

УДК: 332.133

1.11. Влияние общемировой ситуации на рынок строительных услуг и материалов Москвы и Московской области на примере пандемии COVID-19

Ратман Л.П., аспирант ГАУГН, г. Москва, Россия

В статье рассмотрено влияние общемировой ситуации на рынок строительных услуг и материалов в Москве и Московской области на примере кризиса, вызванного пандемией Covid-19. С использованием статистики и сравнительного анализа проанализировано, как в разные периоды пандемии изменялся спрос на строительство домов, какие технологии строительства были в приоритете и как исходя из спроса изменялись предложение и цены. Рассмотрена взаимная корреляция цен на пиломатериалы и газосиликатные блоки в ситуации, когда отрасль находилась под внешним давлением. Выявлены факторы, влияющие на стоимость строительных материалов и работ, предложены способы нивелирования рисков для строительных организаций при работе в кризисной ситуации.

Введение

В настоящее время человечество сталкивается с новыми глобальными вызовами, к которым относятся и пандемия Covid-19, оказавшая огромное влияние на все сферы общественной жизни. Для финансовых рынков, бизнеса, общества пандемия Covid-19 закономерно стала не просто неожиданностью, а «неожиданностью неожиданного типа» [1]. Строительная индустрия не стала исключением. Рынок строительных услуг и материалов Москвы и Московской области подвергся значительным изменениям под влиянием ситуации, обусловленной пандемией [2]. Москва и область рассмотрены автором в качестве примера в связи с ведущей ролью в стране и способностью максимально быстро и чутко реагировать на происходящие в мире изменения.

После объявления локдауна многие строительные компании были вынуждены приостановить работу из-за ограничений и карантинных мер, введенных правительствами многих стран, что привело к сокращению предложения строительных товаров на рынке, а следовательно, к росту цен.

На примере статистики и сравнительного анализа рынка строительных услуг и материалов рассмотрим, как в разные периоды пандемии Covid-19 изменялся спрос на строительство домов, какие технологии строительства были в приоритете и как исходя из спроса изменялись предложение и цены. Например, уже в период первого локдауна многие поняли, что лучше проводить его в загородном доме, а не в городской квартире. В связи с этим возрос интерес к загородной недвижимости, резко повысился спрос на участки и строительство домов, а также на готовые дома.

Трудно не согласиться с утверждением Аркадия Апумчика, автора статьи «Фактор вируса», что эффект пандемии может быть самым неожиданным, а именно – взрывной рост малоэтажной застройки [5].

Вскоре после начала пандемии была отмечена нехватка строительных материалов, так как производители не успевали покрывать потребности покупателей. Похожая ситуация наблюдалась и на рынке строительных услуг. Строительные компании получали огромное количество заявок, которые не успевали обработать. Разумеется, спрос вырос на самые популярные и качественные варианты домов, а именно: постройки из газосиликатных блоков и каркасные дома. Значительное превышение спроса над предложением привело к росту цен, который в первую очередь коснулся наиболее востребованных строительных материалов, таких как газосиликатные блоки, арматура, пиломатериалы, утеплители, металлочерепица и др., Одна из основных причин этого роста – снижение производства по причине закрытия некоторых предприятий или сокращения их деятельности.

Рассмотрим взаимную корреляцию цен на пиломатериалы и газосиликатные блоки в ситуации, когда отрасль находилась под внешним давлением.

Колебания цен на строительные материалы в течение 2020 г. приведены в таблице.

Таблица

Стоимость строительных материалов на рынках Москвы и Московской области в 2020 г.

Вид материала	2020 г.		
	Январь	Апрель	Сентябрь
Доска обрезная строительная, руб/м ³	7000	8000	20000
Газоблоки «Bonolit», руб/м ³	3500	5500	7500

Как видно из таблицы, в январе 2020 г., перед началом пандемии, оптовые цены на материалы для строительства стен были следующими:

- доска обрезная строительная – 7000 руб/м³;
- газоблоки «Bonolit» – 3500 руб/м³.

Последующее изменение цен на эти материалы наиболее ярко характеризует процессы, происходящие на рынке в указанный период.

К апрелю 2020 г. стоимость газосиликатных блоков резко возросла – до 5500 руб/м³, так как дома из них привлекли внимание заказчиков. При этом цены на остальные материалы сохранили темпы умеренного сезонного роста, например доска обрезная строительная стоила 8000 руб/м³.

Как видно, газоблоки резко подорожали на фоне повышения спроса на дома из данного материала. В то же время в период локдауна общий спрос на строительные услуги оставался невысоким [4], поэтому цены за работу не подверглись серьезным изменениям.

Когда локдаун закончился и производство работ было разрешено, спрос на материалы достиг такого уровня, что заводы перестали справляться с объемами и начали принимать заказы с ожиданием в два месяца. Более того, один из крупнейших мировых производителей блоков «Ютонг» из-за нехватки мощностей перестал выдавать даже заказанный и оплаченный материал. Реакция рынка на ситуацию с домами из газосиликатных блоков вынудила многих сделать выбор в пользу деревянных домостроений, и к сентябрю 2020 г. доска подорожала в 2,5 раза – до 20 тыс. руб/м³. Стоимость газоблоков в сентябре составила 7500 руб/м³.

Впоследствии наблюдалось снижение цен на доску обрезную до 13 тыс. руб/м³, в то время как цены на блок выросли до 11500 руб/м³, а затем снизились до 4000 руб/м³.

Таким образом, на стоимость строительных материалов влияют не только переменные и постоянные издержки. В намного большей степени она зависит от спроса и ожиданий покупателей, которые значительно подвержены влиянию факторов, сложившихся в мире и стране.

Но в любой, даже самой сложной экономической ситуации на рынке есть компании, чья прибыль растет. В данном случае важно понять, как с помощью оптимизации и цифровизации маркетинговой деятельности компании извлечь пользу из создавшего кризисного положения. Поскольку успех строительной компании, как и любой другой коммерческой структуры, во многом зависит от соответствия предложения спросу клиентов, важно иметь гибкий инструмент позволяющий анализировать ситуацию на рынке малоэтажного строительства «здесь и сейчас», а не впоследствии, когда она уже поменялась, полученные данные устарели и не имеют ценности. Мы рассматриваем рынок именно в кризисных условиях и в период потрясений, вызванных пандемией, так как на примере сложившейся ситуации видно, как изменялись спрос на малоэтажные домостроения и предложение строительных компаний и как подавляющее большинство их не успевало за ожиданиями потенциального покупателя.

В целях оптимизации маркетинговой стратегии прибегнем к онлайн-анализу запросов в поисковых системах по нашей тематике и в ходе обработки полученных данных выявим наиболее популярные виды домостроений у целевой аудитории в определенный момент времени. В первую очередь следует провести исследование цифровых запросов населения в поисковых системах. Это позволит прогнозировать, что будет наиболее популярно в строительстве через одну-две недели, на что стоит обратить внимание. Предлагаю не только анализировать запросы и ожидания людей, с использованием существующих сервисов, таких как Wordstat, в ручном режиме, но и рассмотреть создание более удобного аналитического программного продукта, настроенного на решение конкретных задач отдельной компании.

Наличие подобного инструмента позволит не только оптимизировать предложения под наиболее популярные запросы целевой аудитории, но и избежать ошибок в маркетинговой деятельности, связанных с человеческим фактором, включая ценообразование, дизайн, выбор материалов для строительства домов, площадок для размещения рекламы в сети.

Можно привести следующий пример: дизайнер создает рекламный сайт для строительной компании и размещает на нём актуальные, по его мнению, проекты, похожие на те, что он разместил на сайте другой компании год назад. В то время они отлично продавались, однако ситуация могла измениться и теперь клиенты ищут совершенно другого, но бюджет израсходован и никаких дивидендов данная рекламная кампания не принесет. Изучая запросы целевой аудитории в данный момент, можно избежать подобных ошибок.

Маркетологи в торговле ищут баланс между традиционными активностями и применением современных цифровых инструментов. Успешный путь – максимально приблизиться к своим покупателям, адаптироваться под их индивидуальные потребности, влияя на клиентский опыт в реальном времени. Используя продвинутую аналитику и дизайн-мышление в процессе изучения клиента, можно не только получить максимум знаний о желаниях покупателя, но и стать компанией, способной создавать персонализированные продукты и услуги по запросу [6].

В нашем случае возможно анализировать спрос на строительство домов, проводить мониторинг изменения приоритетов целевой аудитории, чтобы вовремя реагировать и предлагать именно то, что люди хотят получить, и по той цене, которую они готовы заплатить.

Благодаря созданию системы комплексного анализа запросов на строительство домов компания, в маркетинговой деятельности которой проведены подобные мероприятия, получит уникальную возможность первой реагировать на ожидания рынка и запросы целевой аудитории.

Пандемия Covid-19 значительно повлияла на мировую экономику, в частности, на строительную отрасль. В период локдауна на всех мировых рынках, включая рынки строительных материалов, отмечались значительные колебания. Если говорить о рынке строительных услуг в целом, то, несомненно, ухудшение экономической ситуации, финансовая нестабильность и геополитические факторы вызвали значительный рост стоимости стройматериалов. Волатильность фондовых рынков и колебания курсов валют могли отразиться на динамике цен. Изменение цен на газоблоки и пиломатериалы также зависело от перечисленных факторов, включая закрытие предприятий, потребительский спрос и ожидания, изменение стоимости сырья.

В настоящее время ситуация на строительном рынке стабилизировалась, но цены уже никогда не вернутся к «доковидным» показателям.

Литература

1. Мовчан А. Экономика военного времени. Как пандемия 2020 года изменит мир. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/395899-ekonomika-voennogo-vremeni-kak-pandemiya-2020-goda-izmenit-mir> (дата обращения: 28.11.2025).
2. Бадушева В.Д., Палагин А.А. Развитие отрасли строительства под влиянием COVID 19// Вестник Академии знаний № 39(4). – 2020. – С. 82-84. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-otrasli-stroitelstva-pod-vliyaniem-covid-19/viewer> (дата обращения: 20.01.2024).
3. Строительная отрасль в период пандемии: обзор делового климата от экспертов ВШЭ. [Электронный ресурс]. – URL: <https://erzrf.ru/publikacii/stroitel'naya-otrasl-v-period-pandemii-obzor-delovogo-klimata-ot-ekspertov-vshe?ysclid=ltd2yv6rh1182259395> (дата обращения: 20.01.2024).
4. Как менялся строительный рынок на фоне пандемии// Строительная газета – [Электронный ресурс]. – URL: <https://stroygaz-ru.turbopages.org/turbo/stroygaz.ru/s/expert/construction/kak-menyalsya-stroitelnyy-rynok-na-fone-pandemii/> (дата обращения: 20.01.2024).
5. Фактор вируса. [Электронный ресурс]. – URL: <https://zsr.ru/blogpost/52/faktor-virusa> (дата обращения: 25.11.2024).
6. Хашимова Д. П. Использование инструментов цифрового маркетинга для повышения эффективности торговых операций // «Экономика и социум», №4(95). – 2022. – [Электронный ресурс]. – URL: https://www.iupr.ru/files/ugd/b06fdc_331a6276689f4029b6acf35e697b79cf.pdf?index=true

Дополнительные источники

1. Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 № 7 [Электронный ресурс]. – URL: https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2019/02/pasport_natsprogrammy_ifr_ekonomika_oficialno.pdf
2. Индикаторы цифровой экономики: 2021: стат. сб. / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т И60 «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 380 с. – 300 экз. – ISBN 978-5-7598-2385-8 (в обл.)
3. Индикаторы цифровой экономики: 2024: стат. сб. / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг и др.; И60 Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. – 276 с. – 350 экз. – ISBN 978-5-7598-3008-5 (в обл.)

References in Cyrillics

1. Movchan A. Ekonomika voennogo vremeni. Kak pandemiya 2020 goda izmenit mir. [Elektronny`j resurs]. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/395899-ekonomika-voennogo-vremeni-kak-pandemiya-2020-goda-izmenit-mir> (data obrashheniya: 28.11.2025).
2. Badusheva V.D., Palagin A.A. Razvitie otrasli stroitel`stva pod vliyaniem COVID 19// Vestnik Akademii znaniy № 39(4). – 2020. – S. 82-84. [Elektronny`j resurs]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-otrasli-stroitelstva-pod-vliyaniem-covid-19/viewer> (data obrashheniya: 20.01.2024).
3. Stroitel`naya otrasl` v period pandemii: obzor delovogo klimata ot e`kspertov VShE`. [Elektronny`j resurs]. – URL: <https://erzrf.ru/publikacii/stroitel'naya-otrasl-v-period-pandemii-obzor-delovogo-klimata-ot-ekspertov-vshe?ysclid=ltd2yv6rh1182259395> (data obrashheniya: 20.01.2024).
4. Kak menyalsya stroitel`ny`j ry`nok na fone pandemii// Stroitel`naya gazeta – [Elektronny`j resurs]. – URL: <https://stroygaz-ru.turbopages.org/turbo/stroygaz.ru/s/expert/construction/kak-menyalsya-stroitelnyy-rynok-na-fone-pandemii/> (data obrashheniya: 20.01.2024).
5. Faktor virusa. [Elektronny`j resurs]. – URL: <https://zsr.ru/blogpost/52/faktor-virusa> (data obrashheniya: 25.11.2024).

6. Xashimova D. P. Ispol'zovanie instrumentov cifrovogo marketinga dlya povu'sheniya e'ffektivnosti trgovy'x operacij // «E'konomika i socium», №4(95). – 2022. – [E'lektronny'j re-surs]. – URL: https://www.iupr.ru/files/ugd/b06fdc_331a6276689f4029b6acf35e697b79cf.pdf?index=true

Ключевые слова

Рынок строительных услуг, пандемия Covid-19, строительные материалы, цены, цифровизация маркетинговой деятельности, оптимизация деятельности строительной компании.

*Ратман Леонид Панаётович, аспирант,
ФГБОУ ВО ГАУГН
(leonidrat@yandex.ru)
ORCID: 0000-0003-2878-6255*

Leonid Ratman. The impact of the global situation on the market of construction services and materials in Moscow and the Moscow region on the example of the COVID-19 pandemic

Keywords

Construction services market, Covid-19 pandemic, building materials, prices, digitalization of marketing activities, optimization of construction company activities.

DOI: 10.34706/DE-2024-04-11

JEL classification C8 Методология сбора и оценки данных;

Abstract

The article examines the impact of the global situation on the market of construction services and materials in Moscow and the Moscow region on the example of the crisis caused by the Covid-19 pandemic. Using the example of statistics and comparative analysis, it is analyzed how the demand for house construction changed in different periods of the pandemic, which construction technologies were in priority and how supply and prices changed based on demand. The mutual correlation of prices for lumber and silicate blocks in a situation when the industry was under external pressure is considered. The factors influencing the cost of construction materials and works are identified, and methods for leveling risks for construction organizations when working in a crisis situation are proposed.