

РЫНОК ЛКМ: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, ОЖИДАНИЯ

Несмотря на кризис в экономике РФ, падение темпов строительства, сокращение платежеспособного спроса на автомобильном рынке и неблагоприятные ситуации в других отраслях-потребителях, перспективы российских производителей ЛКМ не такие мрачные, как кажется на первый взгляд.

Сегмент лакокрасочных материалов до недавнего времени был одним из самых широких и развитых как на промышленном, так и на потребительском рынке. По итогам 2003–2007 гг., темпы прироста производства ЛКМ в РФ составили 49%.

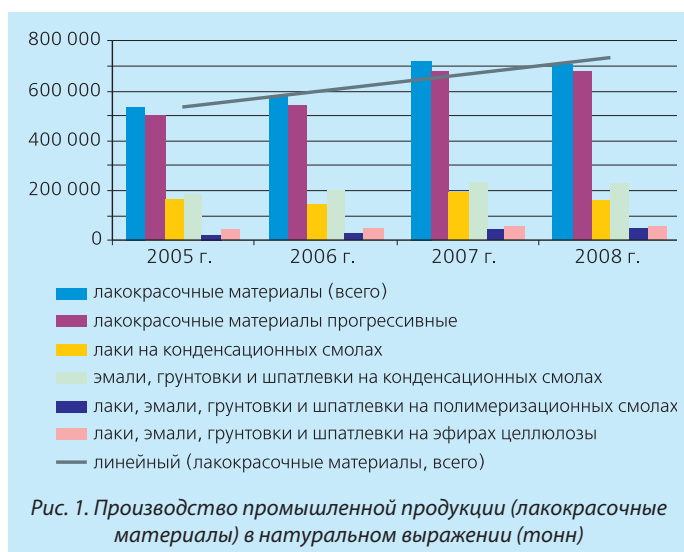


Рис. 1. Производство промышленной продукции (лакокрасочные материалы) в натуральном выражении (тонн)

Развитие рынков потребителей напрямую влияет на объемы производства и импорта ЛКМ. Наиболее быстрорастущим сегментом рынка являлся индустриальный, спрос на потребительские ЛКМ рос не столь быстрыми темпами и в основном за счет водно-дисперсионных красок. Положительная динамика рынка была обусловлена бумом строительного рынка и автопрома.

Наибольший рост лакокрасочных материалов наблюдался в сфере производства водно-дисперсионных красок и грунтовок. Прирост за период с 2000 по 2007 г. составил 782%, а за первые три квартала 2008 г. — 24%.

Быстрыми темпами развивался рынок декоративных ЛКМ. Однако произошло сокращение выработки красок и масляных тертых бел в среднем на 48%, масляных жидкотертых красок — на 22%.

В связи с ростом благосостояния населения в годы стабильного развития страны росло и потребление домохозяйствами ЛКМ. Так,

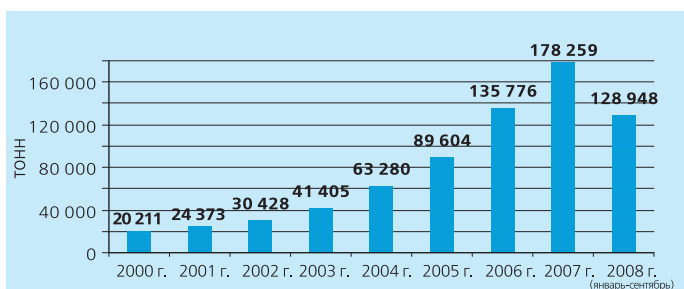


Рис. 2. Производство водно-дисперсионных красок и грунтовок (всего по РФ)

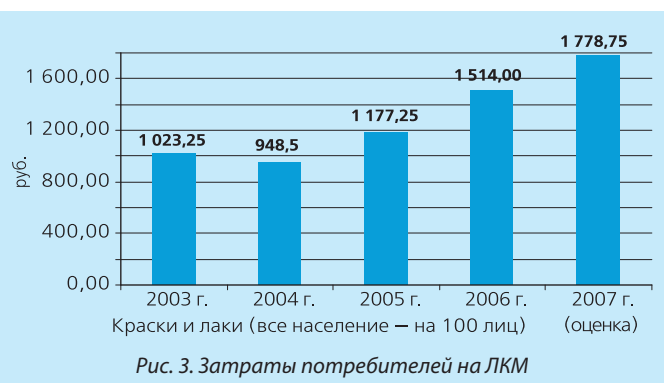


Рис. 3. Затраты потребителей на ЛКМ

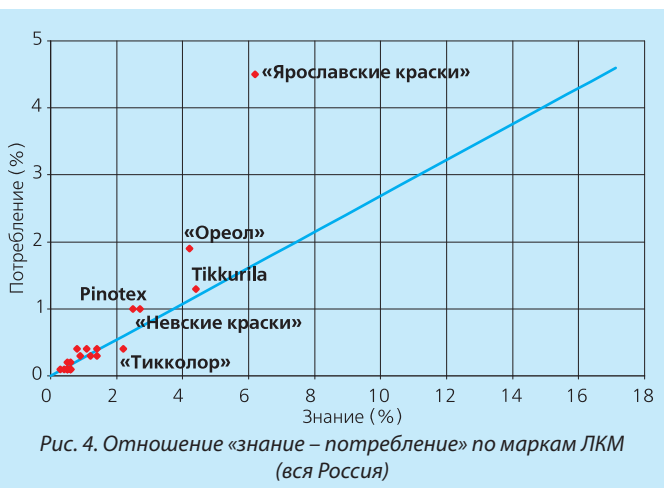


Рис. 4. Отношение «знание – потребление» по маркам ЛКМ (вся Россия)

в период с 2003 по 2007 г. оно выросло на 72%. Затраты населения на приобретение лакокрасочной продукции, по итогам 2008 г., составили более 11 млрд. руб., что на 16% больше, чем в 2007 г.

Отличительная особенность современного рынка — возросшая грамотность и требовательность потребителя. Цена уже не являлась определяющим фактором в выборе продукции, все большую значимость приобретало имя производителя. В связи с этим на рынке активно развивался процесс брендинга товара, росли импортные поставки на рынок.

Вся продукция ЛКМ классифицируется по цене: премиум-класс, средняя и бюджетная категории. В среднеценовом сегменте, где ценовой фактор имеет существенно меньшую значимость и уступает фактору лояльности брендам и эффективности дистрибуции, представлены две группы производителей: крупнейшие российские компании и зарубежные производители, разместившие производства или создавшие совместные предприятия в России.

Особенно значительна роль цены в сегменте дешевых красок, где сильны позиции локальных производителей, при этом значительные объемы продукции производятся на устаревшем оборудовании и продаются по ценам, близким к демпинговым.

Средние розничные цены на отечественные масляные краски и эмали в период с 2000 по 2008 г. увеличились на 101%.

Статистика производства ЛКМ в условиях кризиса подтверждает ожидаемое сокращение темпов роста в отрасли. Так, по предварительным данным Росстата, объем производства с января по декабрь 2008 г. исчислялся отрицательным значением в – 3%. Показатели первых двух месяцев 2009 г. демонстрируют дальнейшее снижение.

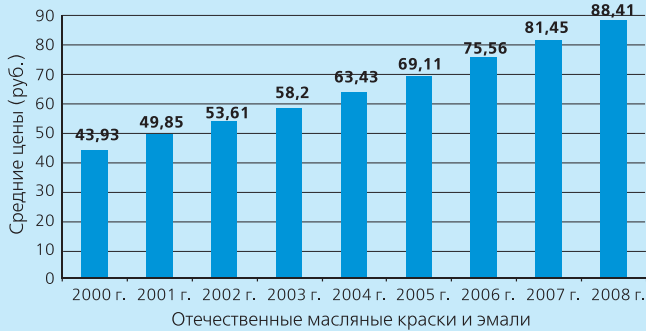


Рис. 5. Средние розничные цены (руб. за т)

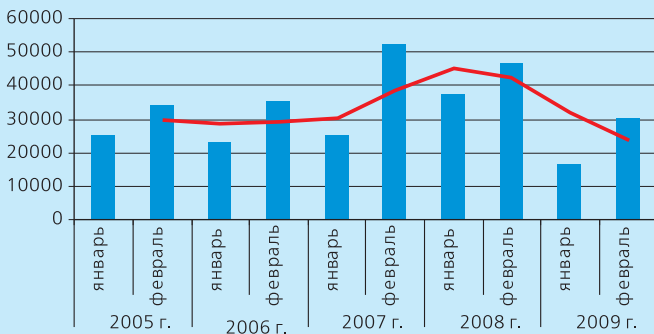


Рис. 6. Производство промышленной продукции (лакокрасочные материалы) в натуральном выражении (тонн). Вся Россия

Отмечается дальнейший рост цен на ЛКМ — как на отечественную продукцию, так и на импортную. Основными факторами роста стоимости российской продукции является значительная доля импортных компонентов, используемых в производстве, и рост тарифов естественных монополий. На фоне роста цен под воздействием динамики курсов валют происходит естественное сокращение объемов импортных поставок. Нынешние перспективы рынка ЛКМ с учетом спада производства в основных отраслях-

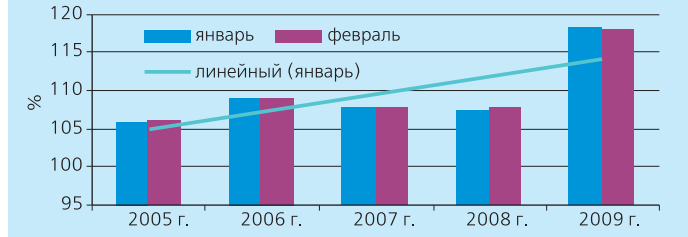


Рис. 7. Индекс потребительских цен (%) на масляные краски

потребителей материалов прогнозировать сложно. Первичная реакция рынка по итогам первых двух месяцев 2009 г. не утешительна. В январе спад производства ЛКМ составил 56% (относительно аналогичного периода прошлого года), а в феврале — 36%. По существующим оценкам, падение потребления лакокрасочных материалов может составить порядка 15–20%.

Несмотря на сокращение темпов строительства под влиянием кризиса розничный рынок строительно-отделочных материалов может стать для производителей ЛКМ одним из важнейших, т. к. многие домохозяйства, запланировавшие ремонт, едва ли откажутся от этой идеи даже в условиях ограниченных средств, не позволяющих привлечь наемную рабочую силу. Производители, в свою очередь, должны максимально облегчить выбор материалов, рассказать об условиях и ограничениях применения того или иного вида ЛКМ, предоставить потребителю исчерпывающую и доступную информацию о технологии использования краски.

Озвученные планы правительства по поддержке строительной и автомобильной отрасли, а также программы по стимулированию потребительского спроса должны оказать позитивное воздействие на рынки недвижимости и автотранспорта. Конечно, спад потребления на рынке ЛКМ неизбежен, но его глубина и продолжительность во многом зависят не только от действий правительства по поддержке отрасли, но и от гибкости и оперативности самих производителей красок в период кризиса.

Т. В. ЕФЕРИНА, директор по исследованиям, Ю. И. СМЕРНОВ, маркетолог-аналитик МА Symbol-Marketing

НОВОСТИ

СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

Строительство и обустройство транспортной инфраструктуры — одно из стратегических направлений выхода из кризиса. Эта мысль концептуальной идеей прозвучала на форуме «Интерэкспо-2009». Он прошел в Санкт-Петербурге в апреле под патронажем Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

«Именно транспортная инфраструктура может стать локомотивом для других отраслей», — отметил председатель Комитета по предпринимательству в сфере строительства и ЖКХ Торгово-промышленной палаты РФ Е. В. Басин. — Мы должны ускорить строительство автомобильных и железных дорог, морских портов и воздушных гаваней, других объектов транспортной инфраструктуры. Без всего этого развитие экономики России будет затруднено». По словам Е. В. Басина, в Советском Союзе действовало более 500 аэропортов, а сегодня их можно пересчитать буквально по пальцам. В нашей огромной по масштабам стране до сих пор существуют территории, куда невозможно добраться из-за отсутствия дорог и других путей сообщения. Эти районы вполне могли бы работать на пользу развития экономики страны. Выступавший также отметил, что строительство и реконструкция дорог являются эффективной антикризисной мерой, позволяющей развиваться регионам, городам, поселкам России.

Председатель Комитета по транспорту и транспортной инфраструктуре Ленинградской области Л. В. Тербнев рассказал участникам конференции об основных направлениях и проблемах развития транспортной отрасли региона. Здесь началась работа над стратегией развития транспорта и транспортной инфраструктуры на период до 2030 г., а также прорабаты-

вается целевая программа до 2015 г. В основу стратегии планируется заложить принципы максимальной реализации преимуществ географического положения Северо-Западного региона. Для развития 4 морских портов в Ленинградской области предлагается строительство подъездных путей. Реализуются проекты сооружения подъездов к порту «Усть-Луга», скоростной железнодорожной ветки в Финляндию. Целевая программа модернизации транспортной системы России с 2010 до 2015 гг. включает реконструкцию почти всех федеральных трасс, проходящих по Ленинградской области: «Кола», «Нарва», «Россия», «Скандинавия» и др.

Председатель Комитета по транспортно-транзитной политике правительства Санкт-Петербурга Н. А. Асаул рассказал об опыте Северной столицы в реализации федеральных и городских программ развития транспортной инфраструктуры. О развитии дорожной инфраструктуры в своем регионе говорил министр строительства Нижегородской области В. Н. Челомин.

Президент Ассоциации дорожных проектно-изыскательских организаций «РОДОС» Д. М. Немчинов провел анализ нормативной базы по проектированию дорог, мостов и других транспортных сооружений с детальным учетом функциональной и технической классификации.

Лейтмотивом выступления президента Ассоциации международных автомобильных перевозчиков «АСПАМ» Ю. С. Сухина стала центральная идея форума — о необходимости развития транспортной инфраструктуры как одного из главных механизмов выхода из кризиса. Этому был посвящен и представленный докладчиком пакет антикризисных мер «АСПАМ».