

# ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ РЫНОК ТЕПЛОИЗОЛЯЦИИ: ТОЛЩИНА РАСТЕТ, А МЕТРЫ УМЕНЬШАЮТСЯ



По оценкам экспертов, в 2016-2017 гг. фасадное утепление продолжит оставаться ключевым сегментом роста отечественного рынка теплоизоляционных материалов (ТИМ) за счет роста теплоизоляционного слоя в системах.

## Итоги первого полугодия 2016 года

На первый взгляд, есть много указаний на то, что экономика Украины не только стабилизировалась, но и начался медленный рост по многим направлениям. Реальный валовой внутренний продукт (ВВП) Украины во втором квартале 2016 года вырос на 1,3 % по сравнению со вторым кварталом 2015 года, тогда как в первом квартале этого года подобный показатель составил всего 0,1 %, сообщает Государственная служба статистики. С начала года, за январь-июль, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, промпроизводство в Украине выросло на 1,7 %. Также неплохие показатели имеет и реализация промпродукции. Так, объем реализованной промышленной продукции в Украине в январе-июне 2016 года составил 796,6 млрд грн, что на 12,1 % больше объема за январь-и-

юнь 2015. Продолжается замедление инфляционных процессов, в годовом исчислении. По месячной статистике, три месяца подряд, начиная с июня 2016 года, продолжается дефляция. В августе потребительские цены снизились на 0,3 % до июля 2016 года. За январь-август 2016 инфляция составила 4,5 % до декабря 2015 года. Также, за первое полугодие 2016 года предприятиями Украины выполнено строительных работ на сумму 24,9 млрд грн, что на 16,1% выше показателей объема выполненных строительных работ по сравнению с аналогичным периодом 2015 года (в денежном эквиваленте 20,9 млрд грн), и на 12,4 % больше чем за аналогичный период 2014 года. (в денежном эквиваленте 21,8 млрд грн).

Однако при более внимательном рассмотрении становится понятным, что пока далеко не все цифры ука-

зывают на позитивный ход процессов. Товарный экспорт в I полугодии 2016 года составил \$16,6 млрд. При этом он все еще продолжает сокращаться, хоть и не такими быстрыми темпами, как раньше. За первые шесть месяцев в стоимостном объеме экспорт сократился более чем на 11 % по сравнению с аналогичным периодом 2015 года. Это после сокращения на 34,7 % в I полугодии 2015 по отношению к аналогичному периоду 2014 года, и на 7,1 % за те же периоды годом ранее. А если показатель экспорта первого полугодия 2016 года сравнить с аналогичным периодом 2013, то выходит, что он обвалился уже более чем в два раза. То есть Украина лишилась половины своего экспорта. С товарным импортом ситуация не намного лучше. В I полугодии он также сокращался, но меньшими темпами — на 3 %. Но

## Основные макроэкономические показатели Украины в 2013-2016 гг. (Источник: [www.AIMarketing.info](http://www.AIMarketing.info))

Индикатор	Значение	2013	2014	2015	2016П	2017П
Реальный ВВП	%	0	-6,8	-9,9	1	2,9
Номинальный ВВП (грн)	млн грн	1454931	1465200	1979458	2282100	2626000
ВВП на душу населения	млн USD	3997,4	3061,8	2119,3	2032,1	2260,5
Потребительские цены	%	3,8	12,1	48,7	14	10,9
Государственный долг	% в ВВП	40,1	63,7	79,4	79,4	73,5
USD/UAH (среднегодовой)	среднее	7,99	11,9	21,8	26,3	27,2
Номинальный рост заработной платы	%	7,9	6	20,5	21,8	11,5
Рост реальной заработной платы	%	8,2	-13,6	-20,2	3,9	-

## РЕКЛАМА

в сравнении с 2013 г. падение импорта в I квартале 2016 г. оказалось тоже почти двукратным. Общий объем импорта за 6 месяцев 2016 г. составил \$17,3 млрд. Таким образом, по итогам первого полугодия баланс торговли товарами оказался отрицательным — -\$0,7 млрд. Тогда как годом ранее баланс был положительным — +\$0,9 млрд.

Как видим, по итогам полугодия сокращение коснулось, как импорта, так и экспорта, что свидетельствует не об экономическом подъеме, а о том, что из экономического кризиса мы еще не выходим.

Неоднозначно выглядит ситуация и с номинальным ВВП, который по результатам 2015 показал рост в 35 % по отношению к данным 2014 года, что составило 1979 млрд грн. Но если перевести этот показатель в долларовый эквивалент, то мы имеем -26 % в 2015 в сравнении с тем же периодом 2014 года (\$91 млрд в противовес \$123 млрд за 2014 год). По предварительным оценкам, результаты 2016 года в гривне составят порядка 2282 млрд, что обеспечит рост номинального ВВП, и 87 млрд — в долларах, что ухудшит динамику. А вот начало роста ВВП в пересчете на долларовый эквивалент прогнозируют только с 2017 года.

Как видим, ситуация в экономике страны противоречива. С одной стороны, основные макроэкономические показатели Украины указывают на постепенное восстановление экономики, а с другой стороны — импортно-экспортный баланс не позволяет зафиксировать стабильность валют, что приводит к росту цен, снижению платежеспособности населения и пр. Все эти факторы, так или иначе, влияют на динамику на рынках строительных материалов в целом, и на рынок теплоизоляции, в частности.

#### Тенденции на рынке энергоэффективных решений

Утепление для населения — одно из решений энергоэффективности. И в условиях роста тарифов на энергоносители, популяризации энергоэффективных решений люди стали активнее вкладывать свои деньги в термомодернизацию. Но это не только фасадное утепление, это и другие энергоэффективные решения, к примеру, замена окон и установка или модернизация отопительного оборудования. По данным экспертов «Агентства Индустриального Маркетинга», (специализированно занимается рынками энергоэффективных материалов и технологий с 2005 г. в 10 ти странах мира), при сравнении затрат, направленных населением на повышение энергоэффективности своих жилищ, наибольшую долю занимают окна — это порядка 57,3 % от всех необходимых инвестиций. Утепление же фасада в этой структуре занимает лишь 32,4 %. Остальные, а это 10,3 %, — направлены на отопительное оборудование. Причем, такое долевое соотношение практически сохраняется из года в год, и перетекание происходит лишь на уровне нескольких процентов.

Довольно обнадеживающе выглядит ситуация со стоимостью энергоэффективных решений на отечественном рынке стройматериалов и услуг, конечно, если рассматривать ее в долларовом эквиваленте. При сравнении затрат на энергоэффективные решения в динамике по годам мы можем увидеть, что сумма необходимых инвестиций в 2014 и 2015 годах снижалась. Так, если в 2013 году стоимость решений для типового дома площадью 120 м<sup>2</sup> составляла порядка \$7000, то в 2015 эта цифра равна \$5000. Причем основной причиной снижения затрат служит падение стоимости фасада.

Почему именно фасадные системы показали удешевление? В силу того, что большинство фасадных утеплите-

**БАУТЕХ®  
УКРАИНА**

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРОИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

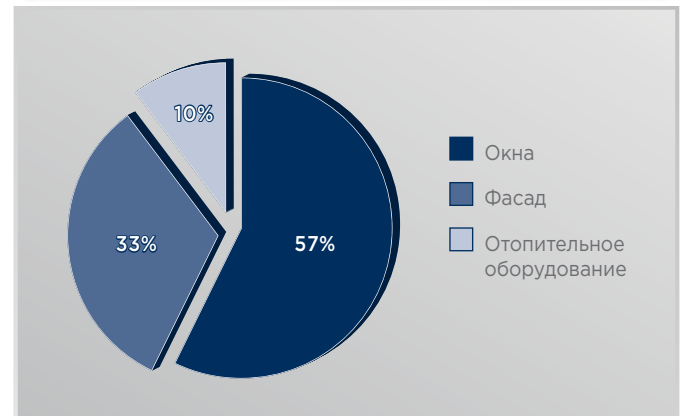
**ТЕПЛО И ЗВУКОИЗОЛЯЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПОД ТОРГОВОЙ МАРКОЙ EDILTECO**

- ВЫСОКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО ТЕПЛОИЗОЛЯЦИИ
- ГАРАНТИЯ НЕ МЕНЕЕ 30 ЛЕТ
- ВЫСОКАЯ ПРОЧНОСТЬ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИИ
- ПОЖАРОУСТОЙЧИВЫЕ
- ПАРПРОНИЦАЕМЫЕ
- МАЛЫЙ ОБЪЕМНЫЙ ВЕС
- ПОЗВОЛЯЕТ ВЫПОЛНИТЬ ЛЮБУЮ ОТДЕЛКУ

Україна, 45031,  
Дарська ул. Хмельницька, 4/1  
Тел.: +38 (048) 734-74-44  
Факс: +38 (048) 711-72-25  
E-mail: bautech@bautech.com.ua

[www.bautech-ukraine.com](http://www.bautech-ukraine.com)

#### Структура необходимых инвестиций в энергоэффективные решения на примере типового дома, в USD (Источник: www.AIMarketing.info)



лей — это внутренний продукт (отечественное производство), а их сырьевые компоненты, в своем большинстве, находятся на территории Украины, произошло некое застывание цен в гривне. В долларовом же эквиваленте их стоимость еще больше снизилась.

Далее, оценив объем потребления этих материалов на рынке и сопоставив эти затраты выявили, что в 2015 году 30 % от всего потребляемого объема приходится на обустройство фасадов в новом строительстве, остальная часть — на реконструкцию. Но несмотря на то,

## КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

Сергей Казанцев, исполнительный директор  
Агентства Индустриального Маркетинга (AIM)



Несмотря на падение всего рынка теплоизоляции в 2015 году, по нашим прогнозам в 2016-2017 годах все-таки на рынке будет происходить рост. Связано это, в первую очередь, с ростом минераловатной изоляции и со стремлением населения тепломодернизировать и утеплять свое жилье. К сожалению, рост будет незначительный, потому как сказывается низкая платежеспособность населения,

а поэтому утепляться, не у всех есть возможность. Это повлияет и на долю фасадной теплоизоляции «мокрый метод». По нашим данным, по итогам 2016 года она займет 22 % (в тыс. м<sup>3</sup>) в общем объеме рынка ТИМ. Хотя она останется основным из драйверов роста рынка ТИМ в целом. Так, в 2015 году, не смотря на общее падение рынка ТИМ, доля фасадной изоляции продолжала расти. Эта тенденция остается и сейчас, но, к сожалению, темпы роста немного падают, и по нашим прогнозам, в 2016 году сегмент рынка фасадной изоляции вырастет на 0,3 % и на 1,5 % — в 2017 году соответственно. Такой незначительный рост связан в основном с падением EPS. Основной рост утепления в 2016 году сместился в сектор объектного строительства, а частный сектор стал утепляться меньше в виду отсутствия средств, сказывается снижение плате-

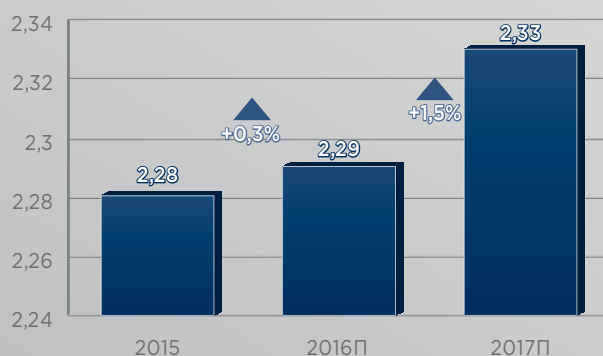
жеспособности. Да и частный потребитель сейчас начинает все чаще отдавать предпочтение утеплению каменной ватой, разница в стоимости становится меньше. Среди основных драйверов роста рынка фасадного утепления «мокрый метод» стоит выделить:

- Рост тарифов на энергоносители в 2016-2017 годах (природный газ — +90 %, электроэнергия — +57,9 %).
- Программы по стимулированию населения в использовании энергоэффективных решений («теплые кредиты» — государственная программа (2015 г.), в случае возобновления; IQ Energy — программа ЕБРР (2016 г.)).
- Увеличение средней толщины теплоизоляционного слоя в фасадных системах «мокрый метод».

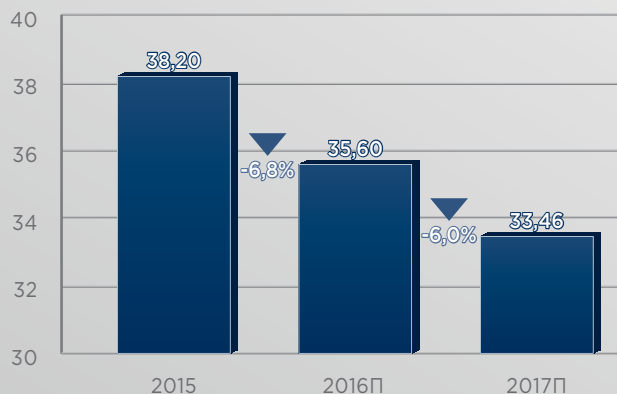
Говоря о драйверах роста, стоит упомянуть и сдерживающие факторы для рынка фасадного утепления. Это и субсидии, и низкая платежеспособность значительной части населения.

Также, проведя исследования, мы видим, что объемы потребления ТИМ в м<sup>3</sup> увеличиваются, но в м<sup>2</sup> — они падают. Одним словом, не растет площадь, метраж фасадов, а растет потребление из-за увеличения слоя изоляции. В 2016-2017 годах такое падение составит 6-7 %. Мы можем видеть, что толщина стремится к нормам, хотя, конечно, еще не доходит до стандарта (EPS — 100, минеральная вата — 120), но тенденция все же есть. Она отчетливо видна и дает надежду, что в ближайшие годы мы выйдем на уровень норм.

ТИМ в сегменте «мокрый фасад», млн м<sup>3</sup>  
(Источник: www.AIMarketing.info)



Фасады мокрый метод, млн м<sup>2</sup>  
(Источник: www.AIMarketing.info)



## РЕКЛАМА

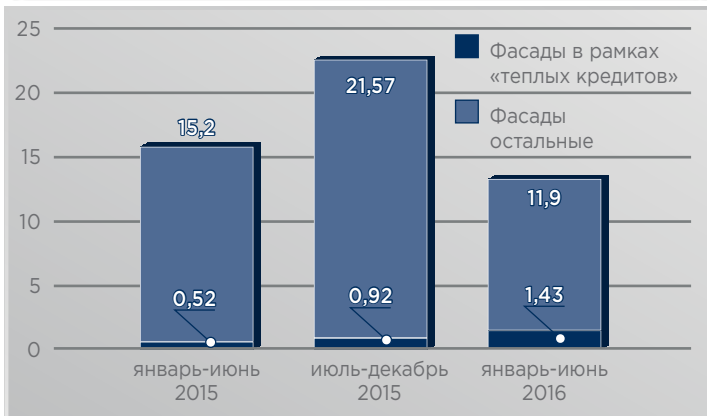
Рентабельные  
маркетинговые  
решения для  
вашей индустрии

**AIM** | agency of  
industrial  
marketing

Агентство Индустриального Маркетинга

[www.AIMarketing.info](http://www.AIMarketing.info)

Влияние программы «теплые кредиты» на потребление ТИМ в сегменте фасады «мокрый метод», млн м<sup>2</sup>  
(Источник: www.AIMarketing.info)



что энергоэффективность сейчас в тренде, объем инвестиций в такие решения в Украине сокращаются в среднем на 20 % в год. И меньше всего вкладываются средства в утепление фасадов. Но с другой стороны, для тех, кто задумался о сохранении тепла в своем доме, среди таких решений, как заменить окна, утеплить фасад или установить, или модернизировать обогревательное оборудование — утепление фасадов стало наименее затратным, чем другие решения. И логично было бы сейчас больше инвестиций вкладывать в фасадное утепление, но на рынке этого не происходит и фактически все идет по старой схеме.

Все мы знаем, что с октября 2014 года в Украине действует правительственная программа по компенсации затрат на покупку энергосберегающего оборудования для населения, ОСМД и ЖСК — так называемая программа «теплых кредитов». На момент начала действия программы для физических лиц предусмотрена компенсация 20 % стоимости негазовых и неэлектрических котлов (не более 12 тысяч гривен на одно домовладение) и 30% затрат на энергосберегающие мероприятия (не более 14 тысяч гривен на одно домовладение). И в первом, и во втором случае те, кому назначена субсидия на оплату ЖКХ, могут получить компенсацию до 70 % своих затрат. Для ОСМД и ЖСК размер компенсации составляет до 40 % — до 14 тысяч гривен на одну квартиру.



## КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

Алена Шевчук, исполнительный директор Ассоциации «Производители пенопласта» Украины



Объем рынка теплоизоляционных материалов в 2016 году показывает небольшую тенденцию к росту. Это всего несколько процентов, но положительная динамика есть. Окончательное подведение итогов можно будет сделать в конце года. Этот год выдался непростым для производителей полимерных ТИМ — неравномерность спроса, смазанное начало сезона, появление на рынке недобросовестных производителей — все это отображается, в конечном счете, на общем состоянии рынка утеплителей. Свою роль сыграло и общая неграмотность:

- квалификация продавцов, которые не всегда могут рассказать про преимущества и недостатки тех или иных теплоизоляционных материалов;
- монтажных бригад, которые утепляют фасады с нарушением строительных норм;
- конечного потребителя, который не всегда осознанно делает свой выбор.

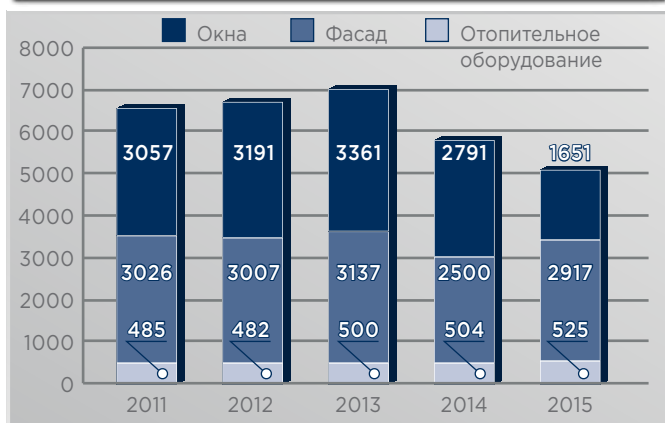
Поэтому участники Ассоциации «Производители пенопласта» Украины не только занимаются производством качественного пенополистирольного утеплителя, но и проводят тренинги, мастер-классы, конференции, предлагая рынку новые решения, позволяющие достичь положительных долгосрочных результатов по тепло модернизации зданий.

Развенчивая мифы, прижившиеся среди потребителей и даже некоторых профессиональных строителей, хотим подчеркнуть, что пенополистирол не имеет в своем составе ни фенола, ни формальдегида, ни составляющих фосгена, что исключает возможность их выделения в воздух как в процессе эксплуатации, так и в случаях пожара. Также важно знать, что современный пенополистирольный утеплитель не просто не поддерживает горение, но и активно сопротивляется ему, а когда доступ огня прекращается, самостоятельно затухает.

Перед прошлым отопительным сезоном украинцы начали активно утеплять дома за счет государства. Свыше миллиарда гривен кредитов было выдано для более чем 80 тысяч семей. По некоторым данным, утепление зданий «легким мокрым» методом возросло в 2,75 раза (с 0,52 млн до 1,43 млн. м<sup>2</sup>) за счет выдачи «теплых кредитов». После получения платежей 2016-2017 отопительного сезона еще больше украинцев примут правильное решение — начнут утепляться. Использование пенополистирольной термоизоляции позволяет снизить теплопотери до 30 % уже в первый сезон эксплуатации. Выбор в пользу пенопласта является активным вкладом в заботу и защиту окружающей среды за счет экономии энергии и снижения выбросов парниковых газов в процессе всего периода эксплуатации здания.

И все же Украине еще нужно пройти долгий путь в рациональном использовании ресурсов. К примеру, даже ближайшие соседи — Польша и Венгрия — потребляют в 3-4 раза меньше голубого топлива. Для достижения таких показателей почти все страны Восточной Европы, начиная с 1990-х, провели реформы сектора ЖКХ. Украине предстоит еще долгий путь к энергетической независимости, но мы уже сделали свой выбор. В условиях развития современной экономики, альтернативы сознательному энергосбережению, в т.ч. с использованием пенополистирольных ТИМ я не вижу.

Динамика структуры инвестиций в энергоэффективные решения, 2011-2015 гг., в USD  
(Источник: www.AIMarketing.info)



Фактически программа «теплых кредитов» началась в 2015 году, и анализ результатов этого года показал, что теплоизоляционные материалы в общей структуре выданных «теплых кредитов» занимают всего лишь 23,6 %. Несмотря на то, что программа действовала весь 2015 год, наибольшая активность приходится на первое полугодие 2016.

Так, благодаря «теплым кредитам» было утеплено 1,5 млн м<sup>2</sup> (в первом полугодии 2016). Это почти в три раза больше первой половины 2015 года. Также в первом полугодии 2016 было выдано порядка 50 % всех кредитных средств за время существования всей программы. Помимо обеспечения активности в области термомодернизации, «теплые кредиты» повлияли и на целевое применение продукции. Если ранее, к примеру, могли взять клей для плитки и использовать его для крепления теплоизоляции, то благодаря программе, где заложен целевой про-

## КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

Алла Чеботникова, исполнительный директор ОС «УКРИМА»  
(Общественный союз «Украинская ассоциация производителей теплоизоляционных материалов»)



В Украине производится большая часть минеральной теплоизоляции на основе базальтового волокна (каменная вата), импорт составляет всего 5-7 %. При этом, производство минеральной теплоизоляции на основе штапельного стекловолокна пока не налажено и вся продукция импортируется.

Рынок характеризуется высокой конкурентностью. Основываясь на измерении в кубических метрах, топ-5 торговых марок украинского рынка минеральной теплоизоляции выглядят следующим образом: «ТЕХНОНИКОЛЬ» (ООО «Завод теплоизоляционных материалов «ТЕХНО»), Knauf Insulation (ООО «Кнауф Инсулейшн Украина»), URSA (ПНП «УРСА»), ISOVER (ООО «Сен-Гобен Строительная Продукция Украина»), IZOVAT (ООО «Обио»). Все компании, производители и импортеры этих торговых марок — члены ОС «УКРИМА».

Если в целом говорить о теплоизоляции в Украине, то опыт утепления своих жилищ имели около 20 % украинцев, 40 % из них использовали для этого минеральную вату на основе штапельного стекловолокна и базальтового волокна. Это подтверждают данные исследования, которое провела компания GfK по заказу «УКРИМА».

Большинство граждан воспринимают термосанацию здания как возможность сохранить тепло в доме и в дальнейшем сэкономить на отоплении. Утепляют в основном наружные стены (84 %), а также кровлю (15 %), изолируют коммуникации (техническая изоляция — 8 %) и проводят работы по обеспечению акустического комфорта (звукоизоляция — 8 %).

При этом, только шестая часть населения рассматривает возможность уменьшить потребление энергоресурсов и улучшить свой комфорт с помощью теплоизоляции в обозримом будущем. Причина того, что термомодернизация жилья не становится массовым явлением, в первую очередь, находится в экономической плоскости — ремонтные работы не планируются из-за нехватки средств.

По данным Министерства регионального развития, строительства и жилищно-коммунального хозяйства Украины, около 90 % жилого фонда страны нуждаются в термомодернизации. Речь идет о 100 тысячах многоэтажек и более 5 млн частных домов, в которых сегодня скрыт мощный потенциал энергосбережения для страны. Но как подтверждает статистика, полученная в результате исследования, реновацию украинского жилого сектора не удастся

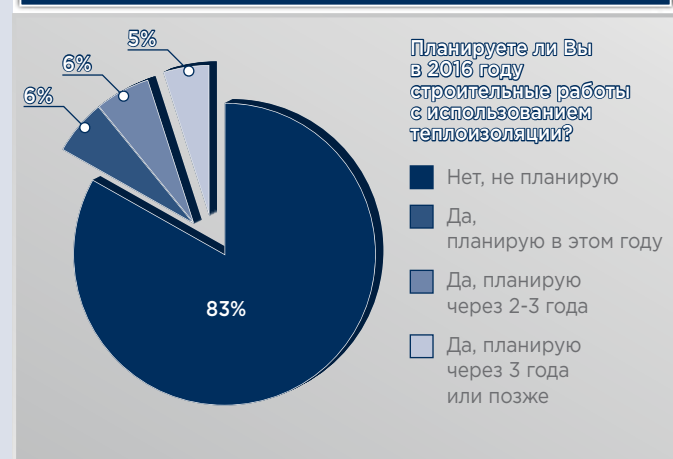
сделать за короткий период без специальных инструментов финансового стимулирования.

Среди уже действующих — Программа IQ energy от Европейского банка реконструкции и развития, а также специальная государственная программа кредитования на приобретение энергосберегающих материалов и оборудования, реализуемая Государственным агентством по энергоэффективности и энергосбережению Украины. Эксперты «УКРИМА» отмечают значимость стабильной работы существующих программ. При этом, важным остается информирование населения: как показало исследование, знание о «теплых кредитах» остается достаточно низким — более 70 % респондентов даже не слышали о такой возможности.

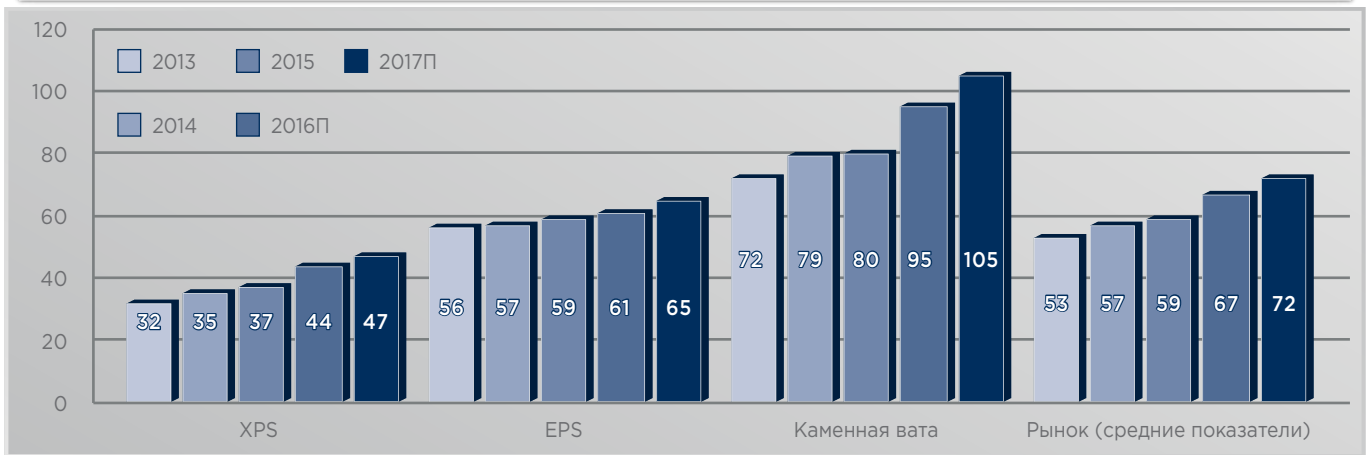
Исследование проводилось компанией GfK по заказу «Украинской ассоциации производителей теплоизоляционных материалов» (ОС «УКРИМА») в апреле-мае 2016 года. Методология исследования: количественный опрос методом Омнибус (по всей Украине, кроме временно оккупированных территорий Крыма и Донбасса). Всего опрошено 964 жителя Украины в возрасте 18 лет и старше. Максимальная погрешность выборки не превышает 3,1 %.

ОС «УКРИМА» прилагает усилия для продвижения идей энергоэффективности и энергосбережения. Постепенная термомодернизация и утепление зданий с помощью качественной и долговечной минеральной теплоизоляции — единственный способ системно снижать энергопотребление, экономить на отоплении и обеспечивать дополнительный температурный комфорт.

Исследования, которые провела компания GfK по заказу «УКРИМА»



**Динамика средней толщины теплоизоляционного слоя в системах утепления фасадов «мокрым методом» в 2013-2017 гг.**  
(Источник: www.AIMarketing.info)



дукт, стали использовать материалы строго по назначению, что дало стимул роста потребления ряда продуктов. Возможно, это отразилось и на толщине теплоизоляционного слоя.

К сожалению, приостановление госбанками выдачи «теплых кредитов» для физлиц в начале июля текущего года внесло некоторую неопределенность. Но, по заявлениям представителей власти, скоро будут выделены дополнительные средства, которые дадут возможность возобновить действие программ по энергосбережению. А если этого не случится, то, по оценкам экспертов, показатели рынка ТИМ просядут.

#### Динамика рынка ТИМ Украины

**Темпы роста.** По итогам 2015 года рынок ТИМ Украины составил 7,9 млн м<sup>3</sup>, который, практически в равной степени, делят между собой каменная вата (37%), стекловата (27%) и пенополистирол (EPS) (31%). Эструдированный пенополистирол (XPS) в общей доле рынка занял 5%.

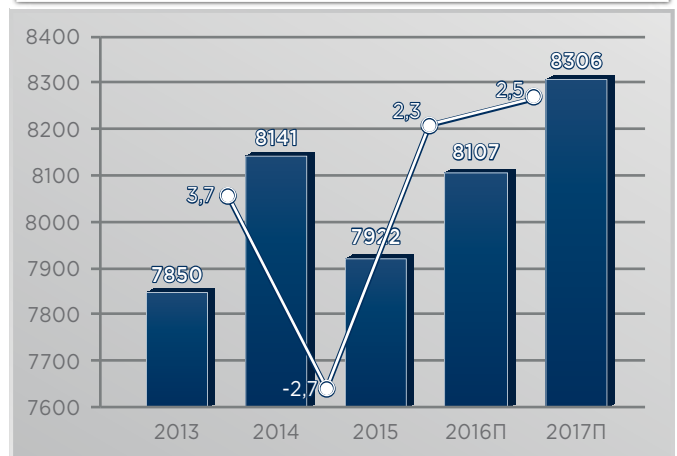
Последние три года рынок ТИМ Украины демонстрирует нестабильную динамику. То растет, то падает. На это влияет целый ряд факторов. К примеру, рост рынка в 2014 году был последствием резкого роста тарифов на энергоносители для населения, а падение в 2015 году — снижением платежеспособности населения в результате резкой девальвации гривны и нестабильной экономической и политической ситуации в стране. Следует отметить, что, по сути, эта динамика является положительной, если рассматривать ее в контексте всей строительной отрасли, где другие сегменты падают еще больше.

Темпы прироста снижаются абсолютно по всем сегментам рынка теплоизоляционных материалов. И только сегмент каменной ваты на протяжении последних пяти лет не входил в отрицательную динамику. В сегментах стекловаты и EPS темпы прироста стали отрицательными. По итогам 2015 года EPS то падает, то снова растет и такая динамика обусловлена всплеском активности населения в утеплении.

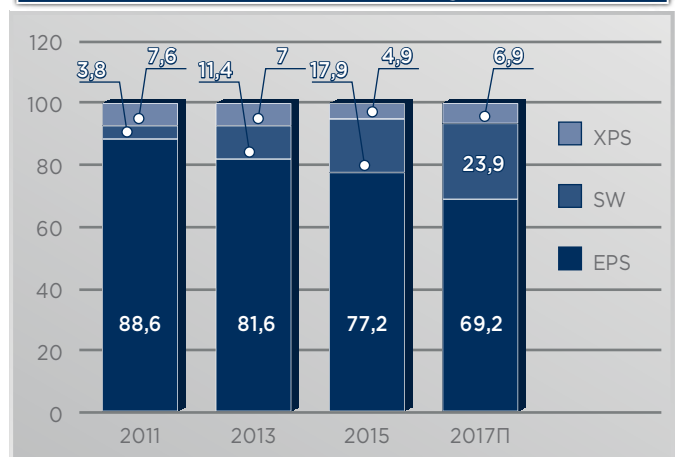
На протяжении последних пяти лет на рынке ТИМ произошли структурные изменения. Если ТИМ на основе пенополистирола (EPS и XPS) практически сохранил свою долю на рынке и занимает 32%, то каменная вата перешла в лидеры за счет вытеснения стекловаты в сегменте легких ват и за счет активного роста в сегменте утепления фасадов.

Главным драйвером на рынке ТИМ Украины являются все же фасады. Это единственный растущий сегмент, ко-

**Динамика рынка ТИМ Украины в 2013-2017 гг., тыс. м<sup>3</sup>**  
(Источник: www.AIMarketing.info)



**Рынок ТИМ в сегменте фасадной теплоизоляции «мокрый фасад», %**  
(Источник: www.AIMarketing.info)



торый в 2015 году показал рост, даже несмотря на то, что общий рынок ТИМ упал на 2,7%. Рост в сегменте утепления в 2015 году произошел в основном за счет потребления каменной ваты. По оценкам экспертов, в 2016-2017 годах, фасадное утепление продолжит оставаться ключевым сегментом роста рынка ТИМ Украины за счет увеличения площади утепления и роста теплоизоляционного слоя в системах. Хотя он еще далек от требуемых норм, но есть тенденция к увеличению. Если раньше в фасадах рост толщины слоя был в среднем на 1 см в год, то в текущем

году — практически на 10 см. Одно из объяснений этому — население стало больше считать свои деньги и понижать, что те инвестиции, которые они потратят на более толстую изоляцию, дадут значительно больший эффект. Возможно, это начали понимать и монтажные организации и стали советовать потребителям более эффективные решения. Также есть эффект от новых объектов, где уже применяются новые стандарты по толщинам.

Если говорить про этот год, то, по имеющимся данным за 7 месяцев, можно увидеть некое снижение показателей, буквально на 2-3 %, в первом полугодии. Основное падение произошло в сегменте пенополистирола. Но, по прогнозам, 2016 год покажет небольшой рост (+2,3 %) при условии продолжения действия программ по стимулированию населения в использовании энергоэффективных решений («теплые кредиты», IQ Energy).

Относительно долевого распределения рынка ТИМ, то здесь особых перестановок не произошло. Минераловатные утеплители (камень+стекло) занимают основную долю рынка — порядка 65 %, EPS — 28 %, XPS — осталь-

ное. Если говорить по динамике, то минераловатные и XPS — растут, а EPS падает. На это имеются различные причины. Например, падение EPS связано в первую очередь со снижением темпов утепления населением. Во-первых, покупательская способность населения еще больше снизилась, а во-вторых, у кого были деньги — те, уже утеплились. Еще одним моментом, влияющим на снижение потребления EPS, является то, что не смотря на ведущую роль EPS в сегменте фасадного утепления «мокрый метод», его доля снижается под давлением каменной ваты. Если в 2013 году EPS занимал более 80 % в сегменте утепления фасадов, то в 2015 году его доля снизилась до 77 %. Отчасти, это связано с тем, что в ходе монтажа идет несоблюдение технологии, заблуждение населения относительно горючести пенополистирола, снижение качества конечной продукции в результате снижения себестоимости. И еще один немаловажный факт — на сегодня ценовые характеристики ТИМ идут встречными направлениями, и пенопласт хорошего качества приближается к вате с более низкими

показателями плотности, что подталкивает многих к выбору в пользу каменной ваты.

Если говорить о XPS, то за прошлый год он сильно просел, но с другой стороны, за счет того, что этот материал в основном потребляется в объектном строительстве, а сейчас стройки — один из самых живых сегментов — они увеличили долю на рынке. Утеплители на основе каменной ваты также больше всего связаны с динамикой строительства. Их основная зона потребления — утепление фасадов в жилищном многоэтажном строительстве, что и обеспечило им рост.

**Импорт.** В общей структуре рынка ТИМ импорт занимает 30-35 %. Но в сегментном разрезе эта картина выглядит по-разному. К примеру, стекловата — 100 % импорт, остальные же позиции имеют лишь частично импортную составляющую. Так, при соотношении производства и импорта, в XPS импорт составляет около 10 %, в каменной вате — 5 %, EPS — 0,1 %. В этом году произошел значительный прирост импорта в сегментах каменной ваты (дефицит на внутреннем

## КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

Виктория Коваленко,  
исполнительный директор Ассоциации энергетических аудиторов Украины



Несмотря на весь потенциал рынка энергоаудита, в этом году активность в его проведении значительно снизилась. Я связываю это с тяжелой экономической ситуацией и постоянным ростом тарифов на энергетические ресурсы. Люди пытаются выявлять утечки энергоресурсов и определять методы их минимизации собственными силами. Сейчас в Интернете есть множество статей и роликов

по тематике энергосбережения, среди которых есть много качественной и полезной информации.

В Ассоциацию энергоаудиторов все чаще обращаются представители органов городской власти, которым необходимо провести энергоаудит бюджетных учреждений (школы, садики).

Если сравнивать жилой или коммерческий сектор, то они одинаково заинтересованы в проведении энергоаудита, поскольку для всех актуален вопрос экономии. Дело заключается в том, что коммерческий сектор может выделить деньги, а у жилого не все могут даже внедрить энергоэффективные мероприятия, не то, что провести энергоаудит. Также важно учитывать, что главам ОСББ зачастую тяжело объяснить собственникам квартир необходимость проведения энергоаудита, к тому же эта услуга не из дешевых.

Также в Украине на данный момент существуют две кредитные Программы поддержки внедрения энергоэффективных мероприятий: государственная («Теплые кредиты») и международная (IQ Energy). Первая возмещает 15-20 % части кредита на материалы и оборудование, вторая — 30-70 %, но они не распространяются на проведение энергоаудита.

Проведение энергоаудита — одно из ключевых направлений рынка энергоэффективности. С него начинается энергосбережение. Но, несмотря на это, в Украине существует несколько компаний, которые занимаются исключительно проведением энергетического аудита. В основном, энергоаудит в коммерческих компаниях — это одно из направлений работы.

Поскольку к физическим лицам, проводящим энергоаудит не ставится условие получения необходимого сертификата, то в нашем сегменте конкуренты сами энергоаудиторы, их оценивают по их работе, которая состоит в техническом отчете, отражающем качество обследования объекта, эффективный анализ полученных данных и целесообразность рекомендаций по внедрению энергосберегающих мероприятий, которые обязательно должны учитывать специфику исследуемого объекта.

Относительно того, изменится ли ситуация на рынке энергоаудита со вступлением в силу с 1 сентября национальных стандартов Украины с проведением энергетического аудита и энергетического менеджмента, сказать сложно. Несмотря на то, что данные стандарты основаны на лучшем международном опыте, я не могу спрогнозировать дальнейшее развитие системы энергетического менеджмента и энергетического аудита в Украине. Главным образом из-за того, что новые госстандарты — это не новое законодательство. Госстандарты регулируют технологию внедрения систем энергетического менеджмента и проведения энергетического аудита, а у нас в стране проблема в экономике. Энергоаудиторы могут разобраться в стандартах и следовать их требованиям, но главная проблема в финансировании, а принятые стандарты на это не могут повлиять. Возможно, что-то изменит Закон об энергетической эффективности зданий ...

## КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

Евгений Семчук, специалист по проектным решениям  
«Сен-Гобен Строительная Продукция Украина»



Система скрепленной теплоизоляции с использованием минераловатного утеплителя зарекомендовала себя наиболее эффективной и востребованной в плане энергосбережения из-за высоких тепло-технических качеств, надежности и долговечности. В реальных условиях строительства необходимо учитывать все тонкости использования материалов и технологий, так как в некоторых случаях виноват не сам материал, а его неграмотное применение.

Компания «Сен-Гобен Строительная Продукция Украина» для решения проблем, связанных с неправильным монтажом системы скрепленной теплоизоляции, предлагает услугу проведения энергоаудита сертифицированными специалистами с использованием тепловизионной съемки.

Цель такого энергоаудита — выявление скрытых дефектов строительства или дефектов, возникших в процессе эксплуатации, трещин в ограждающих конструкциях, некачественного заполнения стыковых соединений, просадку утеплителя на фасаде, мест высоких потерь тепловой энергии. В результате оценки предоставляется технологический регламент и прописываются необходимые меры по исправлению выявленных дефектов.

Кроме того, компания осуществляет обучение строителей и проектировщиков технологическому регламенту на производство работ для создания качественных фасадных систем. Проблемы на-

дежности также возникают вследствие неправильного подбора компонентов фасадных систем, иногда это связано с недостаточной осведомленностью строителей, чаще — с попыткой снизить затраты, используя более дешевые низкокачественные материалы.

В настоящее время выработаны абсолютно понятные критерии подбора утеплителей для теплоизоляции штукатурных фасадов: пожарная безопасность, прочность на отрыв слоев (обеспечивает устойчивость системы к ветровым нагрузкам и от собственного веса штукатурной системы), прочность на сжатие (обеспечивает устойчивость утеплителя к изменению толщины материала на 10% в результате приложения нагрузки), паропроницаемость, долговечность и коэффициент теплопроводности.

Среди новинок утепления, компания «Сен-Гобен Строительная Продукция Украина» предлагает единственный продукт на рынке минераловатных утеплителей Украины на основе стекловолокна ISOVER Штукатурный Фасад, который предназначен для использования в системах скрепленной теплоизоляции. В странах Европы подобные материалы накопили немалый положительный опыт применения. Явные преимущества характеристик обеспечивают долговечность, эффективность и легкость монтажа системы скрепленной теплоизоляции. Основные технические характеристики материала: высокий показатель прочности на отрыв слоев — не менее 18 кПа; малый вес, что позволяет легко работать с материалом на высоте; прочность на сжатие при 10 % деформации — не менее 45 кПа; низкий коэффициент теплопроводности  $\lambda 10$  (не более 0,038 Вт/(м·К); срок эффективной эксплуатации не менее 50 лет.

рынке) и XPS (низкие цены российских и белорусских поставщиков) — 2,5 раза. Сейчас динамика чуть поубавилась, в то время как первое полугодие обеспечило практически 80 % всего объема импорта.

**Региональное потребление.** Самыми активными областями, где ведутся стройки, сегодня являются: Юг, Запад и Центр. В южной части Украины в основном идет активное строительство зданий для аграрного сектора, отдыха и туризма. К сожалению, особого влияния на рынок ТИМ это строительство не имеет, так как не предусматривает привлечения больших объемов теплоизоляционных материалов.

В 8 областях Западной Украины несколько лет подряд строится не менее 40 % от всего объема нового жилья в стране. При этом строительство происходит по всему региону, а не только в областных центрах. Подобная дифференциация является позитивным явлением и, в определенной степени, снижает чувствительность региона к влиянию негативных экономических факторов. Такая состоятельность населения западных областей объясняется высоким процентом трудовой миграции в страны ЕС. Это самый динамичный регион в потреблении ТИМ.

Столица и Киевская область активны, но есть ощущение, что все смещается немного на Запад страны. В этом году активен также Винницкий регион: и по постройкам, и по утеплению.

**Потребители.** Если говорить о фасадном утеплении, его доля в объектных утеплениях в этом году увеличилась по сравнению с частным сектором, что отразилось на таком сегменте ТИМ, как пенопласт. Ведь именно пенопласт является индикатором утепления фасадов в частном секторе. Также изменилась и сама структура сбыта. Если раньше пенопласт был «супер-драйвером» розницы,





## КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

Вадим Набока,  
ведущий инженер-технолог ООО «БАУТЕХ-УКРАИНА»



Существующий рынок теплоизоляционных материалов, достаточно давно укоренился представителями нескольких конфессий материалов — пенопласт, минераловатные и базальтовые маты и экструдированный пенопласт. Многие специалисты-строители и простые обыватели даже не представляют себе, что возможны вообще другие варианты. Соответственно производители и продавцы вышеназванных материалов даже не рассматривают в качестве конкурентов всевозможные другие виды утепления.

Но, к большому удивлению игроков рынка по продаже плитных утеплителей, которые ведут борьбу между собой за копейки от прибыли из-за высочайшей конкуренции, клиенты все чаще задают вопрос о сроке эксплуатации уже утепленных зданий и сооружений.

Простая арифметика: за каждый метр утепления клиент вкладывает не менее 300 гривен. Каждый год на 1 м<sup>2</sup> утепления

экономится 10 гривен теплоносителя, а это в свою очередь говорит о том, что утепление окупится не раньше, чем через 30 лет. «Утепляльщики» же в свою очередь дают гарантию на утепление не более чем 10 лет. Это значит, что этот «жигуль» (утепление плитными утеплителями) клиенту придется покупать 3 раза за 30 лет (никогда не окупаемые вложения).

К сожалению, но многие потребители знают о существовании альтернативы традиционным ТИМ. К примеру, 7 лет назад, на рынке утеплителей появились новые продукты — теплоизоляционные материалы EDILTEC от м — готовые теплоизоляционные смеси ИЗОЛТЭКО и ИЗОЛКАП. В них сочетаются все те параметры, которые отвечают требованиям:

- долговечность — гарантия не менее 30 лет!
- экологичность — все составляющие чисты!
- пожаробезопасность — не горит и не распространяет огонь!
- материалы производятся в Украине!

И чтобы окончательно убедиться в правильности выбора — цена утепления 1 м<sup>2</sup> находится в тех же рамках — около 300 гривен на 1 м<sup>2</sup> (см. табл.).

ТАБЛИЦА СРАВНЕНИЯ СТОИМОСТИ УТЕПЛЕНИЯ 1 М<sup>2</sup> СТЕНЫ (все данные согласно ДБН)

№	Наименование параметра	Полистирольные плиты М25	Минераловатные плиты	Штукатурка ИЗОЛТЭКО
1	Коэффициент теплопроводности λ (Вт/м <sup>2</sup> С)	0,045	0,041	0,051
2	Прочность на сжатие кгс/см <sup>2</sup>	0,5	1,1	14,8
3	Паропроницаемость (μ мг/м <sup>2</sup> ч*Па)	0,05	0,3	0,3
4	Звукопоглощение при рекомендуемой толщине (дБ)	нет	нет данных	39
5	Группа горючести	Г2	НГ	Г1
6	Рекомендуемая толщина производителя материала (мм)	50	50	50
7	Срок выполнения работ по утеплению 100 м <sup>2</sup> фасада (не менее дней с учетом окраски);	10	10	4
8	Стоимость комплекса материалов на 1 м <sup>2</sup> , необходимых для утепления при рекомендуемой толщине	260	275	260
9	Стоимость работы утепления 1 м <sup>2</sup>	110	160	135
	<b>ИТОГО</b> стоимость 1 м <sup>2</sup> утепления (материал+работа)	<b>370</b>	<b>435</b>	<b>395</b>

то сейчас чувствуется снижение. Падение розничных продаж отмечается и в стекловате.

**Ценовые колебания.** Процесс оживления на рынке продолжается, но, даже с учетом этого, резкого повышения цен не произошло, что говорит о навыках конкуренции на рынке. В текущем году многие производители умеренно относятся к проведению ценовых акций, точнее к акционному снижению цены продукции. Это потому, что, судя по итогам прошлого года, такой подход не дал желаемых результатов, в первую очередь, увеличения продаж.

По камню даже наблюдалось снижение цены. Потому как доля импортной составляющей здесь меньше, чем в других видах ТИМ. По пенополистиролу — все ждут, кто первым поднимет стоимость. Производителям этой продукции очень тяжело конкурировать

по цене с каменной ватой, но они стараются удерживать цену даже с учетом того, что компоненты дорожают.

**Прогнозы.** Мы ожидаем, что в этом году будет повторение прошлого года, и сильного роста на рынке не произойдет. А вот изменения в структуре рынка будут. Доля пенополистирола еще больше просядет, а минваты — вырастет. Отчасти это связано с тем, что минвата вытесняет пенополистирол с фасадного утепления и плюс происходит увеличение объектных продаж, где минеральная вата занимает лидирующие позиции. Дальнейшее развитие отечественного рынка ТИМ будет напрямую зависеть от мероприятий со стороны государства, которые предпримет для стимулирования населения в использовании энергоэффективных решений, а также от привлечения бюджетных учреждений к снижению энергозатрат.

Ведь основной проблемой в повышении энергоэффективности бюджетных учреждений является отсутствие заинтересованности в энергосбережении. Для них энергоносители — это защищенная статья бюджета и будет оплачена в любом случае. При этом отсутствует заинтересованность как персонала заведения, так и руководства подразделений экономить энергоресурсы, а тем более вкладывать в это средства. Максимум, что может произойти и часто происходит — снижение энергопотребления за счет ухудшения условий пребывания посетителей и персонала в учреждении. ■

**Светлана Бондаренко**

Редакция выражает благодарность Агентству Индустриального Маркетинга за помощь в подготовке материала