

# В 2014 ГОДУ РЫНОК СТРОИТЕЛЬНОЙ ХИМИИ В РОССИИ СОКРАТИЛСЯ НА 1,4%



**По данным доклада аналитического и маркетингового агентства PMR «Рынок строительной химии в России. Прогнозы на 2015–2020 годы», этот сегмент сократился примерно на 1,4% в прошлом году после 3%-ного падения в 2013 году. В 2014 году объем рынка достиг почти 15 млн тонн.**

Computer Assisted Telephone, научно-исследовательское подразделение PMR, в конце 2014 года провело телефонный опрос руководителей российских строительных и ремонтных компаний. Были опрошены представители почти 300 фирм. Как показало исследование, среди видов работ лидируют стяжка полов и устройство подложки для напольных покрытий. Об этом заявили 75% опрошенных компаний. Работы с применением толстой штукатурки проводят 65% компаний. Кладку керамической плитки и работу с другими видами облицовки осуществляют 63% опрошенных фирм. Теплоизоляционные и кладочные услуги предоставляются каждой второй компанией.

По мнению респондентов, клеи на основе цемента – самый популярный вид клея. В среднем на него приходится 64% общей площади, покрытой плиткой. Клеи на цементной основе – наиболее дешевые и универсальные виды клеев, что объясняет их популярность на рынке. Дисперсионные клеи, которые обладают большей адгезией и значительно дороже, как правило, применяются для декоративной облицовки из керамической плитки. Они используются в 7% случаев.

Данные результаты свидетельствуют о заметных изменениях в пропорциях по сравнению с предыдущим опросом, проведенным в 2012 году, и показывают значительное сокращение доли рынка клеев на цементной основе. Она снизилась на 18% в течение двух лет, в то время как доля более дорогих клеев неуклонно увеличивалась.

Опрошенным компаниям было также предложено вспомнить «спонтанно» (без заранее определенного списка ответов) названия компаний – производителей плиточных клеев. Наиболее высокой узнаваемость бренда среди опрошенных компаний, чей бизнес включает в себя плиточные клеи, оказалась у Henkel с торговой маркой Ceresit (31% ответов). Узнаваемость этого бренда выросла на 7% по сравнению с 2012 годом. В 2014 году Ceresit оказался впереди Knauf (второе место – 27% – снижение на 1 п.п. по сравнению с результатами опроса в 2012 году). Бренд Unis занял третье место.

Компаниям, специализирующимся на возведении стеновых конструкций, было предложено ответить на вопрос: используют ли они готовые смеси компаний – производителей строительной химии или же готовят раствор из полуфабрикатов, таких как песок, цемент, известь и вода.

Респонденты показали незначительно большее предпочтение готовым смесям при каменной кладке. Как показывают результаты последнего исследования, эти предпочтения начали снижаться (на 4 п.п. по сравнению с 2012 годом). И наоборот – доля компаний, предпочитающих готовить раствор на строительной площадке, выросла.

Специалисты PMR также представили в анкете несколько трендов в применении материалов для возведения стеновых конструкций и предложили компаниям их оценить: имели ли место рост популярности стройматериалов, снижение или отсутствие изменений? Например, по мнению респондентов, наиболее значительное падение популярности было зафиксировано в области строительства стеновых конструкций с использованием бетона и силикатных блоков. Около одной трети опрошенных компаний не отметили каких-либо изменений в популярности этих материалов.

Анализ показывает, что доля толстых штукатурок осталась прежней – такой же, как и была два года назад. Штукатурка на основе гипса на сегодняшний день наиболее часто используемая (55%), несмотря на плохую водостойкость гипса. Штукатурка на цементной основе является второй по популярности – ее доля 28%, хотя она характеризуется низкой проницаемостью воздуха и плохо совместима с минеральной ватой в качестве основы для систем теплоизоляции. Наиболее подходящие цементные и известковые штукатурки остаются на третьей позиции самых популярных штукатурок – 16%. Подрядчики могут приготовить штукатурный раствор на месте, используя необходимые ингредиенты, или же в качестве альтернативы приобрести уже готовый к употреблению продукт, предлагаемый компаниями-производителями. Респонденты в основном отдавали предпочтение готовым смесям (77%), только 25% – приготовлению смесей на строительной площадке.

Большинство российских строительных и ремонтных фирм предлагают услуги по выполнению стяжки пола: данный вид услуги является наиболее распространенным – 75%. Большинство заказов относятся к проектам в новостройках. Их доля в пропорции заказов, связанных с реконструкцией зданий, неуклонно растет на протяжении последних двух лет, достигнув 54% (по сравнению с 52% в 2012 году).

Из каждой десятки опрошенных компаний четыре замешивают растворную смесь на стройплощадке. Это на 7 п.п. больше по сравнению с предыдущим опросом – 2012 года. Связано это с экономией в условиях растущих цен. Это также подтверждает, что все большее количество компаний предпочитают готовить смеси для стяжки непосредственно на рабочем месте, в то время как число фирм, предпочитающих готовые смеси, сокращается.