



# ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА ПВХ-ПРОФИЛЕЙ В РОССИИ В 2009 ГОДУ

**А. Б. ДАСКОВСКИЙ,**  
генеральный директор компании «профайн РУС»

**В** то время как в последние годы рынок ПВХ-профилей в Европе в среднем увеличивался на 1-2%, российский рынок демонстрировал весьма уверенный рост. Однако уже очевидно, что в 2009 году в связи с мировым экономическим кризисом ситуация изменится. Что ждет рынок ПВХ-профилей в ближайшем будущем?

Россия — одна из самых перспективных стран для развития оконной индустрии. Если во многих западных государствах рынок ПВХ-систем уже давно пребывает в стадии насыщения, радикально не поднимаясь и не опускаясь на протяжении нескольких лет, в Российской Федерации в этой сфере еще вчера наблюдался настоящий бум. Для сравнения: в 2007 году в Германии, по данным Interconnection Consulting, оконный рынок сократился на 7,4%, в 2008 г. — поднялся примерно на 1%. В нашей же стране в докризисный период наблюдался ежегодный прирост на 25-30%. В 2008 году на российских заводах было произведено около 45 млн. кв. м пластиковых окон.

Но пресловутый кризис внес свои коррективы, и стремительный вектор развития опустился вниз. На 2009 год эксперты прогнозируют сокращение рынка почти в половину.

## Строительный сектор

Рынок ПВХ-профилей напрямую зависит от рынка недвижимости. А это как раз тот сектор экономики, который от международного финансового кризиса пострадал одним из первых. Массовое замораживание строительства привело к тому, что спрос на ПВХ-системы для окон и

дверей упал. Особенно такая ситуация отмечена в Великобритании, Испании и Португалии, хотя, в целом, в континентальной Европе регресс не столь заметен.

В России первым под натиском кризиса летом 2008 года пострадал сектор корпоративного строительства, а также компании, которые ориентировались на этот сектор. Рост этого рынка замедлился практически сразу после начала кризиса. Так, по официальным данным на конец 2008 года, введено в эксплуатацию только 63,8 млн. кв. м жилья против запланированных в начале года 70 млн. кв. м. Осенью всеобщий спад ощутили и в сегменте конечных потребителей. Отсутствие средств для инвестирования у компаний и доступа к дешевым кредитам у частных потребителей привел к тому, что в 2009 году объемы строительства снизились. Это не может не сказаться и на рынке ПВХ-систем.

Сказалось уменьшение зарплат и сокращение кадров, которые подорвали у россиян уверенность в завтрашнем дне. В результате клиенты начали экономить средства, откладывая реализацию целей, не представляющих жизненной необходимости. Снижение спроса привело к тому, что планы компаний по развитию производства отложены на будущее. Кризис усложнился еще и тем, что совпал с периодом традиционного сезонного спада.

## Тотальная экономия

Разумеется, в проблемной экономической ситуации повышается спрос на дешевый товар. Клиенты, стремясь экономить на всем, на чем возможно, заказывают окна из са-

мого недорогого, и, зачастую, некачественного профиля. Спрос на зарекомендовавшие себя бренды, казалось бы, должен упасть. Однако, по мнению экспертов, производителям качественного профиля не стоит впадать в панику. В премиум-сегменте продукция солидных брендов сейчас хорошо продается, несмотря на кризис. А реализация дешевых окон, в конечном счете, невыгодна никому. Компании, продавая за бесценок, работают себе в убыток. А у потребителя радость от низкой цены быстро сменится разочарованием от низкого качества.

## Цены на ПВХ

Что касается цен на ПВХ-смола, то, после обусловленного кризисом снижения в конце 2008 года, с марта они начали уже расти. По данным Plastinfo.ru, в марте 2009 года отечественный поливинилхлорид подорожал на 12,04%. В мае цена ПВХ российского производства превысила 35 тыс. руб. Специалисты прогнозируют дальнейший рост, правда, небольшими темпами. На стоимости оконных профилей эти незначительные изменения пока отразиться не должны.

## Стратегия компаний

Мировой экономический кризис вынуждает компании оперативно пересматривать свои краткосрочные и долгосрочные планы. Сегодня первоочередной задачей является повышение ликвидности. Компании более скрупулезно подходят к затратам, анализируют свои прошлые ошибки, оптимизируют свою норму прибыли, сокращая общий уровень



постоянных издержек, что создаст дополнительные преимущества и будет приносить дополнительную прибыль впоследствии. Например, многие сейчас рационализируют производство, сокращают количество смен. Те, у кого есть несколько производственных площадок, оптимизируют и концентрируют производство только на самых эффективных объектах. Также компании повышают эффективность любых новых вложений в бизнес, предпринимают меры по поддержке клиентов.

Долгосрочные цели требуют анализа изменившейся среды и возможностей компании, более тщательного планирования, а также определения сценариев и выбора направлений развития. Это может означать как незначительное изменение стратегии, так и ее существенный пересмотр.

Кроме того, существующая ситуация на рынке дает возможность

стабильным компаниям, обладающим свободными средствами, к укреплению своих рыночных позиций, использованию клиентской базы финансово неустойчивых компаний, которым придется замораживать или сворачивать свою деятельность. Таким образом, по текущим оценкам, в ближайшее время продолжится активность в области сделок слияния и поглощения. Однако подобные решения должны приниматься на основе всестороннего стратегического анализа. Только в этом случае они смогут принести существенные выгоды в долгосрочной перспективе.

#### Из кризиса — в развитие

Однако поскольку отечественный рынок до сих пор еще далек от насыщения, на посткризисный период у него есть очень хороший потенциал для развития. В совре-

менных окнах сегодня нуждаются более чем 70% российских домохозяйств. 80% семей в стране недовольны своими жилищными условиями, что послужит импульсом для подъема ипотеки. С «исцелением» российской экономики начнется и новый виток развития оконного рынка.

Индустрия профилей выйдет на качественно новый уровень. В среднесрочной перспективе процессы, происходящие сейчас на рынке, приведут к оздоровлению отрасли: укрупнению и консолидации предприятий, отсеиванию непрофессиональных компаний, использующих некачественные технику и технологии. Скорее всего, повысятся барьеры входа в отрасль, и случайные фирмы не будут приходить в бизнес. В любом случае, рынок станет более здоровым, работать на нем будет еще интересней.

# СтройЭКСПО

27 Всероссийская специализированная выставка



#### ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ:

- Строительные и отделочные материалы
- Кровля. Изоляция
- Окна. Двери. Ворота
- Быстровозводимые здания и сооружения
- Системы очистки воды, водоочистители
- Канализационные системы и оборудование
- Системы вентиляции и кондиционирования
- Системы водоснабжения и отопления
- Котельное оборудование
- Трубы. Запорная и регулирующая арматура



#### Организатор:

Выставочный центр "ВолгоградЭКСПО"  
Тел./факс: (8442) 49-19-29  
E-mail: [lyuda@volgogradexpo.ru](mailto:lyuda@volgogradexpo.ru)  
[www.volgogradexpo.ru](http://www.volgogradexpo.ru)

**6-8**  
**ОКТАБРЯ**  
**ВОЛГОГРАД**