



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ
РЫНКА**

Москва, август 2010



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

- 1.1. Определение продукции
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Влияющие и смежные рынки
- 1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

- 2.1. Сегментация Рынка ПВХ-конструкций
- 2.2. Ценовая сегментация рынка ПВХ-конструкций
- 2.3. Сезонность на рынке ПВХ-конструкций
- 2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

- 3.1. Объем и темпы роста рынка
- 3.2. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка

Kaleva

ЗАО «Липецк – Книппинг»

ООО «Первый оконный завод»

WinDoors

ГК «Мастер Билл»

ПГ «БФК»

ООО «ПФ Барс» (Ирбис)

Самарские Оконные Конструкции (торговая марка ОКНА СОК)

- 4.3. Действия основных игроков в условиях кризиса
- 4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

- 5.1. Особенности сбытовой политики на рынке
- 5.2. Ценообразование на рынке
- 5.3. Основные каналы продвижения на рынке
- 5.4. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ 95

- 6.1. Описание потребителей на рынке
- 6.2. Потребительские предпочтения на рынке
- 6.3. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

- 7.1. Основные тенденции рынка
- 7.2. STEERPLE-анализ рынка



7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Основные типы стекол

Приложение 2. Основные физико-химические свойства ПВХ

Приложение 3. Информация о количестве жилых домов пострадавших в результате лесных пожаров. По состоянию на 02.08.2010 года

Приложение 4. Производственное оборудование

Elumatec GmbH & Co. KG

Willi Stürtz Maschinenbau GmbH

Rotox GmbH

Gotthold Haffner GmbH + Co.KG.

Hans Weber Maschinenfabrik GmbH



I. ВВЕДЕНИЕ

Последние годы на рынке ПВХ-конструкций наблюдался стабильно высокий рост, что обусловлено рядом причин, среди которых можно назвать строительный бум, благоприятную экономическую ситуацию в стране, постоянный рост доходов населения, распространение поставщиками товара (и услуги – установки) на более широкий сегмент общества (средний класс).

Повышенный спрос на пластиковые окна способствовали развитию отрасли. В России начали создавать экструзионные производства ведущие европейские производители ПВХ-профилей. Первым свой завод построила Veka, затем последовали НТ Troplast (торговые марки Kbe и Trocal), в 2003 г. переименованный в Profine GmbH (объединивший Kbe, Trocal, Kommerling и Knipping), Aluplast, Rehau, Gealan.

Экономический кризис не мог не сказаться на темпах развития рынка. Компании оказались в условиях сокращения кредитования реального сектора экономики, отсутствия доступа к рефинансированию своих финансовых обязательств. Вместе с тем произошло существенное сокращение потребления в строительном и корпоративном сегментах, когда как частный сектор существенно не корректировался.

Однако эксперты отмечают перспективы развития. На сегодняшний момент рынок испытывает дефицит сырья, отечественных мощностей уже сейчас не хватает, смолу импортируют из Европы, Азии и СевероАмериканского континента.

Данное маркетинговое исследование необходимо для понимания сложившейся ситуации на рынке.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

1.1. Определение продукции

Определение светопрозрачной части здания – окна, дается в ГОСТе 23166-99.

Оконные блоки классифицируют по следующим признакам:

- материалам рамочных элементов
 - деревянные
 - ПВХ
 - алюминиевые
- вариантам заполнения светопрозрачной части
- назначению
- вариантам конструктивного исполнения
- архитектурному рисунку
- основным эксплуатационным характеристикам

Первые два признака относят к признакам вида изделий.

...

Таблица 1. Производителя ПВХ-профиля.

Компания	Местонахождение производства	Профильная система	Год начала выпуска
Profine Rus	Московская обл.	Kbe, Trocal	2000
Rehau			
....			



--	--	--	--

1.2. Показатели социально-экономического развития

В настоящее время российская экономика постепенно восстанавливается от последствий мирового финансового кризиса и прежде всего, благодаря реализации антикризисных мер и адаптации экономики к изменившимся условиям.

Для большей наглядности, приведем описание фаз протекания кризиса в 2009г.¹

1. С января по февраль 2009г. – **инерция кризиса**. Для данного этапа были характерны следующие особенности:

- Рост оттока капитала, вызванный как негативными ожиданиями, так и действиями Центрального банка, вынужденного поддерживать ликвидность банковской системы. Как следствие - наращивание покупок валюты и девальвация рубля
- Ухудшение финансового положения предприятий, за счет роста внереализационных расходов, вызванных переоценкой валютных обязательств в условиях девальвации рубля.
- Сокращение инвестиций в основной капитал, вследствие роста рисков по кредитам, а также снижения притока капитала из-за рубежа
- Кризис краткосрочного кредитования
- Спад производства практически во всех отраслях экономики, включая потребительские

В этот же период, государством было предпринято ряд мер, направленных на снижение потерь от кризиса, в числе которых:

¹ «Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования», 2009г.



- Поддержка банковской системы через системы государственных банков, беззалоговых кредитов и пр.
- Снижение давления на золотовалютные резервы

2. С марта по май 2009г. – **стабилизация в валютно-финансовой системе.**

Благодаря проведению политики «дорогих денег»², период девальвации остановился, что привело к изменению экономической ситуации, в частности, произошло снижение давления на валютный рынок, а уровень обменного курса держался в установленных рамках. В различных секторах экономики начали происходить изменения.

- Компаниям **нефинансового сектора** было необходимо переходить к самофинансированию, по средствам внутренней адаптации компании к изменившимся условиям развития. Помимо организационных изменений, компании были вынуждены сократить издержки на оплату труда. Учитывая повышение цен на сырьевые товары, к середине 2009г. практически все отрасли экономики оказались в зоне прибыльности.
- Для **банковского сектора** новая ситуация означала необходимость функционировать под воздействием двух основных факторов:
 - Работа с «дорогими» ресурсами (депозиты населения и средства Банка России)
 - Работа в условиях возросших рисков кредитования

Результатом стало снижение кредитной активности банков, при усилении требований к финансовому положению заемщиков. Стоит отметить, что на рынке кредитования остались в основном крупные банки, имеющие дополнительные возможности по работе с клиентами, например широкая

² Политика «дорогих денег» - проводится Центробанком, прежде всего, как антиинфляционная политика. Для того чтобы сократить денежное предложение, ограничивается денежная эмиссия, осуществляется продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке, увеличивается минимальная резервная норма, увеличивается учётная ставка



филиальная сеть, налаженная система работы с корпоративными клиентами и др.

3. С июня по декабрь 2009г. – **предпосылки стабилизации или перерыв спада**

Однозначно оценить данный период времени достаточно сложно, поскольку происходящие события имели как позитивную, так и негативную направленность.

Факторы стабильности:

- Адаптация компаний к самофинансированию, в результате чего стабилизировался уровень инвестиций в основной капитал.
- Российская экономика ощутила на себе эффект от увеличения мировых цен на сырье, и прежде всего - нефть.
- Облегчение доступа компаний к кредитным ресурсам.

В числе **негативных факторов**, замедляющих стабилизацию экономики, основным является - снижение занятости и реальных доходов населения, вызвавшее снижение потребительских расходов. При этом стоит отметить, что данный фактор является следствием адаптации предприятий к сложной экономической обстановке.

4. С января по май 2010г. – **постепенный выход из кризиса**

По словам председателя Банка России Сергея Игнатьева, российская экономика медленно, но достаточно уверенно выходит из кризиса, а в числе проблем он назвал волатильность³ на мировых товарных и финансовых рынках.⁴

³ **Волатильность** - финансовый показатель, характеризующий тенденцию рыночной цены или дохода, изменяющийся во времени. Является важнейшим финансовым показателем и понятием в управлении финансовыми рисками, где представляет собой меру риска использования финансового инструмента за заданный промежуток времени.

⁴ Источник: «Reuters» от 21.05.2010г.

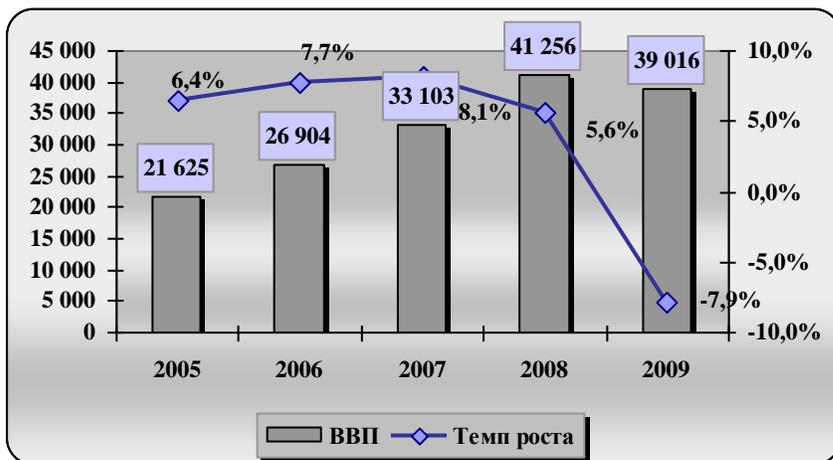


...

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

По данным «ФСГС РФ» к концу 2009г. объем ВВП достиг отметки в **39 016 млрд. руб.**, что на 7,9% меньше, чем в 2008г.

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.



Источник: ФСГС, Минэкономразвития РФ, октябрь 2010 г.

...

Уровень инфляции

В изначальном варианте бюджета РФ на 2009г. планировалось, что инфляция составит 8,5%, затем Минэкономразвития РФ корректировало прогноз – в середине декабря 2008 – 11%, в январе 2009г. – 13%.⁵ Однако по итогам 2009г. инфляция составила 8,8%, что соответствует изначальным оценкам.⁶

- ...

⁵ www.economy.gov.ru

⁶ www.gks.ru



Уровень занятости

В апреле 2010г. «Росстат» подвел итоги выборочного обследования населения по проблемам занятости, согласно которому численность экономически активного населения в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) в апреле 2010г. составила 75,0 млн. человек, или около 53% от общей численности населения страны.

...

1.3. Влияющие и смежные рынки

Влияющим на темпы роста рынка ПВХ-конструкций является строительный рынок.

...

**Диаграмма 2 Объем работ, выполненных по виду «строительство» по субъектам РФ
Январь-июнь 2010год, в фактически действовавших ценах, млн. рублей.**

...

Смежные рынки

На рынке окон основными конкурентами производителей и распространителей ПВХ-конструкций являются производители алюминиевых и деревянных окон.

**Диаграмма 3. Сегментирование рынка светопрозрачных конструкций по материалам.
Россия, 2009 год...**

1.4. Резюме по разделу

...



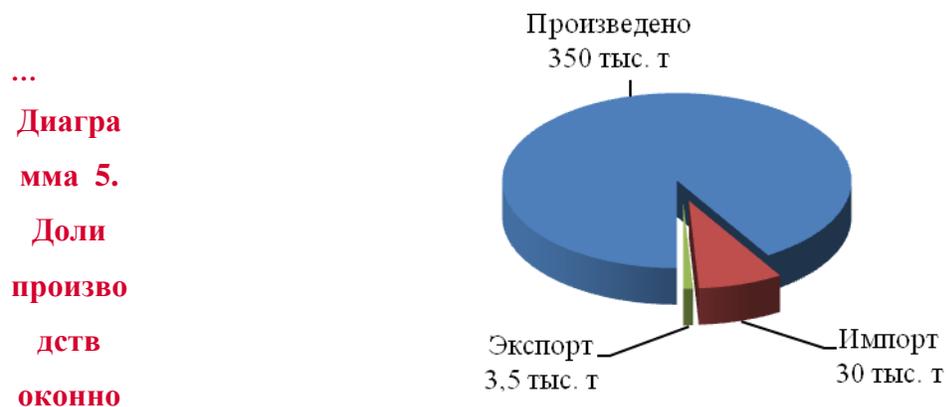
2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

2.1. Сегментация Рынка ПВХ-конструкций

На сегодняшний момент на Российском рынке стабильно работают несколько десятков компаний-производителей ПВХ-профиля.

Диаграмма 4. Структура производства и импорта ПВХ-профилей.

Россия, 2009 год, тыс. т.



го профиля по округам РФ

По материалам рамочных элементов окна делятся на:

...

По архитектурным рисункам окна делятся на:

...

По направлению открывания створок:

- ...

Виды стекол:

...



2.2. Ценовая сегментация рынка ПВХ-конструкций

Как правило, конкуренция на рынке ПВХ - окон идет по следующим параметрам:

- по цене продукции
- по разнообразию предоставляемой продукции
- по географическому охвату

...

2.3. Сезонность на рынке ПВХ-конструкций

Оконный рынок можно с уверенностью назвать сезонным, что в первую очередь связано с климатическими условиями.

...

2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

3.1. Объем и темпы роста рынка

Объем рынка

Как уже говорилось ранее, рынок ПВХ-конструкций не отличается прозрачностью. В благополучные времена центром сбора данных оконного рынка являлась «Ассоциация участников рынка светопрозрачных конструкций», но в кризис, в связи с сокращением финансирования, оценка отрасли прекратилась⁷.

⁷www.ksonline.ru



Для оценки рынка участники и отраслевые агентства прибегают к конкурентной - разведке. Однако информация, полученная таким способом, может иметь погрешность.

**Диаграмма 6. Объем рынка светопрозрачных конструкций
в натуральном выражении Россия, 2009 год, млн. м. кв.**

• ...

**Диаграмма 7. Объем рынка светопрозрачных конструкций в денежном выражении
Россия 2009 год, млрд. €**

В денежном выражении за 2009 год объем рынка составил XXX млрд. €. В том числе, на ПВХ-конструкции пришлось XXX млрд. €, деревянные – XXX млрд. €, алюминиевые ...

Темпы роста

Аналитики отмечают, что до финансового кризиса рост рынка ПВХ - профилей был обусловлен несколькими факторами: во-первых, увеличением масштабов строительства нового жилья в целом по стране; во-вторых, переориентацией рынка с деревянных оконных блоков на изделия из ПВХ; в-третьих, повышением доли использования подобных изделий при реконструкции зданий.

...

Таблица 2. Вероятность наступления сценариев, 2010 год

Возможные сценарии	Рост, %	Описание	Вероятность наступления
--------------------	---------	----------	-------------------------



Средний сценарий	10%	С учетом климатического фактора, отложенного спроса 2009 года и вероятности ухудшения экономических показателей в 4 квартале 2010 года (второй волны кризиса).	55%
Оптимистичный сценарий	...		
Пессимистичный сценарий			

...

3.2. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Рассматриваемый рынок является составной частью строительного рынка, который характеризуется своей непрозрачностью, серыми схемами и теневыми доходами. Во избежание повышенного внимания со стороны фискальных органов, компании зачастую намеренно скрывают информацию о своем финансовом состоянии, объеме производства и доходах. Слабо консолидированный рынок еще больше разобщила тяжелая ситуация, связанная с финансовым кризисом, падением спроса и ростом конкурентной борьбы.

По данным агентства Symbol-Marketing, на момент начала кризиса в России насчитывалось около 3 500 компаний, занимающихся переработкой ПВХ-профиля и изготовлением пластиковых оконных конструкций. Официальной статистики нет, но участники рынка утверждают, что с тех пор число производителей окон сократилось, по меньшей мере, на 10%. По оценке специалистов, в настоящее время примерно треть фирм, специализирующихся на выпуске ПВХ-окон, находится под угрозой разорения. Уже сейчас в регионах отчетливо наблюдается тенденция ухода с рынка части игроков, в первую очередь



это мелкие и средние компании, работающие на локальных рынках со слабо дифференцированным спросом.⁸

На ежемесячной основе специалисты агентства «О.К.Н.А. маркетинг» опрашивают менеджеров ста крупнейших компаний, а также, компаний, ведущих активную рекламную деятельность, с целью оценки профессионализма продавцов-консультантов и общего обслуживания в компании.

По итогам мониторинга публикуется рейтинг 20 лучших компаний месяца.

Таблица 3. Рейтинг 20 лучших компаний. Россия, июль, 2010 год

№	Компания	Город	Балл
1	Kaleva	Москва	100
2	Modeline	Москва	100
3	ЕвроОкна	Москва	100
4	...		
5			

...

По объему производства, развитию сбытовой сети и широкому ассортименту среди крупнейших, в своих регионах, игроков рынка ПВХ-конструкций можно выделить следующие компании:

- Kaleva ЦФО, Москва и Московская область
- Липецк – Книппинг ЦФО
- Первый оконный завод ЮФО

⁸ Источник: пресс-служба ГК Проплекс



- WinDoors СЗФО
- Мастер Билл ДФО
- БФК СФО
- Барс (Ирбис) УФО
- С.О.К. ПФО

В докризисное время в своих Федеральных округах представленные компании занимали следующие доли.

Диаграмма 8. Доли компаний в своих Федеральных округах

4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка

Kaleva

www.okna.ru

О компании

Компания Kaleva – крупнейший российский производитель ПВХ окон и дверей. Единственная в Центральной России оконная компания с полным циклом производства (экструзия ПВХ профиля, производство стеклопакетов, производство, продажа и установка изделий). Трижды лауреат национальной премии «Компания года».

Географический охват

Собственная розничная сеть на территории Москвы и Московской области, дилерская сеть по всей России (более 100 городов). Производство находится на территории пос. Мосрентген Московской области.

Оборудование

URBAN



Профильные системы

- Kaleva-Deco
- Kaleva-Vita
- Kaleva-Design
- Kaleva-Design Plus
- Kaleva-Gold
- Kaleva-Light
- Kaleva-Light

Фурнитура

Roto Frank AG

Планы по развитию

В течение 2010 года компания планирует изменить фирменный стиль. Ребрендинг планируется проводить в несколько этапов. Окончание работ намечено на конец года.

ЗАО «Липецк – Книппинг»

www.knipping.ru



Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших оконных компаний

Компания	Сайт	Местонахождения	Федеральный округ	Материал изделий		Целевая аудитория			
				ПВХ	Алюминий	Частные потребители	Дилеры	Франчайзи**	Корпоративные клиенты
Kaleva				•		•		•	
Липецк – Книппинг				•	•	•	•		•
				•	•	•	•	•	•
				•			•		•
				•	•	•	•	•	•
				•	•	•	•	•	•
				•	•	•	•		•
				•	•	•	•	•	



...

4.3. Действия основных игроков в условиях кризиса

Стоимость пластиковых окон за 2009 год снизилась в среднем на 10%⁹. Из-за этого рентабельность бизнеса по производству окон из ПВХ сейчас не превышает 8-10%. В таких условиях производители окон изыскивают все новые возможности для сокращения издержек и снижения себестоимости продукции. Процесс постепенного снижения конечной стоимости пластикового окна сопровождался ростом цен на комплектующие для окон, вызванным увеличением стоимости исходных материалов.

...

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

5.1. Особенности сбытовой политики на рынке

Структура сбыта на рынке ПВХ-конструкций представлена на схеме.

Схема 1. Структура сбыта

...

5.2. Ценообразование на рынке

Ввиду сложившейся рыночной ситуации, когда рентабельность бизнеса находится на низком уровне, ценообразование, основанное на формуле точки безубыточности, не эффективно. Компании вынуждены применять более простые схемы, например: средние издержки + прибыль.

⁹ По данным «О.К.Н.А. Маркетинг»



...

Таблица 5. Среднерыночная цена за 1 м. кв.

Москва, Россия, 2010 год

Москва	%	за изделие, руб.	%	под ключ, руб.
Июнь 2010	▲+3,0%	4 919	▲+1,6%	7 742
Май 2010				
Апрель 2010				
Март 2010				
Февраль 2010				
Январь 2010				
Россия				
Июнь 2010				
Май 2010				
Апрель 2010				
Март 2010				
Февраль 2010				
Январь 2010				

...

5.3. Основные каналы продвижения на рынке

Существует несколько каналов продвижения ПВХ-конструкций, среди которых можно выделить:

- Реклама (интернет, радио, телевидение, наружная, транзитная, пресса и др.)
- Телемаркетинг (продажи по телефону)
- Мобильный офис
- Участие в отраслевых выставках и конференциях



- PR

...

5.4. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ПВХ-КОНСТРУКЦИЙ

6.1. Описание потребителей на рынке

Как уже отмечалось ранее, основным потребителем ПВХ-конструкций является Москва и область, где проживают около 17,3 млн. человек и сосредоточено наибольшее кол-во обеспеченных граждан. Затем следуют Приволжский, Южный и Уральский ФО¹⁰.

..

6.2. Потребительские предпочтения на рынке

...

6.3. Резюме по разделу

..

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции рынка

Эксперты сходятся во мнении, что в отрасли обозначилась тенденция к укрупнению организаций, небольшим компаниям все тяжелее удерживаться на рынке. В будущем консолидация бизнеса на оконном рынке приобретет масштабный характер. При этом

¹⁰www.plastinfo.ru



количество крупных игроков на оконном рынке увеличится за счет поглощения или ухода с рынка слабых игроков.¹¹

В борьбе за выживание дальновидные оконные компании будут стремиться оптимизировать свои расходы не за счет снижения качества комплектующих, а за счет выстраивания эффективных маркетинговых коммуникаций и привлечения профессионального менеджмента, дефицит в котором резко обнаружился с началом кризиса. Решать эти задачи консолидированно и проще, и дешевле¹².

...

7.2. STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
•	
T	Технологические факторы
•	
E	Экономические факторы
•	
E	Факторы окружающей среды
•	
•	
•	
•	

¹¹ Генеральный директор агентства «Бренд Аналитика» Вячеслав Рафиков

¹² <http://www.spbgid.ru>



• ...

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Рынок ПВХ-конструкций является составной частью строительной отрасли, которая отличается большой емкостью, высокой прибыльностью и, вместе с тем, своей закрытостью и непрозрачностью.

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Список диаграмм и таблиц

Таблица 1. Производителя ПВХ-профиля.

Диаграмма 9. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 10. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.

Диаграмма 11. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %

Диаграмма 12. Индекс потребительских цен, в % к предыдущему месяцу (2009-2010г.г.), %

Диаграмма 13. Уровень занятости в апреле 2010г., %

Диаграмма 14. Уровень безработицы по федеральным округам (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 15. Динамика численности безработных за 2009-2010 гг., млн. чел.

Диаграмма 16. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 17 Объем работ, выполненных по виду «строительство» по субъектам РФ
Январь-июнь 2010год, в фактически действовавших ценах, млн. рублей.

Диаграмма 18 Объем работ, выполненных по виду «строительство» по субъектам РФ
Январь – июнь 2010год, в % к соответствующему периоду 2009 года, в сопоставимых ценах.

Диаграмма 19. Строительство жилых домов по субъектам РФ
Январь-июнь 2010 год, тысяч квадратных метров общей площади

Диаграмма 20. Строительство жилых домов по субъектам РФ
Январь-июнь 2010 год, в % к соответствующему периоду прошлого года

Диаграмма 21. Сегментирование рынка светопрозрачных конструкций по материалам.
Россия, 2009 год.

Диаграмма 22. Структура производства и импорта ПВХ-профилей.
Россия, 2009 год, тыс т.

Диаграмма 23. Доли производств оконного профиля по округам РФ

Диаграмма 24 Распределение компаний по используемому сырью ПВХ.
Россия, 2010 год.

Диаграмма 25. Структура производителей ПВХ-профилей по объему переработки, т/мес.

Диаграмма 26. Объем рынка светопрозрачных конструкций
в натуральном выражении Россия, 2009 год, млн. м. кв.



Диаграмма 27. Объем рынка светопрозрачных конструкций в денежном выражении
Россия 2009 год, млрд. €

Диаграмма 28. Темпы роста рынка ПВХ-конструкций
Россия, динамика 2005 – 2010 год*, %, млн.м.кв.

Таблица 2. Вероятность наступления сценариев, 2010 год

Диаграмма 29. Прогноз роста рынка пластиковых окон по трем сценариям
Россия, 2010 год, млн.м.кв.

Таблица 3. Рейтинг 20 лучших компаний. Россия, июль, 2010 год

Диаграмма 30. Рейтинг 20 лучших компаний. Россия, июль, 2010 год

Диаграмма 31. Доли компаний в своих Федеральных округах

Диаграмма 32. Объем производства ПГ БФК конструкций из ПВХ, тыс.м.кв.

Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших оконных компаний

Диаграмма 33. Темпы роста цен на ПВХ. Тys. руб./тонна

Схема 1. Структура сбыта

Диаграмма 34. Структура продаж БФК, 2009 год

Диаграмма 35. Средняя стоимость установки конструкции для потребителя.

Диаграмма 36. Средняя стоимость установки конструкции для продавца.

Таблица 5. Среднерыночная цена за 1 м. кв.

Москва, Россия, 2010 год

Диаграмма 37. Динамика изменения среднерыночной цены за 1 м. кв.

Россия, 2010 год.

Таблица 6. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Диаграмма 38. Рейтинг производителей ПВХ профиля

Таблица 6. Финансово-экономические риски.