



**МИХАЙЛОВ
И ПАРТНЁРЫ**
АНАЛИТИКА

Российский рынок литого алюминия: ключевые барьеры развития

Результаты экспертного опроса
Москва, ноябрь 2018



ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Выявить факторы, мешающие развитию рынка литого алюминия, и определить направления их преодоления

Цель:



- Участники рынка, производители изделий из литого алюминия:
 - Посуда,
 - Автомобилестроение,
 - Радиаторы.

Эксперты:




- Телефонное экспертное интервью:
 - Продолжительность до 15 минут
 - Количество интервью – 8.

Методология:



ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ



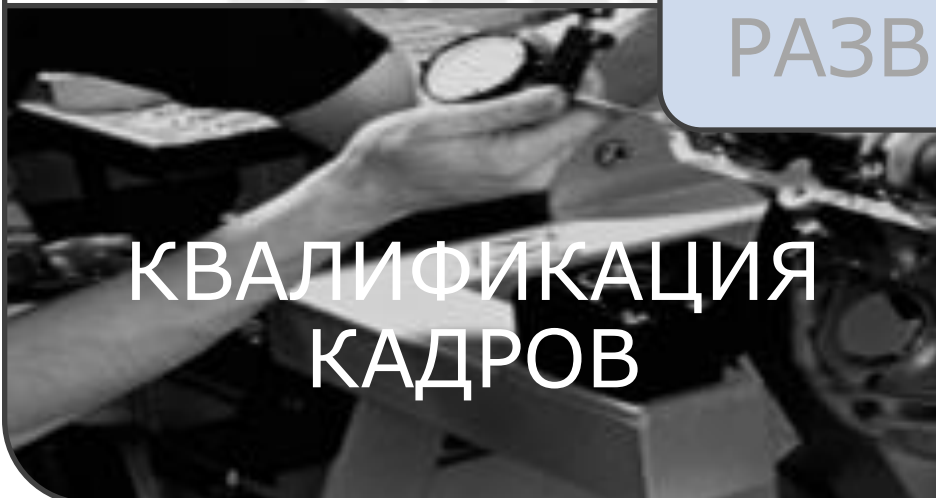
МЕХАНИЗМЫ
РЕГУЛИРОВАНИЯ



ЦЕНОВОЙ
ФАКТОР



БАРЬЕРЫ
РАЗВИТИЯ



КВАЛИФИКАЦИЯ
КАДРОВ



СТЕРЕОТИПЫ И
МЕНТАЛИТЕТ

БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА: механизмы регулирования



- **Нестабильность** и волатильность российского рынка литого алюминия и всей экономики в целом
- Отсутствие **поддержки экспорта** со стороны государства
- Несовершенство **таможенной политики**, например, в отсутствии работающих процедур возврата брака китайским производителям, отсутствие заградительных пошлин.
- Недостаточный **контроль качества** со стороны государственных структур (Ростехнадзора, Росаккредитации)
- Проблемы, связанные с **сертификацией** продукции
- Отсутствие практики заключения договоров форматов take-or-pay, CRC

Мы же постоянно боремся с Китаем, и последнее нововведение, которое нам позволило несколько отсечь Китай, это то, что ввелась официальная сертификация радиаторов на государственном уровне.

Это работа Росаккредитации. Соответственно, нужны проверки лабораторий, которые выдают сертификаты на предмет наличия необходимого оборудования, с помощью которого можно получить заключение о том, что колесо отвечает требованиям либо нет

Турция, например, сделала какие-то оградительные мероприятия для того, чтобы завезти китайскую посуду. У них чуть ли не 20% или 30% на посуду. Потому что страна сама делает поток. Зачем ей еще китайская посуда?

Можно бороться, когда в ГОСТе будет жестко установлено, что ты должен доказать и написать. А если ты не смог доказать, что у тебя 11 слоев, и тебя могут оштрафовать, конечно, это остановит. А т.к. ГОСТы необязательны, то я могу хоть каждую молекулу расписать по слоям.

Настораживает наша лояльность к китайским продуктам. Потому что там есть серьезная помощь государства для производств. Конкурировать с такой помощью нам очень сложно. У них львиные преференции возникают, когда предприятия просто открывается экспорт. И у него автоматом сразу же снижаются налоги и все остальное.

- **Нездоровая конкуренция** (китайские и мелкие российские производители)
- **Незаинтересованность** в локальном производстве комплектующих материалов и компонентов
- **Отсутствие гарантированного заказа**

БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА: ценовой фактор



Стоимость сырья

Постоянно растущая стоимость на материалы, то есть, на алюминиевые сплавы, на сталь для производства радиаторов. То есть, со сталью сейчас вообще тяжелая ситуация. За последние годы она порядком выросла на 45%

Нестабильный курс рубля

Остается достаточно импортных компонентов, то есть, европейских, итальянских, китайских. Например, покраска. Большинство производителей работает на импортной... Чем больше радиатор будет российский, чем ближе будем к заветным процентам по локализации, тем выше конкуренто-способность, ниже будет себестоимость

Высокая чувствительность к цене со стороны потребителя

Существует в целом давление на рынке по ценам, конечно, мы вынуждены значительную часть товара продавать по акциям. А раз ты работаешь с акциями, соответственно, у тебя прибыли в компании нет

Это цена на алюминий, которая имеет тенденцию к росту, и непонятно, когда она остановится. И второе, все-таки у нас нет комплектующих хороших, нет сырья. Эти антипригарные покрытия, которые опять-таки зависят от курса доллара. В общем, у нас одно из другого вытекает. Мы не хотим импорта, а тут получается, что на сырье, которое он покупает, цена очень дорогая. Эти покрытия, эта фурнитура в итоге влияет на стоимость продукта

Мы находимся на территории России, а вынуждены покупать алюминий в пересчете с доллара на рубль. Т.е. цена фиксируется в долларах. В сложившейся ситуации, когда у нас нестабильный курс, это негативно сказывается на себестоимости

Я не могу производить долгосрочное планирование. Как рынок поведет себя? А понятие рынка зависит о покупательской способности населения в первую очередь. Она у нас на сегодняшний день не очень высокая

- Удерживать цены для конечного потребителя на уровне китайских, турецких и мелких российских производителей становится все сложнее.

БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА: нехватка квалифицированных кадров



Рабочие кадры

Инженерные
специальности

Специалисты отдела закупок
и развитие бизнеса

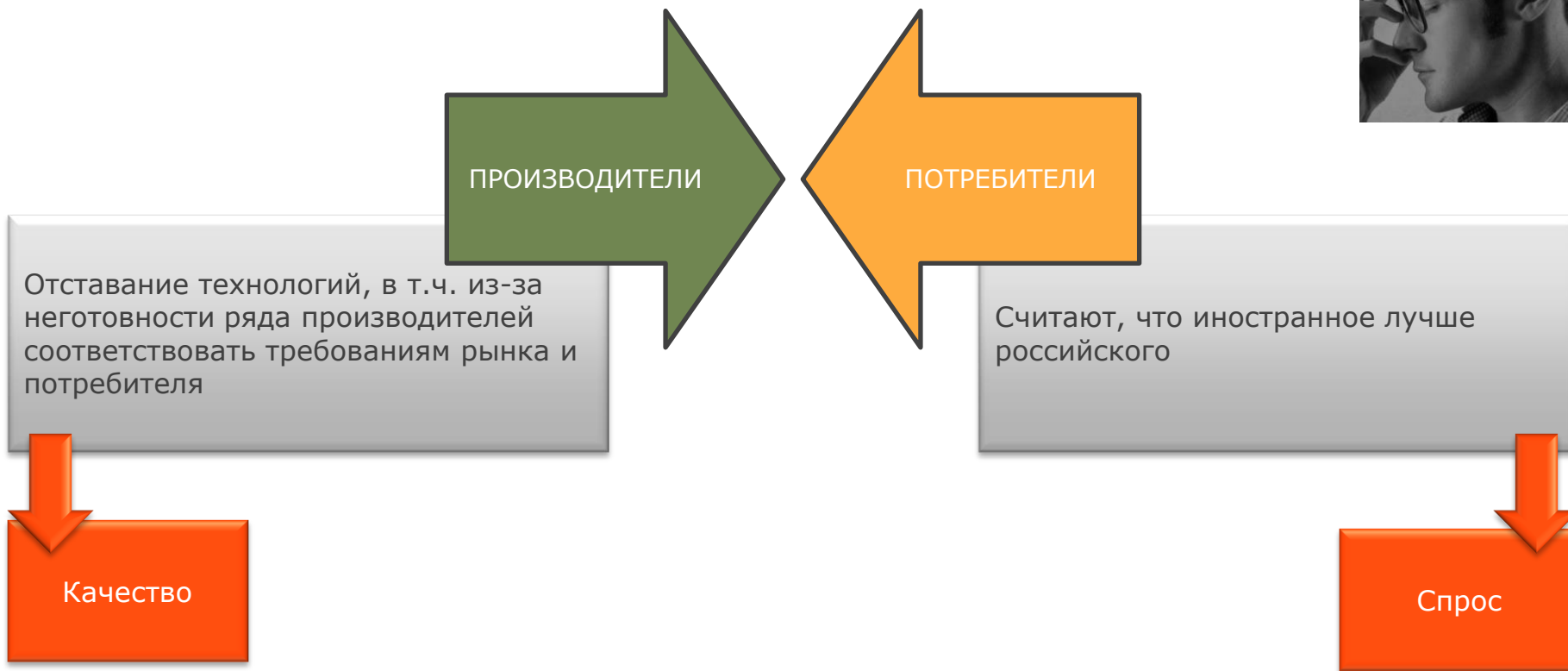
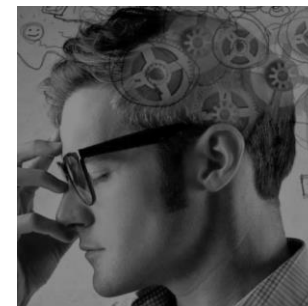
Мы можем на рынке найти кого угодно: и юристов, и экономистов, и финансистов. А вот с техническими кадрами нелегко. С квалифицированными кадрами действительно сложно. И мы сейчас говорим не только об инженерном составе, потому что здесь тоже сложности свои существуют, но и с рабочими специальностями

У нас обычно предприятия находятся обычно отдаленно от региональных центров. Если взять наших гигантов, например, один находится в поселке Надвоицы. Там вроде кроме тюрьмы ничего и нету. Где кадры брать?

Мы, конечно, наших специалистов растим. У нас есть учебный центр, где проходят обучения. Так же у нас есть наставничество, бережливое производство. Когда приходит молодой человек, мы его обучаем в центре, на производстве. Допустим, литейщик обучается 6 месяцев, потому что это ручное литье, там очень много нюансов. И у нас с этим проблем нет. Есть, конечно, проблема с кадрами уже из состава выше. Это менеджеры, аналитики, менеджеры по работе с ритейлером. Есть нехватка квалифицированных кадров в сфере обслуживания. Нет хороших переговорщиков,... нет хороших специалистов, которые могли бы работать с ритейлерами.

- Многие компании – участники исследования, самостоятельно справляются с проблемой кадров, организуя обучение на предприятиях и в корпоративных университетах. Однако пока нет комплексного решения со стороны всей отрасли и государственных учебных заведений.

БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА: менталитет и стереотипы



Заказчику нужно как можно быстрее выводить продукт на рынок. А наш российский менталитет позволяет выводить на рынок продукт только через 9 месяцев самое раннее. Есть эксклюзивы, которые за 6 месяцев могут, но в среднем по стране это 9 месяцев

Как-то не привыкли доверять российским товарам до сих пор. Например, выбираем между итальянским и российским радиатором, обычно выбирают итальянский, хотя по качеству ничем не хуже, они уже давно сравнялись. То есть, мы еще не научились гордиться тем, что производим в России

ВЫВОДЫ: как преодолеть барьеры?



со стороны
государства

Факт демпинга проверить. И если он есть, то рассмотреть введение антидемпинговых пошлин. Мы, конечно, все эти объемы с удовольствием импортозаместим.

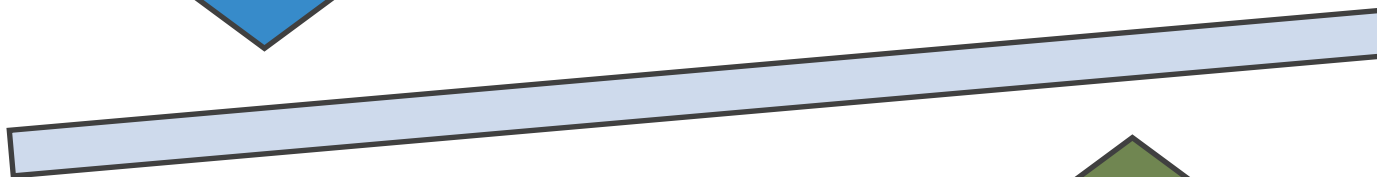
Важным моментом является создание каких-то особых зон с определенными преференциями. Может быть, это сниженный налог на прибыль, более низкие платежи по аренде земли. Возможно какие-то субсидии по электро-структурным вещам: электроэнергия, газ.

Усиление **контроля качества** за счет обязательной сертификации во всех сегментах рынка, лицензирования, уменьшения числа сертифицирующих органов

Введение **антидемпинговых пошлин** с целью выравнивания конкурентной среды

Ужесточение **таможенных процедур**: борьбы с контрафактом;

Поддержка в **локализации производств**: субсидированные источники финансирования, создания особых экономических зон, налоговых преимуществ



Активное участие в программах по **локализации производств**
Налаживание **производства составляющих и материалов** для изделий из литого алюминия

Изменения в **тарифной политике**

Создание **центров обучения**

Создание **совместных предприятий**

PPG, Дюпон, но они, к сожалению, не производят на территории России те краски, которые необходимы именно для нас... Объединив усилия, показав, что объем потребления краски достаточно большой, можно было бы стимулировать их бизнес-интерес в запуске производства данных красок



со стороны
участников
рынка



Вся информация, размещенная в настоящей презентации, охраняется в соответствии с законодательством Российской Федерации об авторском праве, и не подлежит использованию кем-либо в какой бы то ни было форме, в том числе воспроизведению, распространению, переработке иначе как с письменного разрешения ООО «МП АНАЛИТИКА»

Благодарим за внимание

МИХАЙЛОВ И ПАРТНЁРЫ. АНАЛИТИКА

АДРЕС:

Москва, Ленинградский проспект, дом 31А,
строение 1, БЦ «Монарх», этаж 23, офис 10.5

ТЕЛЕФОН:

8 (495) 710-86-81

www.m-p-a.ru

email: info@m-p-a.ru