

ЗАО «Агентство строительной информации»

**ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЗАЩИТНЫХ
МАТЕРИАЛОВ:**

- **ПОЛИМЕРНЫХ ПОКРЫТИЙ ДЛЯ ПОЛА**
- **ГИДРОИЗОЛЯЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ**
- **СОСТАВОВ ДЛЯ АНТИКОРРОЗИОННОЙ ЗАЩИТЫ**

МОСКОВСКОГО РЕГИОНА

Санкт-Петербург, 2008

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВОДНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ | 3 |
| 1. ПОЛИМЕРНЫЕ ПОКРЫТИЯ ДЛЯ ПОЛОВ..... | 5 |
| 1.1. Ассортимент представленной на рынке продукции..... | 5 |
| 1.2. Емкость и динамика рынка | 6 |
| 1.3. Предпочтения потребителей..... | 8 |
| 2. ГИДРОИЗОЛЯЦИОННЫЕ СУХИЕ СМЕСИ..... | 10 |
| 2.1. Ассортимент представленной на рынке продукции..... | 10 |
| 2.2. Емкость и динамика рынка | 11 |
| 3. ГИДРОИЗОЛЯЦИОННЫЕ И КРОВЕЛЬНЫЕ МАСТИКИ | 13 |
| 3.1. Ассортимент представленной на рынке продукции..... | 13 |
| 3.2. Емкость и динамика рынка | 14 |
| 4. ГИДРОФОБИЗИРУЮЩИЕ ПРОПИТКИ..... | 16 |
| 4.1. Ассортимент представленной на рынке продукции..... | 16 |
| 4.2. Емкость и динамика рынка | 17 |
| 4.3. Предпочтения потребителей в отношении гидроизоляционных материалов..... | 19 |
| 5. АНТИКОРРОЗИОННЫЕ СОСТАВЫ | 24 |
| 5.1. Ассортимент представленной на рынке продукции..... | 24 |
| 5.2. Емкость и динамика рынка | 25 |
| 5.3. Предпочтения потребителей в отношении антикоррозионных составов..... | 26 |
| 6. ОТПУСКНЫЕ ЦЕНЫ | 30 |

ВВОДНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Исследование выполнено ЗАО «Агентство строительной информации» в июле-сентябре 2008 года. В отчете рассматривается рынок московского региона (Москва и Московская область) по следующим группам материалов:

- полимерные покрытия для полов
- составы для антикоррозионной защиты металлических строительных конструкций
- гидроизоляционные материалы (сухие гидроизоляционные смеси, гидроизоляционные и кровельные мастики, гидрофобизирующие пропитки для защиты бетона)

В ходе исследования решали следующие задачи:

1. Анализ рынка со стороны предложения

- 1.1. Ассортимент рассматриваемой продукции, представленный на рынке региона;
- 1.2. Изменение представленного ассортимента (количества представленных торговых марок) за последние 3-4 года.
- 1.3. Отпускные цены производителей на представленную продукцию;
- 1.4. Оценка емкости рынка региона и темпов прироста рынка в 2005-2007 годах, прогноз объемов потребления на 2008-2010 годы;
- 1.5. Оценка долей рынка;
- 1.6. Анализ степени концентрации компаний-поставщиков и насыщенности рынка;

2. Анализ рынка со стороны потребления:

- 2.1. Частота использования рассматриваемых материалов разных марок;
- 2.2. Стаж работы с продукцией разных марок;
- 2.3. Частота отказов от работы с продукцией, доля респондентов, использующих какие-либо материалы впервые;
- 2.4. Мнения строителей о качестве используемой продукции, описание возможных недостатков;
- 2.5. Места закупок (напрямую от производителя, розничные магазины, дилеры, строительные рынки);
- 2.6. Причины использования материалов (отсутствие аналогов, наиболее дешевое из аналогов, использование по привычке и т.д.);
- 2.7. Возможное наличие сложностей с приобретением интересующих материалов;

Методы исследования.

1. Для получения информации об ассортименте продукции, представленной в регионе, была собрана база данных о производителях, выпускающих рассматриваемые материалы. У компаний, расположенных за пределами исследуемого региона, уточняли, поставляли ли они продукцию в Москву в текущем и прошлом году. При составлении базы использовалась информация от торговых фирм, предлагающих импортные материалы и результаты опроса строительных организаций.

Данные о продукции и ценах получены от компаний-производителей. Цены на ввозимую в регион и импортную продукцию получены от компаний-дилеров в регионе.

2. Данные для оценки емкости, долей рынка и информация о характеристиках компаний-производителей были получены в ходе интервью с руководителями (ведущими сотрудниками) компаний-производителей. Дополнительно для анализа использовали доступную вторичную информацию (публикации СМИ, Интернет), оценки экспертов, данные, полученные в ходе ранее проведенных исследований аналогичного направления. Для оценки объемов поставок ряда зарубежных фирм использовали данные Федеральной таможенной службы.
3. Для проведения анализа потребителей был проведен опрос специализированных строительных компаний, выполняющих:

-
- Работы по устройству промышленных полов;
 - Гидроизоляционные и кровельные работы;
 - Антикоррозионную защиту металлоконструкций

Работа выполнена сотрудниками компании:

Скороходова Н.Ю. (зам.ген.директора) – руководитель проекта

Абжанова Ирина – ассистент маркетолога

Рыбкина Анна – ассистент маркетолога

Чикунова Алла – ассистент маркетолога

1. ПОЛИМЕРНЫЕ ПОКРЫТИЯ ДЛЯ ПОЛОВ

1.1. Ассортимент представленной на рынке продукции

В таблице 1-1 приложения приведены данные о компаниях, чья продукция, по всем рассматриваемым группам материалов, представлена на рынке Московского региона. В таблице дана информация о названиях компаний, торговых марках, местоположении производства, приведено краткое описание ассортимента по каждой из изучаемых групп материалов (полимерные покрытия для пола, гидроизоляционные материалы – сухие смеси, мастики, гидрофобизирующие жидкости, антикоррозионные составы). Список отсортирован по мере убывания количества групп материалов, в которых представлена компания.

По полученным данным, на сегодняшний день в Москве представлена продукция для устройства полимерных покрытий пола не менее, чем 49 компаний. Из этого числа продукция 19 (39% от числа представленных торговых марок) поставляется из-за рубежа, у 18 компаний (37%) производство расположено в Москве и Московской области. Материалы под остальными марками ввозятся в основном из С-Петербурга, Екатеринбурга, ряда городов Центрального региона – Калуги, Владимира, Тулы.

В ходе опроса компаний мы выясняли, как давно выпускается продукция под интересующими торговыми марками и с какого времени материалы представлены на рынке московского региона. Судя по полученным данным о стаже работы фирм, продукция большинства из них представлена на рынке более 5-6 лет. В течение последних трех лет с 2005 года на рынке появилась продукция 5 компаний (8% от количества представленных на рынке фирм на сегодняшний день). В 2005 году стали отмечать регулярные поставки в Москву продукции питерского производителя «Стратус Про» - составы под маркой Epicret. С этого же времени появились материалы финской компании «Nog-maaly OY». В прошлом году на российском рынке появились полимерные материалы чешской компании «Panbex», известной и ранее как производитель материалов для устройства промышленных полов - цементных смесей и топингов для упрочнения бетонных полов.

За рассматриваемый период в Москве были запущены три новых производства полимерных полов – в 2005 году компанией «Виколат», в 2006 году – «ВСК-Промстрой» и «Поли-Профиль». Не было получено сведений о поставках полимерных полов немецкой компании Korodur в прошлом и текущем году. Весь объем поставок этой компании в Россию приходится на цементные смеси для устройства полов и упрочняющие составы (топинги). В прошлом году были сняты с производства полимерные составы для полов марки Церезит.

Диаграмма 1-1



1.2. Емкость и динамика рынка

Для расчета объемов использования полимерных покрытий для пола в регионе использовали информацию, полученную от производителей и поставщиков материалов об объемах выпуска составов и объемах ввоза в регион. Для оценки величины поставок ряда продуктов зарубежных марок использовались данные таможенного комитета.

По нашим оценкам компаниями, расположенными в Москве и Московской области, было выпущено не менее 2,5 тыс. тонн полимерных составов для полов. С учетом поставок этих компаний в другие регионы и ввоза продукции как зарубежных, так и отечественных производителей объем потребления материалов данной группы составил в 2007 году порядка 4100-4200 тонн продукции. Темп прироста рынка в 2007 году по сравнению с предыдущим годом – 30-35%. Ряд компаний предоставил данные о планируемых объемах производства и продаж материалов в текущем году. Объем продаж этой группы компаний по их планам должен вырасти на 44%. Однако, учитывая некоторое традиционное завышение планируемых объемов продаж и несколько меньший рост рынка в предыдущие годы, вряд ли можно прогнозировать такой высокий темп прироста по рынку в целом. По нашим расчетам в 2008 году можно ожидать рост рынка не менее, чем на 35%. В 2009-2010 годах темп прироста, скорее всего, должен несколько снизиться.

Несмотря на то, что на рынке представлено большое количество зарубежных марок, в натуральном объеме потребления полимерных полов на долю импорта приходится небольшая часть – около 5%. На диаграмме 1-3 приведены оценки долей рынка основных игроков. Наибольшие объемы работ в Москве выполнены материалами ESP, Huntsman-NMG (Полиплан Полипласт Полифлекс) и завода СМТ (Ризопур, Ризопокс).

Диаграмма 1-2

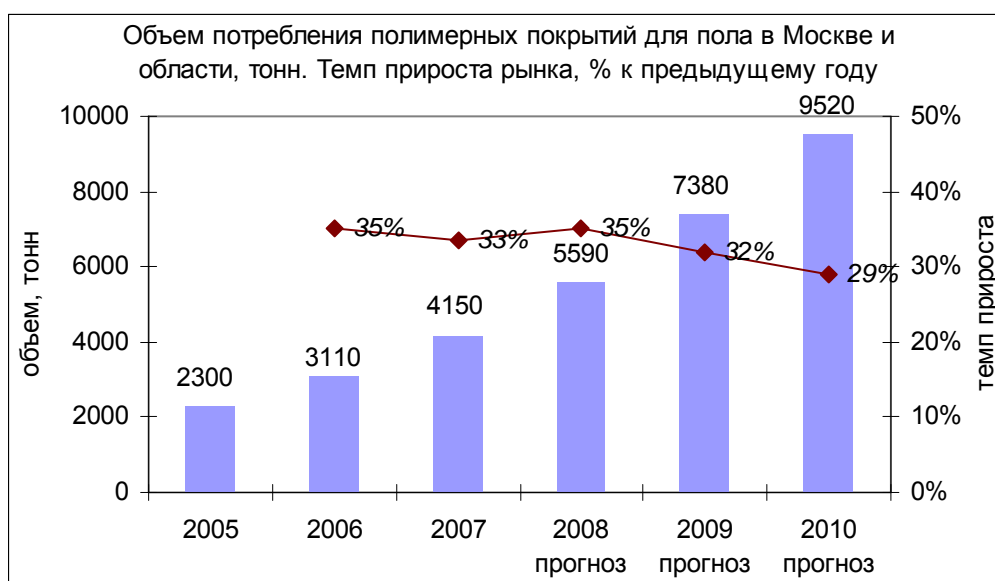
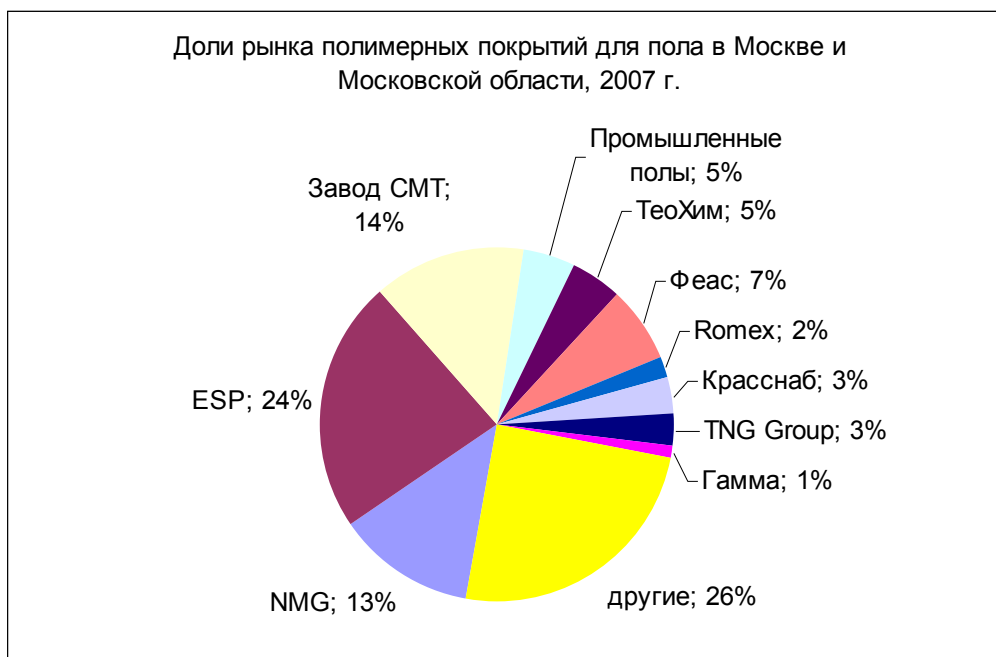


Диаграмма 1-3



1.3. Предпочтения потребителей

Для уточнения предпочтений потребителей был проведен опрос ограниченного количества строительных фирм, выполняющих работы по устройству полимерных полов. При обработке опроса использовали интервью только тех фирм, которые пользуются покупными материалами. Компании-производители, имеющие собственные строительные подразделения не учитывали. Всего было получено 26 интервью.

Среди опрошенных фирм более половины (57%) отметили существующую специализацию на данном виде работ – устройство полимерных и бетонных полов. Остальная часть (43%) отметили выполнение и других общестроительных, ремонтно-отделочных работ.

Строительные фирмы, выполнявшие устройство полимерных полов, наиболее часто отмечали использование продукции группы «NMG-Huntsman», «Sika», полов завода «СМТ» (Ризопур, Ризопокс). Подавляющее большинство опрошенных работает с полимерными полами не первый год. Более половины опрошенных указали стаж работ 7 и более лет. Чуть менее половины отметили использование полимерных составов для полов в течение более трех лет. Только один из респондентов сообщил, что компания стала работать с данными материалами менее года назад (распределение приведено на диаграмме 1-5). Практически все респонденты отмечали высокое качество используемой продукции и указывали на длительный срок сотрудничества с производителями полимерных полов.

Как правило, строительная фирма работает с продукцией одного производителя. 83% опрошенных отметили использование составов для пола только одного производителя. Четыре респондента (17% опрошенных) отметили использование продукции двух или трех производителей.

Пять респондентов отметили факт отказа от использования некоторых материалов (19% от опрошенных, выполняющих устройство полимерных полов). Причинами отказов было названо несоответствующее качество материалов: изменение технических характеристик и цвета состава в разных партиях одного производителя, нестойкость цвета покрытия, отслаивание материала в процессе эксплуатации. Единственная фирма, отметившая использование нового для себя материала за последний год работы, также оказалась недовольна приобретенной продукцией и отказалась от ее дальнейшего применения (были указаны полы Праспан). Сотрудник одной фирмы отметил, что перестали и не планируют в дальнейшем приобретать материалы отечественного производства. Остальные респонденты не смогли четко указать марку материала, который перестали использовать.

Полимерные полы строительные фирмы закупают напрямую у производителя (74% ответивших) или у официальных дилеров (26% ответивших). Никто из респондентов не отметил закупки материалов в других местах – в строительных магазинах или гипермаркетах или на строительных рынках¹

Из всех опрошенных только два респондента отметили наличие сложностей с приобретением материалов. В обоих случаях нам сообщили о задержках при выполнении заказа компанией «NMG-Huntsman» - «в связи с большой загруженностью».

В отношении имеющихся недостатков мы получили следующие ответы:

- ТеoХим – низкая износостойкость
- Remmers – очень дорогие продукты
- NMG-Huntsman – не выпускают маленькие партии

Наличия каких-либо явных недостатков у продукции других производителей отмечено не было.

¹ в отличие от гидроизоляционных материалов, которые есть в наличии на рынках и строители отмечают закупки через этот канал дистрибуции, см. раздел «Предпочтения потребителей в отношении гидроизоляционных материалов»

Диаграмма 1-4



Диаграмма 1-5



2. ГИДРОИЗОЛЯЦИОННЫЕ СУХИЕ СМЕСИ

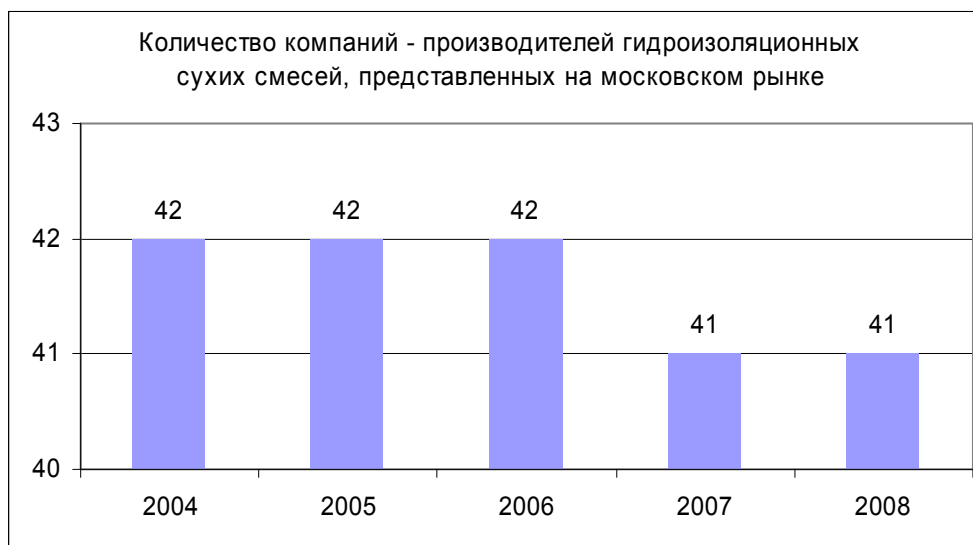
2.1. Ассортимент представленной на рынке продукции

На столичном рынке представлены гидроизоляционные смеси не менее, чем 41 компании. Производство 12 фирм (29% от количества компаний, предлагающих материалы рассматриваемой группы) расположено в Москве и области. Значительную часть ассортимента занимает импортная продукция (15 марок – 37% от количества компаний). Подробная информация о производителях и представленном ассортименте приведена в таблице 1-1 Приложения.

Число компаний, предлагающих гидроизоляционные смеси, остается стабильным на протяжении рассматриваемого периода (2004-2008 годы). По имеющимся у нас данным, за прошедшее время перестали выпускать гидроизоляционные смеси несколько компаний. В 2006 году закрыла данное направление компания «Гидромакс», выбрав основным направлением деятельности материалы для систем теплоизоляции фасадов. Не получено сведений о работе предприятия «Гидроспецтехнологии», выпускавшем много лет гидроизоляционные смеси Прогресс. Ряд региональных производителей общестроительных сухих смесей отмечает поставки своей продукции в Москву, в т.ч. и гидроизоляционных сухих смесей. Однако мы не учитывали эти марки при описании представленного ассортимента, т.к. по словам самих компаний поставки этой группы материалов носят эпизодический характер. Среди изредка появляющейся в Москве продукции можно назвать гидроизоляционные смеси Плитонит («МС Баухеми Раша» С-Петербург), Магма («Мордовцемент» Саранск), Сартэксим (Самара), ЕК («ЕК-Кемикал» Н.Новгород).

Производителей гидроизоляционных смесей можно разделить на три группы. Часть компаний, предлагающих гидроизоляционные ССС, специализируются на выпуске данной продукции и производят несколько модификаций продукта (из широко известных марок к этой группе можно отнести Кальматрон, Пенетрон) либо производят сухие смеси специального назначения в т.ч. гидроизоляционные, как например «Группа предприятий Ирмаст», ТМ Эмако. Ко второй группе можно отнести компании, предлагающие широкий ассортимент гидроизоляционных составов для решения любой задачи. Помимо сухих смесей, в ассортимент этих компаний могут быть включены гидроизоляционные мастики, двухкомпонентные составы или рулонные материалы. Так, например, под маркой Sika предлагаются штукатурные гидроизоляционные смеси, полимерные мембраны, битумные рулонные материалы и мастики. Компания «Растро» производит сухие смеси и мастики. К третьей группе можно отнести производителей общестроительных сухих смесей, которые стали выпускать и гидроизоляционные составы (марки Глимс, Плитонит, Победит и др.).

Диаграмма 2-1



2.2. Емкость и динамика рынка

В 2007 году предприятиями, расположенными в московском регионе, было выпущено около 10-12 тыс. тонн гидроизоляционных ССС. Объем поставок импортной продукции невелик. В прошлом году, по нашим оценкам, на долю импорта пришлось около 3% потребления. Основной объем импорта приходится на продукцию Vandex, Drizogo (марка Maxseal).

Объем реализации гидроизоляционных смесей в Москве в 2007 году составил около 12 тыс. тонн продукции. Темп прироста рынка 45%. Высокий темп роста рынка в прошлом году был в первую очередь обусловлен значительным увеличением объемов выпуска одного из лидеров рынка – компании «Пенетрон», и соответственно, увеличением поставок продукции в московский регион. Примерные планы по выпуску смесей в текущем году сообщили немногие респонденты. Несколько компаний, по их признанию, увеличат выпуск продукции очень незначительно. Напротив, лидер рынка – компания «Пенетрон» планирует существенно нарастить производство, в т.ч. в этом году, на заводе были запущены новые мощности. При построении прогноза мы ориентировались как на полученные ответы, так и на ситуацию на рынке сухих смесей в целом, учитывая, что заметный объем гидроизоляционных составов приходится на выпуск крупных производителей общестроительных ССС – Победит, Монолит, Глимс. По результатам исследований рынка общестроительных сухих смесей темп прироста рынка в 2007 году составил 22-24%, в 2008 году мы ожидаем прирост рынка на уровне 20%. Однако, судя по полученным данным от специализированных производителей гидроизоляционных смесей этот сегмент рынка растет более интенсивно. Можно предполагать, что в текущем году потребление гидроизоляционных смесей увеличится не менее чем на 30%.

Диаграмма 2-2

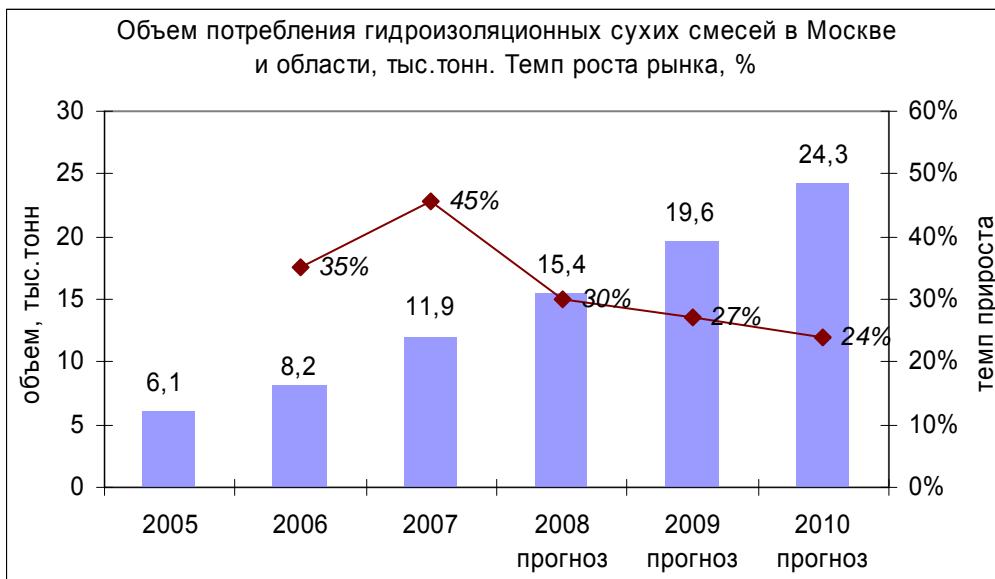
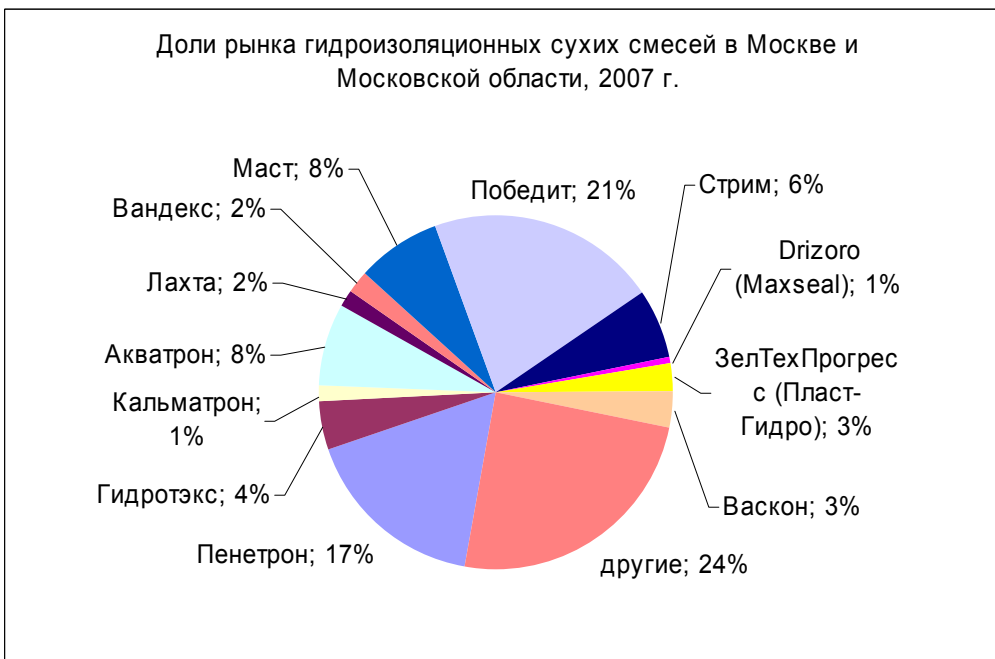


Диаграмма 2-3



3. ГИДРОИЗОЛЯЦИОННЫЕ И КРОВЕЛЬНЫЕ МАСТИКИ

3.1. Ассортимент представленной на рынке продукции

Учитывая широкий ассортимент материалов, относимых к классу мастик, при подготовке данного раздела исследования учитывалась продукция, используемая для сплошного нанесения при выполнении гидроизоляции помещений и/или кровли, и ремонтные мастики, используемые для ремонта и склеивания гидроизоляционных и кровельных рулонных материалов. Шовные и конструкционные мастики и герметики, предназначенные исключительно для заполнения (герметизации) швов и стыков строительных конструкций и не используемые для гидроизоляции поверхности стен и перекрытий (бетона, кирпича и т.д.) вынесены за рамки исследования.

В настоящее время на московском рынке представлены гидроизоляционные мастики не менее 52 производителей, в т.ч. продукция 14 зарубежных фирм (27% от количества компаний, чья продукция представлена на рынке региона). Продукция 26 компании (50%) выпускается в регионе. В текущем году выпуск мастик начала компания «Технологии промышленных покрытий». В прошлом году впервые были отмечены поставки в регион продукции завода «Кубаньгидроизоляция» под маркой SUDO. Наладить выпуск кровельных мастик в ближайшее время планирует фирма «Темп-гарант», производитель рулонных кровельных материалов. За изучаемый период (2005-2007) было прекращено производство гидроизоляционных и кровельных мастик на нескольких предприятиях, чья продукция поставлялась на московский рынок: «Ловин-огнезащита», «Гризальт», «Сланцы-Хим».

Производителей гидроизоляционных мастик можно условно разделить на две группы. Первая - производители рулонных кровельных и гидроизоляционных материалов, выпускающие мастику как дополнительный ассортимент. Вторая группа – компании специализирующиеся на производстве (или компании, поставляющие импортную продукцию) для решения широкого спектра задач по гидроизоляции и защите конструкций. Как правило, в ассортименте таких компаний присутствуют не только мастики, но и гидрофобизирующие жидкости, составы для защиты металлических элементов конструкций.

Диаграмма 3-1



3.2. Емкость и динамика рынка

По нашей оценке в Москве и области в 2007 году было использовано около 7,3 тыс. тонн кровельных и гидроизоляционных мастик, выпускаемых компаниями, указанными в таблице 1-1. Объем выпуска мастик предприятиями, расположенными в московском регионе, составляет около 13 тыс. тонн². Доля импортной продукции невелика, так же как и в случае с рассмотренными выше гидроизоляционными смесями (около 2%). Среди импортных материалов основной объем - материалы Гипердесмо (Alchimika, Греция), Индесол (Index, Италия), Флехендихт (Кнауф, Германия), ТехноПрок-Хаске (Huske, Канада).

Тем роста рынка небольшой, порядка 15% ежегодно. В 2008 году, возможно, темп прироста рынка составит более 18%, если будут успешно реализованы проекты по запуску новых производств («Темп-Гарант» планируют начать выпуск продукции в ближайшее время, «Технологии промышленных покрытий» - дилеры канадских и израильских продуктов, наладили выпуск собственного состава в конце 2007 года). Поскольку указанные компании находятся в Москве, реализация продукции будет в первую очередь налажена в данном регионе. При построении прогноза потребления гидроизоляционных и кровельных мастик на несколько лет вперед стоит учитывать и прогноз по рынку рулонных материалов. По самым оптимистическим прогнозам экспертов рост объемов продаж рулонных кровельных материалов в 2008-2009 годах вряд ли превысит 7-8% в год³. Основанием учитывать эти сведения служит тот факт, что более четверти объема выпуска мастик производят заводы кровельных материалов⁴.

Крупнейшие производители гидроизоляционных мастик в Москве «Нова-Брит» (мастика Брит) и «Спецполимер» (материалы Уникоут, Карбофлекс). Несколько меньшие объемы выпускают заводы «АйСиТи», «Гермопалст». Наибольшие доли в объеме продаж на московском рынке занимают компании «ТехноНиколь» и «Спецполимер». Также на московском рынке представлена продукция лидеров российского рынка гидроизоляционных материалов – компании «Растро» (продукты Ижора и Славянка) и «Сази» (мастики Тиобит, Сазиласт).

² Возможно, оценка несколько завышена, т.к. точные данные об объемах выпуска наиболее крупного производителя «ТехноНиколь» по конкретным заводам не известны, получена только оценка совокупного выпуска заводами холдинга

³ Зельманович Я.И. «Рынок рулонных битуминозных кровельных материалов: все не так плохо» //Строительные материалы №6 2008

⁴ Если рассматривать ситуацию по стране в целом. Поскольку большинство крупных заводов кровельных материалов расположены за пределами Москвы, основной объем выпуска кровельных и гидроизоляционных мастик в рассматриваемом регионе приходится на компании, занимающиеся производством мастичных и др. защитных составов для различных целей, и компании, выпускающие широкий ассортимент лакокрасочных материалов.

Диаграмма 3-2

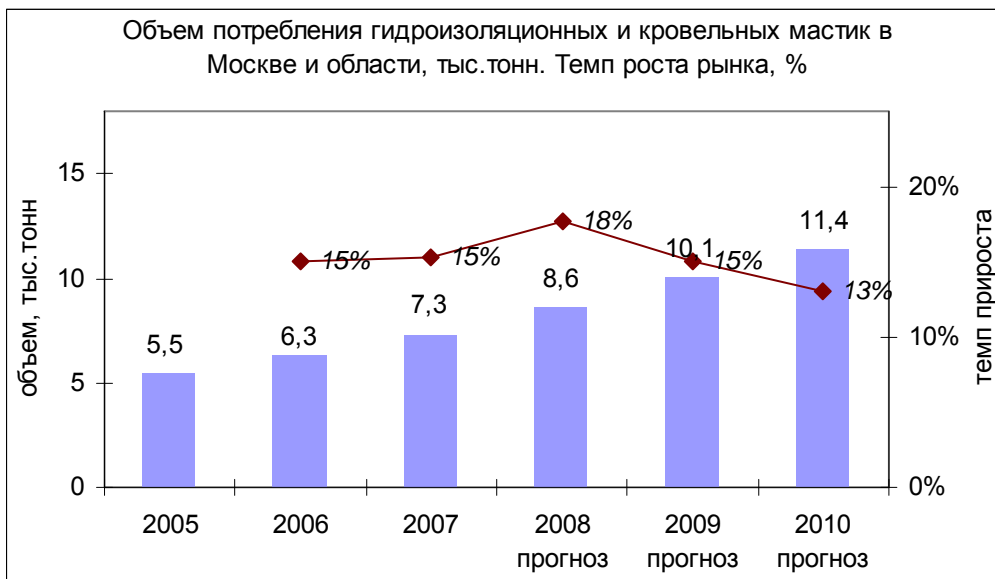
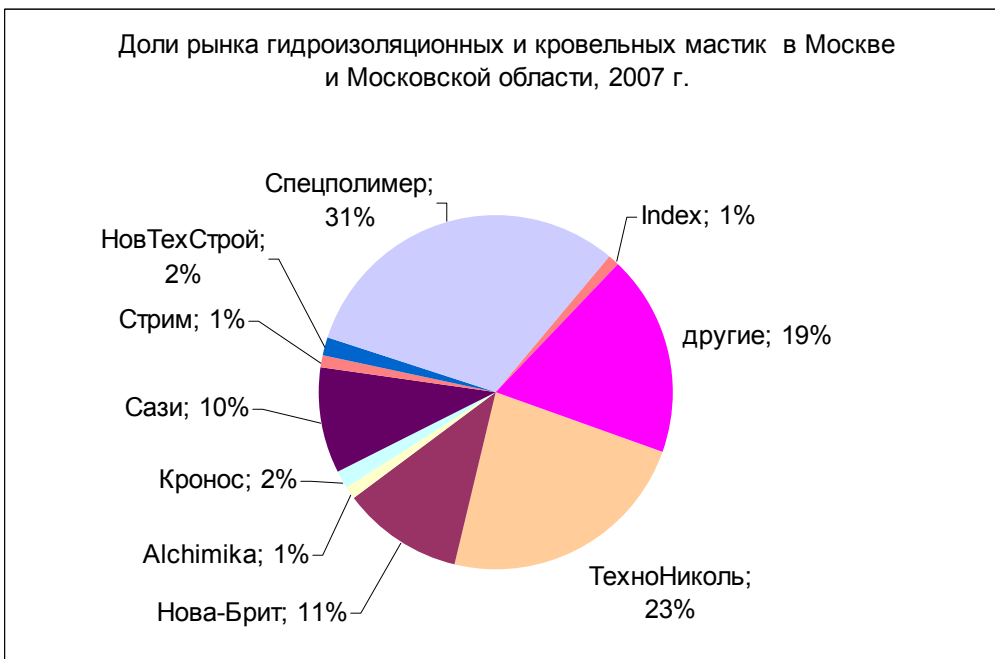


Диаграмма 3-3



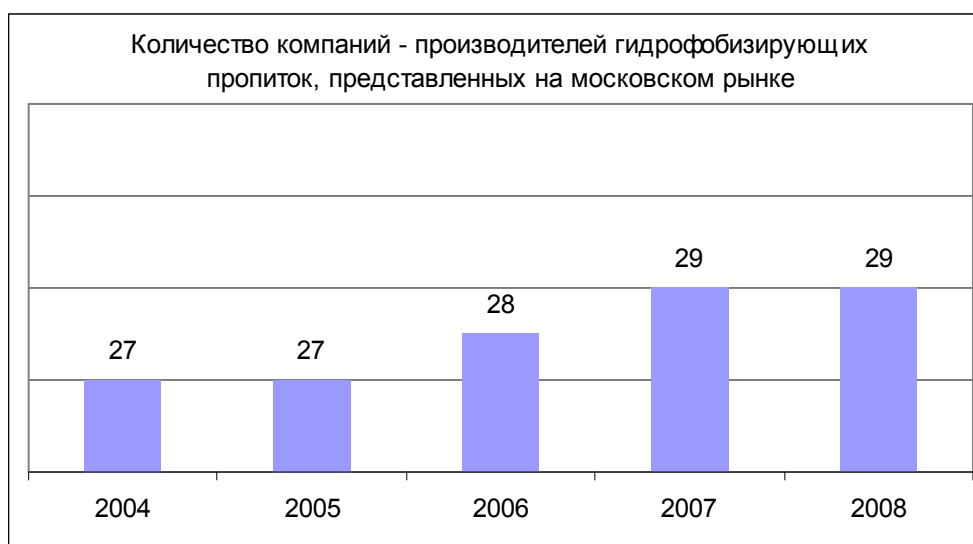
4. ГИДРОФОБИЗИРУЮЩИЕ ПРОПИТКИ

4.1. Ассортимент представленной на рынке продукции

В Москве и Московской области представлена продукция группы гидрофобизирующих жидкостей не менее, чем 29 производителей. Материалы половины представленных марок (52% от количества компаний, предлагающих в своем ассортименте гидрофобизирующие пропитки – продукция 15 фирм) завозятся из-за рубежа. В Москве расположено производство 9 компаний (31%). Данные о производителях и ассортименте приведены в таблице 1-1 Приложения.

В прошлом году на рынок гидрофобизирующих пропиток с новым продуктом вышел известный производитель био- и огнезащитных составов – компания «Рогнеда». Сведений о появлении в 2004-2006 годах новых производителей или прекращении выпуска гидроизоляционных пропиток получено не было. Увеличение числа представленных марок в 2006 году произошло благодаря появлению на российском рынке новой продукции концерна «AKZO NOBEL» - пропитки Casco Hydrostop.

Диаграмма 4-1



Компаний, специализирующихся на выпуске гидроизоляционных жидких составов, не много. В Московском регионе можно выделить только «Пента Силикон». Как правило, гидрофобизирующие жидкости предлагают компании, выпускающие лакокрасочную продукцию, или фирмы, предлагающие широкий ассортимент специализированных защитных материалов.

4.2. Емкость и динамика рынка

По нашим оценкам, в Москве и области в прошлом году было реализовано не менее 1610 тонн гидроизоляционных и гидрофобизирующих жидких составов. Объем выпуска продукции в регионе составил не менее 2,3-2,5 тыс. тонн. Основная доля приходится на одного из крупнейших отечественных производителей – «Пента Силикон».

Указать планируемые темпы роста продаж в 2008-2009 годах смогли сотрудники только нескольких предприятий. Поэтому при построении прогноза мы ориентировались на средний темп прироста за последние два года.

Несмотря на обилие импортных материалов, доля привозной продукции невелика. По данным об объемах ввоза рассматриваемой группы материалов на долю импорта в прошлом году пришлось около 9% потребления.

Диаграмма 4-2

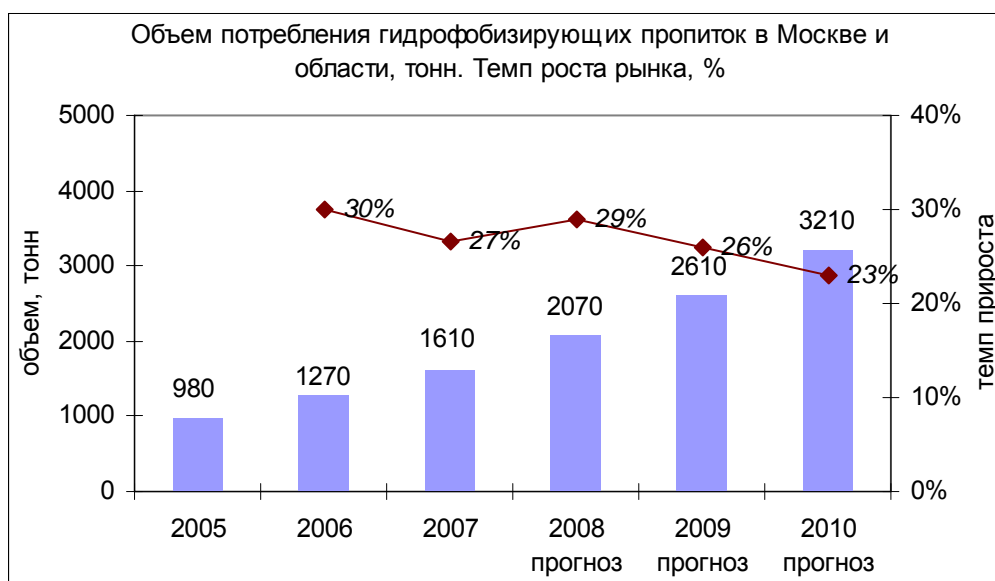
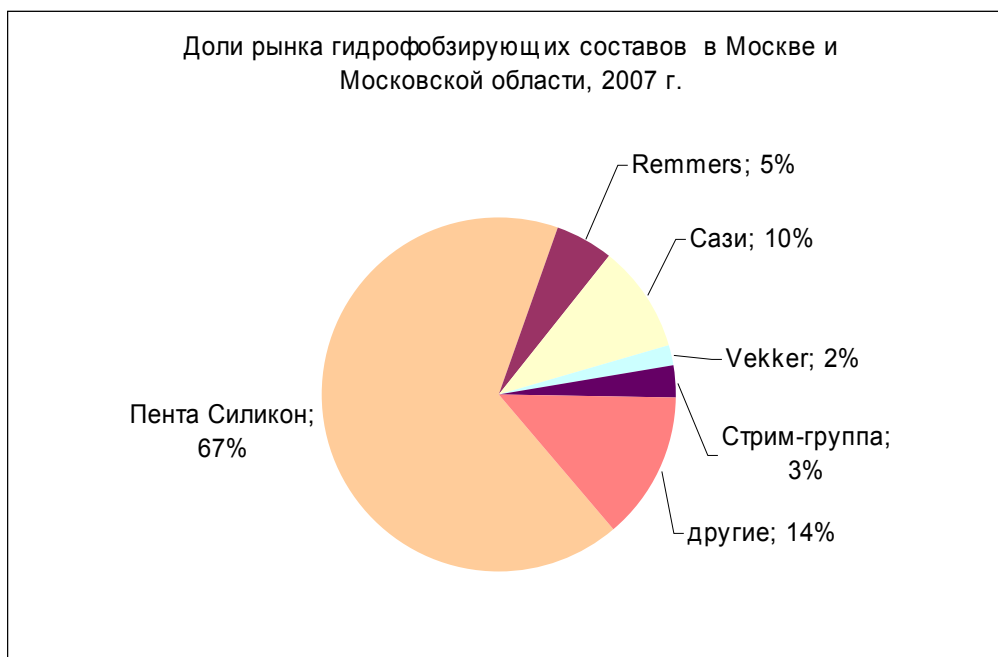


Диаграмма 4-3



4.3. Предпочтения потребителей в отношении гидроизоляционных материалов

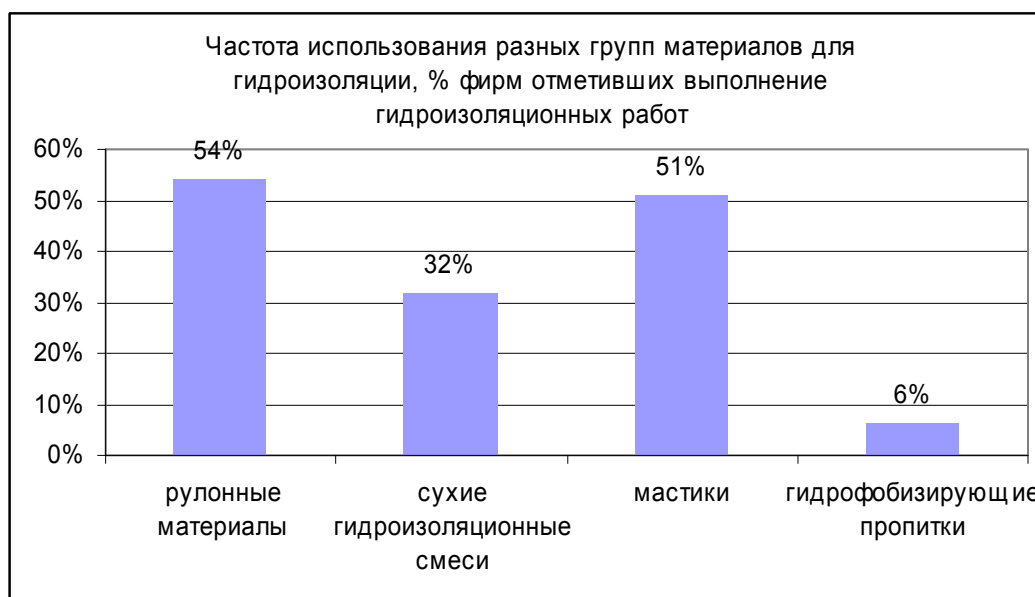
В ходе опроса строительных организаций, специализирующихся на работах по гидроизоляции помещений и кровли, было опрошено 62 компании. Из них 29% (18 фирм) указали на использование только рулонных и мембранных гидроизоляционных материалов. Таким образом, развернутых интервью об использовании сухих смесей, кровельных и гидроизоляционных мастик и гидрофобизирующих пропиток было получено 45 штук.

Примерно половина фирм (53%) отметила, что занимаются только гидроизоляционными и/или кровельными работами. Другая часть компаний указала также выполнение общестроительных и ремонтно-отделочных работ.

На диаграмме 2-4 приведены данные о частоте использования разных материалов для гидроизоляции. Как и следовало ожидать, большая часть опрошенных строителей применяет рулонные материалы и/или мастики. При чем из тех строителей, кто использует рулонные материалы, применение мастик отметили только треть респондентов. Остальные респонденты отмечали применение мастик, но не указали использование каких-либо рулонных материалов.

Гидроизоляционные сухие смеси применяли около трети опрошенных, гидрофобизирующие пропитки отмечали редко.

Диаграмма 4-4



На диаграммах ниже приведены данные о частоте использования гидроизоляционных сухих смесей разных марок и мастик разных производителей. Среди гидроизоляционных смесей чаще других отмечали использование продукции Пенетрон, Гидро-С, Ксайпекс и Шомбург. Частота использования по указанным маркам небольшая, т.к. все опрошенные респонденты отмечали по одному - два наименования смесей. 70% опрошенных назвали только одну марку используемых гидроизоляционных смесей. 20% опрошенных указали 2 марки и только 2 респондента отметили по 3 производителя, чьи гидроизоляционные смеси использовали в течение последнего года.

Перечень используемых опрошенными строителями гидроизоляционных мастик оказался несколько короче. Четверть опрошенных отметили использование мастик компании «ТехноНиколь». В группу «другие» мы отнесли названные материалы, производителя которых мы не смогли точно определить, в ряде случаев респонденты затруднились точно указать

производителя – отмечали, что использовали битумную мастику. В одном случае респондент отметил, что готовят самодельную мастику из битума и солянки.

Показать ясную картину использования гидрофобизирующих пропиток на основе результатов проведенного опроса не удалось. Из всех опрошенных фирм, выполнявших гидроизоляционные работы, только три фирмы отметили применение этой группы материалов.

На диаграмме 4-5 показана частота использования гидроизоляционных смесей и мастик для работ на разных объектах.

Большинство строителей использует перечисленные материалы в течение продолжительного времени. Почти половина ответивших на вопрос о стаже использования материалов отметили 7 и более лет (диаграмма 4-6). В среднем, стаж использования материалов составил 7,4 года. На вопрос об использовании каких-либо материалов рассматриваемых групп впервые в течение последнего года был получен только один утвердительный ответ – впервые покупали пропитку Атлас Делфин.

Ответов об отказах от работы с материалами мы получили больше. Четверть опрошенных отметили, что отказывались в течение последнего года от каких-либо материалов. В двух случаях были названы смеси Кальматрон по причине недостаточной пароизоляции поверхности, по мнению респондента, и трудностей с приобретением материала, отсутствием материала в рознице. Три респондента сообщили, что отказались от использования простых битумных мастик и стали использовать более прогрессивные материалы.

В основном гидроизоляционные материалы – сухие смеси, мастики и гидрофобизаторы приобретают напрямую у производителя или официальных дилеров. Закупки материалов в розничных магазинах или на строительных рынках отмечали редко (диаграмма 4-7). Каких-либо трудностей, связанных с приобретением материалов, большинство респондентов не замечает. Из опрошенных только 7 человек (16% полученных интервью) отметили неудобства, связанные с длительным временем доставки импортных материалов, которые они покупают под заказ.

Диаграмма 4-5



Диаграмма 4-6



Диаграмма 4-7



Диаграмма 4-8



Диаграмма 4-9



5. АНТИКОРРОЗИОННЫЕ СОСТАВЫ

5.1. Ассортимент представленной на рынке продукции

На рынке представлен очень широкий ассортимент антикоррозионных составов и покрытий по металлу. Для целей исследования мы постарались четко обозначить интересующую группу материалов. В ходе работ учитывалась продукция, удовлетворяющая следующим требованиям:

- составы с четким обозначением антикоррозионных свойств, продукция, имеющая в составе ингибиторы коррозии;
- составы для строительных металлоконструкций и промышленного оборудования;

Не рассматривались составы, предназначенные исключительно для антикоррозионной защиты автомобилей, финишные покрытия металлических поверхностей.

На сегодняшний день на московском рынке представлена продукция не менее 82 производителя. Из этого числа около трети марок – импортная продукция (материалы 27 фирм) и 36 компаний (44%) производят продукцию в пределах Москвы и области. Вероятно, количество представленных марок / производителей антикоррозионных составов на рынке Москвы и несколько больше. Многие производители лакокрасочных материалов имеют в ассортименте краски по металлу в т.ч. содержащие ингибиторы коррозии. Возможно, в ходе исследования мы не учли ряд небольших заводов ЛКМ, у которых в ассортименте могли присутствовать подобные составы.

В прошлом году на рынке появилась продукция краснодарского завода «Кубаньгидроизоляция», началось производство материалов марки Цинол (Центр антикоррозионной защиты объектов промышленности и гидросооружений). В 2005 году на рынок антикоррозионных покрытий вышли компании «Виколат», «Строймост», финская «Nor-maali», шведская «International PC». За это время, насколько нам стало известно, прекратила выпуск антикоррозионных составов «Ловин-огнезащита».

Диаграмма 5-1



5.3. Предпочтения потребителей в отношении антикоррозионных составов

Было получено 29 интервью компаний, выполняющих антикоррозионную обработку металлических строительных конструкций, в т.ч трубопроводов и резервуаров.

В отличие от компаний, выполняющих гидроизоляционные работы и работы по устройству промышленных полов, где половина фирм не специализируется на данных видах работ, фирмы, занимающиеся антикоррозионной обработкой, как правило, выполняют только защиту конструкций – огнезащита, химзащита, антикоррозионная обработка, или занимаются строительством инженерных сооружений – трубопроводов, ЛЭП, мостов, туннелей, где обработка металлоконструкций является неотъемлемой частью строительного процесса. Только 20% опрошенных фирм указали, что занимаются любыми ремонтно-отделочными работами и в т.ч. выполняли антикоррозионную обработку.

Не все опрошенные компании указали использование специальных составов для защиты металла, обладающих антикоррозионными свойствами. Неспециализированные материалы назвали 21% опрошенных - 4 респондента (14% ответивших) указали, что используют для окраски трубопроводов, промышленного оборудования и металлических элементов каркаса здания обычные пентафталевые, эпоксидные или масляные краски (ПФ-115, ЭП-0010, ЭП-140), одна фирма указала, что использует для этих целей гудрон. Еще одна компания отметила, что для обработки металлоконструкций использует составы так называемой жидкой резины. На диаграмме 5-4 показана частота использования антикоррозионных составов. Частота приведена от количества опрошенных, применявших специальные антикоррозионные составы (79% выполнявших работы по антикоррозионной защите). В группу «другие» отнесены ответы, без четкого указания производителя, например, составы на основе полимочевины.

Как и в случае с другими группами рассмотренных материалов, большинство строителей пользуется продукцией указанных производителей в течение многих лет. Среднее значение – 11 лет. На диаграмме 5-5 показано распределение опрошенных фирм по стажу использования антикоррозионных составов.

В отличие от материалов гидроизоляционной группы (сухих смесей и мастик), где большинство респондентов указывало на использование продукции одного производителя (86%), почти 40% фирм, выполнявших антикоррозионную обработку, отметили применение защитных составов двух или трех производителей.

Указывая преимущества материалов, респонденты отмечали надежность и долговечность покрытия, высокое качество и репутацию зарубежных марок. В ряде случаев было отмечено, что материал указан в проекте или изначально согласован с постоянным заказчиком.

Интересный показатель – значительная доля опрошенных назвала среди используемых продукцию зарубежных марок (40% применяли только импортную продукцию), в то время как по объему использования на привозную продукцию приходится небольшая доля (15% потребления антикоррозионных составов). Такую же картину мы видим и в отношении другой рассматриваемой группы материалов – полимерных полов. Среди строителей, использующих полимерные полы, 42% назвали только импортные материалы. Среди респондентов, применявших гидроизоляционные сухие смеси – 25%, гидроизоляционные мастики – 21%. Такая ситуация может быть связана с тем, что ряд отечественных производителей полов и антикоррозионных составов имеют собственные строительные бригады и выполняют значительные объемы работ собственными материалами, а строительные фирмы чаще работают импортными материалами. Гидроизоляционные материалы больше доступны в рознице и основной объем работ выполняют неспециализированные компании. В данном случае производителю имеет смысл предлагать услуги по выполнению работ, только если он может решать широкий спектр задач по гидроизоляции и защите конструкций и заниматься проектными работами в данной области.

Среди опрошенных строителей отказывались от работы с какими-либо материалами 3 фирмы (14% от всех компаний, выполнявших работы по защите металлоконструкций).

- 2 респондента отметили отказ от отечественных составов
- 1 респондент отметил отказ от продукции «International PC», по его мнению, составы этого производителя имеют недостаточную укрывистость. В настоящее время фирма использует продукцию «Teknos».

Закупают антикоррозионные составы в большинстве случаев напрямую у производителя или дилера, хотя закупки на строительных рынках и в строймаркетах также были отмечены (диаграмма 5-7).

Диаграмма 5-4

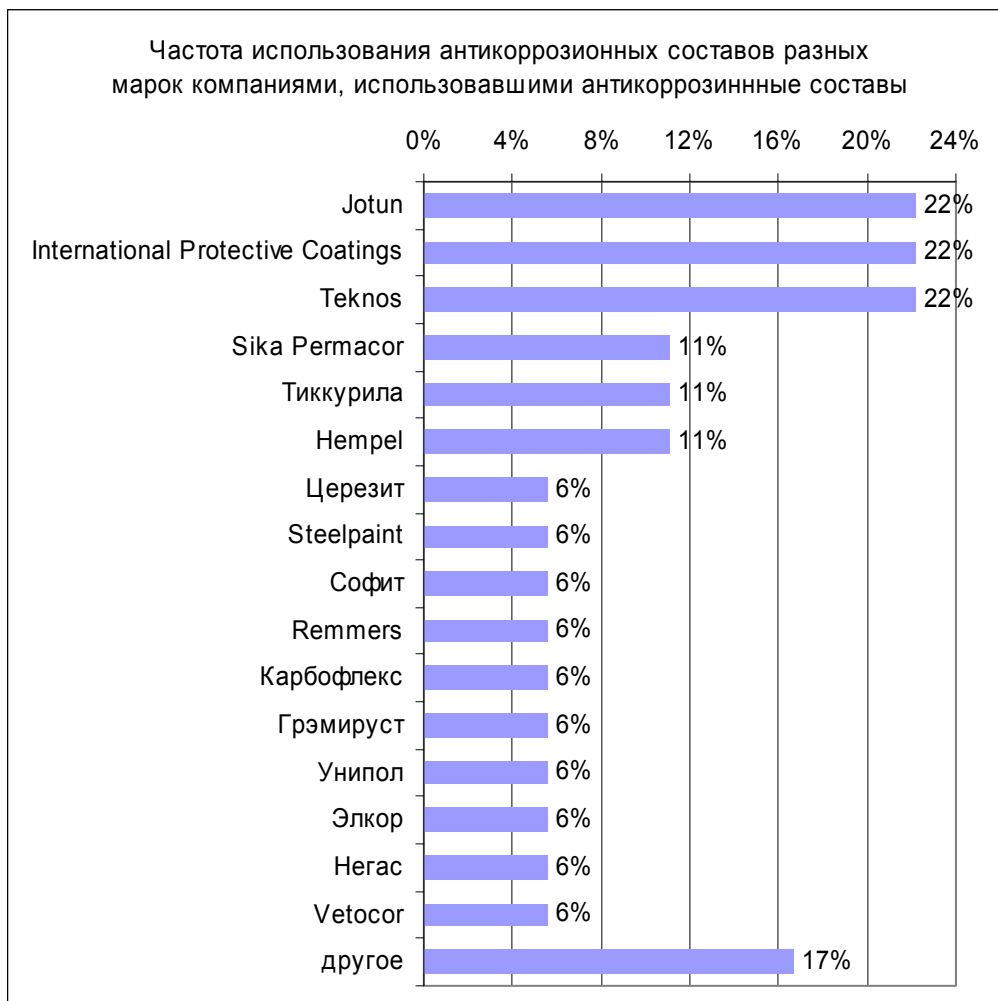


Диаграмма 5-5



Диаграмма 5-6



Диаграмма 5-7



6. ОТПУСКНЫЕ ЦЕНЫ

В таблице приложения «Таблицы_цены» приведены отпускные цены на продукцию ряда отечественных производителей и цены официальных дилеров некоторых зарубежных марок. Цены на полимерные составы для полов приводятся по трем группам по составу материала – эпоксидные, полиуретановые и метилметакрилатные компаунды с разбивкой по толщине покрытия (окрасочные, наливные и толстослойные покрытия) и указанием количества компонентов состава (односоставные, 2-х составные). Цены приведены на покрытия, применяемые в первую очередь для промышленных помещений со средними и высокими нагрузками. В таблицу не вносили цены на специфические продукты для устройства антистатических, термо- и химостойких покрытий.

Материалы для антикоррозионной защиты приведены с разбивкой по составу продукта. Из ассортимента производителей, предлагающих очень широкий спектр материалов для защиты металла, вносили покрытия, применяемые для защиты строительных металлоконструкций (металлические каркасы зданий, инженерные сооружения). Основное внимание уделено покрытиям для грунтования металлических поверхностей или пригодных для создания покрывного слоя без применения грунта. В таблицу внесено некоторое количество позиций поверхностных покрытий (наносимых по загрунтованной поверхности). Должны отметить, что у ряда производителей представлен очень широкий ассортимент финишных, в т.ч. декоративных антикоррозионных покрытий.

Ассортимент гидроизоляционных сухих смесей разбит на группы по назначению материала:

- гидроизоляция проникающего действия,
- обмазочная (или штукатурная) гидроизоляция,
- смеси для ликвидации течи (гидропломбы).

Мастичные материалы разделены на следующие группы по назначению:

- мастики кровельные;
- мастики гидроизоляционные для стен и др. поверхностей;
- гидроизоляционные мастики для швов и примыканий, а также ремонта кровельного ковра;
- универсальные мастики;
- мастики для дорожных работ;

Стоимость продуктов в любой из рассматриваемых групп различается в разы. Например, цены на эпоксидные составы для полов имеют разброс от 104 рублей за кг (покрытие Флорэп Б) до 536 рублей за кг (окрасочное покрытие Sapaol Disborex 467). При учете нормы расхода материала следует рассматривать цены на составы для пола уже в другом ракурсе с учетом толщины получаемого покрытия.

Цены на сухие гидроизоляционные смеси также имеют значительный разброс. Стоимость аналогичных материалов проникающего действия колеблется от самого дешевого варианта Акватрон-6 по 24 рубля за килограмм смеси до наиболее дорогого продукта – Пенетрон по 254 рубля кг. Показатели цен на гидрофобизирующие пропитки и антикоррозионные составы в таблице не приведены, т.к. на ряд продуктов цены указаны в килограммах, на часть в литрах, и усреднение цен в разных единицах измерения нам кажется не совсем корректным.

Таблица 6-4.

| | Значение цены, рублей за 1 кг | | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|
| | Среднее значение | Максимальное значение | Минимальное значение | Стандартное отклонение |
| Полимерные составы для пола | | | | |
| эпоксидные | 257 | 536 | 104 | 114 |
| полиуретановые | 211 | 505 | 72 | 95 |
| метилметакрилатные | 298 | 506 | 179 | 101 |
| Гидроизоляционные сухие смеси | | | | |
| проникающие | 65 | 254 | 24 | 48 |
| обмазочные | 69,5 | 207 | 4,6 | 55 |
| гидропломбы | 114 | 332 | 47 | 79 |
| Мастики | | | | |
| универсальные | 114 | 303 | 29 | 83 |
| кровельные | 150 | 493 | 26 | 99 |
| гидроизоляционные | 119 | 561 | 34 | 102 |

Для удобства сравнения в ценовых таблицах приведена стоимость за фасовку и за кг продукции, и указан объем фасовки. В таблицу заносили цены на «промышленные» фасовки (20-30 кг). В случае отсутствия крупной фасовки, указана стоимость за 1 кг или максимальная из предлагаемых производителем.

В таблице приведены только данные по отечественным производителям и представительством зарубежных фирм, предоставившим данные о ценах на момент проведения работы. Получить информацию о ценах на конкретные продукты систем полимерных покрытий для пола ряда марок не удалось. Во-первых, цены формируются исходя из особенностей объекта и объема закупки материалов индивидуально в каждом случае, и заказчик получает только конечную стоимость всего объема закупаемых материалов (включая грунтовки, наполнители, дополнительные материалы типа армирующий стеклосетки или резиновой крошки). Во-вторых, материалы данной группы в ряде случаев поставляются под конкретный заказ, и цены на материалы не значатся в базовом прайс-листе, поэтому в подобных случаях запрашиваются у зарубежного производителя. Данная ценовая политика проводится в т.ч. компаниями, поставляющими продукцию Mapei, Remmers, RPM-Belgium.

Аналогичная ситуация складывается и с рядом поставщиков импортных антикоррозионных составов. Поскольку речь идет о профессиональном использовании материалов и применении систем покрытий, состоящих из нескольких слоев разных продуктов, компании предлагают расчет необходимого количества материалов и стоимость всего объема поставки исходя из конкретного проекта работ (компании «Йотун Пэйнтс», «Стилпейнт», «Хемпель», «Технос»).