



В МАРТЕ 2010 ГОДА ВЫШЕЛ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ «РОССИЙСКИЙ ОКОННО-ФАСАДНЫЙ РЫНОК. ИТОГИ 2009 ГОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ НА 2010–2012 ГОДЫ».

Ниже представляем вниманию наших читателей две статьи по материалам данного отчета

ЦЕНОВАЯ КОНЪЮНКТУРА РЫНКА

Цены на сырье

Важным фактором ценообразования, опосредованно влияющим на себестоимость продукции и отпускные цены компаний-изготовителей оконных блоков и фасадных элементов, являются цены на сырье. В первую очередь — на ПВХ-смолу и алюминий, от которых зависят цены на системные профили из соответствующих материалов.

Цены на ПВХ-смолу

Производство ПВХ-смолы в РФ снижалось, начиная с 2007 года, несмотря на многочисленные прогнозы роста ожидаемого потребления к 2010 г. и его интенсивный фактический рост в 2006–2008 гг. Растущий спрос покрывался увеличением импорта, в объемах которого к 2008 г. стал преобладать импорт из азиатских стран [1–4].

Ожидалось (ЗАО «Креон»), что мощности российских производителей ПВХ в 2010 г. возрастут до 1089,1 тыс. тонн, российское потребление в 2010 г. составит 930 тыс. тонн, а с учетом импорта композиций и изделий — до 1290 тыс. тонн [1]. Назывались и другие цифры. Согласно «Стратегии развития химической и нефтехимической промышленности до 2010 года», потребление ПВХ в 2010 г. должно было составить 905 тыс. тонн, а согласно прогнозу СМАИ — 1550 тыс. тонн. Большие надежды были связаны с реализацией проекта «РусВинил» (строительство нового завода в г. Кстово Нижегородской обл.).

В условиях монополизированного внутреннего рынка ПВХ на нем искусственно поддерживался относительный дефицит. Это было выгодно как предприятиям-производителям ПВХ, так и трейдерам, которые могли диктовать отпускные цены. В результате, цены на ПВХ-смолу в России на протяжении предкризисных лет были выше, чем цены на европейском и, особенно, на азиатском рынках.

Однако, в связи с начавшимся кризисом, с октября по декабрь 2008 г. произошло резкое сокращение спроса и падение как рублевых (с 44–45 тыс. до 30–32 тыс. за тонну), так и долларовых (с \$ 1300 до \$ 900 за тонну) цен на ПВХ-С.

В январе 2009 г. цены еще более снизились в связи с отсутствием спроса со стороны переработчиков (в т. ч. экструзионных предприятий) и ростом складских запасов у трейдеров. Складские запасы «ЕТК» в марте увеличились до 40 тыс. тонн. Все первое полугодие цены фактически диктовал продавец [3].

Летом 2009 г. произошло некоторое оживление спроса. Резкое сокращение объемов импорта и снижение складских запасов способствовали тому, что цены на ПВХ-смолу резко пошли вверх (трейдеры и производители пытались компенсировать предшествующие убытки). Драматизировать рост цен на смолу нет оснований: следует учитывать произошедшую девальвацию рубля и то, что летний подъем цен регулярно происходил и до кризиса. Рынок просто

возвратился в свое «обычное» состояние (см. [3], комментарий).

Динамика цен на смолу ПВХ-С в 2009 г., по данным [3, 4], представлена в табл. 1.

На европейском рынке долларовые цены на ПВХ выросли с \$ 680 за тонну в январе до \$ 1140 за тонну в ноябре 2009 г. (+67,6%), на азиатском — с \$ 640 за тонну в январе до \$ 830 за тонну в ноябре 2009 г. (+29,7%). На российском рынке, учитывая укрепление рубля к доллару во II–IV кв., они выросли с \$ 754 за тонну в январе до \$ 1545 за тонну в ноябре 2009 г. (+104,9%). Это можно считать одним из парадоксов резко сузившегося рынка [4], но необходимо учитывать и величину предшествующего падения цен на ПВХ-смолу (см. [3], комментарий).

Цены на алюминий

Неоднократно указывалось, что «внутренние» цены на первичный алюминий (для российских производителей алюминиевых профилей) диктуются ценами Лондонской биржи металлов [5, 6, 7], Биржевые цены (LME) на первичный алюминий в 2008 г. также резко снизились: с \$ 3000 в мае до менее чем \$ 1350 за тонну в декабре.

В апреле 2009 г. начался подъем цен на алюминий, который продолжался (с небольшими перерывами) на протяжении практически всего года. Средняя цена за июнь составила уже \$ 1574 за тонну, за июль — \$ 1665 за тонну, за август — \$ 2001,5 за тонну. Осенью цены превышали \$ 2100

Таблица 1.
Цены на смолу ПВХ-С в 2009 г., руб./т с учетом НДС

	Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сен.	Окт.	Нояб.	Дек.
2007 г.	38500	37500	37000	37500	38500	41500	43500	48000	48000	4800	47000	45000
2008 г.	42500	44000	44000	44000	46000	46000	47000	47000	46500	45500	43500	34000
2009 г.	28000	31500	36500	37500	38000	37000	43500	49000	50500	53000	52300	49000



Приведенные данные свидетельствуют, что потребитель не готов нести дополнительные расходы на приобретение строительных материалов и изделий, вне зависимости от величины этих расходов.

Поэтому при работе с частными заказчиками продавцы окон все чаще сталкиваются с тем, что показатель низкой цены в их рекламе не играет определяющей роли. Кроме того, следует учитывать, что всегда может появиться кто-то, кто будет в состоянии предложить потенциальному клиенту еще более низкую цену.

При этом необходимо отметить, что игра «на понижение» в секторе частных заказов в 2009 г. была ограничена реальной себестоимостью продукции с учетом издержек при обращении. То есть, в конечном счете, — нулевой эффективностью бизнеса.

Следовательно, принятая в маркетинговой политике боль-

шинства компаний ставка на низкую цену — это стратегически проигрышный вариант, даже в условиях кризиса.

Для того, чтобы выжить в условиях кризиса, «оконным» компаниям придется искать дополнительные (кроме низкой цены) аргументы для привлечения частного заказчика

Литература:

1. Хазова Т. Н. Российский рынок ПВХ: состояние и перспективы развития. // «Окна и Двери», 2007, № 8-9 (125-126), с. 52-55.
2. Россия. ПВХ. Еженедельный ценовой обзор. // «Маркет Репорт», 2008-2009.
3. Конференция «ПВХ. Итоги года». // «Окна и Двери», 2009, № 8-9 (143-144), с. 29-35, 40-43.
4. Хазова Т. Н. Российский рынок поливинилхлорида: парадоксы и ожидания. // «Окна и Двери», 2009, № 8-9 (143-144), с. 35-39.

5. Гаврилов-Кремичев Н. Л. Состояние и перспективы развития рынка алюминиевых архитектурно-строительных профильных систем. // «Окна и Двери», 2008, № 6 (132), с. 23-26.

6. «Алюминий 2007. Лом, вторичные сплавы, прокат и профиль». 1-я международная конференция. — М.: «Металл-Курьер», 2007.

7. Европейский рынок алюминиевых профилей. // «Стены и Фасады», 2003, № 4 (25), с. 8-10.

8. Российский оконно-фасадный рынок. Итоги 2008 года и перспективы на 2009-2010 годы: Аналитический отчет. — М., НП «СТРС», 2009, 221 с., ил.

9. Российский статистический ежегодник. Стат. сб./Росстат. — Р76 М., 2008, 2009

10. Об итогах инвестиционной и строительной деятельности в Российской Федерации в 2008 году. / Федеральная служба государственной статистики. — М., 2009.

НЕТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Используемые методы нетарифного регулирования

К нетарифному, или техническому, регулированию относятся все виды регулирования рынка, не связанные с прямым государственным воздействием на ценообразование, в том числе воздействием путем установления предельного уровня цен, тарифов, ввозных и вывозных пошлин и др.

Целями нетарифного регулирования являются защита внутреннего рынка, создание преференций для национальных производителей, ограничение импорта товаров из «недружественных» стран, стимулирование развития национальной экономики или ее отдельных секторов, обеспечение национальной безопасности.

Основными методами нетарифного (технического) регулирования являются:

- лицензирование и другие формы «допуска» на рынок;
- сертификация и другие виды подтверждения соответствия про-

дукции (товаров, услуг) требованиям нормативных документов;

— государственный контроль и надзор за предпринимательской деятельностью.

Порядок и процедуры нетарифного регулирования устанавливаются национальным законодательством. Избыточное регулирование создает так называемые «технические барьеры» в торговле. На снижение их уровня в международной торговле направлено, в частности, «Соглашение по техническим барьерам в торговле» ВТО [1, 2].

Необходимо отметить, что избыточное регулирование вместо стимулирования развития национальной экономики ведет к застою и технологической отсталости, к тому же является питательной средой для коррупции [3-5].

Реформа российской системы технического регулирования, сложившейся во времена планово-распределительной экономики, но не соответствующей требованиям рыночной экономики, была начата принятием

федерального закона «О техническом регулировании» 27.12.2002 г. (№184-ФЗ). Новая система технического регулирования, формируемая в соответствии с законом № 184-ФЗ, включает нормативные правовые (технические регламенты) и нормативные технические (стандарты и своды правил) документы.

Лицензирование и «допуск» на рынок

Лицензирование

Основным видом ограничения доступа на рынок является лицензирование. Его цель — не допускать к соответствующему виду деятельности (производству товаров, выполнению работ или оказанию услуг) производителей, не обладающих необходимыми техническими ресурсами, компетенцией, технологической базой или не соответствующих другим предъявляемым требованиям.

Но практика российского строительства показала, что лицензиро-