



QUO VADIS? КУДА ИДЕТ РОССИЙСКИЙ ОКОННЫЙ РЫНОК

Н. Л. ГАВРИЛОВ-КРЕМИЧЕВ,

к. т. н., ИЦ «Современные Строительные Конструкции», НП «СТРС»

Итак, дорогие друзья и уважаемые коллеги, все то, о чем мы предупреждали в течение последних двух лет, к сожалению, произошло.

Этап экономического роста, обусловленного сверхблагоприятной внешнеэкономической конъюнктурой, завершился. Цены на нефть рухнули, а с ними иссяк поток нефтедолларов. Построенная на них экономика оказалась не способной противостоять мировому финансовому кризису, а следом страну быстро накрыл мировой экономический кризис. Строительство практически остановилось, а привыкшие к сверхприбылям крупнейшие девелоперы оказались в предбанкротном состоянии. Строительный рынок «замерз», а вместе с ним в зимнем оцепенении замер и рынок стройматериалов.

Естественно, оконный рынок не составил исключения.

«Что же происходит с рынком?»

Этот вопрос, на который, откровенно говоря, уже надоело отвечать, вновь оживленно обсуждается в СМИ и на многочисленных «тусовках». Кризис придал ему соответствующую «трагическую» тональность.

Но встал-то сам этот вопрос не сегодня!

Он зазвучал еще летом 2007 года, когда оконный рынок «вдруг» резко замедлил темп после впечатляющего предшествующего роста в 2006 г. Только тональность вопроса была иной: как бы подразумевалось, что замедление темпов роста — это лишь досадный эпизод, а дальше все снова пойдет по-прежнему.

К разочарованию многих, «не пошло». Да и не могло пойти!

Почему? На этот вопрос мы в том же году подробно ответили в статьях

«После рекордного роста рынок потребовал отдыха» (см. «ОКНА и ДВЕРИ», №6 (123) / 2007) и «Российский оконный рынок: мифы и реальность» (см. «ОКНА и ДВЕРИ», №8-9 (125-126) / 2007).

Здесь только повторим (процитируем) некоторые выводы, сделанные в них:

• «Ситуация на оконном рынке в 2007 году развивается именно так, как она и должна была развиваться. Высокие темпы роста, сохранявшиеся в 1 кв. как наследие 2006 года, сменились застоєм, продолжавшимся вплоть до июля. Лишь в августе началось оживление... Правда, увеличение объемов продаж, в отличие от 2006 г., вряд ли будет сопровождаться адекватным ростом прибыли. Скорее, следует говорить о сохранении достигнутого».

• «На волне ажиотажного спроса в минувшем (2006) году многие забыли старую поговорку:.. А теперь, когда заявленные амбициозные планы роста объемов производства «вдруг» оказались под угрозой, задают вопросы: «Что же происходит с рынком?»».

Да ничего особенного не происходит!».

• «Фиксированный темп роста означает рост по экспоненте. Это возможно только на определенном этапе развития, который длится сравнительно недолго. Затем наступает этап насыщения, и рост замедляется...Все это — азбука, которая, в принципе, должна быть хорошо известна тем, кто занимается бизнесом, в т.ч. и оконным. Поэтому завершение этапа экспоненциального развития и переход к началу этапа насыщения в 2007 году не должны, соответственно, вызывать ни удивления, ни «черного» пессимизма. Это — закономерность развития».

• «Рынок — сложная система, которая развивается нелинейно. Если этого не понимают некоторые «маркетологи», то, по идее, должны знать руководители фирм. Не просто знать — чувствовать, предвидеть, планировать. Не принимать «на веру» дутые цифры, не строить на их основе соответствующие «проекты». Иначе не выжить в достаточно жестком бизнесе».

Еще раз об «исследованиях» и «прогнозах»

«Исследование рынка» — тема благодатная. Кто только сегодня ей ни занимается! Ведь все, казалось бы, так просто: опросил несколько менеджеров среднего звена (к руководству не достучишься) из нескольких фирм (всех не охватишь), просмотрел какое-то количество сайтов по поисковику в Интернете, произвел несколько арифметических действий — и готово! Для солидности можно добавить чего-нибудь из официальной статистики или из учебника по маркетингу, причем знание предмета не требуется.

Главное — результат должен соответствовать ожиданиям клиента.

Хочет клиент 30% роста рынка до 2010 года? Пожалуйста. Да хоть до 2020-го!

Хочет 50% по конструкциям из ПВХ? Тоже нет проблем!

Хотите чуда? Сделаем!

Так «исследования» порождают мифы. Как и положено, будущее в них всегда «светло и прекрасно» (это из произведения классика, а не из отчетов об «исследованиях»).

Причем создание мифа — коллективное творчество, в котором участвуют не только «исследователи-прогнозеры», но и их благодарная ауди-



тория в лице сотрудников опрашиваемых фирм и фирм-заказчиков. Подробнее об этом — в указанных выше публикациях.

А на основе созданных мифов принимаются управленческие решения, строятся планы развития предприятий, расширяются производственные площади, привлекается финансирование для закупки нового технологического оборудования, развиваются складские сети и т.д.

А затем наступившая реальность опровергает «прогнозы». Но какие претензии к «прогнозерам»? Они действовали в меру своего разумения, высказывали свое личное мнение (на это у нас имеет право каждый), а за результаты использования своих «прогнозов» не отвечают. Ответственность же за управленческие решения несут те, кто их принимал. И это абсолютно справедливо.

Есть, правда, еще те, кто подготавливал почву для решений. Их роль определяется заинтересованностью в повышении своей значимости, в т.ч. через повышение значимости «своего» департамента, отдела или представительства, «своей» дочерней фирмы. «Независимый» прогноз развития рынка, рисующий перспективы светлого будущего, часто оказывался для них крайне необходимым. Например, при обосновании инвестиций, при получении кредитов или выделении финансирования «материнской» компанией. Или, наконец, просто для отчета о проделанной работе.

Впрочем, разразившийся кризис уже успел остудить пылкое воображение. Лучезарный оптимизм «прогнозов» сменился черным пессимизмом. Будущее теперь рисуется мрачным и печальным. И это касается не только оконного рынка.

Чем страшнее — тем лучше? Авось кризис спишет все ошибки? Возможно. Но лучше для кого?

Рынок как система

В циклах публикаций «Российский оконный рынок: некоторые тенденции» (см. «ОКНА и ДВЕРИ», 2001-2003 гг.) и «Российский оконный ры-

нок: тенденции и особенности развития» (см. «ОКНА и ДВЕРИ», 2006 г.) на базе многолетних наблюдений за развитием рынка с использованием методов системного анализа была разработана его модель. В рамках этой модели оконный рынок представлен как открытая динамическая система, включающая четыре группы элементов. Этими элементами являются предприятия-производители и поставщики, а товарно-материальные потоки между ними образуют внутрисистемные связи.

Оконный рынок входит как подсистема в систему строительного рынка (в широком определении), последней — в систему общенационального рынка. Он, в свою очередь, — в систему мирового рынка. Тем самым образуется иерархия соподчиненных систем, вплоть до предприятия. Любое «управляющее» воздействие, исходящее из системы более высокого ранга, неизбежно оказывает влияние на систему более низкого ранга. Но не наоборот.

Взаимодействие в иерархии систем наглядно проявилось в минувшем году: импульс мирового финансового кризиса быстро распространился на национальные рынки, затем — на отраслевые рынки и дошел до конкретных предприятий. Долго сопротивляться кризису российский оконный рынок не смог. Как и экономика страны в целом.

Можно сколь угодно сокрушаться по этому поводу, но для удивления нет оснований. Просто вышестоящая в иерархии система продиктовала

свои условия системам более низкого ранга. Оценка последствий такого воздействия — совершенно иной вопрос, во многом лежащий в эмоциональной плоскости.

А для системного анализа важно то, что оконный рынок, являясь открытой системой, взаимодействует со смежными рынками. Это позволяет использовать в расчетах метод баланса товарно-материальных потоков как на внутрисистемном, так и на межсистемном уровнях. В условиях информационной «непрозрачности» рынка и «закрытости» товаропроизводителей этот метод является, по существу, единственным для получения объективных данных о рынке в целом.

Данная методика позволила с достаточной степенью точности рассчитывать основные параметры рынка (включая объемы производства и потребления оконных конструкций, профиля и т.д.), оценивать динамику и перспективы развития.

Поэтому, в частности, замедление темпов роста рынка в 2007 году, особенно в секторе ПВХ, не явилось для нас сюрпризом. Как не явился неожиданностью и наступивший в конце 2008 года экономический кризис. Обо всем этом мы заблаговременно предупреждали наших читателей.

Предпосылки для кризиса были созданы год назад

В предшествующих публикациях был дан исчерпывающий ответ на вопросы, по какой причине 2007 год не оправдал связанных с ним на-

Иерархия систем





дежд. Повторяться не будем. Подведем лишь еще раз основные результаты года в секторе ПВХ:

1. Прирост потребления оконных конструкций:

- планировали — 9-10 млн. кв. м,
- получили — менее 3 млн. кв. м.

2. Прирост потребления ПВХ-профилей:

- планировали — 100-120 тыс. тонн,
- получили — 30 тыс. тонн.

3. Неадекватное увеличение производственных мощностей как по сборке конструкций, так и по экструзии профилей, которое привело к переизбытку мощностей в целом по отрасли.

4. Рост расходов и задолженности по кредитам при одновременном замедлении темпов роста спроса на продукцию.

5. Опережающий рост совокупных издержек по сравнению с ростом доходов. Падение эффективности бизнеса.

Основные причины просчетов в планах компаний:

1. Неправильно определена исходная база для расчетов (завышены итоги 2006 г. и предшествующих годов). Производство 30 млн. кв. м оконных конструкций из ПВХ-профилей в 2006 г. — это миф, основанный на некомпетентных оценках горемаркетологов. На это указывалось еще в декабре 2006 г., в т.ч. в публикациях нашего журнала.

2. Неправильно оценены возможные темпы роста рынка (поверили рассказам «прогнозеров» об устойчивом 30-34%-м росте вплоть до 2010 года).

3. Неправильно оценены структура рынка (в части используемых ма-

териалов) и перспективы увеличения рыночной доли сектором ПВХ.

4. Переоценен рост платежеспособного спроса..

5. Переоценены возможности роста в последующие годы (не учли, что рынок перешел к этапу насыщения).

Итог: создание в 2007 году предпосылок для кризиса относительного перепроизводства.

Даже если предположить, что по какой-то чудесной причине в 2008 году страну не «накрыл» бы мировой экономический кризис, развитие российского оконного рынка в 2007 г. со всей определенностью свидетельствовало о приближении кризиса в отрасли.

Если бы он и не начался в 2008 г., то произошел годом позднее.

Этапы развития российского оконного рынка

Этапы развития российского оконного рынка были впервые представлены в журнале «ОКНА и ДВЕРИ» в 1999 году и уточнялись с использованием все более полной информации в последующих публикациях (см. выше).

Всего выделяется шесть этапов, три из которых характеризуются как «кризисные». Последний из них начался в 2008 году.

Этапы развития рынка представлены на врезке.

Главный вопрос, волнующий сегодня всех, — когда закончится кризис?

По существу это означает — как долго будет длиться шестой этап, включая восстановление рынка?

Однозначного ответа, к сожалению, нет ни у кого. Есть лишь невнятные рассуждения «на тему» и очередные «прогнозы». Заниматься ими не будем.

Имеются, как минимум, четыре сценария возможного развития событий. Во всех их диктовать условия игры будут макроэкономические факторы.

Наиболее вероятный сценарий на ближайшую перспективу:

— некоторое оживление рынка, которое начнется в марте-апреле и будет продолжаться до мая;

— летом спрос во многом будет поддерживаться за счет реализации федеральных программ, но возможно оживление спроса со стороны «частника»;

-начиная со второй половины августа, ситуация становится неопределенной, поскольку практически всецело будет зависеть от воздействия внешнеэкономических и политических факторов.

Второй основной сегодняшней вопрос — что делать?

Ответ здесь однозначен. В первую очередь, думать, отслеживать и анализировать ситуацию. Только после этого принимать взвешенное решение. Риск ошибки сейчас слишком велик. Вплоть до банкротства и продажи бизнеса. А кто купит?

Поэтому необходим постоянный мониторинг рынка.

Мы уже начали эту работу и приглашаем всех заинтересованных лиц принять в ней участие.

P. S.:

В связи с участвовавшим плагиатом, конкретные цифры, характеризующие объемы производства / продаж участников рынка и ситуацию на рынке в целом, будут публиковаться в специальных аналитических обзорах и отчетах. Они выполняются в рамках работ по мониторингу оконно-фасадного рынка.

Информацию см. на сайте www.ssk-inform.ru

Этапы развития российского оконного рынка*

70-е - 1990	Этап «социалистического рынка»
1991 - 1994	Кризис / Переходный этап
1995 – 1998, I пол.	Подъем / Структурная перестройка
1998, II пол. - 2000	Кризис / Смена приоритетов
2001 - 2008, I пол.	Подъем / Интенсивный рост
2008, II пол. — ?	Кризис / ...?

* См. журнал «Окна и Двери», 1999-2008 гг.

TYAP

1979 30 лет 2009

Международные Стамбульские выставки

tuyap.com.tr



PÜKAD

Ассоциация по контролю качества производства окон



СТАМБУЛ ОКНО 2009

10-я международная выставка окон, материалов, комплектующих и оборудования для их производства

Istanbul - Turkey

www.istanbulwindowfair.com

12 - 15 марта 2009



TS EN ISO 9001:2000



КОМПАНИЯ «ТЮЯП» / ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР - ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС

ОФИСЫ КОМПАНИИ «ТЮЯП» В ТУРЦИИ

ОФИСЫ КОМПАНИИ «ТЮЯП» ЗА РУБЕЖОМ

Выставочный и конгресс-центр «ТЮЯП», 34521, Бююкчекмедже Стамбул - Турция
Тел. : +90 212 886 5 886 (Pbx)
Факс : +90 212 8866630
tuyap.com.tr

E-mail: yuricsats@tuyap.com.tr
Продажа билетов турским компаниям yuricsats@tuyap.com.tr
Продажа билетов иностранным компаниям sales@tuyap.com.tr

Выставки за рубежом tuyapoverseas@tuyap.com.tr
Реклама и связи с общественностью tanim@tuyap.com.tr
Выставочный комплекс fairarea@tuyap.com.tr

E-mail: tuyapadana@tuyap.com.tr
tuyapankara@tuyap.com.tr
tuyapbursa@tuyap.com.tr
tuyapdiyarbakir@tuyap.com.tr
tuyapgaziantep@tuyap.com.tr

tuyapizmir@tuyap.com.tr
tuyapkayseri@tuyap.com.tr
tuyapkonya@tuyap.com.tr
tuyapsamsun@tuyap.com.tr

E-mail: tuyapmoscow@tuyap.com.tr
tuyapsofia@tuyap.com.tr
tuyapaleppo@tuyap.com.tr

tuyaptalat@tuyap.com.tr
tuyaptehran@tuyap.com.tr



TYAP Стамбул

Выставочный и конгресс-центр «ТЮЯП»

Бююкчекмедже Стамбул - Турция

ДАННАЯ ВЫСТАВКА ПРОВОДИТСЯ С РАЗРЕШЕНИЯ СОЮЗА ПАЛАТ И БИРЖ ТУРЦИИ НА ОСНОВАНИИ ЗАКОНА 5174.

Международные Стамбульские выставки
tuyap.com.tr



PÜKAD



СТАМБУЛ ОКНО 2009

10-я международная выставка окон, материалов, комплектующих и оборудования для их производства

www.istanbulwindowfair.com

Мы приглашаем Вас посетить церемонию официального открытия выставки, которая состоится 12 марта 2009 г. в 12.00.

Компания «ТЮЯП» - организация выставок и ярмарок

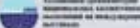
Часы посещения:
12 - 13 - 14 марта 2009 / 10.00 - 19.00
15 марта 2009 / 10.00 - 18.00

(Приглашение действительно на 1 лицо, продаже не подлежит)

TYAP 1979 30 лет 2009



TS EN ISO 9001:2000



12 - 15 марта 2009

TYAP Istanbul



Выставочный и конгресс-центр «ТЮЯП» Стамбул - Турция

ДАННАЯ ВЫСТАВКА ПРОВОДИТСЯ С РАЗРЕШЕНИЯ СОЮЗА ПАЛАТ И БИРЖ ТУРЦИИ НА ОСНОВАНИИ ЗАКОНА 5174.