



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ.**

Москва, июль 2011



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

1.1. Определение предмета исследования

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие и смежные рынки

1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

2.1. Сегментация Рынка по месту установки терминала

2.2. Сегментация Рынка по модели работы

2.3. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

3.1. Объем Рынка

3.2. Темпы роста Рынка

3.3. Емкость Рынка

3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Сегментация игроков Рынка

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Ценообразование на Рынке

5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на Рынке

5.4. Основные каналы продвижения на Рынке

5.5. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

6.3. Влияние кризиса на потребительскую активность

6.4. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERLE-анализ Рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на Рынок



Маркет
Аналитика

7.4. Перспективы развития Рынка
IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

Влияющие и смежные рынки

Строительная отрасль, оказывающая влияние на рынок керамической плитки, переживает спад вследствие кризиса: ввод жилья в РФ в 2010 году сократился по сравнению с 2008 годом на 6,55% - до 58,4 миллиона квадратных метров. По сравнению с 2009 годом падение рынка было не столь существенным всего 2,5%.

.....

При исследовании рынка керамической плитки стоит обратить внимание на рынок напольных покрытий, который так же очень зависим от развития строительства в стране. До кризиса средние темпы роста на рынке напольных покрытий составляли около 20 % в год, в 2008 году темпы роста упали до %, а в самый тяжелый 2009 год на рынке наблюдалось падение, которое в различных сегментах составило от до %.

.....



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

Сегментация Рынка по виду плитки и области применения

Основной параметр сегментации для керамической плитки — назначение/область применения — позволяет выделить следующие группы:

- керамическая плитка для отделки поверхностей внутри помещения (полов и стен),
- керамическая плитка для наружных отделочных работ (облицовка фасадов, балконов, террас и т.д.),
- керамическая плитка для бассейнов,
- керамогранит (универсальное применение).

Таблица. Технико — коммерческая классификация керамической плитки

Тип	Водопоглощение, %	Метод формования	Основное назначение
глазурованная поверхность			
Майолика			
Коттофорте			
светлая плитка с однократным обжигом			
красная плитка с однократным обжигом			
фаянс — белая керамика			
Клинкер			
неглазурованная поверхность			
Котто			
красный грес (красная керамика)			
грес «порцелланато» (белая фарфоровая керамика)			



Источник: Техническая инфотека «Ной-Хаус.ру»

Сегментация Рынка по типу сырья

Сырьем для производства керамической плитки являются природные материалы - различные сорта глины (для придания пластичности) с добавлением полевого шпата (для придания плавкости) и кварцевого песка (для придания твердости корпусу плитки).

В зависимости от состава и типа глины (красная, белая), основа плитки может быть цветной (от желтой до темно-красной) или светлой.

Сегментация Рынка по структуре основы

Керамическая плитка может изготавливаться с плотной как стекло или пористой основой/утеля. Это чрезвычайно важная характеристика плитки, так как от пористости зависит и водопоглощение, которое, в свою очередь, определяет ее морозостойкость, механическую прочность и, следовательно, область применения. В зависимости от водопоглощения керамических плиток необходимо подбирать и подходящие материалы для их укладки.

.....

Сегментация Рынка по способу формования

Для изготовления корпуса плитки сырьевые материалы тщательно измельчаются и перемешиваются для получения совершенно однородной массы для последующего формования.

Способы формования керамической плитки можно разделить на три основные группы:



- экструзия,
- прессование,
- прочие способы (ручное формование, литье стеклянной мозаики).

.....
Таблица. Классификация керамической плитки в соответствии с нормами ISO 13006

Способ формования	Группа I $E \leq 3\%$	Группа IIa $3\% < E \leq 6\%$	Группа IIb $6\% < E \leq 10\%$	Группа III $E > 10\%$
A (экструзия)				
B (прессование)				

Источник: Техническая инфотека «Ной-Хаус.ру»

Сегментация Рынка по наличию глазури

Керамические плитки подразделяются на неглазурованные и глазурованные.

.....

Сегментация Рынка по количеству процедур обжига

Процесс производства плитки предусматривает однократный или двукратный обжиг.

.....

Сегментация Рынка по форме и размеру

Самая распространенная форма керамической плитки - квадратная и прямоугольная, однако встречается шестигранная, восьмигранная и др. Размеры могут быть от мозаичной - площадь поверхности менее 90 кв. см до плит со стороной более 60 см. Стандартная толщина плитки - 2-2.5 см. Стандартный размер плитки — 25 x 30 см.



Сегментация Рынка по цене

Ценовая сегментация позволяет выделить следующие группы:

- эконом - плитка производства российских заводов и стран ближнего зарубежья, отличающаяся простотой дизайна, стоимостью за 1 кв.м. - не более евро
- стандарт - плитка отечественного производства и некоторых зарубежных марок, стоимостью евро за кв.м
- средний ценовой сегмент - евро за кв.м.
- сегмент премиум - преимущественно импортная плитка ведущих европейских производителей, стоимостью евро за кв.м. и выше.



3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

Если в 2008 г. рынок керамической плитки по инерции показал рост, то в 2009 г. все участники рынка заметили существенное снижение спроса на керамическую плитку, в связи с чем сократили объемы выпуска. Однако уже в 2010 году замечен рост. 2010 уже обошел по производству керамической плитки показатель 2006 года. Производство плитки для фасадов и вовсе стало рекордным.

Объем производства

Согласно официальной статистике, объем производства керамической плитки в 2010 г. увеличился на% по сравнению с 2009 г. Рост производства замечен во всех сегментах рынка. Производство керамической плитки для стен увеличилось на%, производство плитки для полов выросло на%..

Таблица. Объемы производства керамической плитки в 2004 – 2010 гг., млн.кв.м

Сегмент рынка	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Плитка для стен						
Плитка для полов						
Плитка для фасадов						
Всего						

Источник: ФСГС РФ

Стоит отметить, что рост рынка продолжается и в этом, 2011 году. По данным ФСГС РФ за январь-май, рост объемов производства керамической плитки составляет % по



отношению аналогичному периоду прошлого года. Если производители сохранят заданный темп, то годовая сумма произведенной керамической плитки составит 132, 6 млн.кв.м.

Импорт/ экспорт на рынке.

Статистика производства и внешней торговли позволяет оценить объем рынка в 2009 г. в млн.кв.м. в натуральном выражении. В 2010 году данная цифра выросла домлн.кв.м. По сравнению с 2009 г., рост рынка составил %, рост продолжится и в 2011 году.

Темпы роста Рынка

Рынок керамической плитки до кризиса 2008 г. рос быстрыми темпами — на% в год. Это было связано с повсеместным увеличением объемов выпуска, строительством новых производственных линий. Однако в 2009 г. все производители скорректировали производственные планы, сократилось также количество сделок, и рынок показал отрицательный прирост. Однако уже в 2010 году рынок ожил, и показал первые признаки роста. Ожидается, что в 2011 году рост продолжится и достигнет лучшего, до кризисного, показателя.

Емкость Рынка

Несмотря на падение объемов производства, в период кризиса, рынок керамической плитки считался одним из самых перспективных среди строительных материалов. Ведущие игроки лишь временно скорректировали свои инвестиционные программы, надеясь переждать нестабильные времена.

Очевидно, что рынок еще не достиг насыщения, поскольку
.....
.....



3. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

Уровень конкуренции, параметры конкуренции

На долю трех крупнейших производителей керамической плитки в настоящее время приходится примерно ...% от объема рынка в натуральном выражении. Усиление конкуренции между игроками в борьбе за клиентов, сокращением количества новых (созданных с нуля) компаний и ростом количества сделок по приобретению действующих предприятий. Все эти факторы говорят о том, что рынок находится в стадии оства. На этом этапе развития все большую значимость начинает играть размер компании.

Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Холдинг «ЮниТайл»

www.unitile.ru

О компании

- История холдинга начинается в 1964 г. с запуском "Шахтинского фаянсового завода". Производство керамической плитки было начато в 1978г., керамогранита — в 2005 г.
- В 2007 г. ОАО «Стройфарфор» завершило сделку по приобретению «Воронежского керамического завода» и завода «Кварц»
- В 2008 г. Состоялся пуск "Маркинского кирпичного завода" по производству керамического облицовочного кирпича.
- С 2009 г. премиальный сегмент продукции холдинга выпускается под маркой "UNITILE". На рынке популярен также бренд «Шахтинская плитка»
- В настоящее время производственная база холдинга включает также предприятия «УкрРосКаолин» и «Владимирский карьер тугоплавких глин», которые служат площадкой по добыче и переработке сырья для керамической промышленности.

Стратегическое развитие



- Холдинг «ЮниТайл» стремится к укреплению лидирующей позиции на Рынке
- Поскольку рентабельность сектора дешевых строительных материалов снижается, холдинг, вслед за формированием на юге и в центре России прослойки населения с доходами выше среднего уровня, стремится к продвижению продукции в более дорогих сегментах, развивая, в частности бренд UNITILE.
-

Планы развития

- Холдинг планирует к 2012 году увеличить выпуск керамической плитки с нынешних 41,5 млн. до 120 млн. кв. м в год.
- Освоение новых технологий и расширение производства керамогранита
- ...
- ...
- ...

Распространение

- Подразделение «ЮниТайл Трейдинг» объединяет более 50 торговых представительств и занимается продажами всей производимой предприятиями холдинга продукции на территории России и СНГ. Общее количество товарных позиций в сети – более 2000 наименований.
- Холдинг развивает сеть собственных розничных магазинов
- «ЮниТайл Логистик» занимается дистрибьюцией производимой продукции, а также закупками сырья, оборудования и материалов для обеспечения работы его подразделений.

Показатели деятельности

Суммарная мощность производств, входящих в холдинг составляет:

- керамическая плитка и керамогранит – 41,5 млн. кв.м./год;
- декоративные элементы –



- сухие строительные смеси –
- керамический кирпич –

сырье для керамической промышленности: глиняная шихта –, щелочный каолин –

По итогам 2010г. выручка холдинга от реализации керамической плитки и керамогранита составила млрд. руб. (.....% от общего объема выручки за год).

Эти данные позволяют оценить долю холдинга на Рынке почти в%

География деятельности

- Продукция холдинга представлена более чем в 280 населенных пунктах России и стран СНГ

Ассортимент продукции

В торговой сети «ЮниТайл Трейдинг» представлены:

- керамическая плитка UNITILE;
- керамогранит UNITILE;
- керамическая плитка «Шахтинская плитка»;
- керамогранит «Шахтинская плитка»;
- сухие строительные смеси «Шахтинская плитка»;
- керамический облицовочный кирпич («Маркинский кирпич»).
- керамическая плитка итальянского бренда Lasagio Luce.

Преимущества

- Наличие собственной сырьевой базы
- Современная производственная база, автоматизация технологических процессов и процесса контроля качества
-



ЗАО «ВЕЛОР» (MARAZZI GROUP)

www.kerama-marazzi.ru

О компании

- Marazzi Group (Италия) - крупнейший мировой производитель керамической плитки; основан в 1935 г.
- На территории России продукция Marazzi Group выпускается под торговой маркой KERAMA MARAZZI
-
- ...

Стратегическое развитие

- Начиная с 1992 г. общий объем инвестиций концерна в российские предприятия составил 329 млн. евро. Marazzi Group до 2012 г. планирует инвестировать 150 млн. евро в российские предприятия концерна
- ...
- ...

Планы развития

-
-

Распространение

- В России Marazzi Group владеет торговой сетью, объединяющей 20 торговых компаний и сетью из 300 розничных фирменных магазинов. Большая часть магазинов работает на основе франчайзинга

Показатели деятельности

-
-



География деятельности

- Концерну MARAZZI GROUP принадлежат двадцать заводов в Италии, Испании, Франции, США, два из них находятся в России
- Продукция группы реализуется в 130 странах мира
- На территории России торговые представительства действуют в 95 населенных пунктах;

Ассортимент продукции

- плитка для стен,
- плитка для пола,
- декоративные элементы

Преимущества

-
-



Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков Рынка

Компания	Производство, млн.кв.м /год	Доля рынка , %	Ассортимент	Бренды	Каналы сбыта
Холдинг «ЮниТайл»					
ЗАО «ВЕЛОР»					
ГК «КераМир»					
ОАО «Волгоградский керамический завод»					
ОАО «Нефрит- керамика»					
ГК «Кератон»					
ТД Cersanit					
ГК «Уралкерамика»					

Источник: «Маркет Аналитика»



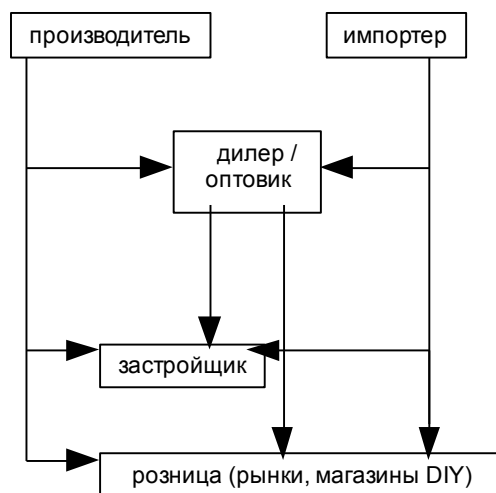
4. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

Особенности сбытовой политики на Рынке

Сбытовая политика крупнейших производителей керамической плитки охватывает не только сотрудничество с фирмами — представителями в регионах и развитие сети филиалов, но также выход в розницу через открытие собственных сетевых магазинов. Крупнейшие строительные компании также предпочитают работать с производителями напрямую, без посредников, и эта тенденция особенно актуальна в период кризиса.

Наглядное отображение цепочки товародвижения на рынке керамической плитки представлена на Схеме 1.

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»



Ценообразование на Рынке

Себестоимость керамической плитки складывается из следующих составляющих:

- сырье — 46%
- зарплата (с учетом страховых взносов) —%
- электроэнергия — ...%
- топливо — ...%
- арендная плата - ...%
- ремонт и амортизационные отчисления -%
- транспортные расходы — ...%
- реклама ...%
- вода —%

При этом рентабельность производства керамической плитки в России держится на уровне%.¹

Основные каналы продвижения на Рынке

Главными каналами продвижения на рынке остаются:

- публикации в отраслевых периодических изданиях

Основными средствами массовой информации рынка керамических изделий являются журналы по дизайну и интерьеру.

- строительные выставки и конференции
- интернет-сайты, интернет-реклама
- базы данных с информацией о поставщиках и производителях

¹ <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?fromsearch=aac38bbe-c9f4-4a0b-9b2b-d8dfe574a52d&docsid=916187>



5. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

Описание потребителей на Рынке

Как и на рынках других строительных материалов, основными потребителями керамической плитки и керамогранита являются:

- застройщики и организации-субподрядчики — крупный и средний бизнес
- бригады строителей — малый бизнес с ориентацией на заказчиков - частных лиц
- частные лица — при закупке материалов для ремонта или индивидуального строительства

Предположительно, совокупная доля первых двух групп потребителей составляет ...% от общего объема рынка. Но в ближайшие годы доля частных лиц будет расти в связи с наметившимся ростом объемов индивидуального строительства и снижением темпов роста коммерческой застройки.

Потребительские предпочтения на Рынке

Рассматривая потребительские предпочтения, можно отметить следующее.

Основные предпочтения потребителей - частных лиц:

- интересный дизайн,
- хорошее качество плитки (прочность, качество глазури, точность размеров и т.д.),
- удобство в уходе.

Основные предпочтения потребителей — застройщиков:

-
-

Основные предпочтения потребителей — строительных бригад:

-



....

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

5.1. Основные тенденции Рынка

Учитывая сложившуюся экономическую конъюнктуру можно выделить следующие тренды, которые будут характерны для рынка в ближайшие 2-3 года:

- цены на строительные материалы (включая керамическую плитку) в 2011 г. будут оставаться на уровне 2009 г.
-
-
- ...
- ...

STEEPLE-анализ Рынка

S	Социальные факторы <ul style="list-style-type: none">• Потребители предъявляют более строгие требования к качеству и дизайну продукции (+)• Рост популярности натуральных материалов, мода на «экологичность» жилища (+)• (-)
T	Технологические факторы <ul style="list-style-type: none">•
E	Экономические факторы <ul style="list-style-type: none">•
E	Факторы окружающей среды
P	Политические факторы <ul style="list-style-type: none">•
L	Правовые факторы <ul style="list-style-type: none">•
E	Эстетические факторы <ul style="list-style-type: none">•

Источник: «Маркет Аналитика»



Риски и барьеры при выходе на Рынок

Барьеры входа на рынок керамической плитки в настоящее время высоки:

- высокая стоимость строительства и оснащения производства
- ...
-
-

Компаниям, желающим выйти на рынок в настоящее время, скорее всего, потребуется задействовать следующие рычаги:

- административный ресурс, обеспечивающий сбыт продукции в больших объемах
-
-

ПЕРЕЧЕНЬ ДИАГРАММ И ТАБЛИЦ.

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010 гг. в номинальных ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2000-2010 гг.

Диаграмма 3. Динамика среднегодовой номинально начисленной заработной платы за период 2005-2010 гг, руб.

Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения в 2008-2009 гг., % к соответствующим периодам 2007-2008 гг.

Диаграмма 5. Динамика численности безработных за 2003-2010 гг., млн. чел.

Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли за период 2000-2010 гг., млрд. руб.

Диаграмма 7. Динамика ввода в действие жилых домов в Российской Федерации, млн. кв. м.

Диаграмма 8. Количество введенных в действие жилых домов в Российской Федерации по округам, млн. кв. м

Диаграмма 9. Средние цены на плитку керамическую, облицовочная для внутренних работ, кв. м в 2009-2010 гг.



Диаграмма 10. Общий объем производства керамической плитки, млн. кв. м в 2004-2010 гг.

Диаграмма 11. Динамика экспорта/импорта керамической плитки в 2004-2010 гг., млн.кв.м.

Диаграмма 12. Динамика роста объема рынка в 2004-2010 гг., млн.кв.м.

Диаграмма 13. Темпы роста рынка в 2004-2010 гг., %

Диаграмма 14. Доли рынка керамических изделий, %

Диаграмма 15. Доли рынка керамических изделий, %

Таблица 1. Техничко-коммерческая классификация керамической плитки

Таблица 2. Классификация керамической плитки в соответствии с нормами ISO 13006

Таблица 3. Объемы производства керамической плитки в 2004 — 2010 гг., млн.кв. м

Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших игроков Рынка

Схема 2. Цепочка движения товара на Рынке

Рисунок 1. Распределение производственных мощностей на территории России