Состояние и перспективы российского рынка ЛКМ

Артем Чарыков
Егор Шкерин

Конкурентоспособность российской лакокрасочной продукции на протяжении последних лет является основной проблемой производителей ЛКМ. Период благоприятной экономической конъюнктуры, обусловленной девальвацией рубля после дефолта, закончился. Идет острейшая конкурентная борьба за внутренний рынок.

Производство ЛКМ

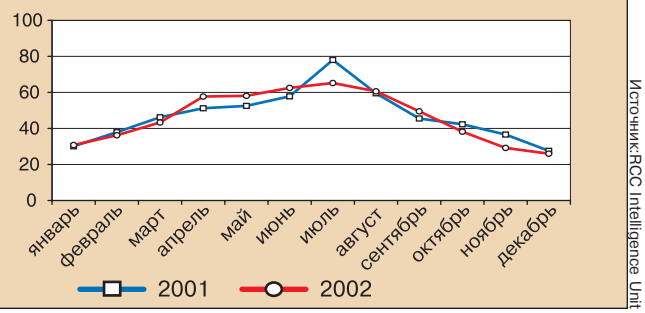
По итогам 2002 года производство лакокрасочной продукции в России вновь претерпело небольшое снижение по сравнению с показателями предыдущего года. По данным Госкомстата РФ, падение составило 1 %, при суммарном объеме выпуска в 557 тыс. тонн.

Еще одной особенностью 2002 года стало увеличение доли производства на мелких и средних предприятиях. Это связано со смещением потребительских предпочтений в сегмент ЛКМ строительного назначения. Сказанное относится и к увеличению доли грунтовок и шпатлевок в ассортименте импортной продукции. Необходимо отметить, что основная доля продукции по данной позиции представляет собой сухие смеси (бентониты, цементы и т. п.) и не относится, строго говоря, к лакокраске.

Структура рынка

Значительных изменений в распределении объемов производства между

1. Производство ЛКМ в России, тыс. тонн



Источник: RCC Intelligence Unit

Таблица 1. **Доли наиболее крупных предприятий отрасли в общероссийском производстве**

Предприятие	Доля в общероссийском производстве, %
ОАО «Лакокраска»	15
ЗАО «Эмпилс»	11
ОАО «Русские краски»	8
ОАО «Черкесское ХПО»	7
ЗАО «Загорский ЛКЗ»	5

российскими заводами не произошло. На долю восьми крупнейших заводов отрасли в 2002 году пришлось около 55 % производимых объемов продукции. Из крупнейших заводов стоит отметить небольшой рост производства «Лакокраски» (г. Ярославль) и «Эмпилса».

Экспорт и импорт ЛКМ в 1999–2002 годах

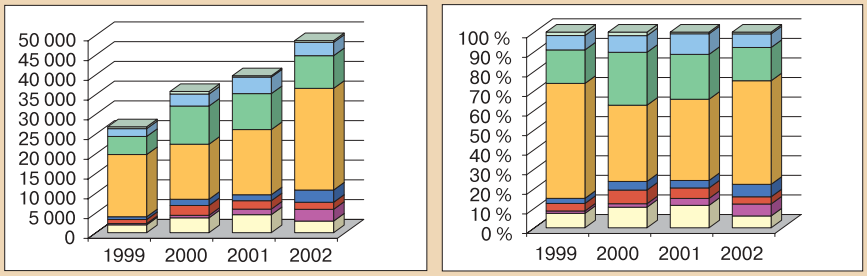
Экспорт в 2002 году составил около 9 % российского производства (48,6 тыс. тонн). Структура экспорта по товарной продукции близка к общей структуре производства.

Экспорт в страны дальнего зарубежья практически отсутствует. Направление экспортных потоков определяется отношениями, сложившимися ранее между республиками Советского Союза. Более 50 % экспортируемых лакокрасочных материалов было направлено в Казахстан, экспорт в Узбекистан составил 14 %, на третьем месте Украина с 11-процентной долей суммарного экспорта.

Рост импорта ЛКМ в 2002 году продолжился практически по всем товарным группам. Среди лаков и красок выделяются группы материалов на основе акриловых и виниловых полимеров, как водно-дисперсионные, так и органоразбавляемые. В 2002 году рост по данным группам оценивается в 22 % (водные) и 46 % (органоразбавляемые). Согласно отчетности ГТК, произошел огромный рост импорта грунтовок и шпатлевок — в 2,15 раза. Это связано с тем, что в эту группу попадают материалы на основе сухих смесей, не относящихся к ЛКМ. С учетом этих поправок объем импорта ЛКМ в РФ в 2002 году составил около 140 тыс. тонн (без учета Белоруссии), что составило около 20 % внутреннего потребления ЛКМ. Прирост импорта с учетом тех же поправок в 2002 году составил порядка 15 %.

Из приведенных выше данных следует, что видимое потребление ЛКМ в 2002 году составило порядка 650 тыс. тонн и практически не изменилось по сравнению с 2001 годом. Для оценки погрешности данного расчета надо принять во внимание, что статистика Госкомстата по производству не охватывает множество мелких производителей, на которых приходится порядка 10 % от отечественного производства. Принимая во внимание, что рост ВВП по стране в 2002 году составил около 4 %, можно сделать вывод, что потребление лакокрасочных материалов в РФ в 2002 году выросло на несколько процентов, а в его структуре, как и ранее, наблюдается

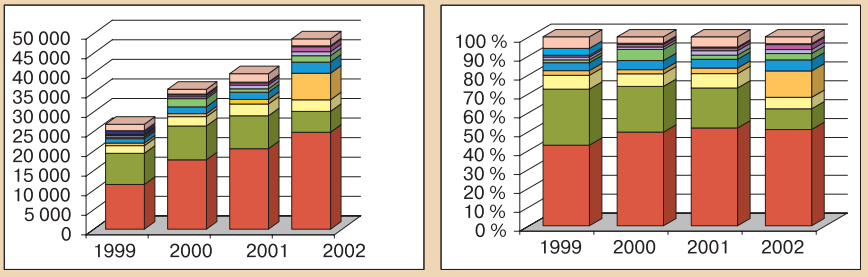
2. Экспорт ЛКМ в в 1999–2002 годах (по продуктам)



- Краски, лаки прочие на натур. компонентах
- Краски, лаки масляные
- Краски, лаки — органоразбавляемые прочие на основе синтетических полимеров
- Краски, лаки — органоразбавляемые на основе сложных полиэфиров
- Краски, лаки — органоразбавляемые на основе акриловых и виниловых полимеров
- Краски, лаки — вододисперсионные прочие
- Краски, лаки — вододисперсионные на основе акриловых или виниловых полимеров
- Грунтовки и шпаклевки для малярных работ

Источник: ПГ «Маир»

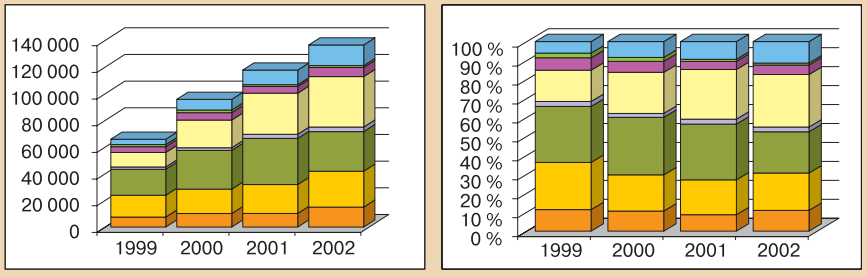
3. Экспорт ЛКМ в в 1999–2002 годах (по регионам)



- Казахстан
- Украина
- Киргизия
- Узбекистан
- Литва
- Туркменистан
- Азербайджан
- Таджикистан
- Латвия
- Неизвестно

Источник: ПГ «Маир»

4. Структура импорта ЛКМ в в 1999–2002 годах



- Краски, лаки - органоразбавляемые на основе акриловых и виниловых полимеров
- Краски, лаки - органоразбавляемые прочие на основе синтетических полимеров
- Краски, лаки - вододисперсионные на основе акриловых или виниловых полимеров
- Краски, лаки масляные
- Краски, лаки - органоразбавляемые на основе сложных полиэфиров
- Краски, лаки прочие на натур. компонентах
- Краски, лаки - вододисперсионные прочие
- Грунтовки и шпаклевки для малярных работ

Источник: ПГ «Маир»

рост доли импорта. При этом доля импортных материалов неравномерна по ассортименту материалов, представленных на рынке. В секторе традиционно выпускаемой отечественными заводами продукции (эмали на конденсационных смолах) доля импорта составляет порядка 12 %, в эмалях на основе полимери- ▶

зационных смол (акриловые и виниловые связующие) доля импорта составляет свыше 50 %.

Руководители крупных предприятий сетуют на слабую поддержку со стороны государственных органов и предлагают решать собственные проблемы путем введения ряда протекционистских мер. «Бороться» с импортом предлагается с помощью высоких таможенных пошлин, а с низким качеством российской продукции — введением обязательной сертификации ЛКМ. В связи со сказанным выше, вступление в ВТО оценивается представителями российской лакокрасочной отрасли неоднозначно.

Цена и качество продукции

Анализ ценовой дифференциации рынка выявляет преобладание в российском производстве красок, ценовой порог для которых ограничен показателем 50 руб./кг. Велика доля в этой группе продукции, которая дешевле 20 руб./кг. Средняя цена составляет около 12,25 руб./кг, что свидетельствует о наличии большого количества красок сомнительного качества. Как свидетельствуют расчеты, себестоимость качественной краски составляет 13–18 руб./кг и выше. А низкая стоимость красок отечественного производства объясняется применением более дешевых пигментов и большего количества (в процентном отношении) дешевых наполнителей (мел, тальк, сажа и пр.).

Цены на импортные краски существенно выше. В среднем для класса красок, используемых для внутренней отделки с улучшенными потребительскими характеристиками, разница цен между российскими и импортными ВДК составляет 50 % и более, а для наружного использования — около 150–200 %.

По имеющимся данным, более 50 % рынка российских красок приходится на низкостоимостные.

Это объясняется следующими факторами:

1. Рядовые граждане (физические лица) отдают предпочтение более дешевым краскам по ряду причин:

а) низкая покупательная способность в сравнении с западными показателями, что связано с общей экономической ситуацией в стране;

б) активная реклама фирм-производителей, направленная на популяризацию низкостоимостных продуктов (зачастую, менее 15 руб./кг);

в) наличие большой номенклатуры низкостоимостных красок;

г) использование ярких красочных упаковок.

2. Значительную долю рынка составляют частные предприниматели, которые выпускают дешевую продукцию по своим рецептурам.

3. Большую часть покупателей составляют государственные структуры с ограниченным бюджетом, вынужденные покупать дешевые краски, в основном для наружных работ.

4. Покупатели плохо осведомлены о потребительских свойствах дешевых красок.

Следует заметить, что в связи с увеличивающейся «разборчивостью» потребителей по мере насыщения рынка будет сокращаться доля представленных на нем дешевых красок.

По имеющимся данным, количество покупаемых красок с улучшенными потребительскими характеристиками и красок высокой ценовой категории растет. Больший процент роста приходится на коммерческие структуры.

В таблице 2 приведены данные о ценовой и качественной дифференциации российских и импортных красок.

Основные проблемы развития рынка ЛКМ

Технологическое отставание

Изготовлением ЛКМ занимается большое количество предприятий — в настоящее время более 500, в то время как в начале 90-х их было всего около 150. Число производителей росло, во-первых, за счет переориентации уже существующих предприятий (в основном оборонной промышленности), во-вторых — за счет образования новых коммерческих структур. Мелкие предприятия обычно выпускают узкоспециализированную продукцию. Продукция мелких предприятий зачастую имеет низкое качество и ориентирована на самый нижний ценовой сегмент.

На большинстве предприятиях используются технологии примерно 20-летней давности, средний износ оборудования — более 50 %.

Загрузка мощностей в среднем составляет около 20 %. Около 80 % мощностей и реальных объемов производства сосредоточено на специализированных предприятиях лакокрасочной промышленности. Остальные 20 % лакокрасочных материалов производятся на побочных производствах предприятий других химических подотраслей, а также предприятий нефтепереработки. Например, на предприятиях гидролизной и лесохимической промышленности выпускаются различные спирты — растворители ЛКМ.

В последнее время появляются и новые производители ЛКМ — зарубежные фирмы начинают строить в России свои заводы. Так, в 1999 году фирма Tikkurila построила в подмосковном Раменском завод мощностью 10 тыс. тонн ЛКМ в год. Компания Akzo Nobel построила завод в Балашихе (Московская область).

Производственные мощности отечественной промышленности требуют массовой модернизации. В России еще широко распространены технологии закрепленных схем, не получили широкого распространения современные колеровочные технологии. Так как лакокрасочное оборудование не причисляют к категории капиталоемких, отставание вполне можно наверстать.

Гораздо серьезнее проблема отставания в разработке новых современных материалов. Сейчас в отечественном производстве преобладает традиционный ассортимент советского времени — алкидные материалы и их простые модификации (ПФ-115, ПФ-266 и др.). Для сравнения: в структуре потребления США данная категория материалов на синтетических полимерах занимает не более 20 %, а в России свыше 60 %. При этом западные алкиды гораздо многообразнее по ассортименту и свойствам. Усугубляет проблему незначительный объем средств, инвестируемых заводами на разработки, а также проблема старения научных кадров.

Дифференциация качества

Сегодня на рынке присутствует значительная доля дешевой некачественной краски мелких, в основном региональных, производителей, что оказывает на рынок деструктивное влияние. Теряют рынок крупнейшие производители — заводы, составляющие основу отрасли, поскольку только они силами своих научно-исследовательских лабораторий способны как-то сократить технологическое отставание от западных компаний. Крупные предприятия теряют прибыль, соответственно, уменьшаются инвестиции в модернизацию оборудования и НИОКР.

Политика удешевления рецептур, которая, естественно, должна составлять определенную часть научных разрабо-

ток, становится приоритетным направлением, задачи качественного роста отходят на второй план. Падает степень доверия потребителей к продукции российской лакокрасочной отрасли в целом, причем даже в тех случаях, когда она по качеству не уступает импортным аналогам.

Промышленная политика

Во-первых, существующая система сертификации не выполняет своих функций по контролю за качеством отечественной продукции. В результате дезориентированный потребитель, не желая рисковать, переходит на импорт.

Во-вторых, не проработана политика в отношении импортных пошлин. Уровень импортных пошлин на готовую продукцию довольно низок — 5 % (только на водно-дисперсионные краски установлена пошлина 15 %). В то же время на сырье для производства ЛКМ, значительная часть которого не выпускается в России и с необходимостью должна ввозиться для нужд отечественного производства, установлены пошлины, равные или превышающие пошлины на готовую продукцию. Так, на пигменты установлена 5-процентная пошлина, на синтетические смолы пошлина составляет 10 % (в т. ч. на акриловые полимеры, отечественное производство которых также отсутствует).

Неструктурированный рынок

В настоящее время российский рынок лакокрасочных материалов проявляет черты, характерные для формирующихся рынков. Во-первых, крайне низка концентрация производства: работает множество мелких и средних независимых производителей. Во-вторых, присутствует большое количество посредников, как на рынке сырья, так и на рынке готовой продукции.

В-третьих, отсутствует необходимая координация между крупнейшими участниками рынка, способствующая выработке единых позиций как в диалоге с государственными органами, так и в переговорах с поставщиками сырья, крупными потребителями готовой продукции.

Нехватка российского сырья

Немаловажной проблемой является острая нехватка дешевого и качественного сырья отечественного производства. Например, диоксида титана. Россия ввозит ежегодно несколько десятков тысяч тонн диоксида титана. При этом потребности российской промышленности в диоксиде титана невероятно высоки. Растущий спрос на данное сырье требует избавления от импортной зависимости и создания собственной сырьевой базы.

Схожая ситуация наблюдается и с остальными видами сырья. На рынке доминируют импортные продукты. Разработанные проекты по производству специальных добавок (акриловых и стирол-акриловых дисперсий, коагулянтов, антипиренов, веществ с тиксотропными свойствами, качественных цветных пигментов) дороги и малодоступны.

Использование дешевого сырья невысокого качества

К качеству используемого сырья (пигментам, наполнителям и пленкообразователям) довольно много претензий. Дорогой импортный пигмент часто разбавляется наполнителем в недопустимых количествах — ради удешевления готового продукта. Особенно часто этот метод практикуется в небольших компаниях, ориентированных на быструю окупаемость и сиюминутную прибыль. Безусловно, это пагубно влияет на репутацию российских красок и способствует наступлению импортных ЛКМ.

Недостаточная информированность потребителя

Потребитель выбирает краску почти вслепую и, что естественно, оказывается разочарован сделанным выбором. Примечательно, что во многих торговых точках сложно получить необходимые разъяснения не только по качеству, но и касательно сферы применения того или иного ЛКМ.

Некоторые организации используют названия популярных, отвечающих ГОСТу марок, для маркирования продукции, отвечающей только упрощенным ТУ. Отсутствие государственного контроля над соблюдением стандарта в производстве ЛКМ приводит к многочисленным подделкам, бьющим по репутации предприятий-производителей.

Если указанные проблемы не будут решены, а конкурентоспособность отечественной лакокрасочной продукции останется на прежнем уровне, уже в среднесрочной перспективе со вступлением России в ВТО это может привести к потере внутреннего рынка сбыта. ■

Материал подготовлен при содействии аналитической группы ПГ «Маир»

Таблица 2. **Ценовая и качественная дифференциация российских и импортных красок**

КРАСКИ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА	Краски для внутренних работ			Краски для наружных работ		
	менее 25 руб./кг	25–60 руб./кг	более 60 руб./кг	менее 30 руб./кг	30–70 руб./кг	более 70 руб./кг
Средние цены	14	34	80	24	45	91
В % к общему объему рынка	58	36	6	52	44	4
КРАСКИ ЗАРУБЕЖНОГО ПРОИЗВОДСТВА	**Краски для внутренних работ**			**Краски для наружных работ**		
	менее 1 долл./кг	1-4 долл./кг	более 4 долл./кг	менее 2 долл./кг	2-6 долл./кг	более 6 долл./кг
Средние цены	0,75	2,2	5,2	1,5	5,2	8,1
В % к общему объему рынка	36	48	16	32	53	15

Примечания. Ценовые диапазоны даны для:

- *дешевых красок, позиционируемых компаниями как обычные краски для наружных или внутренних работ*
- *красок с улучшенными показателями: повышенная белизна, укрывистость, стойкость и пр.*
- *красок класса «Люкс»: исключительная цветность, стойкость, улучшенные специфические свойства (антикоррозионные краски, бактерицидные и пр.)*