



Оценка последствий присоединения России к ВТО для предприятий, выпускающих ПВХ и изделия на его основе

Часть 1 Макроуровень

Часть 2 Уровень компаний

Начальник отдела маркетинга ООО «Сибменеджмент Групп»

Ковалев В.Н.

г. Иркутск

ноябрь 2005г.



1. Макроуровень

1.1. Возможные позитивные последствия от вступления России в ВТО:

- Недискриминационные условия реализации на внешних рынках российских товаров и услуг, в частности, продукция перерабатывающей промышленности. В настоящее время потери во внешней торговле оцениваются в 3-4 млрд.долл;
- Обеспечить необходимую защиту отечественных производителей в условиях открытого рынка;
- Отмена вывозных пошлин и других ограничений на экспорт. Экспортная пошлина на ПВХ отменена с 23 марта 2003г.;
- Получить доступ к механизму разрешения торговых споров в рамках ВТО;
- Участие России в выработке новых правил международной торговли с учетом своих стратегических интересов;
- Российское законодательство и практика внешнеэкономической деятельности будут приведены в соответствии с международными нормами. Повысится привлекательность государства для иностранных инвестиций.
- Участие в ВТО существенно сократит возможность лоббирования – Россия будет связана жесткими обязательствами.

Вывод:

На текущей финансово-хозяйственной деятельности производителей ПВХ позитивные результаты от вступления в ВТО скажутся косвенно и в отдаленной перспективе.



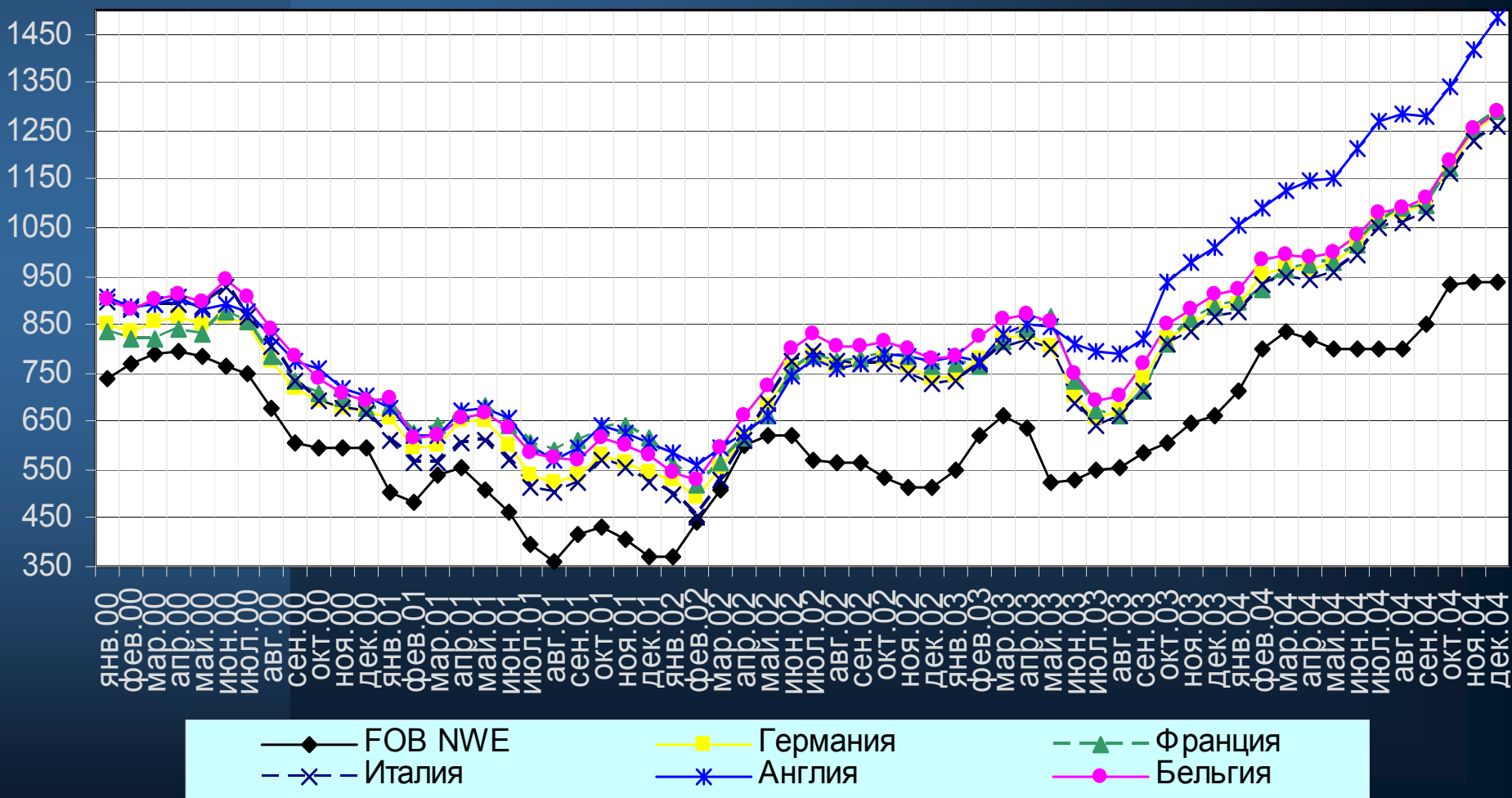
1. Макроуровень

1.2. Возможные негативные последствия от вступления в ВТО:

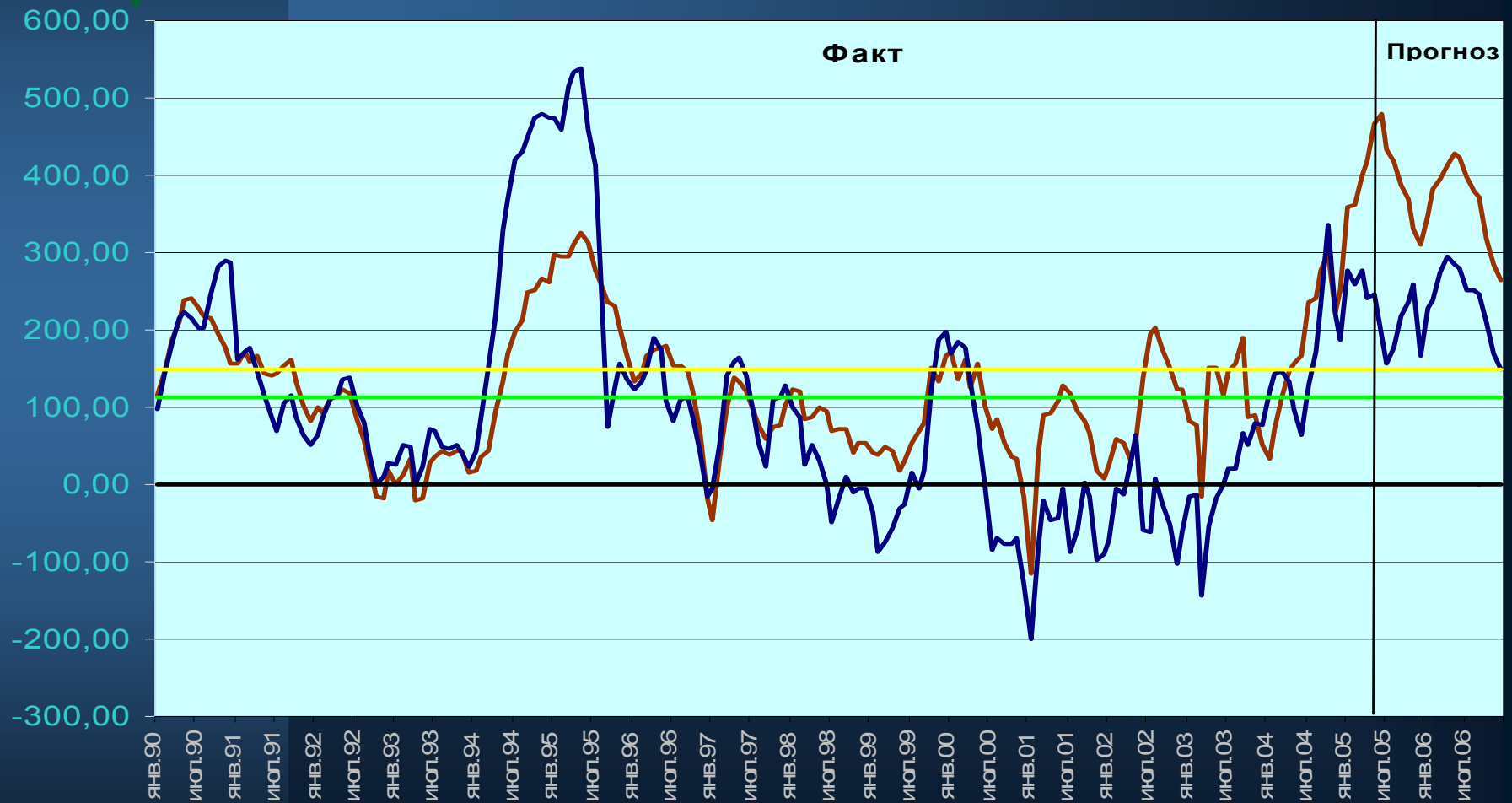
- Россия лишится возможности поддерживать товаропроизводителей за счет прямого или косвенного финансирования из федерального бюджета, тариф будет связан, субсидии ограничены;
- Россия будет вынуждена снизить ставки импортных таможенных пошлин, открыть рынки товаров и услуг в условиях недостаточной конкурентоспособности экономики страны, что нанесет ущерб национальной экономике;
- Изменится система взаимных преференций в СНГ, что чревато серьезными последствиями в развитии интеграционных процессов;
- Партнеры по переговорному процессу настаивают на отмене практики «двойного» ценообразования на газ, электроэнергию и железнодорожные перевозки;
- Политика «нивелирования» приведет к росту цен и тарифов:
 - на газ (по разным данным) в 3-5 раз;
 - на электроэнергию в 2 раза;
 - на внутренние железнодорожные перевозки в 1,75 раза.



Динамика экспортных цен на ПВХ (FOB NWE) и внутренних цен стран Европы \$/т в 2000-2004 г.г. Данные ICIS-LOR



Доходы до уплаты налогов от продажи ПВХ на внутренний рынок и на экспорт производителями США Данные СМАІ



— Маржа на внутреннем рынке, \$/т
— Маржа при поставках на экспорт, \$/т
— Средняя маржа на внутреннем рынке -149,41- \$/т
— Средняя маржа от поставок на экспорт- 113,39 - \$/т

Официальная статистическая информация по производству ПВХ и изделий из него



Код	Наименование	2002 г.	2003 г.
611230	Поливинилхлоридная смола и сополимеры, т	528340	528340
611232	ПВХ смола и сополимеры, исключая пошедшие на промышленно-производственные нужды предприятия	С 1999 г. не фиксируется	
611235	Их общего количества ПВХ и сополимеров – ПВХ трубных марок, т	122914	105975
612173	Пленки ПВХ, т	36101,5	43511,2
612174	Из них жесткая пищевая пленка, т	617	458
612175	Пленки ПВХ, тыс.м ²	139602	198019
612268	Трубы и детали трубопроводов из поливинилхлорида, т	2364,2	3110,2
612269	Из них детали трубопроводов, т	36	Нет записей
612270	Трубы и детали из ПВХ, км	1963	2902,7
612285	Пластикаты ПВХ, т	114833,6	134656
612290	Из общего количества пластикатов ПВХ – пластикат кабельный, т	86704	107224,8
612295	Паста ПВХ для укупорки бутылок, т	Нет записей	
616225	Из общего количества волокон синтетических – волокна ПВХ, т	Нет записей	
637201	Из общего итога резиновой обуви: обувь на основе ПВХ композиции, тыс. пар	1869,8	1352
637202	Обувь из пластизоля ПВХ методом коагулянтного формирования, тыс. пар	Нет записей	
717012	Из общего количества линолеума (рулонов и плиток): линолеум и плитки ПВХ, тыс.м ²	68514,2	83851
717013	Линолеум ПВХ без подосновы, тыс.м ²	3121,5	8786,9
717016	Плитки ПВХ для полов, тыс.м ²	10	11,6
717112	Из общего количества линолеума ПВХ – линолеум вспененный на тканевой подоснове	Нет записей	
717211	Изделия профильно-погонажные из ПВХ, т	226	506
792235	Из клеенки на тканевой основе – клеенка с ПВХ покрытием столовая, тыс. пог. м	1028	1029
792237	Клеенка на нетканой основе с ПВХ покрытием столовая, тыс. пог. м	33308,9	32537,1



1. Макроуровень

1.3. Проблемы планирования деятельности компании в условиях рыночной экономики

1. Точность прогноза развития мировой нефтехимической промышленности до 2009г. СМАІ оценивает в 67%.
2. Точность ценового прогноза по ПВХ по литературным источникам на период до 2010г. оценивается в 55%.
3. В условиях реальной рыночной экономики компании действуют в ситуации с высокой степенью неопределенности.
4. Неопределенности во внешнем мире должна быть противопоставлена высокопрофессиональная информационная поддержка бизнеса.



Содержание заявления об инициировании антидемпингового расследования

1. Сведения об объемах производства отраслью и отдельными производителями;
2. Сведения об импортированном товаре и объемах импорта, иностранных производителей и экспортерах, российских импортерах;
3. Доказательства наличия (или угрозы) серьезного (материального) ущерба отрасли российской экономики вследствие возросшего или демпингового или субсидируемого импорта товара;
4. Предложения о введении меры с указанием размера и срока действия такой меры;
5. План мероприятий по адаптации отрасли экономики.



1. Макроуровень

1.4. Выводы

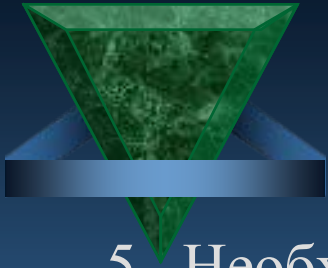
1. Производители и переработчики ПВХ в своем современном состоянии (организационная разобщенность и отсутствие единого информационного пространства) могут воздействовать на макропроцессы в минимальной степени;
2. Ценовая конкурентоспособность ПВХ и изделий на его основе будет снижаться из-за роста издержек производства;
3. Наибольшую угрозу для производителей и переработчиков ПВХ представляет «серый» импорт изделий;
4. Производители и переработчики ПВХ не могут инициировать расследование последствий недобросовестного импорта, так как разобщены и не располагают необходимой информацией.



1.Макроуровень

1.5. Предложения

1. Необходимо определить юридически обоснованную, не противоречащую антимонопольному законодательству форму сотрудничества производителей и переработчиков в области контроля за рынком ПВХ и изделий на его основе.
2. Зарубежный и отечественный опыт показывает, что официально созданные ассоциации не имеют права заниматься коммерческой деятельностью.
3. Наиболее приемлемым шагом является создание независимой отраслевой (межотраслевой) системы информационного обеспечения бизнеса.
4. Необходимы интенсивные консультации с крупнейшими компаниями химического и нефтехимического комплекса России по созданию единой информационной системы.



Предложения:

5. Необходимо увеличивать общественную значимость компаний, производящих ПВХ:

- На производство ПВХ в России используется 34% получаемого хлора (в мире 32-38%);
- Мощности по производству ПВХ практически исчерпаны. Ввод новых мощностей возможен приблизительно в 2009-2010гг.;
- Недостаточное потребление хлора неизбежно приведет к снижению производства каустической соды;
- Дефицит такого структурообразующего продукта как каустик, приведет к стагнации экономики страны;

6. Производители ПВХ должны инициировать кампанию по доведению этой негативной информации до максимально высокого властного уровня.



2. Уровень компаний

2.1. Воздействие на рынок ПВХ импорта изделий и оборудования

2.1. Уровень компаний

2.1.1. Потребление изделий из ПВХ



Показатель	2000	2001	2002	2003	2004
Производство изделий, т.т.	236	252	291	395	490
Импорт изделий, т.т.	105	178	150	216	249
Потребление изделий, т.т.	341	430	441	611	739
Доля импорта в потреблении, %	31	41	34	35	34
Экспорт ПВХ	262	266	275	205	148
Доля экспорта в производстве, %	55	55	52	37	26

- ★ Доля импортных изделий стабильна и составляет в среднем 35% потребления;
- ★ Отечественные производители не могут насытить рынок изделиями необходимой номенклатуры, цены и качества;
- ★ Российские производители ПВХ экспортировали в 2000г. 55 %, а в 2004г. 26 % ПВХ;
- ★ Российские переработчики ПВХ нуждаются в поддержке.



2.1. Уровень компаний

2.1.2. Импорт экструдеров для переработки ПВХ в изделия

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	И кв. 2005	Всего
Количество экструдеров, шт.	36	57	86	219	298	82	778
Суммарная мощность, т.т.	54	86	129	329	447	123	1168

- Импортированные экструдеры мощностью более 1 млн.т. используются неэффективно
- Импорт всего оборудования для переработки ПВХ в 2004г.

- экструдеры –	298
- машины для литья инъекционные–	22
- машины выдувного литья –	18
- машины для вакуум- и термоформования –	5
- прессы –	7
- прочие машины для литья и формования –	40
- машины для переработки пластмасс прочие –	149
Всего	539



2.1. Уровень компаний

2.1.3. Эффективность использования импортных экструдеров

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	I кв. 2005	Всего
Рост производства, т.т.	-	16	39	104	95	15	269
Рост новых мощностей, т.т.	-	86	129	329	447	123	1114
Эффективность новых мощностей, %	-	19	30	32	21	12	24

- Эффективность использования вновь приобретенного оборудования очень низка
- В среднем работает 1 из 4-х закупленных экструдеров
- Российские переработчики ПВХ нуждаются в технической и информационной поддержке
- Российские производители ПВХ такую поддержку не оказывают и в ближайшем будущем оказать не смогут
- В условиях ВТО при низких ставках импортных пошлин на изделия российские производители ПВХ и изделий будут неконкурентоспособны



2. Уровень компаний

2.1.4. Выводы

1. Необходима полномасштабная техническая и информационная поддержка потребителей, в первую очередь новых, не имеющих опыта переработки ПВХ.
2. Нужно использовать все возможные средства информации: Интернет, печать, конференции, выставки, организация специальных учебных центров и т.д.
3. Новому потребителю необходимо помогать на следующих направлениях:
 - рекомендации по выбору изделий
 - помощь в конструировании изделий
 - подбор рецептур
 - содействие в изготовлении или приобретении оснастки
 - организация переработки
 - подбор деловых партнеров
4. Поддержка должна осуществляться на коммерческой основе.



2. Уровень компаний

2.2. Стратегическое стимулирование сбыта ПВХ (на примере труб)



2. Уровень компаний

2.2. Стимулирование сбыта ПВХ

1. Потребление ПВХ на производство труб.

	<u>млн.т.</u>	<u>доля в объеме потребления, %</u>
★ Мир, всего	10,8	38
★ США	2,6	46
★ Зап. Европа	1,45	26
★ Китай	2,53	40
★ Россия	0,0053	1,1

2. В 1990г. в России было произведено 35,3 тыс.т. труб из ПВХ, в 2003г. – 6,176 тыс.т., в 2004г. – 5,308 тыс.т. На фоне общего роста потребления производство труб снижается.
3. Вывод: российские производители и потребители труб из ПВХ не знают, какие трубы необходимы, каковы области их применения, условия монтажа и эксплуатации.
4. В последние годы быстро растет потребление труб из полиэтилена и полипропилена. Внедрение на рынок курирует Госстрой и его рабочий орган НПО «Стройполимер».



2. Уровень компаний

2.2. Стимулирование сбыта ПВХ

5. Для выполнения работ по техническому совершенствованию труб из ПЭ и ПП в 1996г. создан МвКС и его рабочий орган ЗАО «Полимергаз». В работе Совета участвуют и финансируют более 40 компаний: Газпром, Сибур, Лукойл, Казаньоргсинтез, отраслевые НИИ и т.д.

6. Схема работы МвКС:

- обобщение и внедрение отечественного и зарубежного опыта подготовки кадров и пропаганды прогрессивных видов труб и технологий, методов их проектирования, монтажа и эксплуатации;
- создан специализированный Учебный центр;
- методическая работа по изданию пособий и справочников;
- совершенствование нормативной базы. В 2004г. завершено создание новой нормативной и сметно-нормативной базы для систем газоснабжения.

Ведется аналогичная работа для систем тепло- и водоснабжения.



2. Уровень компаний

2.2. Стимулирование сбыта ПВХ

Выводы

1. Финансирование программы по стимулированию сбыта производители ПВХ должны относить к разряду стратегических инвестиций.
2. Такая программа должна реализовываться совместно с заинтересованными организациями.
3. Необходимо аналогичным образом продвигать и другие виды изделий.