

эксперты



Александр Мерзликин начальник производства ООО «СанТехЭлит НН»



Евгений Чапутин исполнительный директор ООО «Росполимер»

По оценкам специалистов, если сравнивать 2010 и 2008 годы, падение рынка полипропиленовых труб всех диаметров составило 50%.

Результаты кризиса - сокращение производства и конкурентов

Несмотря на этот факт, сейчас при строительстве новых домов в основном используют только полипропиленовые трубы. «Вся подвальная разводка идёт большим диаметром труб, а вся подача наверх – маленьким», - рассказывает начальник производства ООО «СанТехЭлит НН» Александр Мерзликин. По словам исполнительного директора ООО «Росполимер» Евгения Чапутина: «Последний получил широкое распространение во внутренних инженерных сетях – теплоснабжении, водоснабжении и канализации. Таким образом, труб небольшого диаметра (от 16 мм до 110 мм), а также компаний, производящих их, на рынке достаточно много». По оценкам специалистов, спрос на такие трубы меньше пострадал в результате падения рынка: трубы диаметром 20 и 25 мм «упали» на 25%. Эти данные подтверждает и Александр Мерзликин: «В данный момент у нас одна производственная линия, изготавливающая 4 вида труб: 16, 20, 25-26, 32 мм. Во время кризиса производство сократилось на 20-25%, по сравнению с 2008 годом. Основная причина - плохой сбыт. Говорить о динамике 2010 года ещё рано, но сейчас (при полной мощности производства - в смену 3 км) изготавливаем всего 1-1,5 км». Что касается продаж данного вида труб в магазинах, то наибольшим спросом пользуется труба горячего водоснабжения 20 мм, её продажи выросли до 6 км в месяц, что значительно отличается от предыдущего года. Такая популярность связана прежде всего с необходимостью замены отслуживших свой срок труб из металла. Согласно статистике, в России таких более 70%. Что же касается спроса на трубы большего размера, то, по мнению Евгения Чапутина: «Во время кризиса спада не было. Объёмы строительства, безусловно, уменьшились, но у нас объёмы выросли за счёт активизации продаж, диверсификации деятельности и роста нашей компании. Кризис сократил число конкурентов. Так, российская компания «Роспайп» – эксклюзивный дистрибьютор австрийского концерна, выведшая трубы PRAGMA (российского производства - 160-1000 мм и свыше 1000 мм – зарубежного) на российский рынок, прекратила свою деятельность в кризисные годы, и, соответственно, её доля распределилась между конкурентами. Некоторые иностранные и российские компании во время кризиса просто решили закрыть филиалы в Нижегородской области или сократить штат, сосредоточив усилия на Москве и других регионах».



Основная тенденция - лоббирование отечественного производителя

По мнению представителя ЗАО «МАРТЕН ГРУПП» на Нижегородском рынке в разных долях наиболее представлены следующие марки полипропиленовых труб: Ekorplastik (Чехия) - 40%, PV-plast (Чехия) - 20%, Хайскрафт (Россия) - 20%, Феррат (Турция), ФД Пласт (Россия) и прочие - 20%. С лидирующей позицией чешской марки соглашается и менеджер специализированного сантехнического магазина: «Мы продаём полипропиленовые трубы Ekorplastik уже достаточно долгое время, и только первый месяц трубы ПроАква российского производства», добавляя, что последняя выпускается по технологии турецкой марки Феррат. Что касается качества, то всё делается в основном на импортном оборудовании, но качество зависит и от сырья, а также количества этого сырья в изделиях. Цены на турецкие и российские трубы находятся в одном ценовом ряду. Так российские для горячего водоснабжения диаметром 20/25-26/32 мм стоят соответственно 17/27/44 руб. за метр, чешские дороже процентов на 30-40.

Что касается марки Хайскрафт, то она в большей степени произошла от ФД Пласт. По цене от других российских производителей продукция Хайскрафт дороже процентов на 20-30. Таким образом, если брать стандартные отечественные полипропиленовые трубы, то они дешевле на 30-40%, чем ввозимые импортные, что служит плюсом при лоббировании российского производителя. Именно это, по мнению специалистов, сейчас и происходит. Евгений Чапутин: «Последние два года российские производители активизировались и стали производить трубу большого диаметра с характеристиками на основании разработанных ими технических условий, и их доля на рынке становится всё больше. Например, стоимость трубы PRAGMA-оригинал высокая (6-ти метровая труба диаметром 160 мм австрийского концерна-2100 руб., отечественного такого же диаметра –1292 руб.), в то время, как местные производители (например, ИКАПЛАСТ, ФТК РОСТР) могут изготовить её дешевле. Вопрос в цене. С целью оптимизации расходов по строительству монтажные организации отдают предпочтение отечественному аналогу. Конкурентами можно считать и компании, производящие трубы для тех же целей, только из полиэтилена. Технические характеристики, в том числе кольцевая жесткость (как правило SN8) схожи. Из-за того, что материал разный, полипропилен держит температуру более высокую, чем полиэтилен. Допустим, если в трубе длительное время держится температура выше 40 градусов, то в проекте правильнее использовать полипропиленовые трубы, выдерживающие до 95 градусов и не деформирующиеся при таких температурных режимах, если этого нет, то возможно использование полиэтиленовых труб, так как они дешевле. Стоимость и температурный режим – это основное отличие полипропиленовой трубы».

Одно дело - произвести, совсем другое - сбыть

По мнению представителя ЗАО «МАРТЕН ГРУПП» наиболее крупными регионами по производству полипропиленовых труб является Екатеринбург. Представить же ёмкость

рынка и долю каждой марки по России сложно, скорее всего нужно смотреть по зонам распространения. Так неизвестная в нижегородской области марка полипропиленовых труб Контур большим спросом пользуется на Урале, и, наоборот, те марки, которые известны у нас, зачастую, не известны там. Все зависит от рынка сбыта. Если говорить про трубы мелкого диаметра, то основными рынками сбыта, как отмечает Александр Мерзликин, являются: «На местном уровне - ДУК, ЖЭК, строительные организации, занимающиеся обеспечением сантехники жилых домов и производственных помещений». Если брать трубы большого диаметра, то, по оценкам Евгения Чапутина, на первый план выходят «водоканалы, заказчики и строительно-монтажные организации». Перспективными же по ПФО являются города, в которых ведётся строительство - Казань и Чебоксары.