



**Результаты применения Торговой политики ООО «СНХК» на примере бутилакрилата и ее влияние на рынки продукции мало- и среднетоннажной химии в условиях пандемии COVID-19»**

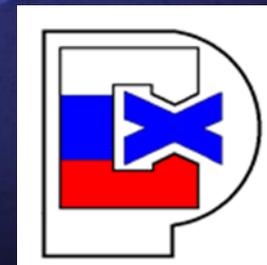




# Бутилакрилат

1. Профицитный товар. Внутреннее потребление около 40 тыс. тон. Внутреннее производство около 120 тыс. тонн. Профицит внутреннего рынка около 80 тыс.тонн.
2. Развитая конкурентная среда: 5 компаний переработчиков, которые работают на свободном рынке и поставляют переработанную продукцию (дисперсии) предприятиям лакокрасочной отрасли, ЦБП, производителям клеев и герметиков.
3. Наличие конкурентной импортной продукции в виде дисперсий иностранных производителей.
4. Наличие компании с монопольным сбытом, работающей в рамках утвержденной ФАС «Торговой политики», только на внутреннем рынке
5. Наличие компаний, отгружающих бутилакрилат на внешний рынок вне рамок торговой политики, принятой на внутреннем рынке.

Бутиакрилат удобный товар для анализа и выработки подходов к защите внутреннего рынка в ситуации скачкообразного изменения цен на сырье на мировых рынках.





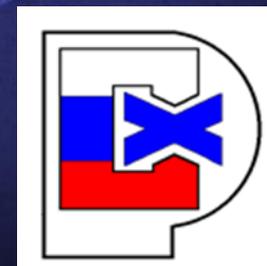
# Пределная цепочка бутилакрилата

Пропан + н-бутанол = бутиловый эфир акриловой кислоты + стирол = водная полимерная дисперсия с массовой долей бутиакрилата 25-30% (сырье для ЛКМ, клеев, герметиков) + пигменты, добавки, наполнители = готовая продукция с массовой долей бутиакрилата в 6-10%

Бутилакрилат – 2 производителя

5 производителей дисперсий с совокупной долей рынка более 50% - 5

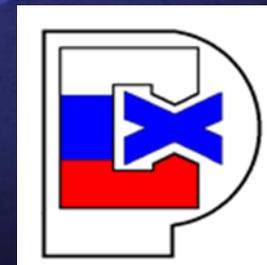
Более 2000 производителей ЛКМ с совокупной долей рынка более 50%





# Торговая политика по ценообразованию на бутиларилат для внутреннего рынка

1. Декларирует поддержку и развитие внутренней переработки
2. Использует методику ценообразования нэтбэк минус
3. В качестве ценового индикатора применяется единственный индекс ценового агентства ICIS
4. Принята Федеральной Антимонопольной Службой





# Экспортная торговля бутилакрилатом

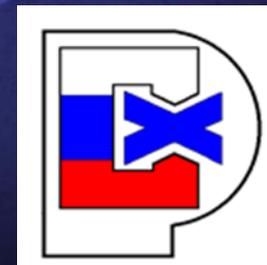
1. ООО «СНХК» и Торговая политика распространяется только внутренний рынок
2. Отгрузки на внешний рынок производители бутиакрилата осуществляют самостоятельно исходя из рыночной конкурентной среды.

Результат различного подхода к ценообразованию

1. В 2018 году средневзвешенные цены на внутреннем рынке на бутиакрилат были выше чем средневзвешенные цены отгрузки на 58%
2. В 2019 году на 62%
3. В 2020 году на 60%
4. В первом полугодии 2021 на 61%

При этом цена на внутреннем рынке определяется Торговой политикой и существенно не отличается для всех покупателей.

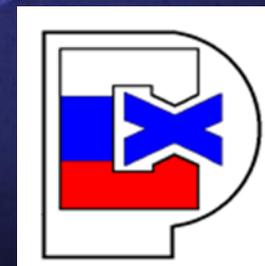
Цена на внешнем рынке отличается существенно отличается в зависимости от страны экспорта, а именно.





# Экспортная торговля бутилакрилатом

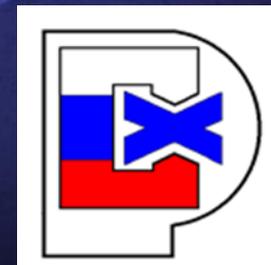
Страна назначения	Средневзвешанная цена (USD за КГ)						
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	
Германия	1,88	2,72	4,14	1,96		4,37	3,012758
Турция	1,66	1,00	1,17	1,27			1,274875
Египет	1,70	2,11	1,44	1,27	3,05	4,98	2,425557
Узбекистан	1,97	2,10	2,13	3,65	3,38	3,25	2,746413
Нидерланды	1,84	1,76	1,57	2,13	2,94	2,70	2,156696
Россия	1,93	2,59	3,76	4,91	5,17	4,35	3,787185





# Результаты применения Торговой политики в 2021 году

1. С конца 2021 года из-за форс-мажорных обстоятельств начался рост ценового индикатора ICIS на бутиакрилат.
2. Общий прост цен по индексу ICIS составил 340%
3. В результате действий ООО «СНХК» и производителей дисперсий рост цен в рамках Торговой политики удалось сдержать на уровне всего 240%



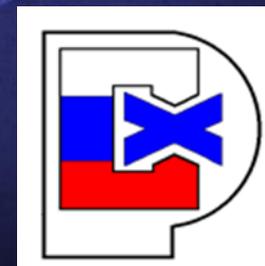
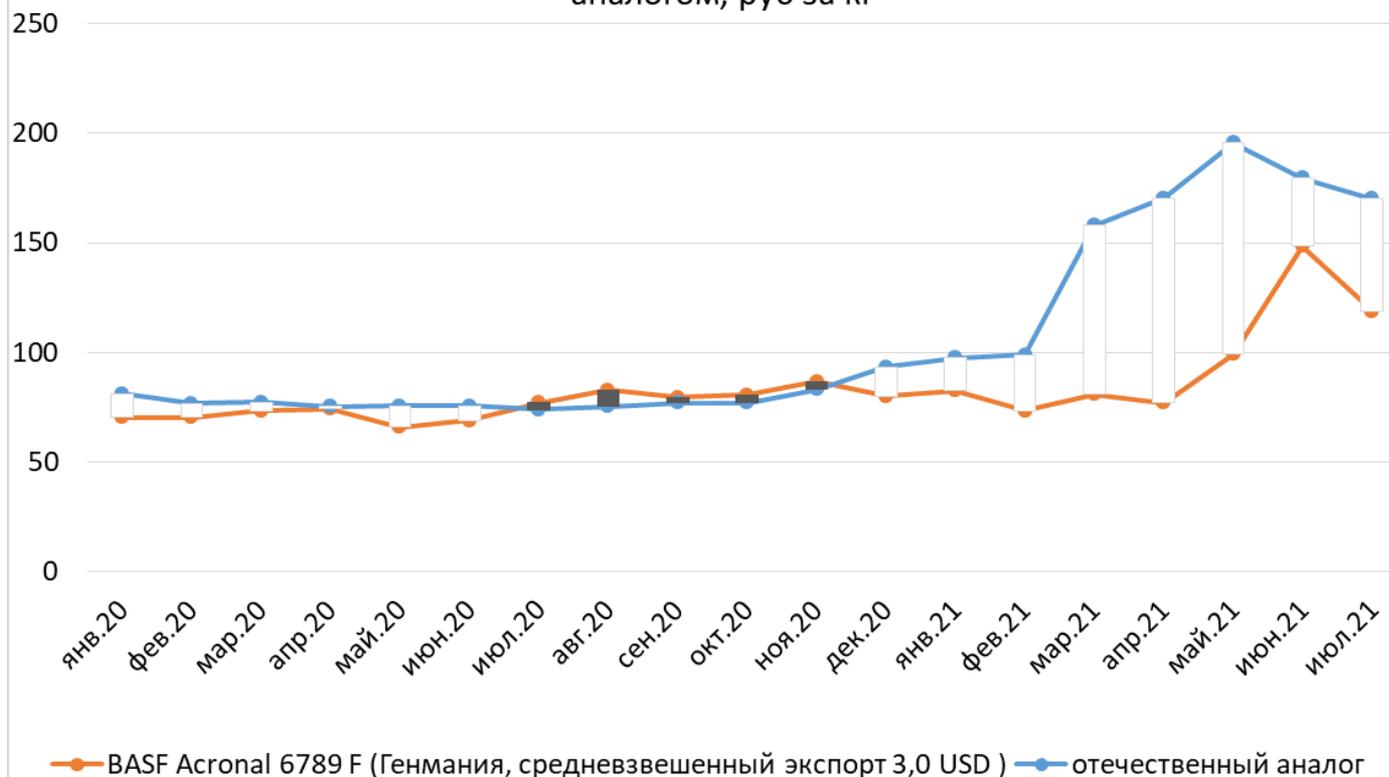
# Результат роста цен для рынка сополимер-акриловых дисперсий

1. Из-за роста цен на внутреннем рынке и в полном соответствии с Торговой политикой ООО «СНХК» производители дисперсий подняли цены на свою продукцию.
2. В то же время цены на импортные дисперсии остались примерно на том же уровне.

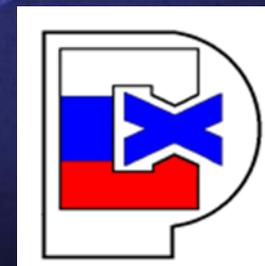
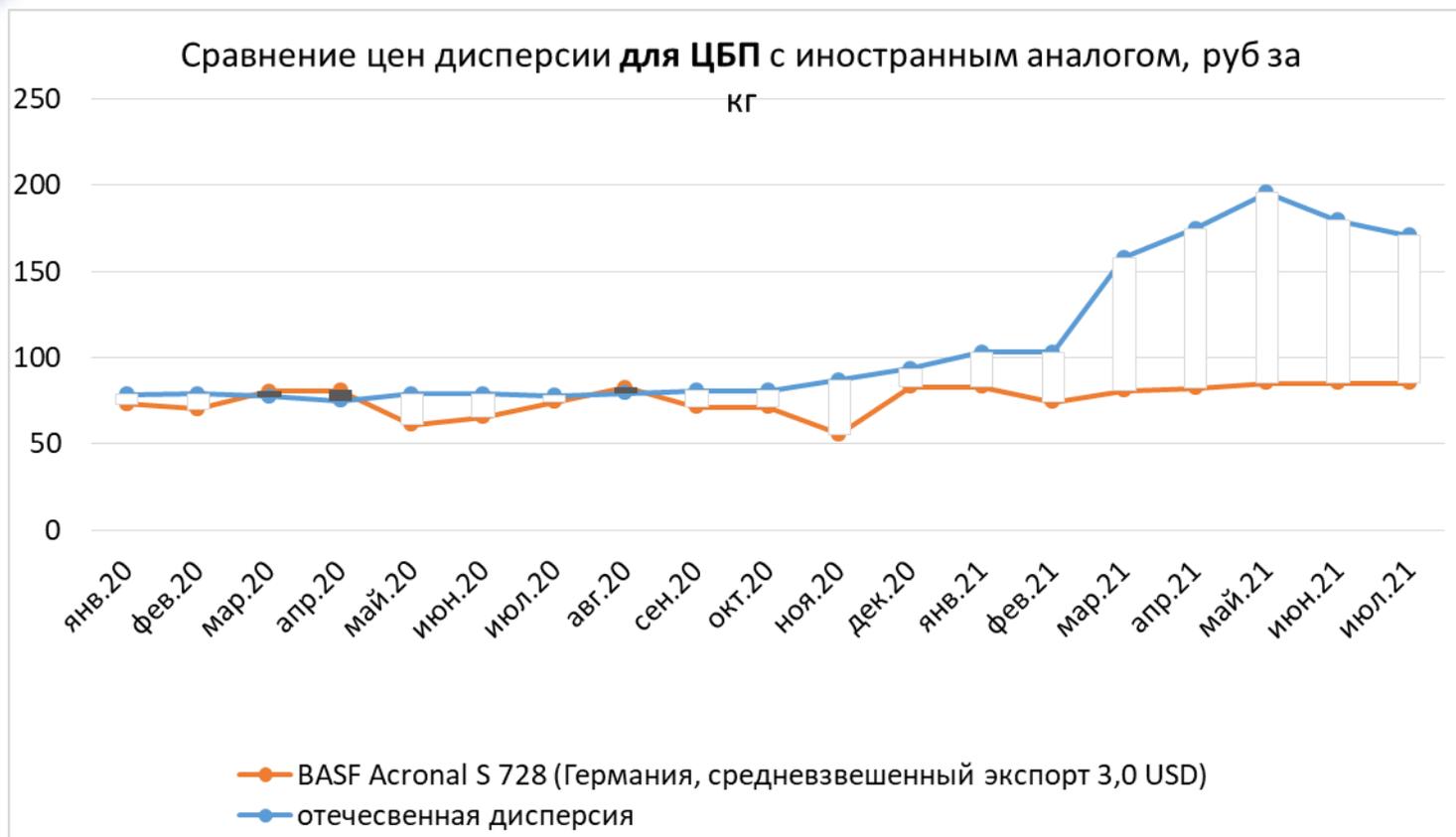


# Результат роста цен для рынка сополимер-акриловых дисперсий

Сравнение цен отечественной дисперсии для ССС с иностранным аналогом, руб за кг



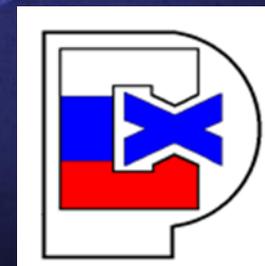
# Результат роста цен для рынка сополимер-акриловых дисперсий





## ВЫВОДЫ:

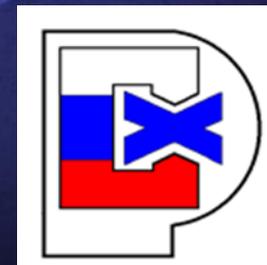
1. Применение разных подходов к ценообразованию ставит отечественного производителя дисперсий в заведомо дискриминирующее положение по сравнению с зарубежными производителями
2. Использование плохо верифицируемого и единственного индекса в Торговой политике ООО «СНХК» не позволяет ООО «СНХК» обеспечивать цели, декларируемые в Торговой политике
3. Повышение цен на продукцию третьего передела (дисперсии) неминуемо приводит к росту цен на ЛКМ, клеи, герметики, строительные материалы
4. Ситуация по бутилакрилату в типична для большей части базовых химических продуктов





## Поле возможных решений:

1. Изменить систему ценообразования с нет бэк минус на методику «средневзвешенной рыночной цены»
2. Начать биржевую торговлю профицитными товарами на бирже с целью формирования как биржевых, так и внебиржевых индексов
3. В случае сохранения формулы «нет бэк»:
  - 3.1. Привязать цену бутилакрилат к индексам на пропилен и н-бутанол
  - 3.2. Ввести для профицитного базового сырья «коэффициент защиты внутреннего рынка»
4. Отказаться от сбыта бутилакрилата через субъект доминирования





**Благодарю за внимание!**

[www.ruschemunion.ru](http://www.ruschemunion.ru)

