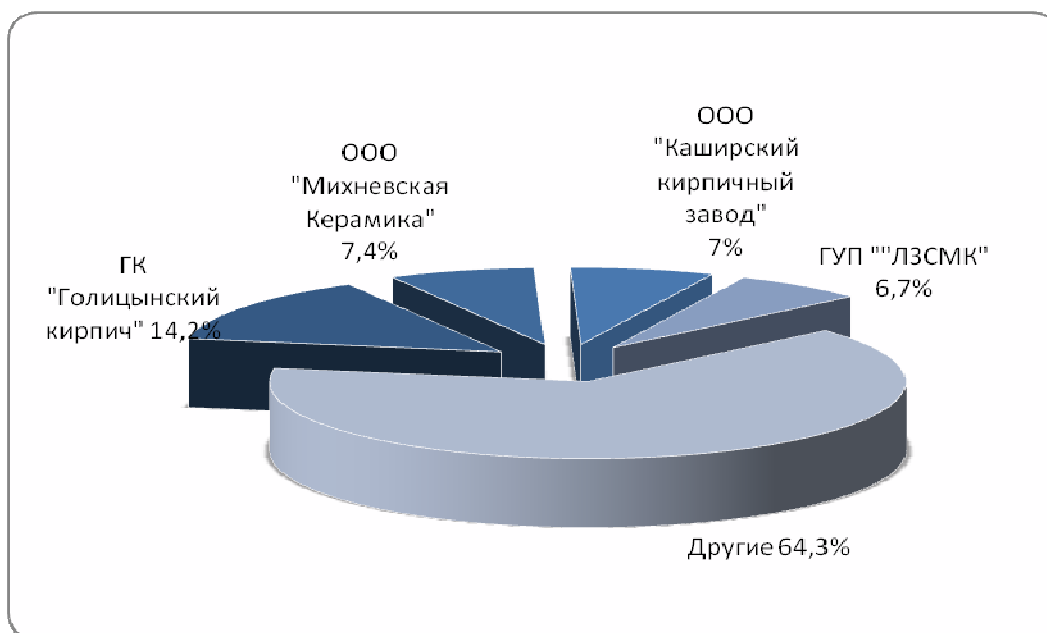
Развитие конкуренции

Далее при анализе использована Модель Развития Конкуренции, позволяющая рассмотреть влияние элементов конкурентной среды на физический объем предложения на рынке в перспективе (см. Приложение 1).

Конкуренция между существующими производителями

Рынок строительного кирпича в 2007 году в Москве и Московской области был представлен 24 крупными и средними предприятиями (см. Приложение 2). На долю четырех крупнейших из них приходилось 35,6% объемов производства в регионе (Рисунок 14).

Рисунок 14. Доли крупнейших производителей строительного кирпича в Москве и Московской области в общем объеме производства



Источник: официальная отчетность организаций

Ни одно предприятие не занимает доминирующего положения, рынок еще недостаточно консолидирован. Приход крупных мировых производителей кирпича будет способствовать усилению процессов слияния и поглощения местных производителей.

Многие предприятия нуждаются в серьезных инвестициях, что связано с моральным и физическим устареванием московских кирпичных заводов - по данным представителей Департамента градостроительной политики Москвы в среднем износ основных фондов в отрасли составляет более 35% (встречаются и более высокие экспертные оценки степени износа технологического оборудования). Закрытие и приостановка деятельности ряда кирпичных заводов (ОАО «Бронницкий кирпичный завод», ОАО «Хлебниковский кирпичный завод» и части производства на ОАО «Софринский завод стройматериалов», реконструкция ООО «Павловская керамика») привело к росту зависимости предприятий

строительного комплекса региона от поставок строительного кирпича из других регионов (более 50% потребляемого кирпича).

Уже в ближайшее время уровень концентрации на рынке несколько повысится в связи с окончанием в апреле 2008 года реконструкции ЗАО «Павловская керамика». После установки нового оборудования (Keller) производственная мощность завода достигла 75 млн шт. усл. кирпича в год. Инвестиции в переоборудование предприятия составили 50 млн евро, предполагаемый срок окупаемости проекта — семь лет. Предприятие работает на собственном глиняном сырье. Планируется, что 85% продукции будет реализовываться в Москве и Московской области, вытесняя привозной кирпич, 15% — в других регионах.

В октябре 2006 года в Липецкой области был введен в эксплуатацию кирпичный завод ООО «Тербунский гончар» мощностью 40 млн шт. в год. Установлено оборудование Keller и Rieter, выпускается как рядовой, так и облицовочный керамический кирпич.

В ноябре 2007 года ЗАО «Тверская керамика» запустила новый завод по производству кирпича в Тверской области. Инвестиции составили 50 млн евро, производственная мощность - 60 млн штук условного кирпича ежегодно. В качестве сырья используется глина Вышневолоцкого месторождения. Предприятие планировало поставлять продукцию как на местные стройки, так и на рынки Москвы, Подмосковья, Санкт-Петербурга и в другие регионы Центрального и Северо-Западного федеральных округов.

Компания Wienerberger AG в конце 2007 года запустила во Владимирской области завод ООО «Винербергер Кирпич» мощностью 60 млн штук условного кирпича в год (при производстве облицовочного кирпича), 120 млн штук условного кирпича в год (при производстве строительных блоков). С 2007 года осуществляются поставки кирпича с этого завода в Московский регион. Кроме того, руководство компании рассматривает возможность строительства нового кирпичного завода в Подмосковье или инвестирования в действующее подобное производство.

В конце 2007 года в Домодедовском районе ОАО «Белостолбовский кирпичный завод» запустило производство облицовочного кирпича мощностью 30 млн шт. усл. кирпича в год.

Появление новых производителей в результате несвязанной диверсификации

В связи с инвестиционной привлекательностью Московского регионального рынка кирпича и существующим дефицитом предложения, прогнозируется приход в ближайшие годы в отрасль ряда новых игроков. При этом «строительной площадкой» для входа на рынок будут выбраны как Московская область, так и соседние регионы.

Санкт-Петербургское объединение «Победа ЛСР» приобрело с целью проведения реконструкции завод «Ожерельевская керамика», расположенный в Каширском районе. Предполагается, что после реконструкции мощность завода составит около 120 млн шт. условного кирпича в год; предприятие будет производить поризованные керамические блоки размером от 2 до 15 условных кирпичей. Ввод в эксплуатацию завода намечен на вторую половину 2010 года. Продукция предприятия будет поставляться, прежде всего, в Московскую область. Необходимо отметить, что у «Победы ЛСР» уже имеется опыт работы в Московском регионе, и открыто представительство.

ОАО «Объединение Мастер» строит Верхневолжский кирпичный завод (ООО) на основе оборудования Bedeschi. На лето 2008 года намечен запуск 1-й линии по производству облицовочного кирпича мощностью 60 млн штук усл. кирпича в год. Далее будет строиться 2-я линия – по производству поризованного кирпича.

С середины 2006 года ОАО «Южный кирпичный завод» реализует проект строительства завода в Московской области (Серебрянопрудский район). Планируемая производственная мощность - 60 млн шт. усл. кирпича в год. Ввод предприятия в эксплуатацию предполагалось осуществить в 4 квартале 2007 год, однако пока не поступала сообщений о том, что эти сроки были соблюдены.

Появление новых производителей в результате вертикальной интеграции

Возможности вертикальной интеграции на московском региональном рынке кирпича определяются доступом к сырьевой базе – преимущественно речь идет о месторождениях глин. Основным месторождением в Московской области является Кудиновское. Только Призаводской карьер этого месторождения, разрабатываемый Кудиновским комбинатом, имеет территорию 27,7 га и производственную мощность более 100 тыс. тонн в год. Также на кирпичные заводы Московского региона поставляется глина из других месторождений: Щелковского (Московская область), Лукошкинского (Липецкая область), Тимоховского (Московская обл.), Печорского (Псковская область). Многие месторождения глины в Московской области исчерпаны, а на разработку новых требуются существенные инвестиции. Более подробная справка по перспективной минерально-сырьевой базе дана в Приложении 3.

Предприятия, работающие с собственными карьерами, обладают существенным преимуществом. Большинство заводов добывает глину самостоятельно, хотя существуют и те, кто покупает сырье у сторонних организаций. В последнем случае возникает зависимость от монопольного поставщика, а также слабая прогнозируемость качества сырья. Вторым фактором, определяющим конкурентное преимущество владельцев карьеров, является их удаленность (по данным холдинга «ОКЗ» в среднем по ЦФО составляет 20 км). Сырье является существенной статьей затрат в себестоимости – порядка 15%. Стоимость добычи глины не велика, поэтому основными затратами являются затраты на доставку глины непосредственно на производство.

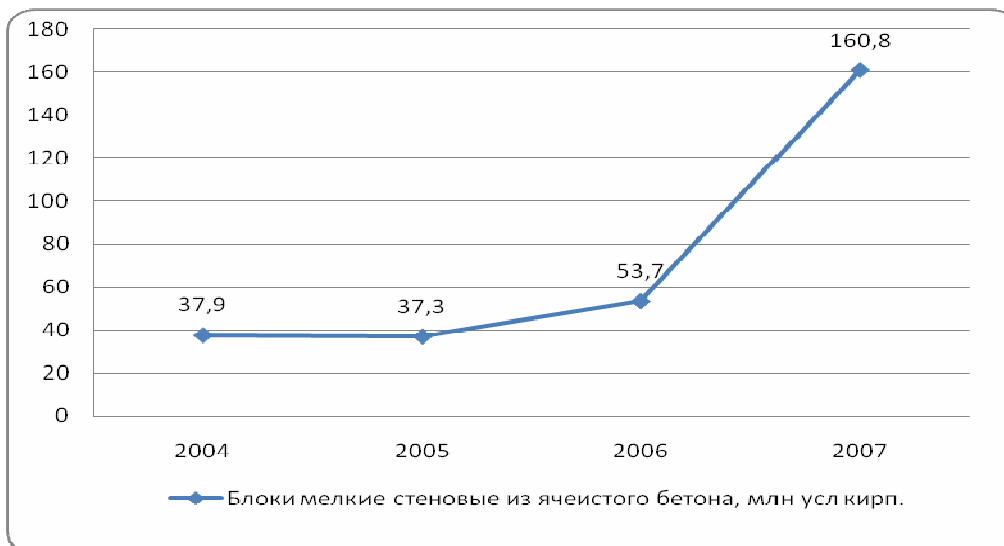
Таким образом, на сложившемся рынке перспективы интеграции слабы. Не существует оторванных от производства кирпича производителей сырья, и нет оснований для появления таких производителей. У строительных компаний, располагающих инвестиционными ресурсами, достаточными для интегрирования, масштаб и география их деятельности делают нецелесообразной привязку к собственному производству кирпича. Для них больший интерес должны представлять услуги специализированных фирм, занимающихся комплектацией строительного проекта материалами. Также отсутствует информация о том, что какая-либо из существующих оптовых компаний планирует организовать собственное производство кирпича.

Перспективы производства продуктов-заменителей

При уже сложившейся структуре строительства по применяемым технологиям основным материалом-заменителем для кирпича выступает ячеистый бетон (газо- и пенобетон). Динамика производства мелких блоков из ячеистого бетона в Москве и Московской

области представлена ниже (Рисунок 15). В 2007 году было произведено 160,8 млн усл. кирп. мелких стеновых блоков из ячеистого бетона, что на 107,1 млн усл. кирп. больше значения 2006 г.

Рисунок 15. Объем производства мелких блоков из ячеистого бетона в Москве и Московской области, млн усл. кирп.



Источник: Росстат

По оценкам экспертов текущая емкость российского рынка ячеистых бетонов составляет 4 млн куб. м. Емкость рынка Московского региона составляет 1,5 млн куб. м в год. Основными игроками на рынке ячеистого бетона Москвы и Московской области выступают:

- ОАО «Кселла-Аэроблок-Центр Можайск (в декабре 2007 года открыло завод по производству газобетона мощностью 400 тыс. куб. м в год, к 2009 году планируется увеличить мощность до 500 тыс. куб. м в год);
- ОАО «Ступинский завод ячеистого бетона»;
- ООО «Газосиликатный комбинат» (Воскресенск);
- Московский торговый дом «Двор»;
- ЗАО «Истринский завод бетонных изделий»;
- Завод ячеистого бетона (г. Чехов).

В 2006 году появилась информация о выходе на рынок ячеистых бетонов компании «Автоклавбетон» (АКБ), собиравшаяся построить завод мощностью 600 тыс. куб. м в год. Однако, по нашей информации, данный завод не запущен, и перспективы его выглядят сомнительными.

По некоторым оценкам, ежегодные темпы роста спроса на стены из газобетона будет находиться до 2010 года на уровне 40-45%, в т.ч. благодаря эффекту «низкой базы».

Прогноз развития рынка

К основным факторам, определяющим развитие строительного комплекса Москвы, можно отнести:

- рост доходов населения;
- инвестирование в жилую недвижимость со стороны фондов, инвестиционных компаний и населения;
- значительное число крупных застройщиков на рынке жилищного строительства Москвы;
- развитие ипотеки;
- совершенствование законодательства в области строительства и операций с недвижимостью.

Среди сдерживающих факторов можно выделить:

- снижение потребительского спроса на жилье вследствие опережающего роста цен на недвижимость;
- сокращение свободных земельных площадей под жилую застройку в Москве;
- значительное отставание строительства инженерной инфраструктуры - электрогенерирующих источников, электрических подстанций, тепловых магистралей, электрических и тепловых сетей, а также канализационных сетей и каналов.

Основной ограничивающий фактор роста объемов строительства жилья в Москве – нехватка пятен под застройку - будет преодолеваться путем реализации целевых городских программ («Программа по выводу промышленных предприятий за пределы Москвы и возведению на их месте крупных жилых комплексов», «Программа по сносу пятиэтажного и ветхого жилого фонда и реконструкции микрорайонов», «Комплексная инвестиционная программа «Новое кольцо Москвы»).

Основными факторами, определяющими развитие строительного комплекса Московской области, являются:

- устойчивый рост объемов жилищного строительства;
- ценовое преимущество Подмосковья перед Москвой;
- меньшая административная нагрузка на строительный комплекс по сравнению с Москвой;
- развитая промышленность стройматериалов.

Сдерживающими факторами развития рынка в Московской области будут выступать:

- ограничение жилищного строительства малым ресурсом инженерных сетей городов Подмосковья на фоне явного профицита земель, пригодных для жилищного строительства;
- отставание развития социальной и транспортной инфраструктуры от темпов жилищного строительства.

По данным Прогноза социально-экономического развития города Москвы, подготовленного Правительством города, к 2011 году планируется выйти на уровень 6,5

млн кв.м. вводимого жилья в год. Дальнейшее наращивание объема строительства жилья будет зависеть от сложившейся конъюнктуры рынка.

По данным Прогноза социально-экономического развития Московской области на период 2008-2010 гг., подготовленного правительством области, прирост объемов ввода жилья будет небольшим – до 4%. Однако потенциал Московской области по вводу жилья огромен. Так по подписанным инвестиционным контрактам до 2015 года планировалось строительство 67,0 млн кв. м жилья с объемом инвестиций более 1,8 триллионов руб.

В настоящее время на территории Московской области реализуется ряд масштабных инвестиционных проектов, обеспечивающих комплексную застройку микрорайонов и наибольший объем ввода жилья, в том числе:

- проект «Рублево-Архангельское» в Красногорском районе – комплексное освоение территории земельного участка площадью 430 га; общая жилая площадь застройки – 3,0 млн кв. м;
- проект комплексной застройки территории иловых площадок Люберецкой станции аэрации площадью 426 га после их предварительной рекультивации с ориентировочной общей площадью жилья 4,0 млн кв. м и строительством объектов социально-культурного назначения;
- проект застройки «А-101 – комплексная застройка территории Калужского шоссе» в Ленинском районе – на земельном участке площадью 13,0 тыс. гектар (в радиусе от 3 до 23 км от МКАД) будет построено 13,0 млн кв. м разноэтажного жилья с преобладанием малоэтажных зданий, а также все необходимые объекты социальной инфраструктуры.

Также предполагается строительство около 50,0 млн кв. м жилья на территориях, попадающих в зону строительства ЦКАД.

В целом в Московской области по уже намеченным инвестиционным проектам, может быть построено более 100,0 млн кв. м жилья.

Прогноз развития рынка будет осуществлен исходя из того, что основной объем кирпича потребляется в жилищном строительстве. Согласно нашему прогнозу в 2008-2014 году жилищное строительство в Москве будет расти. При этом темпы ввода жилья в городе будут замедляться из-за действия сдерживающих факторов.

Доля кирпичной технологии многоэтажного строительства в Москве, по оценкам экспертов, будет оставаться стабильной и составит 3%. По информации из НИИ Генплана, доля монолитного домостроения в Москве будет увеличиваться. Это увеличение будет происходить за счет постепенного сокращения доли крупнопанельного домостроения.

В 2006-2010 гг. больше всего и по количеству объектов и по суммарной площади квартир планируется ввести монолитно-каркасных домов, что отражает их всё более растущую популярность по сравнению с панельными домами, доля которых постепенно уменьшается.

Расчет емкости рынка кирпича

Для оценки емкости рынка кирпича использовались два метода:

- сальдовый - исходя из объемов производства кирпича внутри Москвы и Московской 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 делать прогнозы на долгосрочную перспективу.

Сальдовый метод

При расчете емкости рынка данным методом использовалось следующее допущение:

- доля кирпича в объеме производства стеновых материалов в 2004-2005 гг. – 75%, в 2006 г. – 70% (см. более подробно в разделе, посвященном структуре производства стеновых материалов в Москве и Московской области);
- доля кирпича в объеме ввоза составляет величину, равную доле кирпича в объеме производства стеновых материалов.

Таблица 7. Расчет совокупной емкости рынка кирпича Москвы и Московской области по объемам производства, ввозу и вывозу, млн усл. шт.

Показатель	2004	2005	2006
Объемы производства стеновых материалов	1 050,1	953	970,9
Ввоз стеновых материалов	7 41,5	1 397,0	1 558,7
Вывоз стеновых материалов	335,9	331,1	330,5
Сальдо стеновых материалов	1455,7	2018,9	2199,1
Доля кирпича в объеме стеновых материалов	75%	75%	70%
Емкость рынка кирпича	1 091,8	1 514,2	1 539,4

Источник: Росстат, расчеты ЗАО «Решение»

По расчетам сальдовым методом, объем рынка кирпича Москвы и Московской области увеличилась в 2006 году по сравнению с 2004 годом на 447,6 млн штук. Рост объема потребления кирпича замедляется, прирост в 2006 году по сравнению с 2005 годом составил 2%. В 2006 году дефицит кирпича в Московском регионе составлял 807,4 млн штук.

Нормативный метод

При расчете емкости рынка нормативным методом использовались следующие допущения, нормы и коэффициенты.

- В сегменте малоэтажного строительства текущие объемы ввода соответствуют текущему объему потребления кирпича.
- При оценке емкости рынка кирпича следует учитывать, что 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 технологии «монолит/монолит-кирпич» - 70 усл. штук на 1 кв.м. ввода жилья.
- Норма для учета сектора нежилой недвижимости составляет 10% от потребления кирпича в секторе жилой недвижимости.

Таблица 8. Расчет совокупной емкости рынка кирпича Москвы и Московской области нормативным методом.

Показатель	2006	2007	П2008
Москва			
Объем ввода жилья, млн кв. м	-	4,83	5,30
Объем ввода многоэтажного жилья, млн кв. м	-	4,83	5,30
Доля кирпичного домостроения в общем объеме многоэтажного домостроения	-	0,03	0,03
Доля монолитного домостроения в общем объеме многоэтажного домостроения	-	0,67	0,67
Общее потребление кирпича в многоэтажном домостроении, млн усл. шт.	281,6	309,0	-
Общее потребление кирпича с учетом сектора нежилой недвижимости, млн усл. шт.	309,8	339,9	-
Московская область			
Объем ввода жилья, млн кв. м	6,5	7,6	8,0
Объем ввода многоэтажного жилья, млн кв. м	-	4,1	4,25
Доля кирпичного домостроения в общем объеме многоэтажного домостроения	-	0,08	0,08
Доля монолитного домостроения в общем объеме многоэтажного домостроения	-	0,55	0,6
Общее потребление кирпича в многоэтажном домостроении, млн усл. шт.	282,5	307,7	-
Объем ввода индивидуального жилья, млн кв. м	2,5	3,5	-
Доля кирпичного домостроения в общем объеме малоэтажного домостроения	0,54	0,54	-
Общее потребление кирпича в малоэтажном домостроении, млн усл. шт.	668,3	935,6	-
Общее потребление кирпича в жилищном строительстве, млн усл. шт.	950,8	1 243,3	
Общее потребление кирпича с учетом сектора нежилой недвижимости, млн усл. шт.	1 045,9	1 367,6	
Совокупное потребление кирпича в Москве и Московской области, млн усл. шт.	1 355,7	1 707,5	

Таким образом, общая емкость рынка кирпича Москвы и Московской области в 2006 году составляла 1,36-1,54 млрд. усл. штук. Расхождение в результатах, полученных сальдовым и нормативным методами можно объяснить следующими причинами:

- при расчетах сальдовым методом использовался перенос доли кирпича в объеме производства стеновых материалов на сальдо ввоза-вывоза. Однако, в условиях, когда ввоз значительно превышает вывоз, такое допущение не является абсолютно корректным, поскольку структуре производства скорее будет соответствовать структура вывоза;
- при расчетах нормативным методом использовалось допущение, что все многоэтажное строительство по монолитной технологии происходит с использованием кирпича только для облицовки и возведения части межкомнатных перегородок. Это допущение было сделано из-за того, что нет данных о долях различных технологий в общем объеме монолитного строительства. Если предположить, что доля «кирпич-монолита» составляла в 2006 году 30%, а норма расхода при этой технологии составляет 200 кирпичей на кв. м, то расчетный объем потребления кирпича увеличится на 136 млн усл. кирпичей.

В связи с тем, что московский рынок потребления кирпича имеет сложную структуру, которая недостаточно хорошо изучена, 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 Москвы и Московской области нормативным методом на период 2008-2014 гг. приведен ниже (Таблица 9).

Таблица 9. Прогноз емкости рынка кирпича в Москве и Московской области

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Москва								
Объем жилищного строит-ва, млн кв. м	5,3	6,0	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5
<i>Прирост объема жилищного строительства</i>	10%	13%	8%	0%	0%	0%	0%	0%
Объем многоэтажного строит-ва, млн кв. м	5,30	6,00	6,50	6,50	6,50	6,50	6,50	6,50
Доля кирпичного строит-ва в общем объеме многоэтажного строит-ва	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Объем кирпичного многоэтажного строит-ва, млн кв. м	0,16	0,18	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
Норма потребления кирпича для кирпичного многоэтажного строительства, усл. шт. на 1 кв. м	380	380	380	380	380	380	380	380
Потребление кирпича в кирпичном многоэтажном строительстве, млн усл. шт.	68	74	74	74	74	74	74	74
Доля монолитного строит-ва в общем объеме многоэтажного строит-ва	0,70	0,70	0,70	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75
Объем монолитного многоэтажного строит-ва, млн кв. м	3,71	4,20	4,55	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88
Норма потребления кирпича для монолитного	70	70	70	70	70	70	70	70

Рынок кирпича в Москве и Московской области

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
многоэтажного строительства, усл. шт. на 1 кв. м								
Потребление кирпича в монолитном многоэтажном строительстве, млн усл. шт.	294	319	341	341	341	341	341	341
Итого потребление кирпича в жилищном строительстве, млн усл. шт.	362	393	415	415	415	415	415	415
Коэффициент учета нежилкой недвижимости (от потребления 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.	399	432	457	457	457	457	457	457
Московская область								
Объем жилищного строит-ва, млн кв. м	8,0	8,3	8,5	8,8	9,0	9,0	9,0	9,0
<i>Прирост объема жилищного строит-ва</i>	<i>5%</i>	<i>3%</i>	<i>3%</i>	<i>3%</i>	<i>3%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>
Доля малоэтажного строит-ва в общем объеме жилищного строит-ва	0,47	0,48	0,50	0,51	0,53	0,53	0,53	0,53
Объем малоэтажного строит-ва, млн кв. м	3,75	4,00	4,25	4,50	4,75	4,75	4,75	4,75
Доля кирпичного строит-ва в общем объеме малоэтажного строит-ва	0,54	0,53	0,53	0,52	0,52	0,52	0,51	0,51
Объем кирпичного малоэтажного строит-ва, млн кв. м	2,025	2,120	2,253	2,340	2,470	2,470	2,423	2,423
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.	1 002	1 049	1 115	1 158	1 223	1 223	1 199	1 199
Доля многоэтажного строит-ва в общем объеме жилищного строит-ва	0,53	0,52	0,50	0,49	0,47	0,47	0,47	0,47
Объем многоэтажного строит-ва, млн кв. м	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25
Доля кирпичного строит-ва в общем объеме многоэтажного строит-ва	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08
Объем кирпичного многоэтажного строит-ва, млн кв. м	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34
Норма потребления кирпича для кирпичного многоэтажного строит-ва, усл. шт. на 1 кв. м	380	380	380	380	380	380	380	380
Потребление кирпича в кирпичном многоэтажном	129	129	129	129	129	129	129	129

Рынок кирпича в Москве и Московской области

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
строит-ве, млн усл. шт.								
Доля монолитного строит-ва в общем объеме многоэтажного строит-ва	0,60	0,62	0,62	0,62	0,64	0,64	0,64	0,64
Объем монолитного многоэтажного строит-ва, млн кв. м	2,55	2,64	2,64	2,64	2,72	2,72	2,72	2,72
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.	184	184	184	190	190	190	190	190
Итого потребление кирпича в многоэтажном строительстве, млн усл. шт.	314	314	314	320	320	320	320	320
Итого потребление кирпича в жилищном строительстве	1 316	1 363	1 429	1 478	1 542	1 542	1 519	1 519
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.	1 448	1 499	1 572	1 626	1 696	1 696	1 671	1 671
Совокупное потребление кирпича в Москве и Московской области, млн усл. шт.	1 846	1 931	2 028	2 083	2 153	2 153	2 127	2 127
<i>Темп прироста</i>	24%	22%	22%	17%	16%	19%	17%	9%
Итого прогнозные значения емкости рынка кирпича (исходя из значения 2006 года – 1 539 млн шт.)	1 664	1 741	1 828	1 877	1 941	1 941	1 918	1 918

Источник: Росстат, Правительство Москвы, Правительство Московской области, оценки ЗАО «Решение»²

Таким образом, общее годовое потребление кирпича в Москве и Московской области к 2015 году увеличится на 15% по сравнению с текущим уровнем.

² Постановление Правительства Москвы от 3 июля 2007 г. N 546-ПП «О прогнозе социально-экономического развития города Москвы до 2011 года»

Приложения

Приложение 1

Таблица 10. Модель развития конкуренции компании «Решение»

Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
<p>1. Конкуренция между существующими производителями Продукта.</p>	<p>1. На растущем рынке Продукта производители, уже завоевавшие свою долю рынка, стремятся увеличить объем выпуска и одновременно не допустить уменьшения доли.</p> <p>На зрелом рынке Продукта производители, уже завоевавшие свою долю рынка, стремятся сохранить или увеличить её.</p>	<p>1. Преимущества «старых» производителей Продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Недостатки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Технологическое отставание и растущий износ оборудования 	<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Развитие сервиса и допусслуг • Капиталовложения в основное технологическое оборудование с целью повышения производительности • Горизонтальные слияния между производителями Продукта с целью укрупнения • Повышение качества и улучшение характеристик Продукта 	<p>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.</p>

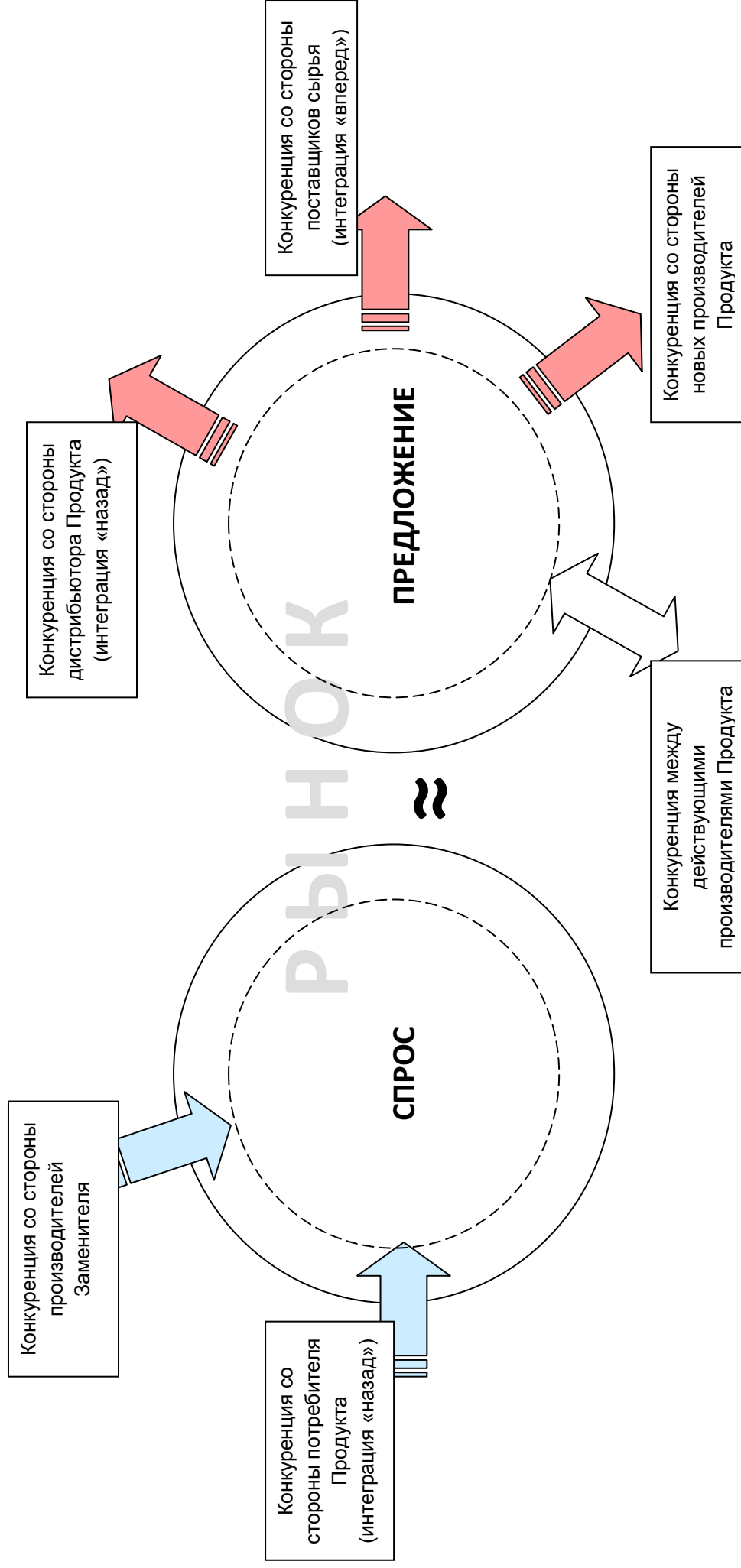
Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
<p>2. Приход на рынок новых производителей Продукта как результат несвязанной диверсификации</p>	<p>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 масштабom 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.</p>	<p>2. Преимущества «новых» производителей Продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Высокая производительность и качество Продукта за счет технического и технологического лидерства • Значительные финансовые ресурсы <p>Недостатки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Для производителей Продукта из другого региона дополнительные преимущества:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Отработанная технология и бизнес-процессы • Дополнительные недостатки: <ul style="list-style-type: none"> • Повышенные издержки, связанные с входом в новый регион • Риски переклечения на новое сырье и материалы 	<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Масштабные капиталовложения в новейшую технологию производства и основное технологическое оборудование последнего поколения • Приобретение существующих производителей Продукта • Инновации / улучшение характеристик Продукта 	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 развигития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
<p>3. Приход на рынок новых производителей Продукта как результат связанной диверсификации (вертикальной интеграции)</p>	<p>3.1. В результате диверсификации на рынке производства Продукта возможно появление игроков, чьей 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 реализовать упомянутые преимущества.</p>	<p>3.1. Преимущества «новых» производителей Продукта - бывших поставщиков сырья:</p> <ul style="list-style-type: none"> Гарантированный объем и качество сырья Пониженные издержки за счет сырьевой составляющей Себестоимости (себестоимость сырья, издержки заготовления 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 <p>Недостатки:</p> <ul style="list-style-type: none"> Высокие риски сбыта Продукта, связанные с отсутствием клиентской базы и отработанных каналов Риск незагруженных мощностей 	<p>3.1.</p> <ul style="list-style-type: none"> Сокращение/прекращение поставок сырья другим производителям Повышение цен на сырье для других производителей Продукта Снижение цены на Продукт 	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 значимо 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
	<p>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.</p>	<p>3.2. Преимущества «новых» производителей Продукта – бывших дистрибуторов Продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Недостатки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Высокие риски снабжения сырьем • Отсутствие производственного опыта 	<p>3.2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сокращение/прекращение дистрибуции Продукта других производителей • Реализация Продукта собственного производства по более низким ценам 	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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, делает предложение прочих игроков неконкурентоспособным и приведет к их вытеснению. Масштаб экспансии в свою очередь будет ограничен доступным дистрибуционным ресурсом.
ЗАО «Решение»			32	

Фактор развития конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
	<p>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.</p>	<p>3.3. Преимущества «новых» производителей Продукта – бывших конечных потребителей Продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Гарантированный сбыт в объеме собственных потребностей • Высокая производительность и качество за счет технического и технологического лидерства • Низкие затраты, связанные со складированием готовой продукции <p>Недостатки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Риск ограниченного роста в связи с ориентацией на собственные потребности • Высокие риски снабжения сырьем 	<p>3.3. Прекращение закупок Продукта у других производителей</p>	<p>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.</p>

Фактор конкуренции	Обстоятельства возникновения конкуренции	Область конкурентных преимуществ	Возможности для оказания конкурентного давления	Последствия использования этих возможностей для рынка
<p>4. Конкуренция со стороны производителей продуктов-заменителей</p>	<p>4. Основными обстоятельствами, предопределяющими интерес потребителей Продукта к его Заменителю, являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> • преимущество Заменителя по значимым потребительским свойствам • преимущество Заменителя по соотношению цены и необходимого уровня качества • низкие затраты на переключение Потребителя на потребление Продукта 	<p>4. Преимущества производителей Заменителя:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сложившиеся каналы снабжения и сбыта Заменителя • Отработанная технология производства Заменителя • Сравнительно низкие издержки производства Заменителя (эффект экономии от масштаба, кривой обучения и т.п.) <p>Недостатки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Нелояльность потребителей Продукта 	<p>4.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Увеличение объема предложения • Развитие сервиса и доп.услуг • Снижение цены Заменителя • Повышение качества и улучшение характеристик Заменителя 	<p>4. Возможно изменение темпов роста рынка Продукта, вплоть до его исчезновения.</p>



Приложение 2

Таблица 11. Крупнейшие производители кирпича Москвы и Московской области, 2007 год

Наименование	Расположение	Объем произв-ва кирпича (вкл. камни)
ЗАВОД ЛИЦЕВОГО КИРПИЧА	МО, Одинцовский р-н, Голицино	67,2
МИХНЕВСКАЯ КЕРАМИКА	МО, Ступинский р-н, Михнево	58,4
КАШИРСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Каширский р-н, Ожерелье	57,6
ЛОСИНООСТРОВСКИЙ ЗАВОД СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ И КОНСТРУКЦИЙ	Москва	52,6
НОВО-ИЕРУСАЛИМСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Истринский р-н, Истра, Лучинское	51,7
КАРАСЕВСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД	МО, Коломенский р-н	47,7
ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ	МО, Одинцовский р-н, Голицино	45,0
БЕЛОСТОЛБОВСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Домодедово	44,6
КЛИНСТРОЙДЕТАЛЬ	МО, Клин	43,6
БУТОВСКИЙ КОМБИНАТ	Москва	39,6
ЗАРАЙСКИЙ ЗАВОД СТРОЙМАТЕРИАЛОВ	МО, Зарайск	26,5
ВОСКРЕСЕНСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Воскресенск	25,6
КУЧИНСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Железнодорожный	25,1
СЕРПУХОВСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Серпуховский р-н, Лукяново	25,0
ГОЛОЛОБОВСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Коломенский р-н, Заречный	24,6
ГОРКОВСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Луховитский р-н, Фруктовая	22,5
ГЖЕЛЬСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД	МО, Раменский р-н, Гжель	19,1
КОМБИНАТ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ	МО, Красноармейск	18,5
КАРАСЕВСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД	МО, Коломенский р-н	16,9
БЕСКУДНИКОВСКИЙ КОМБИНАТ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ	Москва	14,4
КРАСНОПОЛЯНСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД	МО, Лобня	14,1
ТУЧКОВСКИЙ КОМБИНАТ ЖЕЛЕЗОБЕТОННЫХ И СИЛИКАТНЫХ ИЗДЕЛИЙ	МО, Рузский р-н, Тучково	13,1
КОТЕЛЬСКИЙ ЗАВОД	Москва	11,5
КУДИНОВСКИЙ КОМБИНАТ	МО, Ногинский р-н, Электроугли	5,1
МУП КВП О/З МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА	МО	3,7

Источник: официальная отчетность организаций

Приложение 3

Справка по минерально-сырьевой базе.

Согласно итоговому отчету о реализации областной целевой программы «Геологическое изучение недр и воспроизводство минерально-сырьевой базы Московской области на 2001-2005 годы» были определены перспективные месторождения минерально-сырьевой базы для рынка кирпича. Проведенная оценка ГПП «Центргеология» территорий Одинцовского и Раменского районов Московской области на выявление кирпичных суглинков дало следующие результаты:

- в Раменском районе выделены 34 прогнозные площади с прогнозными ресурсами по категориями Р1 51 млн куб. м и Р2 47 млн куб. м, а также проведены поисково-оценочные работы на Дьяковском м участке, подсчитаны запасы по категории С2 в количестве 170 тыс. куб. м.;
- в Одинцовском районе выделено 26 прогнозных площадей с общими ресурсами по категории Р2 77,5 млн куб. м.

Также эксперты оценили различные участки Московской области на предмет содержания в земле запасов кирпичного сырья:

- по участку Логиновскому рассчитаны запасы глин по категории С2: в количестве 700 тыс. куб. м;
- по Улитинскому участку – 274 тыс. куб. м, при средней мощности полезной толщи 4 м;
- по Бывалинскому участку подсчитаны прогнозные ресурсы по категории Р1 в количестве 504 тыс. куб.м.

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)³ — 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** строительстве⁴:

- 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

³ 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.

⁴ 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.