РЕКЛАМА

СТЕНОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ: ОСОБЕННОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА

Повышение тарифов – традиционное начало года

В конце 2015 года в очередной раз пошли разговоры о повышении тарифов на ж/д перевозки. Акционерная компания «Украинская железная дорога» (созданная на базе «Укрзалізниці») объявила об увеличении тарифов на грузоперевозки по железной дороге на 15 %.

Повышение тарифа запланировано с 1 марта, хотя его могут и перенести на другую дату. Среди причин увеличения назывались рост цен на топливо, запчасти, электроэнергию и другую покупаемую компанией продукцию, а также рост инфляции, опережающий рост тарифов.

Казалось бы, к повышению тарифов можно уже и привыкнуть. Они поднимаются каждый год. И каждый год это влечет за собой повышение цен на стройматериалы и увеличение доли поддельной продукции.

Почему так важны ж/д перевозки? Ответ прост: у некоторых сегментов рынка стройматериалов это основной способ отгрузки. К примеру, около 65 % всей отгрузки изготовленного цемента происходит по железной дороге, и альтернативного способа просто нет. В связи с этим, производители данной продукции вынуждены перекладывать дополнительные издержки на конечного потребителя в виде увеличения стоимости цемента.

Но это не единственный строительный материал, доставка которого привязана к железной дороге. По украинским ж/д также перевозятся такие стройматериалы как камень, изделия из камня, гипса, цемента и керамики, черных металлов и древесины, штукатурка, цемент. Популярность ж/д транспорта подтверждают и данные Госстата. Так, к примеру, предприятиями транспорта за 2015 год было перевезено 601 млн тонн грузов, из которых на долю железнодорожного вида транспорта приходится чуть больше половины – 350 млн тонн.

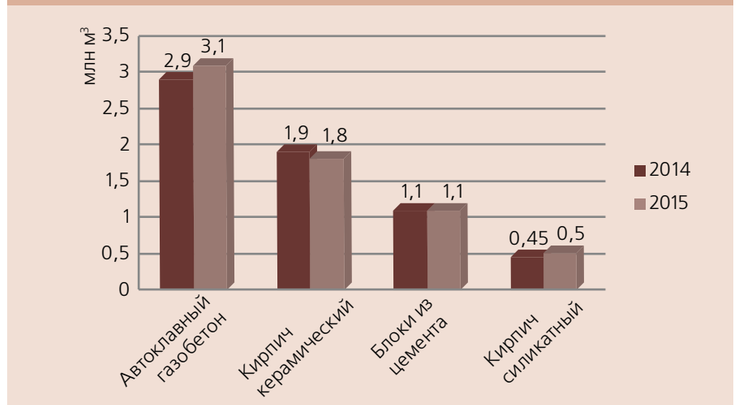
Увы, есть предприятия, у которых альтернативы железной дороги просто нет. Особенно там, где речь идет о транспортировке на дальние расстояния. К примеру, у «Слобожанской строительной керамике» (СБК) на железной дороге лишь частично замкнута отгрузка готовой продукции, при этом доставка сырья происходит только по железной дороге. Такая картина наблюдается не только у этого производителя. Многие предприятия также зависимы от данного вида транспорта. И повышение тарифов на перевозки, на те же 15 %, сразу же отражается на стоимости продукции и приводит к удорожанию как минимум на 5–6 %. Но это не все издержки подорожания грузоперевозок. Нужно добавить еще 2–3 % увеличения стоимости стройматериалов для тех отечественных потребителей, которым доставляется товар по железной дороге. Примерно настолько же будет дороже товар экспортных партий, так как стоимость доставки до границы Украины закладывается в стоимость продукции.

Казалось бы, можно отказаться от сотрудничества с «Укрзалізницею», но при больших объемах перевозок использование автотранспорта на сегодня все равно выходит в несколько раз дороже. Хотя некоторые компании пошли по этому пути. Например, UDK, Knauf, Aeroc полностью перешли на автоперевозки. Тем не менее, там отмечают, что повышение тарифов на УЗ хоть и косвенно, и в значительно меньшей степени, но все же отразится на стоимости их продукции.

Как видим, удорожание грузоперевозок неизбежно приводит к повышению стоимости продукции для конечного потребителя в среднем на 7–9 %. А это особо остро отражается на объемах продаж в период кризиса. Понятно, что при любых изменениях стоимости стройматериалов, застройщики вынуждены будут переплачивать и покупать необходимую продукцию. Пока у большинства компаний имеются складские запасы, которых должно хватить на 2–3 месяца. Но далее им все-таки придется закупать стройматериалы уже по измененным ценам. Параллельно будут упрощаться технологии строительства. Вместо монолитно-каркасного строительства предпочтительным станет панельное строительство. Также возможен возврат к кирпичным стенам, как одному из самых дешевых вариантов. Более того, по оценкам ряда экспертов, даже газоблоки сегодня слишком дорогая технология. Вместо них будут использовать шлакоблоки, а сверху утеплять самым дешевым пенопластом. Впрочем, вполне возможно, что кризис заставит застройщиков использовать энергоэффективные технологии, позволяющие быстро строить. Но на этот шаг могут пойти лишь единицы, так как это дополнительные расходы. Ведь кроме привлечения инвестиций, нужно провести сертификацию технологии в нашей стране, внести изменения в Государственные строительные нормы и прочее.

РЕКЛАМА

ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА СТЕНОВЫХ МАТЕРИАЛОВ В УКРАИНЕ ПО ВИДАМ, 2014–2015 ГГ. (Источник: Госстат Украины и ВААГ)



Годовые показатели отрасли

Нынешняя экономическая ситуация отрицательно повлияла на весь рынок строительных материалов. Практически во всех сегментах наблюдается снижение объемов потребления и соответственно производства. Основные причины падения производства стройматериалов связаны с общими экономическими тенденциями, а также утраченными рынками сбыта – зоны АТО и Крыма. Также отрицательную роль сыграли подорожание сырья (угля и газа) и возросшие транспортные затраты.

Производство. Пока на рынке стеновых материалов сильного падения не видно. У специалистов отрасли достаточно оснований говорить о минимальном сокращении физической емкости практически всех сегментов украинского рынка стеновых материалов. Более того, если взять за основу данные Госстата Украины, то 2015 год показал увеличение производства стеновых материалов практически по всем позициям. Исключением стал лишь сегмент керамического кирпича, где падение составило более 5 %.

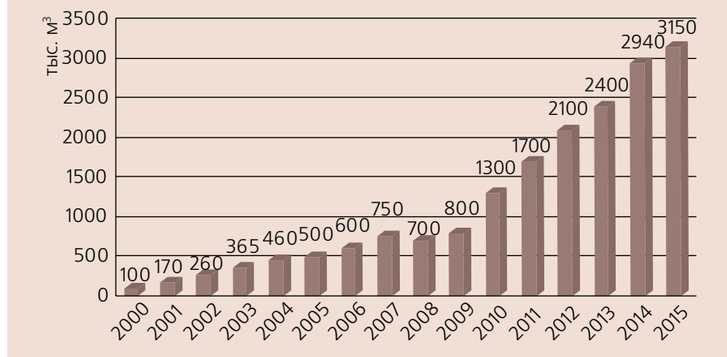
Несмотря на падение производства строительного кирпича, производство автоклавного газобетона продолжило наращивать объемы и в 2015 году достигло 3,1 млн м³ (для сравнения, в 2014 году было произведено 2,9 млн м³). Если говорить о темпах роста этого сегмента стройматериалов, то здесь мы видим стремительный рост. К примеру, за 8 лет (в период с 2008 по 2015 гг.) объемы продаж автоклавного газобетона в Украине с 0,7 млн м³ возросли до 3,1 млн м³. Производство блоков из цемента в 2015 году показало стабильность и объем в 1,1 млн м³, как и в 2014 году.

При анализе рынка стеновых материалов в разрезе долевого распределения, 2015 год особых изменений не показал. Бесспорным лидером стеновых материалов по объемам продаж по-прежнему является автоклавный газобетон. Более того, его доля на рынке в прошлом году возросла с 46 % до 48 %, за счет «выдавливания» керамического (-3%) кирпича.

Такая динамика объясняется проявлением на рынке Украине общеевропейской тенденции отказа от кирпича в частном строительстве в пользу пористых керамических или газобетонных блоков. А также общего роста потребления отечественной продукции за счет снижения импорта, так как увеличение курса евро привело к подорожанию стеновых материалов, и не позволило импортерам успешно конкурировать с местными производителями.

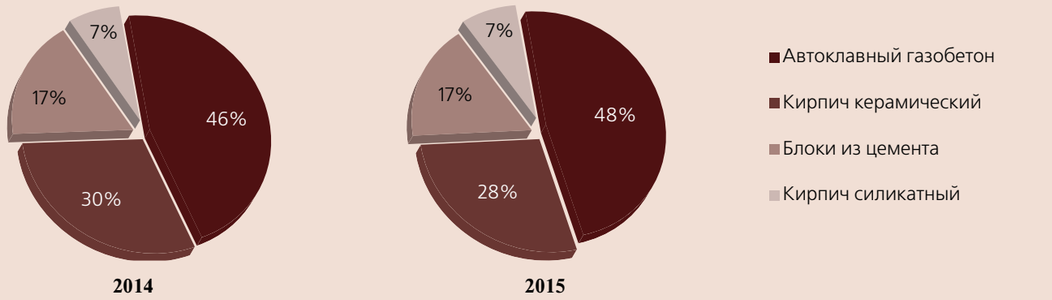
Потребление. Стеновые материалы – это продукт, который потребляется на рынке недвижимости и тенденции этого рынка являются определяющими для формирования спроса. Если посмотреть на ситуацию в сегменте нежилого строительства и в строительстве инженерных сооружений, то можно увидеть, что она повторяет общие тенденции строительной отрасли. Однако падение здесь в более обширных размерах. Особо болезненно почувствовал на себе экономические трудности сегмент нежилой недвижимости, где сокращение объемов строительных работ в 2015 году зафиксировалось на отметке -40 %, по сравнению с предыдущим годом. Дело в том, что сегмент нежилого строительства очень сильно зависит от кредитования, причем как со стороны заказчиков, так и со стороны исполнителей. А, как известно, девальвация национальной

ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ АВТОКЛАВНОГО ГАЗОБЕТОНА В УКРАИНЕ 2000–2015 ГГ. (Источник: ВААГ)



РЕКЛАМА

ДОЛЯ РЫНКА СТЕНОВЫХ МАТЕРИАЛОВ В УКРАИНЕ ПО ВИДАМ
(Источник: Госстат Украины и ВААГ)



валюты крайне негативно повлияла на банковскую систему, что привело к потере некоторых игроков (банков). А это, в свою очередь, плохо сказалось и на зависящей от кредитования строительной отрасли. В строительстве инженерных сооружений ситуация не столь критична и падение составило 25 %.

Как уже упоминалось, самый обширный класс потребителей стеновых материалов – это жилищное строительство (в особенности индивидуальное). Это один из драйверов роста стеновых материалов. Однако сейчас ставки по кредитам резко возросли, а объемы льготного жилищного кредитования населения резко снизились. Если в 2014 году в январе-сентябре было принято в эксплуатацию 6289,7 тыс. м^2 общей площади жилья, то в такой же период 2015 года – 6043,9 тыс. м^2.

Такое положение дел уже сильнее скажется на рынке стеновых материалов в 2016-2017 годах. При этом резкого падения, которое наблюдалось в предыдущий кризис, в этом сегменте строительной отрасли эксперты не прогнозируют.

С приходом новых технологий структура потребления строительных материалов претерпела изменения. Если ранее самый большой оборот, в сегменте строительных материалов, принадлежал цементу, кирпичу и бетону, то уровень применения кирпича сегодня значительно просел. Объем этого сегмента постоянно уменьшается. Этому способствует и рост объема использования в строительстве бетона, фасадного сплошного остекленения и иных материалов.

Такая динамика привела к тому, что если еще лет 9 назад строительному кирпичу принадлежало 71 % доли рынка, то сегодня его доля продаж на рынке составляет чуть более 30 %. Остальные же 65 % в сумме занимают блоки из цемента (17 %) и лидер продаж – автоклавный газобетон (48 %).

Сезонная динамика продаж в 2015 году ничего особенного не продемонстрировала. Та же, что и в прошлые годы: начало сезона – февраль–апрель; стабильный спрос в июне–сентябре, за счет «оживления» частных застройщиков, а вот конец года показал невиданную активность. Такая расстановка немного объясняется подходящими погодными условиями, неким затишьем на востоке страны и хоть хрупким, но равновесием гривны.

Что же касается структуры предложения на рынке, то по таким позициям, как облицовочный и клинкерный кирпич – спрос ниже предложения и клиентам есть из чего выбирать.

По «географии» спроса наиболее активными являются западный регион и юг страны и, как всегда Киев. И это связано не только с заработками людей, но и изменениями в стране – миграция, перенос курортных зон из Крыма и т.д.

Структура спроса на отечественном рынке стеновых материалов выглядит следующим образом: корпоративные заказчики, бесспорно, занимают лидирующие позиции, но из-за событий на востоке страны рынок плавно меняется в сторону частного застройщика. Многие, кто еще в прошлом году думал, что переселение временно, начинают «пускать корни», а это, как вы понимаете, влечет за собой увеличение строительства в частном секторе.

Еще одной отличительной чертой рынка стеновых материалов Украины является то, что в структуре спроса по происхождению продукции отечественная продукция доминирует в общестроительных материалах. При этом потребность в качественном материале с достаточным ассортиментом постоянно растет. Рынок все время требует разнообразия ассортимента: широкой цветовой гаммы, разных фактур, в том числе глазурей и посыпок. К сожалению, полностью удовлетворяющим спрос ассортиментом, пока обладают западноевропейские производители, и в этом их преимущество. По техническим показателям – прочность, морозоустойивость, влаго- и грязестойкость украинские стеновые материалы не уступают аналогам, изготовленным в Австрии, Германии или Голландии. Однако на украинском рынке стеновых материалов еще имеет место и типичная ситуация – не соответствие физического объема денежному. Как правило, отечественная продукция позиционируется преимущественно в нижнем и среднем ценовых диапазонах, тогда как импортная высокотехнологическая продукция – в среднем и премиум-классе (зачастую, это кирпич форм и расцветок, которые не производятся украинскими компаниями и используются для реализации необычных дизайнерских решений). Но будем надеяться, что со временем эта картина кардинально изменится, тем более, что уже есть определенные сдвиги. Так, например, по предварительным данным спрос на облицовочный керамический кирпич на украинском рынке строительных материалов в 2015 году составил около 100 млн. усл. шт. и на 97 % был удовлетворен за счет кирпича отечественного производства следующих компаний: «Керамейя», «СБК», «Евротон», «АПБ-ЦЕГЛА», «Белоцерковский КЗ». Импортные производители облицовочного кирпича Roben, Wienerberger, ABC Klinkergruppe, CRH, Lode реализовали небольшое количество кирпича и значительное влияния на рынок не оказали.

ТЕНДЕНЦИИ

Внешняя торговля. Объемы экспорта стеновых материалов в 2015 году показали снижение. В основном это объясняется закрытием ряда рынков, в частности, российского. Львиная доля экспортной продукции поставляется в Казахстан, и все больше развивается западноевропейский рынок.

С учетом нынешней ситуации и курса валют поставка продукции в Европу является вполне оправданной. К примеру, отечественный клинкер как минимум на 50 % дешевле импортных аналогов на рынке Украины, и даже с учетом логистики продукция наших компаний конкурентна. Работа с европейскими партнерами стала реальной после того, как ряд производителей получили сертификат качества ЕС, которым подтверждается соответствие товара технической спецификации и всем экологическим нормам Евросоюза.

Основные страны-поставщики стеновых материалов в Украину – страны ЕС, среди которых лидирующие позиции удерживает Польша.

Ключевые игроки. Как правило, сложная экономическая ситуация становится проверкой на прочность всех компаний, работающих на рынке. Практика показывает, что это испытание выдерживают более дальновидные компании, которые заранее готовятся к экономическим сложностям, учитывая опыт прошлых кризисов, а неэффективные игроки уходят с рынка. Многие мелкие игроки, под давлением падения спроса, вынуждены были свернуть свою деятельность. В основном в эту группу попали локальные производители с объемами не более 3 млн условных штук в год.

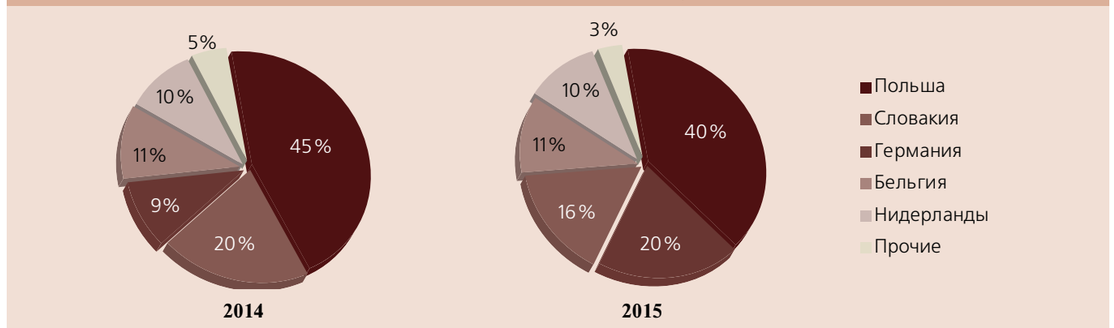
Впрочем, прервали свою деятельность не только мелкие компании. Например, в январе вынужден был приостановиться крупный игрок — производитель кирпича Кузьминецкий кирпичный завод, мощность которого составляет до 300 тыс. условных штук кирпича в сутки. Причиной временной приостановки стали судебные разбирательства, начавшиеся еще в 2012 году.

На фоне данных сложностей, многим крупным игрокам не только удалось удержаться на рынке, но и преумножить свои доходы. При этом в каждом отдельно взятом сегменте стеновых материалов свои лидеры.

К наиболее известным, в сегменте облицовочного кирпича, можно отнести: «Евротон», «Белоцерковский КЗ», «Слобожанская строительная керамика» (СБК), «АПБ-ЦЕГЛА» (Борзна), Prokeram (Ивано-Франковск), «Керамея» и другие.

Среди крупных заводов-производителей клинкерного кирпича можно выделить: «Евротон», «Керамейя», «Белоцерковский КЗ», «Слобожанская строительная керамика» (СБК) и другие. Но лидером отрасли клинкерного кирпича по праву выступает ООО «Керамейя». Это одна из немногих фирм, которые производят продукцию в большом ассортименте, как по цветовой гамме, так и с использованием различных технологий (флэш, накатка или посыпка). Представлен на украинском рынке и клинкер из Германии, Бельгии, Польши, Австрии: ABC-Klinker, Roben, Olfry, Eko-Klinker, Terca и другие.

ДОЛИ СТРАН-ПОСТАВЩИКОВ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ИМПОРТА КЕРАМИЧЕСКОГО СТРОИТЕЛЬНОГО КИРПИЧА ИЗ ЕВРОПЫ, (Источник: Госстат Украины)



РЕКЛАМА

КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

До кризиса производство газобетона представлялось одним из самых перспективных бизнесов в сфере строительных материалов. Как же обстоят дела сегодня? Как выглядит структура спроса? В чем особенность развития отечественного рынка газобетона в кризисное время? На эти и другие вопросы отвечает Олег Сиротин, исполнительный директор Всеукраинской ассоциации производителей автоклавного газобетона (ВААГ)

Экономический кризис ощущается и на рынке стеновых материалов. У одних видов материалов это связано с падением объемов продаж, у других – с падением цен на продукцию. А те материалы, которые упали и в цене и в объемах продаж просто исчезли с рынка. В первую очередь, это касается стеновых материалов зарубежного производства.

На украинском рынке представлены все стеновые материалы. Как говорится, на каждый товар найдется свой покупатель. В последнее время пенобетон (неавтоклавный ячеистый бетон) практически исчез со строительного рынка ввиду более худших своих потребительских свойств по сравнению с автоклавным газобетоном. Не помогла даже низкая цена на данную продукцию. Покупатель стал более проинформированным и разборчивым при выборе той или иной строительной технологии. Именно благодаря высоким потребительским свойствам автоклавного газобетона потребление данного материала в Украине от года к году растет.

Основным потребителем автоклавного газобетона является частный застройщик, строящий индивидуальные малоэтажные дома. Это примерно 80 % потребления от общего количества производимой в Украине продукции.

Наибольшим спросом среди всех стеновых материалов на сегодняшний день в Украине пользуются блоки из автоклавного газобетона. По данным Ассоциации доля стеновых блоков из газобетона заняла в 2015 г 48 % от общего объема всех стеновых материалов. Для сравнения, в 2013 г доля автоклавного газобетона составляла 43 %, в 2014 г – 46 % от объема всех стеновых материалов.

Конструкционно-теплоизоляционный ячеистый бетон автоклавного твердения (газобетон) сочетает в себе высокие прочностные характеристики и прекрасные теплоизоляционные свойства. Такое преимущество материала позволяет быстро и качественно возводить малоэтажные дома с несущими стенами из автоклавного газобетона без применения железобетонного каркаса и дополнительного утепления. Данная технология снижает капитальные затраты при строительстве дома и позволяет не переплачивать жильцам при его эксплуатации. Однослойные наружные стены из газобетона плотностью 400 кг/м^3 шириной 400 мм обеспечивают нормативное сопротивление теплопередачи $R \geq 3{,}3$ м^2·К/Вт.

В многоэтажном монолитно-каркасном строительстве выполнение ограждающих конструкций из блоков автоклавного газобетона осуществляется без ограничения этажности. При этом, за счет низкого объемного веса газобетона и его низкой теплопроводности уменьшаются нагрузки на фундамент и каркас здания и получается дополнительная экономия от уменьшения толщины утеплителя.

Помимо экономических преимуществ, помещения из автоклавного газобетона обладают прекрасным микроклиматом. Высокая паропроницаемость и теплоаккумулирующая способность позволяют комфортно чувствовать себя жильцам дома. По экологичности автоклавный газобетон среди строительных материалов занимает 2 место после древесины. Это не удивительно, газобетон по объему на 70–80 % состоит из пор, заполненных обыкновенным воздухом.

География продаж автоклавного газобетона в Украине выглядит более-менее равномерно. Есть регионы, например Одесса и Одесская обл., где доля газобетона среди всех стеновых материалов достигает почти 90 %. Традиционным местным строительным материалом были блоки из ракушняка (пиленного известняка), которые без особых проблем заместились более совершенными (с точки зрения геометрии, прочности и теплопроводности) блоками из автоклавного газобетона. Есть регионы, где местным стройматериалом из покон веков был глиняный кирпич. Здесь доля продаж газобетона была меньше. Но с учетом повышения норм энергоэффективности, ростом цен на энергоносители, желанием строить и покупать жилье по антикризисным ценам в последнее время наблюдается устойчивый прирост продаж автоклавного газобетона.

Относительно выбора, то рядовой украинский потребитель при выборе стеновых материалов в первую очередь обращает внимание на соотношение «затраты при строительстве/экономия при эксплуатации». Выбор делается в пользу недорогих строительных технологий, обеспечивающих минимальные эксплуатационные издержки как на обогрев дома, так и на его ремонт. При этом энергоэффективность стенового материала в последнее время выходит почти на первое место. Именно благодаря высоким теплоизоляционным свойствам газобетона и относительно невысокой стоимости материала, он пользуются огромным спросом среди потенциальных застройщиков. Помимо этого, благодаря крупному формату блока и его точной геометрии, стоимость укладки газобетона за 1 м^3 дешевле стоимости кладки мелкоштучного кирпича и т.д. А долговечность газобетона позволяет увеличивать сроки межкапитального ремонта зданий.

Анализ рынка будет не полным, если мы не затронем вопрос стоимости. Цены на автоклавный газобетон в 2015 г менялись не значительно. Чуть подросли в «высокий» строительный сезон и вернулись на свои позиции ближе к зиме. По нашему мнению, автоклавный газобетон в Украине слишком недооценен с точки зрения «свойства материала/цена на материал» даже в национальной валюте. Динамика изменения стоимости других стеновых материалов в 2015 г была выше. Это, в первую очередь, связано с более высоким удельным весом энергоносителей в себестоимости продукции. По поводу 2016 г можно сказать, что стоимость как газобетона, так и других материалов будет расти. Это связано с ростом цен на сырье, логистику и т.д.

Выпуском крупноформатных стеновых материалов в Украине занимается не такое большое количество предприятий как, например, кирпича рядового. Здесь можно выделить несколько направлений. Начнем с керамических блоков. Глиняные блоки на украинском рынке представлены отечественными и зарубежными производителями. Среди ввозимой продукции наиболее популярен керамический блок польского концерна Wienerberger, австрийской компании Leier Baustoffe и другие. А отечественный продукт представлен ТМ: «Русиния», «Кератерм», «Керамкомфорт», Porotherm и другие.

На сегодняшний день лидерами по объему производства автоклавного газобетона в Украине являются компании ООО «Ориентир-Будэлемент», выпускающая продукцию под ТМ STONELIGHT и компания ООО «Аэрок», выпускающая продукцию под одноименной ТМ. Производственная мощность каждой из этих компаний составляет около 1 млн м^3 продукции в год. Лидерами по качеству продукции, помимо этих двух компаний, являются компании ООО «ЮДК», выпускающая продукцию под ТМ UDKGAZBETON и ООО «Енерджи Продакт», выпускающая газобетон под ТМ ENERGY PRODUKT. Мощность каждой из этих компаний составляет чуть больше 440 тыс. м^3 в год.

РЕКЛАМА

Ценовые изменения. Производство стеновых изделий сопряжено с высокими энергозатратами, что негативно отражается на стоимости производимой продукции. При возрастании цены на «голубое топливо» до европейского уровня, к примеру, себестоимость лицевого кирпича возрастает на 15 %, клинкерного – на 20 %. На отпускной цене завода это отражается почти в полной мере, поскольку в последнее время производители работают с минимальной рентабельностью по причине конкуренции со стороны аналогов ТМ и межтоварной субституции со стороны заменителей.

Несложно прогнозировать, что с возрастанием курса евровалюты и стоимости технологического топлива цена отечественного продукта продолжит свой рост. Понимая это, производители пытаются максимально удержать цены и искать способы оптимизации своего бизнеса. К примеру, газобетонщики, используя рекуперацию, частично заменяют газ паллетами. Это позволяет сократить использование газа в два с половиной раза, тем самым удерживая цены на производимый товар.

Анализ средних цен в 2015 году по сравнению с ценами 2014 года показал рост на 25–30 %, по прогнозам на 2016 рост цен может составить 20–25 % в зависимости от уровня колебания курса национальной валюты.

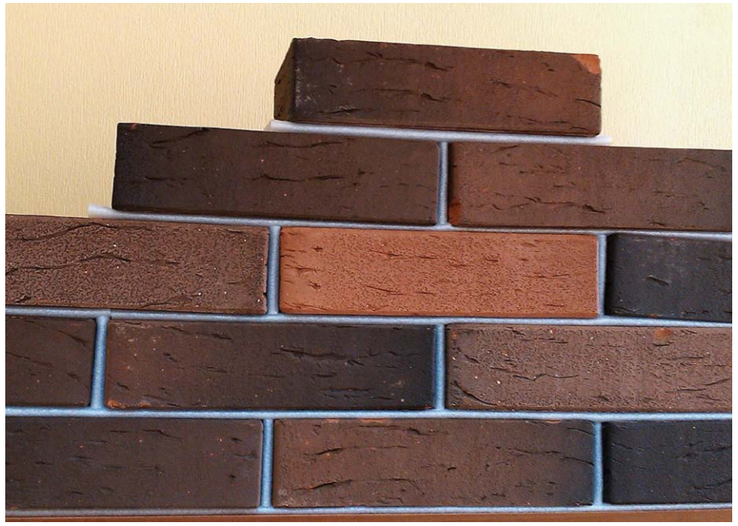
СТОИМОСТЬ СТЕНОВЫХ МАТЕРИАЛОВ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ, ГРН/М^3

Ценовой диапазон	Группа товаров
до 600	кирпич рядовой, низкокачественный пенобетон, тырсоблок, ракушняк, шлакобетон, бетонные пустотелые блоки, несъемная опалубка из пенополистерола
600–1000	газобетон, качественный пенобетон, керамблок, тырсоблок, бетонные пустотелые блоки, блоки из керамзитобетона, несъемная опалубка из древесного наполнителя
1000–1500	арболит, керамблок, импортированный газобетон, несъемная опалубка из древесного наполнителя
более 1500	брус деревянный клееный, оцилиндрованные бревна

Перспективы

Политико-экономическая ситуацию, в том числе и колебание курса валют, привела к тому, что стоимость западного кирпича в гривневом эквиваленте значительно увеличилась. Это, в свою очередь, повлияло на структуру рынка стеновых материалов – местные аналоги в большей степени вытеснили импортную продукцию. Сегодня этот факт дает существенный толчок к развитию отечественного производства стеновых материалов. Тем более, что украинская продукция не уступает по качеству, но значительно дешевле иностранных образцов, а компании намерены и дальше расширять ассортиментную линейку керамической продукции высочайшего качества по украинским ценам.

В этих условиях, по мнению специалистов, меньше всех на рынке кирпича пострадает лицевой кирпич высоких прочностных марок, так как наиболее близкий к сравнительно недорогому субституту клинкера.



Спрос на клинкер, как продукт приближенный к элитному, также особого падения не испытает, по сравнению с премиальными и изделия средней цены, того же назначения. Относительно стеновых блоков – их популярность и далее будет возрастать.

Большие перспективы развития у загородного малоэтажного строительства, и доля кирпичного домостроения в этом сегменте обязательно будет расти. Ведь среди потребительских характеристик кирпича: гигроскопичность, отличная тепло- и шумоизоляция, высокая степень надежности и долговечности, которые позволяют создавать в кирпичных домах оптимальный микроклимат и комфорт для проживания. И не случайно квартиры в кирпичных домах всегда пользуются активным спросом у покупателей.

По мнению аналитиков, на протяжении первой половины 2016 года инвесторы будут еще достаточно осторожны в отношении инвестиционных возможностей Украины. Однако, как только мировое сообщество увидит позитивные изменения в нашей стране – ситуации сразу же изменится и интерес инвесторов к рынку недвижимости повысится.

Хотя на рынке стройматериалов негативных прогнозов больше, чем позитивных, давайте надеяться, что в 2016 году общего состояния экономики улучшатся, и показатели отрасли пойдут вверх. Главное – вовремя реагировать на новые потребности покупателей и использовать возможность, которую предлагает сам рынок.

Светлана Бондаренко

Редакция благодарит Всеукраинской ассоциации производителей автоклавного газобетона за помощь в подготовке материала