



ИТОГИ 9-Й МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ CREON «ПВХ 2012»

Зависимый от спроса на пластиковые окна российский рынок ПВХ переживает не лучшие времена. До нынешнего состояния его довели монопольно завышенные цены на сырье внутри страны, но пока не все игроки понимают это.

26 июня 2012 г. в Москве состоялась 9-я Международная конференция Creon «ПВХ 2012». Партнерами мероприятия стали Quest International Trading и «Центрополимер». Конференция прошла при поддержке информационного центра «Кортес». В приветственном слове генеральный директор компании Inventra, дочерней компании Creon, **Анна Даутова** назвала причины стагнации рынка ПВХ: негативные ожидания потребителей и завышенные цены на сырье. «Эти факторы действуют в России традиционно, мы говорили о них на протяжении восьми лет, а в тревожное положение этого года рынок привели невысокая потребительская активность и большие складские запасы как следствие неоправданных ожиданий переработчиков. Игрокам необходимо понять, в чем заключаются истинные причины снижения спроса на ПВХ, какими перспективами обладает рынок и за счет чего возможно успешное

функционирование участников технологической цепочки в будущем».

С обзорным докладом о текущем состоянии и перспективах развития российского рынка ПВХ выступила **Валерия Самарина**, ведущий специалист отдела нефтехимии информационно-аналитического центра «Кортес». В докладе отмечено, что зависимость российского рынка ПВХ от импорта увеличивается. Так, потребление ПВХ в 2011 г. достигло объемов в 1,1 млн. тонн, однако прирост потребления на 28% по сравнению с 2007 г. был обеспечен не ростом производства смолы отечественными предприятиями, а ростом импорта (536 тыс. т в 2011 г.). По сравнению с 2007 г., мощности по производству ПВХ за счет точечных модернизаций были увеличены на 8% (до 642 тыс. тонн), в то время как производство сократилось на 2% и составило в 2011 г. 576 тыс. тонн. При этом производство суспензионного ПВХ за последние пять лет увеличилось на 10 тыс. тонн, а производство эмульсионного ПВХ сократилось с 43 до 22 тыс. т в результате закрытия двух из трех производств. Таким образом, объем ввозимого из-за рубежа ПВХ с 2007 г. вырос в 1,8 раза, причем 81% импортируемой смолы в 2011 году

приходилось на суспензионный ПВХ и 19% – на эмульсионный.

Структура импорта ПВХ по игрокам сильно изменилась с вводом в строй калушского завода компании «ЛУКойл». Как отмечают игроки рынка, этот завод располагает сравнительно коротким логистическим плечом относительно Центральной России и имеет большой запас мощностей. Завод «Карпатнефтехима» мощностью 300 тыс. тонн ПВХ в год уже составляет конкуренцию американским производителям и добился доли в 7% импорта в 2011 году.

Американские поставщики в 2011 г. ввезли в страну 50% импортированной смолы, а китайские – 26%. Выход на российский рынок «Карпатнефтехима» привел к дополнительному снижению цен на ПВХ в стране. Основными импортерами суспензионного ПВХ, помимо «Карпатнефтехима», были такие компании как Oxy Vinyl, Shin-Tech, Xinjiang Tianye, Xinjiang Zhongtai. На европейские компании Vinnolit и Vestolit приходится 65% поставок эмульсионного ПВХ. Докладчик отметила, что изменения в структуре импорта ПВХ-С зависят от колебаний цен на продукцию конкретных поставщиков: так доля американских





производителей снижается при повышении цен, хотя часть потребителей остаются лояльными к высоким ценам, учитывая качество их продукции.

В рамках сложившейся системы сбыта «Саянскимпласт» реализует свою продукцию через ТПК «Винил»; «Каустик» в Стерлитамаке и волгоградский «Каустик» (большую часть объемов) – через ЕТК; «Сибур-Нефтехим» – посредством возможностей холдинга «Сибур»; компания «Химпром» – через «ХимТрейд».

48% продукции на рынке в 2011 году составил импортный ПВХ.

Основным двигателем отрасли остается строительная индустрия: 59% потребления смолы приходится на производителей профиля и 15% – на производителей пластикатов.

По данным ИАЦ «Кортес», несмотря на предполагаемое расширение мощностей ПВХ до 1690 тыс. тонн к 2020 году, отечественный рынок останется дефицитным. Ежегодные темпы роста спроса на ПВХ-С ожидаются на уровне 6 – 7%, его удовлетворение в 2012 году будет обеспечено как наращиванием производства (главным образом на «Каустике» в Стерлитамаке), так и увеличением импорта. Темпы роста спроса на ПВХ-Э оцениваются на уровне 4 – 5% и будут в основном обеспечены увеличением импорта.

Вступление России в ВТО, в целом, ухудшит позиции отечественных производителей на рынке: пошлина на ПВХ-С будет снижена с 10 до 6,5%.

Участники конференции отметили, что данные Росстата о роста производства окон в 2011 году на 33%, озвученные в выступлении представите-

ля ИАЦ «Кортес», нельзя рассматривать как достоверные, и на них нельзя опираться при прогнозировании темпов роста спроса на ПВХ.

Руководитель отдела продаж «Декенинк Рус» **Павел Яковлев** назвал более реальным темпом роста рынка окон за 2011 год значение в 1%.

О перспективах нового завода «Карпатнефтехим» рассказал начальник Управления развития и анализа коммерческой деятельности компании «ЛУКОЙЛ» **Кирилл Попов**. Темпы роста российского рынка ПВХ-профилей в 2011 году он оценил в 0 – 5% и ожидает в ближайшие годы рост рынка на уровне 3 – 5%, в соответствии с темпами роста ВВП. При этом украинский рынок ПВХ г-н Попов считает в настоящий момент менее привлекательным, чем российский: в прошлом году загрузка мощностей переработчиков составила значительно менее 50%. Причинами этого докладчик назвал слабый спрос и сложности с кредитованием бизнеса. Тем не менее, «ЛУКОЙЛ» планирует активно развивать переработку ПВХ в Калуше, чтобы быстрее вывести завод на проектную мощность, поскольку это значительно сократит сроки окупаемости проекта.

В 2011 году завод в Калуше достиг загрузки в 50% и за первый год работы поставил 92 тыс. тонн ПВХ в Россию и Белоруссию, 44 тыс. тонн – в Украину, а также небольшое количество – в Турцию и европейские страны. По словам г-на Попова, проблемы логистики решены, и это позволит в полной мере использовать выгодное транспортное положение предпри-

ятия. Другим значимым преимуществом украинской продукции является низкое содержание остаточного винилхлорида при более низком уровне цен по сравнению с ценами на продукцию американских и китайских производителей. Докладчик назвал производителей из США основными конкурентами нового завода, но напомнил, что по срокам доставки, которые важны для потребителей, «Карпатнефтехим» значительно выигрывает.

Как отметил в своем докладе заместитель начальника Управления по борьбе с картелями Федеральной антимонопольной службы России **Андрей Тенишев**, ранее ФАС уже выявила нарушения антимонопольного законодательства на рынке каустической соды и сейчас активно изучает рынок ПВХ за период с 2004 года. Докладчик напомнил, что в настоящее время комиссия ФАС России рассматривает дело о нарушении пункта 3 части 1 статьи 11 закона «О защите конкуренции»: о картеле с целью раздела товарного рынка ПВХ по объемам продажи продукции и составу покупателей. В качестве ответчиков по делу привлечены компании «Саянскимпласт», «ЕТК», «Каустик» (Стерлитамак), «Пласткард» и «Сибменеджмент Групп». Комиссией решается вопрос о расширении круга ответчиков по делу. С этой целью ФАС проводит опрос потребителей ПВХ.

О ситуации на рынке ПВХ США и его влиянии на отечественный рынок рассказал **Тони Мохан**, старший директор отдела мировой торговли полимерами Oxude Chemicals. Компания Oxude Chemicals является сред-





ней по размеру оборота компанией, ежегодно выпуская 1 млн. тонн химикатов и пластмасс. В объеме производства полимерного подразделения более 60% приходится на ПВХ. Доля компании в экспорте ПВХ из США (1,5 млн. тонн) составляет 12%. В Россию экспортируется 250 тыс. тонн ПВХ, из которых 55 тыс. тонн приходится на Oxyde Chemicals.

В настоящее время мощности по производству ПВХ в США составляют 8,2 млн. тонн. Основными игроками на рынке являются Shin-Tech (32% мощностей), Oxy Vinyl (22%), Formosa (17%), Georgia Gulf (17%), Westlake Chemicals (9%) и Certain Teed (3%). При загруженности предприятий 81-87% в 2011 г. производство ПВХ составило чуть менее 7 млн. тонн, из которых только 4 млн. тонн поступило на внутренний рынок. Это было связано с падением рынка недвижимости (падением спроса на строительном рынке). По данным аналитических агентств, темпы роста рынка ПВХ в США могут составить 2 – 4% в год. С начала года спрос на ПВХ вырос на 5%, однако это было вызвано искусственным фактором недостатка этилена на рынке и опасения игроков по поводу дефицита данного полупродукта. Недостаток этилена стал следствием синхронного ремонта пиролизных печей производителями.

Г-н Мохан отметил особенность предложения этилена на рынке США: за последние 10 лет мощности по производству базового полупродукта сократились по причине высокой себестоимости производства. Ряд потребителей переориентировал-

ся на сырье, поставляемое из стран Ближнего Востока. Несмотря на то, что в настоящее время мощности по этилену в США составляют 27 млн. тонн, любая остановка оборудования на ремонт может вывести весь рынок из равновесного положения и вызвать рост цен. Ввод новых пиролизных мощностей ожидается не ранее, чем через 3 – 5 лет. Расширение и ввод, как минимум, 10-ти новых производств общей мощностью 10 млн. тонн будет происходить поэтапно: разработка сланцевого газа уже начата, а сеть трубопроводов и создание пиролизных мощностей только предстоит сконструировать.

О своих намерениях расширить производственные мощности сообщили компании Oxy Vinyl, Formosa, Georgia Gulf, West lake Chemicals. По словам г-на Мохана, ввод новых мощностей попадет в стадию роста экономики всей страны и удовлетворит возрастающие потребности полимерной индустрии. Докладчик высказался по поводу изменения соотношения сил импортеров на российском рынке: с вводом выгодно расположенного «Карпатнефтехима» конкуренция увеличилась, более того, при цене на ПВХ 1000 долларов за тонну американские производители находятся в невыгодном положении относительно китайских поставщиков, но при цене в 900 долларов ситуация меняется в обратную сторону.

С обзором турецкого рынка ПВХ выступил **Ясар Зоркан**, директор полимерного департамента Quest International Trading. Турция является нетто-импортером полимеров: при

собственном производстве 6,9 млн. тонн, в 2011 году в страну было ввезено 5,2 млн. тонн полимерной продукции, что на 18% больше показателя 2010 года. Поставщиками полимеров выступают Германия, Бельгия, США, Саудовская Аравия, а с недавнего времени еще и Иран. Главными поставщиками полимеров в страну являются компании Occidental, Shin-Tech, Formosa, Georgia Gulf, Westlake и Mexichem, 5 лет назад вышедшая на рынок Турции.

Турецкий рынок ПВХ крайне дефицитен: единственным местным производителем является компания Petkim (объем производства 155 тыс. тонн ПВХ в год), ежегодное потребление ПВХ в Турции составляет 780 – 800 тыс. тонн, импорт составляет 650 – 670 тыс. тонн. Как и в России, основными сегментами потребления ПВХ в Турции являются рынки оконных профилей, дверей, труб, изоляции для электропроводов.

Турецкая строительная индустрия замедляет свое развитие: за последние два года рост составил всего 8,7%.

В 2011 году спрос на ПВХ вырос только на 5%. В 2012 году ожидается падение спроса на 12,5%, тогда как до 2007 года среднегодовой рост был на уровне 15%. Вероятнее всего, строительная индустрия не замедлит рост до критического уровня, так как она пользуется государственной поддержкой, на равных с индустрией полимеров.

Главными поставщиками ПВХ в страну являются компании Ineos, Arkema, Solvay, Polanwill, BorsodChem





Oltchim, Formosa, Shin-Tech, Mexichem, также в небольших количествах поступает продукция из Украины. Показательно, что в 2011 году на поставки ПВХ из США пришлось 22% всего импорта, на поставки из Франции – 10%, из Англии – 8%, Мексики, Португалии, Норвегии и Швеции – по 6%. Европейские поставщики вытеснили Таиланд и Тайвань, занимавшие сильные позиции на рынке в 2007 – 2008 гг.

С обзором современного состояния и перспектив развития российского рынка окон из ПВХ выступил генеральный директор ИЦ «Современные Строительные Конструкции» **Николай Гаврилов-Кремичев**. В настоящее время на рынке работает около 70 экструзионных предприятий-производителей системных оконных и дверных ПВХ-профилей (реально осуществляют их производство до 55 предприятий). При этом число производителей системных оконных и дверных профилей меньше, чем число производителей подоконных досок и вспомогательных профилей (около 100, реально работают до 90 компаний), что свидетельствует об определенном перекосе рынка. Еще более 250 экструзионных предприятий производят стеновые панели, вагонку, сайдинг, плинтус, электрокороба и другую продукцию, не имеющую непосредственного отношения к окнам. Число предприятий-производителей оконных и дверных блоков из ПВХ-профилей на порядок выше и составляет около 4500 компаний, при общем числе производителей оконных и балконных дверных блоков, блоков остекления лоджий и балконов, фасадных

элементов и др. (включая все виды рамных материалов) до 6000. Из них более 75% приходится на небольшие предприятия с годовым объемом производства менее 10 тыс. кв. м.

Докладчик подчеркнул, что путаница в терминологии, в т. ч. отсутствие понимания разницы между изделием (оконный блок) и конструкцией (окно), при проведении маркетинговых исследований часто приводит к «двойному счету» и неадекватным оценкам емкости и потенциала рынка.

Анализируя динамику развития рынка, докладчик отметил, что после сверхудачного для отрасли 2006 года, по итогам которого рост объемов производства и потребления окон из ПВХ составил около 40%, в 2007 году темпы роста снизились более чем вдвое: из фазы интенсивного роста рынок вступил в фазу насыщения. После падения рынка в кризисном 2009 году, в 2010 г. произошел ожидаемый «отскок» вверх, но в 2011 г. темпы роста вновь резко снизились, составив около 5%. В результате, по совокупным объемам производства отрасль пока не вышла на докризисный уровень. По оценке докладчика, при благоприятном развитии ситуации, включая воздействие макроэкономических факторов, рост рынка в этом году может составить 7-8%. В среднесрочной перспективе рост рынка будет составлять несколько процентов в год.

Последствия кризиса проявились и в изменении структуры рынка: в результате закрытия части малых и средних оконных фирм возросла доля наиболее крупных компаний-производителей с объемами производства более

100 тыс. квадратных метров в год. Основные причины закрытия ряда производств – финансовые проблемы, неэффективность управления, низкая квалификация персонала. Многие компании набрали кредитов на приобретение нового оборудования и не смогли рассчитаться по долгам.

По словам докладчика, в настоящее время «дорога к расширению сбыта продукции – это дорога в регионы». Рынки Москвы и Санкт-Петербурга уже насыщены и их восстановление до докризисного уровня проблематично. Тогда как рынки ряда южных, дальневосточных и приволжских регионов по итогам 2011 года превзошли докризисный уровень.

Докладчик отметил, что при прогнозировании потребления окон из ПВХ необходимо учитывать реальные цифры строительства жилья (а не данные Росстата о вводе жилья), реальное состояние жилищного фонда и реальную платежеспособность населения. Так, 51% населения страны, которые проживают в городах и населенных пунктах с числом жителей менее 100 тыс. человек, по большей части не могут рассматриваться в качестве потенциальных потребителей. По оценке докладчика, ввод жилья к 2020 году не достигнет заявленных государством 140 млн. кв. м и может составить только 70-75 млн. кв. м. Это следует принимать во внимание как при оценке перспектив развития рынка окон из ПВХ, так и при прогнозировании объемов потребления ПВХ к 2020 году.

Докладчик отметил, что разброс цен на продукцию отрасли в пере-





счете на 1 кв. метр не позволяет говорить о какой-то «средней» цене окна. Даже в пределах одного региона (Краснодар, Сочи) средние за год тендерные цены на оконные блоки из ПВХ-профилей в 2009-2011 годах различались более чем в 3 раза. Между регионами РФ это различие еще более значительно.

Руководитель отдела продаж «Декенинк Рус» **Павел Яковлев** назвал 2011 год самым тяжелым за последние 10 лет. Рост рынка ПВХ не превысил 5%, в то время как в 2010 г. темпы роста составили 20%. Несмотря на стагнирующее состояние рынка, компании удалось за 5 месяцев 2012 г. увеличить объемы работ на треть за счет активного привлечения клиентов.

По прогнозам выступавшего, рост рынка ПВХ в 2012 году будет подходящим для развития компаний: при темпах роста 5 – 10% производители, конечно, не получат сверхприбыли, но смогут стабильно функционировать.

Он также отметил, что использование кальций-цинковых стабилизаторов в производстве можно назвать перспективным направлением деятельности. По мнению переработчиков, свинец и цинк обладают одинаковым воздействием на человека, т.к. оба металла в изделии являются связанными. Переход на кальций-цинковые стабилизаторы может быть осуществлен не ранее, чем через пять лет, а пока добровольного перехода на новую добавку со стороны отечественных производителей нет.

Свои прогнозы развития российского рынка ПВХ дала ведущий аналитик рынка полимеров ИА «Хим-Курьер» **Марина Островская**. По расчетам агентства, в 2011 году потребление ПВХ-С выросло на 13%, а доля импорта в потреблении увеличилась до 45%. Основной тенденцией 2011 года стало сокращение количества игроков на российском рынке. Основными импортерами ПВХ в Россию в 2011 г. были американские (48%) и китайские (23%) поставщики.

Первая половина 2012 г. характеризуется резким возрастанием доли «Карпатнефтехима» с 7% в 2011 году до 28%. Предприятие стало лиде-

ром среди зарубежных компаний-поставщиков ПВХ на российский рынок. По расчетам агентства, в 2012 году доля украинского ПВХ в российском потреблении составит 9%.

Производственные мощности российских производителей в 2012 году составляют порядка 645 тыс. тонн, в т.ч.: 300 тыс. тонн – «Саянскимпласт», 210 тыс. тонн – «Каустик» (Стерлитамак), 93 тыс. тонн – «Каустик» (Волгоград), 42 тыс. тонн – «Сибур-Нефтехим». Запуск производства «РусВинил» запланирован на 2013 год, но к значительному изменению структуры российского рынка ПВХ в следующем году это не приведет. Специалисты «Хим-Курьера» прогнозируют, что рост рынка суспензионного ПВХ в 2012 г. составит 6%, а в 2013 г. – порядка 7%.

О тенденциях рынка недвижимости Московского региона рассказала **Ольга Муратова**, директор по маркетингу и PR компании Ascent. Объем ввода жилья в Московской области за прошлый год составил 8,2 млн. кв. м, включая 2,7 млн. кв. м. малоэтажного жилья и частных домовладений. В Москве в 2011 году было построено более 2,2 млн. кв. м., из которых 600 тыс. кв. м. выделено на социальные нужды. Средняя цена жилья в новостройках столицы по итогам мая 2012 года составила 214,2 тыс. руб. за 1 кв. м, а средняя цена на вторичном рынке Москвы достигла уровня в 198 тыс. руб. за 1 квадратный метр.

Одной из особенностей рынка первичного жилья в Москве является его ориентация на бизнес-класс. Так, к концу первого квартала 2012 года доля новостроек бизнес-класса на рынке Москвы составляла 47,3%, среднего класса – 35,2%, а эконом-класса – 7,6% из общей площади предложения. Доля элитных новостроек 9,7%; коттеджи занимают наименьший объем рынка новостроек Москвы – всего 0,2% площади.

В то время как средняя цена жилья в новостройках Подмоскovie в мае составила 70,6 тыс. руб. за 1 кв. м, цена на жилье на вторичном рынке оказалась выше – 86,6 тыс. руб. за 1 кв. м. На стоимость жилья в Московском регионе влияет близость распо-

ложения его к Москве. Так, вследствие присоединения новых территорий юго-западного сектора к столице, в данном районе наблюдается рост цен. Докладчик отметила, что новое правительство Московской области заявило о возможном приостановлении инвестиционных контрактов по застройке территорий с целью их доработки и увеличения доли социальных и инфраструктурных объектов.

К стагнации российский рынок ПВХ привела его нынешняя патологическая архитектура, считает генеральный директор Inventra **Анна Даутова**. Десять лет назад в России начался взрывной рост спроса на ПВХ, который создавал и продолжает создавать фактически один монопродукт – пластиковый профиль. Увеличение продаж при их крайне высокой рентабельности привело к картельному сговору производителей сырья и стабильно завышенным ценам на ПВХ в России. Однако «оконный пузырь» начинает сдуваться и, чтобы сохранить рентабельность при дорогом сырье, переработчики бегают по мировому рынку в поисках дешевого ПВХ и все активнее переходят на потребление суррогатов. Другого выхода, при отсутствии рыночного ценообразования на ПВХ внутри страны, зависимости от спроса на один продукт и слабой консолидации и финансовой неустойчивости отрасли, у них просто нет. Пока только немногие крупные компании-переработчики имеют возможность закупать ПВХ по долгосрочным контрактам за рубежом и смягчать конъюнктурные шоки.

Для оздоровления отрасли нужны консолидация, вывод на рынок новых продуктов, введение системы обязательной сертификации и контроля качества. Однако первым шагом к этому должна быть ликвидация картеля среди производителей ПВХ, чем активно занимается ФАС. Эти изменения в интересах всех переработчиков и могут происходить только при их активном участии, однако многие из них слишком запуганы за годы «картельной диктатуры», которой постепенно приходит конец.

Некоторые доклады конференции публикуются ниже