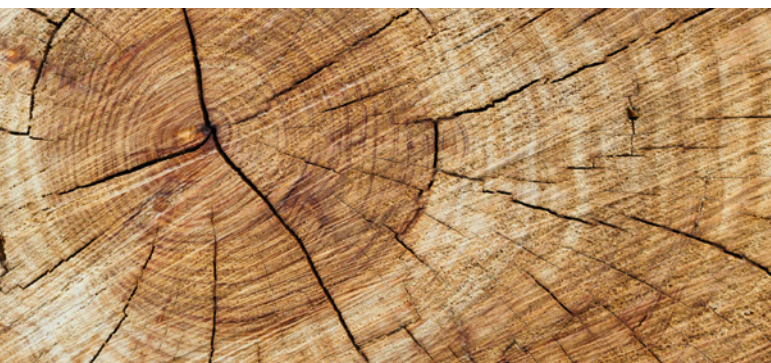
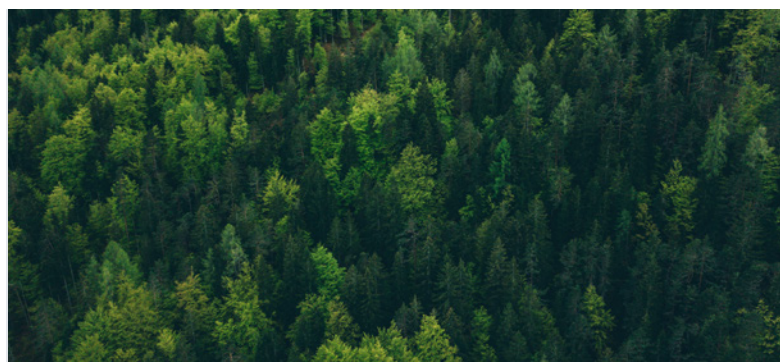
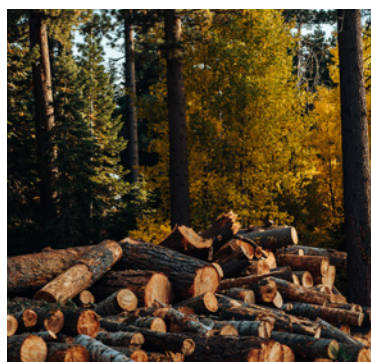


Ожидания компаний ЛПК в 2023 году

Ждать Нельзя Меняться



Результаты опроса компаний ЛПК
Июль 2023 года

ПРАВА НА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНТЕНТА

Настоящим уведомляем Вас о том, что это исследование или любая его часть не предназначены для копирования, распространения или тиражирования любыми способами без предварительного письменного разрешения АО «СПГ».

При отсылке к данным исследования упоминание АО «СПГ» обязательно. Это исследование было подготовлено АО «СПГ» исключительно в целях информации. АО «СПГ» не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в исследовании.

Информация, представленная в этом исследовании, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса.

Все мнение и оценки, содержащиеся в данном исследовании, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

АО «СПГ» не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном исследовании, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации.

Информация, представленная в настоящем исследовании, получена из открытых источников. Задачи, поставленные и решаемые в настоящем исследовании являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги.

По любым вопросам, связанным с использованием нашего контента, пишите по адресу **dt@strategy.ru**

Содержание

1	Контекст разработки отчета	4
	- Структурные изменения в условиях работы отрасли - Цели опроса компаний ЛПК - Структура выборки	
2	Ключевые выводы	7
3	Ключевые вызовы и стратегические альтернативы, выбираемые компаниями	11
	- Операционные вызовы, стоящие перед компаниями - Стратегические альтернативы для ответа на операционные вызовы - Инвестиционные вызовы, стоящие перед компаниями - Стратегические альтернативы для ответа на инвестиционные вызовы	
4	Благоприятные для отрасли макроэкономические показатели	15
	- Предпочитаемый компаниями курс рубля - Желательное снижение стоимости логистики - Комфортные ставки по кредитам	
5	Полезность мер государственной поддержки ЛПК	18
	- Полезность доступных для компаний ЛПК мер господдержки - Полезность отдельных мер поддержки ЛПК - Уровень осведомленности компаний ЛПК о доступных мерах господдержки	
6	Ожидания компаний ЛПК на 2023 год	21
	- Планы компаний по корректировке стратегий развития - Ожидания по изменению выручки - Планы производителей по исполнению инвестиционной программы - Намерения по использованию мер государственной поддержки отрасли - Подход компаний к возможности покупки/продаже активов	

Структурные изменения в условиях работы отрасли



2022 год был богат на события, многие из которых привели к кардинальным изменениям в условиях ведения бизнеса в отрасли ЛПК. Их можно разделить на **четыре основные группы**.

Группы

Изменения



Рынки сбыта

- Физическое закрытие ряда ключевых экспортных рынков для продукции российского ЛПК
- Рост таможенных пошлин
- Перенаправление выпавших объемов с маржинальных рынков на «рынки объемов»
- Поиск и выход на новые, менее развитые рынки сбыта



Логистика

Контейнерные линии, обслуживающие более трети мирового рынка, прекратили работать с Россией (Maersk, Mediterranean Shipping Company, CMA CGM)

- Изменения маршрутов доставки продукции ЛПК
- Увеличение стоимости логистики
- Дефицит пропускной способности погранпереходов в восточном направлении
- Развитие альтернативных маршрутов доставки



Поставки по импорту

Режимы ограничений на поставки в Россию лесозаготовительной техники, станков и оборудования, запчастей, химикатов и т. п.

- Поиск альтернативных технологических решений в дружественных странах
- Активное развитие операций с Китаем и Индией



Финансовые потоки

- Ограничения на платежи по ВЭД в традиционных валютах международных расчетов
- Отключение от SWIFT ключевых российских банков
- Усложнение платежных механизмов
- Увеличение доли в международных расчетах валют дружественных стран и рубля

Цели опроса



Сформировать понимание ключевых вызовов, с которыми сталкиваются компании ЛПК Российской Федерации



Оценить стратегические альтернативы, которые рассматриваются и применяются компаниями для ответа на ключевые вызовы



Понять влияние макроэкономической среды на бизнес компаний ЛПК



Оценить благоприятность мер государственной поддержки



Понять возможные результаты работы отрасли в 2023 году

Важным элементом опроса было формирование понимания настроений бизнеса в разрезе федеральных округов и подотраслей ЛПК



Описание пула респондентов



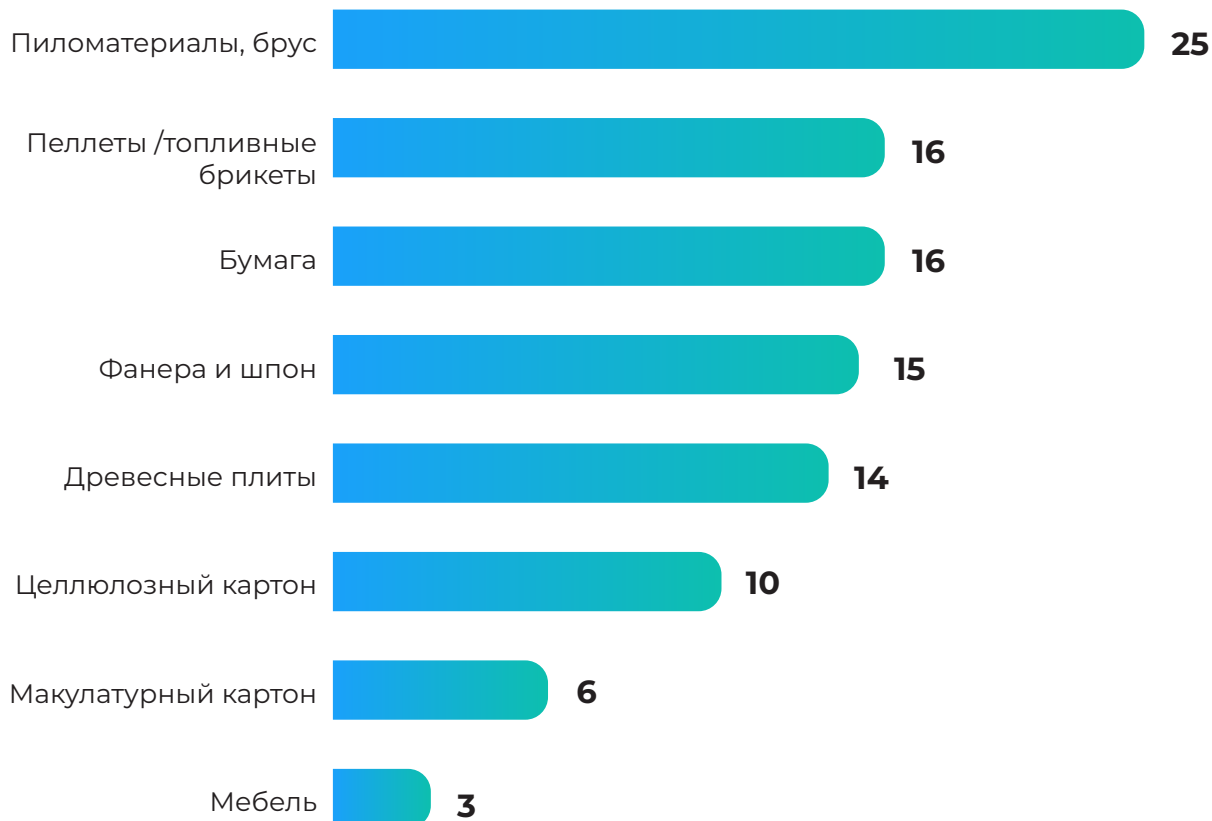
В нашем опросе приняли участие 52 компании*, представляющие все основные регионы РФ и подотрасли ЛПК.



По географии активов:



По подотраслям:



* сумма позиций может быть не равна 52, т.к. допускался множественный выбор для полного представления профиля компании-респондента.

Ключевые выводы по результатам опроса компаний ЛПК

Стратегическая трансформация или тактическая адаптация

Структурные изменения в условиях работы отрасли практически всегда выступают триггером для пересмотра стратегии развития компании. Уже в начале 2022 года стало понятно, что эти изменения неизбежны и доступность экспортных рынков для продукции российского ЛПК существенно ухудшится.

Тем не менее спустя 15 месяцев только 50% опрошенных указали на то, что за прошедшее время была скорректирована стратегия развития.

При этом в ряде случаев содержание корректировки может быть описано цитатой одного из участников опроса: «Корректировка стратегии — процесс постоянный, в нынешних реалиях это скорее не стратегия, а адаптация под меняющуюся ситуацию».



По мнению компаний, причиной такой ситуации является «высокая стратегическая неопределенность».



На что мы обратили внимание:



По достаточно большому числу стратегических вызовов ответные решения обеспечиваются государством.



Востребованы новые меры по развитию внутреннего рынка, например: поддержка государством переоборудования котельных с мазута и угля на пеллеты, деревянного домостроения, перехода на биоразлагаемую упаковку и т. п.



У самих компаний фиксируется низкий интерес к таким стратегическим темам, как:

- Поиск новых рынков и продуктовых ниш;
- Софинансирование и иные формы поддержки НИОКР, разработки новых продуктов (они преимущественно лишь адаптируются под требования рынков);
- Поддержка государством процессов цифровизации ЛПК.



Внутреннему рынку пока удается избегать широкого применения демпинговых стратегий.



По экспорту компании фокусируются на Китае, рынке «объемов и низкой маржи»: так, в 2022 году по ряду позиций уменьшились продажи на все еще доступные высокомаржинальные рынки.



Ожидания по выручке и инвестициям

- 1 Снижения выручки в 2023 году ожидают **55%** опрошенных. При этом 33% предполагают, что оно может составить от 10 до 20%. Еще более сильного снижения ожидают лишь 11% опрошенных.
- 2 Это более оптимистичные цифры, чем фактический результат первого квартала 2023 года, в котором снижение показателя составило **25,7%**.
- 3 Более благоприятная картина в целом по году может быть достигнута за счет более слабого, чем ожидалось ранее, курса рубля, который уже практически достиг уровня, комфортного для **88%** опрошенных.
- 4 Еще одним поддерживающим фактором может стать снижение стоимости логистики. Так, уменьшение ее цены на **20%** позволит увеличить экспортные поставки **63%** опрошенных.
- 5 Инвестиционная программа существенно пострадает у **53%** опрошенных. Примерно каждая пятая компания ее заморозила, а у каждой третьей снижение инвестиционного бюджета превысит **30%**.
- 6 Для большинства компаний (**57%** опрошенных) минимально комфортная процентная ставка по инвестиционным кредитам оценена в **4–6%**, что существенно меньше фактически сложившегося уровня в **9–10%**.
- 7 **39%** опрошенных намерены продолжать реализацию ранее сформированной инвестиционной программы. Как показывает опыт, здесь позитивный вклад вносят такие факторы, как получение мер господдержки, позволяющих снизить стоимость заемного финансирования, а также пост-M&A-активность по активам, из которых выходили иностранные владельцы.
- 8 В разрезе подотраслей достаточно активно кредитуются производство бумаги и бумажных изделий (рост остатков кредитной задолженности за январь — апрель 2023 года на **7,5%**), лесозаготовительная деятельность (**+5,5%**), мебель (**+4,4%**). В ожидаемо более сложном положении находится деревообработка, где кредитная задолженность снизилась на 0,6% относительно начала года.

Рекомендации

С учетом существенного увеличения расходной части государственного бюджета в 2023 году в ближайшие кварталы можно ожидать сокращения возможностей государства поддерживать отрасль. Поэтому альтернативы перестройке стратегий компаний просто нет. Она должна учитывать два временных горизонта.

На краткосрочном (1–2 года) горизонте целесообразно сделать следующие фокусы:

- 1** **Импортозамещение**
 - Объем импорта продукции ЛПК в РФ эквивалентен порядка 25–30% экспортных поставок. В денежном выражении это больше, чем выпадающие продажи на европейские рынки.
 - Здесь есть некоторые ограничения по товарной структуре потоков экспорта и импорта, но в целом эта ниша видится целесообразной для проработки.
- 2** **Вытеснение более дорогих поставщиков из Скандинавии и Канады с остающихся доступными рынков.**
 - Российская продукция по многим позициям в состоянии быть в первом квартиле по себестоимости при хорошем качестве продукта.
 - Скандинавским поставщикам необходимо заместить выпавшие российские поставки на европейском рынке.
 - Здесь есть ограничения по физической возможности доставки продукции. Поэтому важно сфокусироваться на более плотном взаимодействии с крупными логистическими операторами.
- 3** **Развитие спроса на внутреннем рынке:**
 - Президентом РФ Путиным В. В. был принят ряд решений, направленных на развитие внутреннего рынка продукции ЛПК, то есть объемов спроса.
 - Сейчас компаниям важно правильно выстроить свою ценовую политику, сфокусировавшись на объемах, а не высокой маржинальности.

На более длительном (3–5 лет) интервале необходимы следующие фокусы:

- 1** **Инвестиции в разработку новых продуктов (в т. ч. с прицелом на международные рынки), например:**
 - Растворимая целлюлоза и группа искусственных волокон (через новые проекты, в т.ч. малотоннажные ЦБК, и модернизацию действующих);
 - Повышение качества и комфортности деревянных домокомплектов и т. п.
- 2** **Инвестиции в НИОКР для решения проблем в лесозаготовительной технике, станкостроении для деревообработки и оборудовании для ЦБП.**

Отмеченные стратегические альтернативы далеко не исчерпывающие.

Их можно существенно развить и конкретизировать для каждой подотрасли, например в рамках работ по актуализации Стратегии развития лесного комплекса Российской Федерации.

Вопрос 1. Операционные вызовы, стоящие перед компаниями

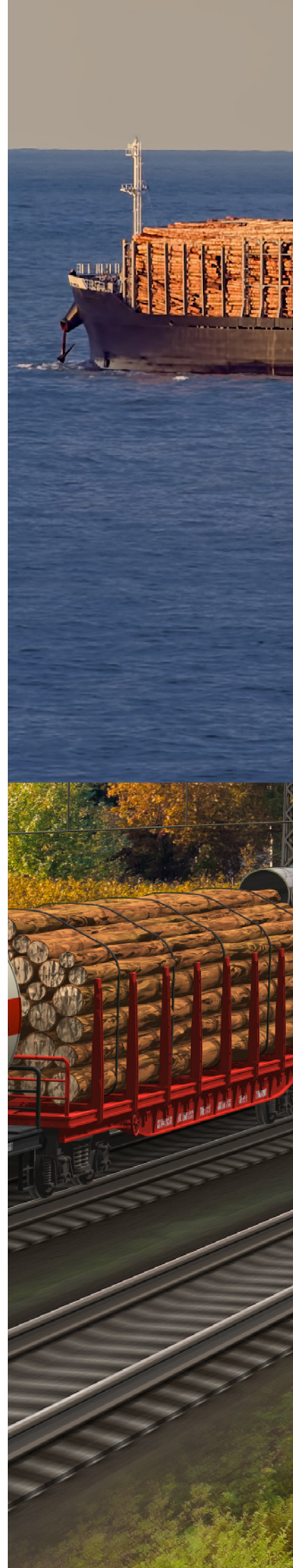
Ключевые операционные и производственные вызовы ЛПК, % опрошенных



! Разрешались множественные ответы

Комментарии:

1. В части операционной деятельности ключевым вызовом для отрасли является логистика
 - Эта проблема имеет высокую актуальность для компаний из всех федеральных округов, кроме Уральского и Дальневосточного.
 - В Сибирском ФО ее отметили 100% респондентов, в СЗФО — около 90%, в остальных (кроме УрФО и ДВФО) — более 70%.
2. Существенные проблемы с ценовой конкурентоспособностью на экспортных рынках испытывают пеллеты, древесные плиты, фанера и шпон. Их отмечают свыше 70% опрошенных компаний.
3. На фоне достаточно низких цен на пиловочник и балансы несколько неожиданной стала важность такого фактора, как рост себестоимости, о котором заявило порядка половины опрошенных.
4. Компании достаточно успешно справляются с проблемой импортозамещения в части запчастей, комплектующих, химикатов.
5. Вопреки ожиданиям, ограничение доступности экспортных рынков на фоне избыточного предложения продукции ЛПК не привело к ценовым войнам на внутреннем рынке. Наиболее проблемной продуктовой категорией является макулатурный картон, который столкнулся с резким обострением конкуренции с целлюлозными картонами.



Вопрос 2. Стратегические альтернативы для ответа на операционные вызовы

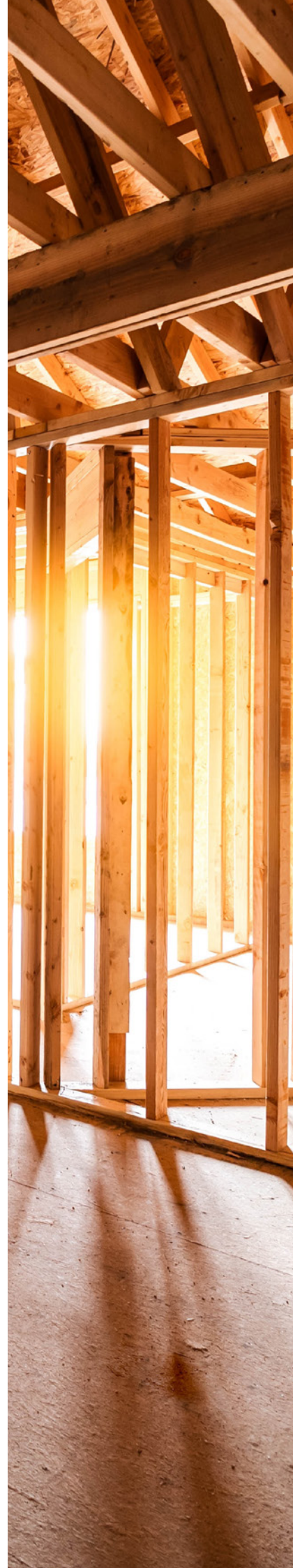
Меры реагирования на операционные и производственные вызовы, выбираемые компаниями ЛПК, % опрошенных



! Разрешались множественные ответы

Комментарии:

1. Реакция компаний на операционные вызовы сфокусирована по двум направлениям:
 - Существенное сокращение затрат реализуют компании из всех подотраслей.
 - При этом наиболее активны производители фанеры (86%).
 - В остальных подотраслях оптимизацией производства занимаются 50–70% опрошенных.
 - Развитие продуктовой линейки на базе разработки новых продуктов.
 - Наиболее активными здесь являются производители макулатурного картона и фанеры: 75 и 71% соответственно.
2. Примерно $\frac{1}{4}$ компаний снизили объемы производства.
 - При этом практически все эти компании — из деревообработки или производства мебели.
 - Среди них практически нет производителей целлюлозно-бумажной продукции.
3. Каждая седьмая компания, напротив, увеличила объемы производства.
4. Переход на более дешевое сырье как механизм адаптации характерен преимущественно для компаний — производителей бумаги и макулатурного картона: 50 и 39% соответственно. В деревообработке этот механизм применяют только 14–21% компаний.



Вопрос 3. Инвестиционные вызовы, стоящие перед компаниями

Ключевые инвестиционные вызовы ЛПК, % опрошенных



! Разрешались множественные ответы

Комментарии:

1. Недоступность наиболее эффективных технологических решений из-за ограничения поставок выделяется в качестве ключевого вызова.
 - Наиболее остро проблема обозначена в таких подотраслях, как пеллеты, древесные плиты 86–88% респондентов).
 - Менее всего она актуальна для производителей макулатурного картона и мебели.
2. Сравнимую значимость имеет проблема «высокой неопределенности рыночной конъюнктуры и доступности экспортных рынков».
 - Данный фактор сам по себе является сильным сдерживающим, т. к. стресс-сценарии финансовых моделей инвестиционных стратегий в таких условиях часто показывают уровень рисков, который совет директоров просто не готов принимать.
 - Сложность есть и в получении финансирования. В условиях высокой неопределенности, осложненной близостью цен на ряд продуктов ЛПК к циклическим минимумам, финансовым моделям проектов очень сложно получить одобрение от подразделений, отвечающих за управление рисками банка.
3. Таким образом, даже при наличии желания инвестировать компании сталкиваются с существенными ограничениями возможностей это сделать.

Вопрос 4. Стратегические альтернативы для ответа на инвестиционные вызовы

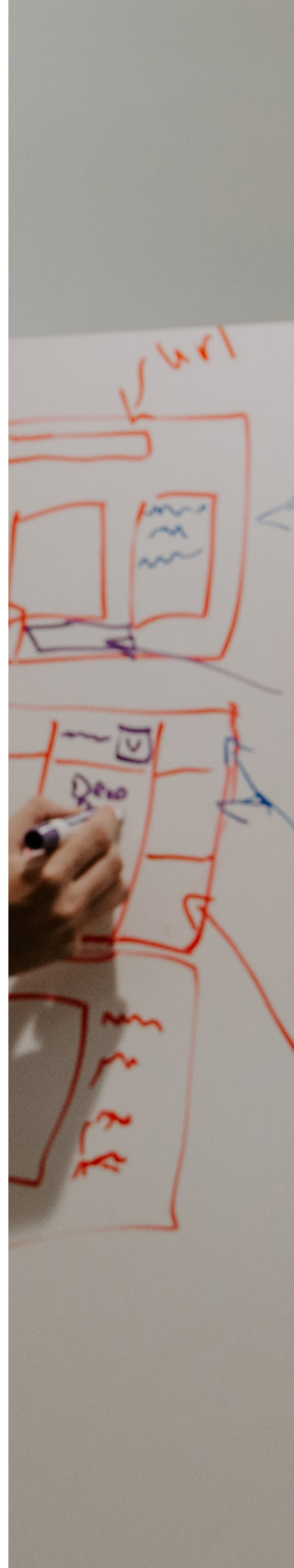
Меры реагирования на инвестиционные вызовы, выбираемые компаниями ЛПК, % опрошенных



! Разрешались множественные ответы

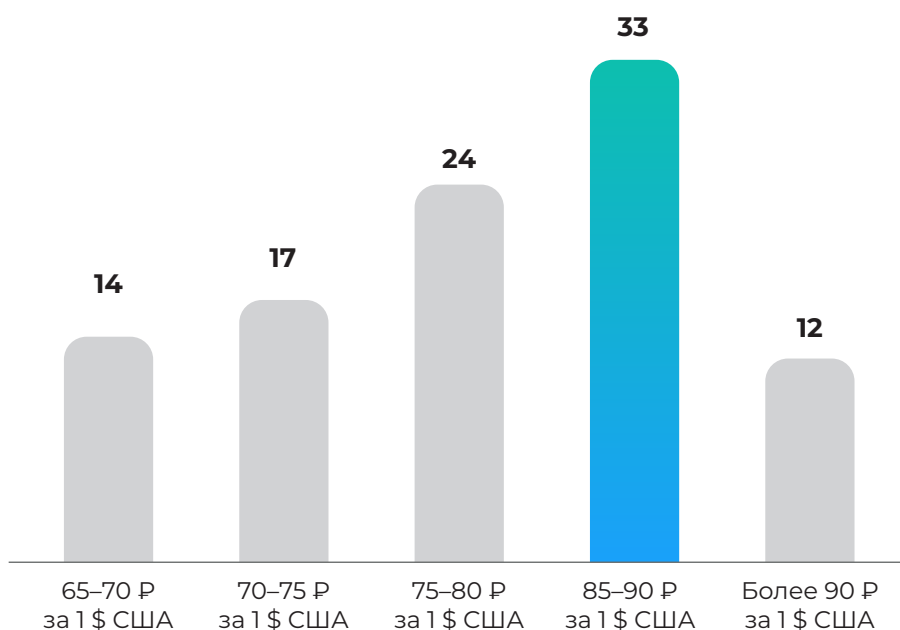
Комментарии:

- Порядка 44% опрошенных уже провели редизайн инвестиционной программы или находятся в его завершающей стадии.
 - Среди наиболее активных производители бумаги (69%), древесных плит (57%), а также фанеры и пеллет (50%).
 - Активная трансформация происходит в большинстве федеральных округов (75% — СФО, 65–67% — СЗФО и ПФО, 57% — ЦФО). Существенно медленнее реагируют компании УФО (9%) и ДФО (20%).
- Достаточно большое число компаний констатировало отсутствие инвестиционной программы. Чуть более половины из них расположены в Уральском федеральном округе.
- Отсутствие или остановка инвестиционной программы является достаточно логичной ситуацией в условиях, когда по многим позициям на экспорт направляется 2/3–3/4 объема производства подотрасли, а доступ на экспортные рынки существенно ухудшился.



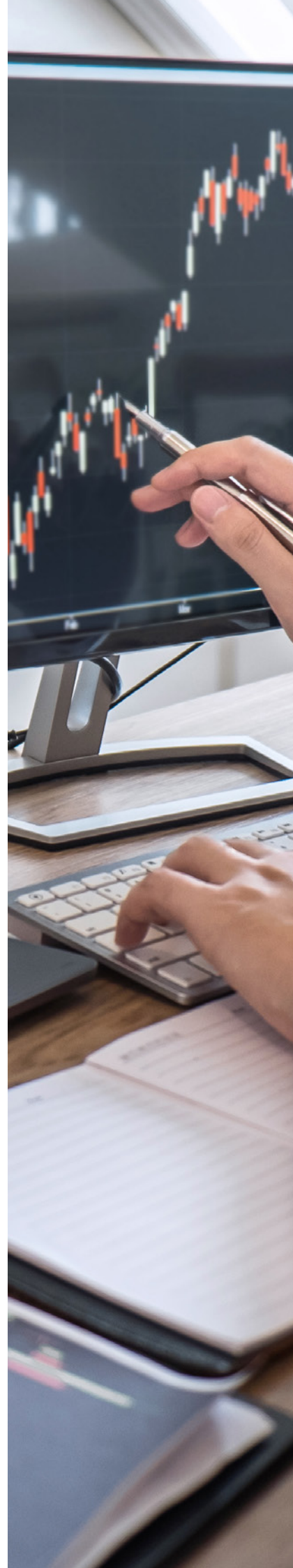
Вопрос 5. Какой курс рубля минимально благоприятен для расширения экспортных поставок?

Минимально благоприятный курс доллара для расширения экспортных поставок, % опрошенных



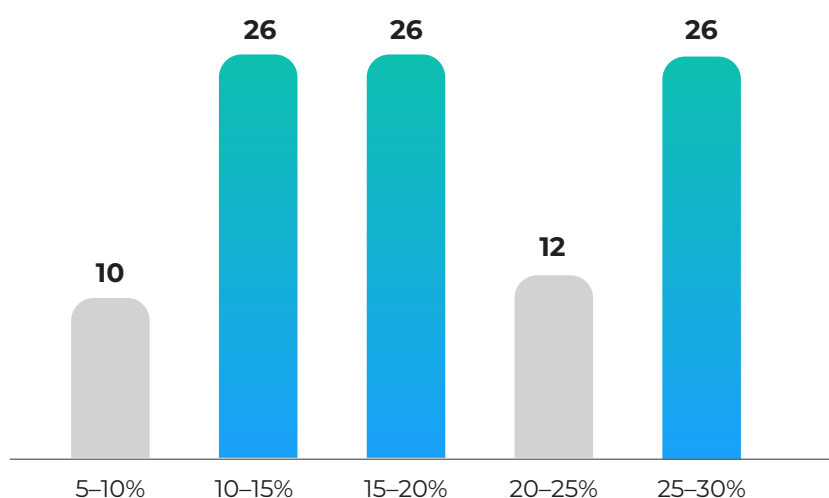
Комментарии:

1. Наибольшую заинтересованность в ослаблении курса рубля проявляют производители пеллет (69%), фанеры (69%), бумаги и пиломатериалов (54%).
2. В разрезе федеральных округов заинтересованность в курсе свыше 85 рублей за 1 доллар свыше 50% опрошенных показали компании всех округов, кроме Сибирского, Уральского и Центрального.
3. Курс менее 70 рублей за 1 доллар оказался комфортным только для шести ответивших компаний.



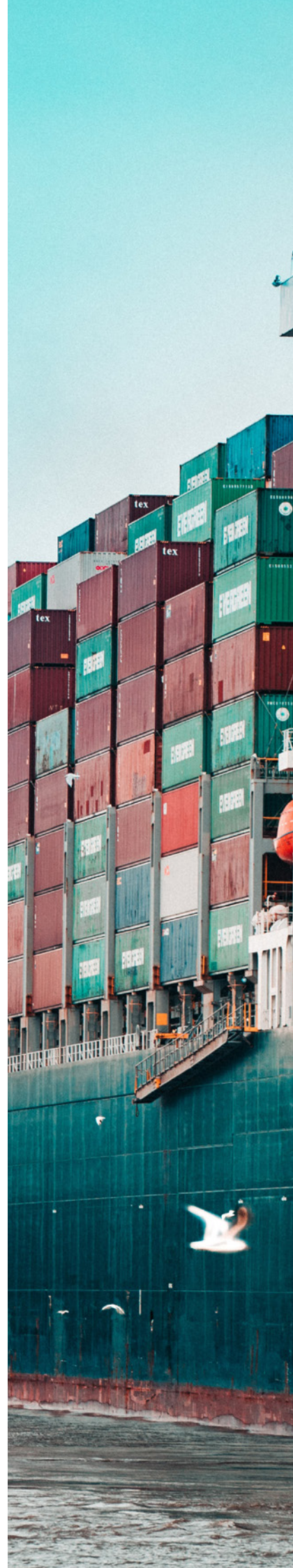
Вопрос 6. Какое снижение удельной стоимости логистики минимально благоприятно для расширения экспортных поставок?

Минимально благоприятное снижение удельной стоимости логистики для расширения экспортных поставок, % опрошенных



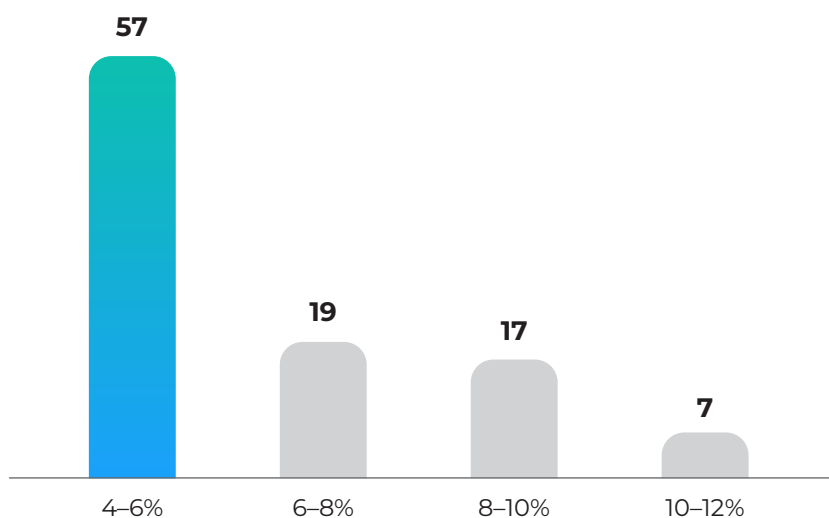
Комментарии:

1. В части логистики потребности компаний распределились неожиданно равномерно. Интересно отметить следующие моменты:
 - В проблемном с точки зрения переориентации поставок СЗФО почти 60% компаний было бы достаточно удешевления логистики на 20% и менее. При этом 35% заинтересованы в уменьшении логистических затрат более чем на 25%.
 - В географически близком к Китаю СФО снижение затрат на 20% и более интересно 50% опрошенных компаний.
 - Наиболее комфортно себя чувствуют компании УФО, где 45% опрошенных достаточно уменьшения стоимости логистики на величину от 5 до 15%.
 - В отраслевом разрезе снижение логистических затрат на 20% и более интересно прежде всего деревообработке: 69% производителей пеллет, 54–56% — пиломатериалов, фанеры и плит.
 - Для производителей макулатурного картона, бумаги и мебели для комфортного уровня достаточно снижения в пределах 10–20%.



Вопрос 7. Какая ставка по кредитам в рублях является минимально комфортной для инвестиционной программы компании?

Минимально комфортная ставка по кредитам в рублях для инвестиционной программы компании, % опрошенных



Комментарии:

1. Для инвестиционных программ $\frac{3}{4}$ компаний комфортным является уровень ставки по кредитам, не превышающий 8%, из которых 57% — не более 6%.
2. Такой уровень процентной ставки является недостижимым без мер государственной поддержки.
3. Ставки свыше 8% комфортны для 44% в сегменте «целлюлозный картон», 30% — в бумаге. В остальных категориях данные уровни являются приемлемыми для 25% и менее опрошенных.



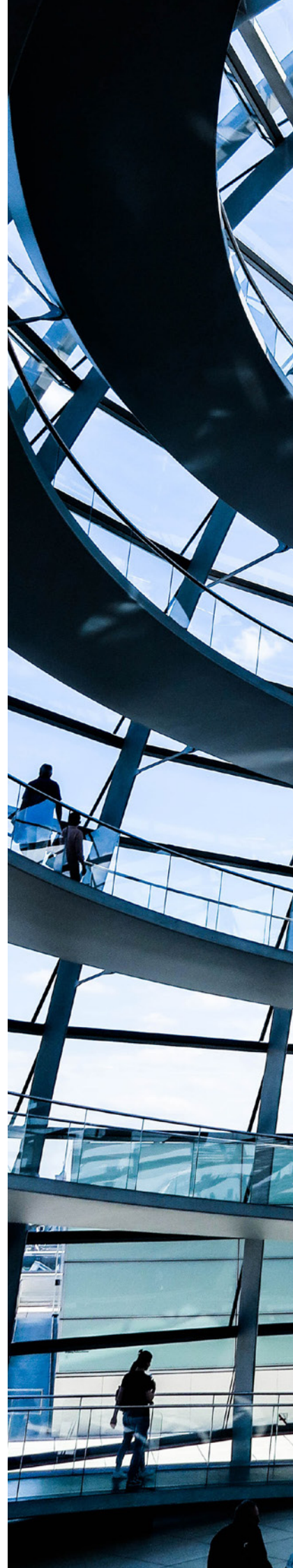
Вопрос 8. Полезность для компании приоритетов государства в ЛПК

Полезность для компаний приоритетов государства в ЛПК, % опрошенных



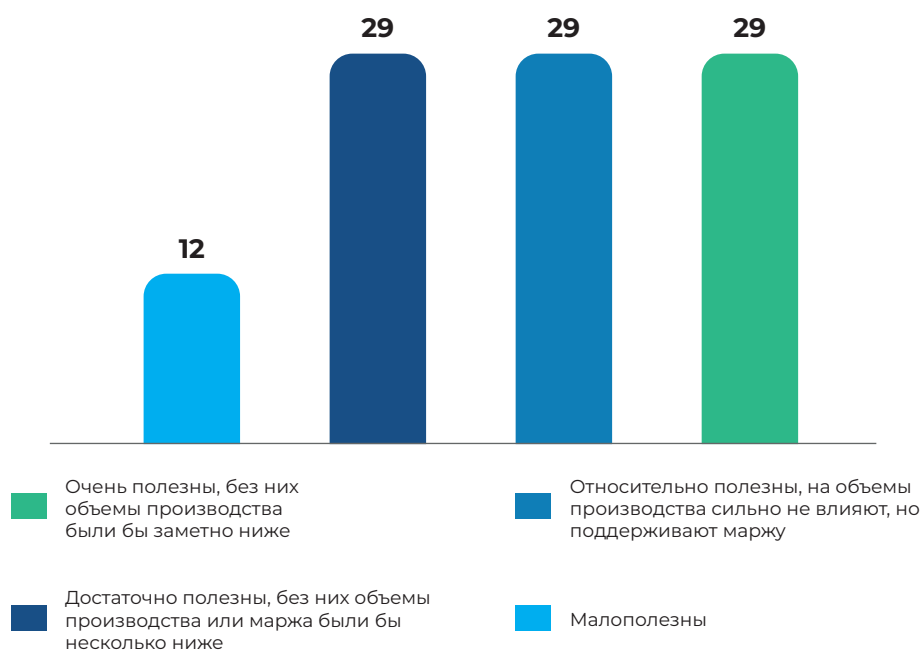
Комментарии:

1. Проблемы с логистикой уже стали «притчей во языцех», и фокус внимания на них не удивителен. Исключением здесь являются производители мебели, которые присвоили данному направлению лишь 4,5 балла из 10.
2. Фокус на переоборудовании котельных для использования пеллет, естественно, наиболее интересен для компаний, производящих пиломатериалы, плиты, фанеру и пеллеты: от 6,3 до 7,5 балла.
3. Ограничение пластиковой упаковки, напротив, интересно прежде всего компаниям ЦБП: от 7,4 до 9 баллов.
4. Фокусы на НИОКР и разработках по импортозамещению оборудования интересны прежде всего крупным компаниям с выручкой в 5–10 млрд руб. в год: 8,3 и 8,5 балла соответственно, топ-приоритеты среди всей когорты. У небольших компаний интерес к этим фокусам относительно невелик.
5. Как это ни странно, цифровые решения не входят в число ключевых приоритетов компаний: от 4,1 до 5,8 балла в зависимости от подотрасли. Данный фокус наряду с биохимией является наименее востребованным приоритетом.



Вопрос 9. Полезность для вашей компании доступных для компаний ЛПК мер господдержки

Полезность для вашей компании доступных для компаний ЛПК мер господдержки, % опрошенных



Комментарии:

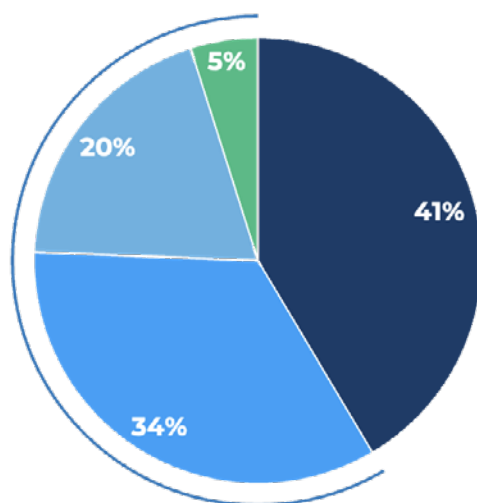
1. Восприятие компаниями мер господдержки в целом распределилось достаточно равномерно.
2. Наиболее пессимистичный взгляд на эффективность мер поддержки сформировался у производителей макулатурного картона и фанеры: 50 и 39% соответственно считают их малополезными.
3. Наибольший оптимизм показывают производители бумаги и целлюлозного картона: 61–56% опрошенных полагают, что эти меры как минимум «достаточно полезны».
4. В региональном разрезе наибольший оптимизм наблюдается в ПФО (67%), СФО (57%), ЦФО (57%) и СЗФО (53%): меры господдержки как минимум «достаточно полезны».

Вопрос 10. Уровень знаний о доступных для компаний ЛПК мерах господдержки

Уровень знаний о доступных для компаний ЛПК мерах господдержки, % опрошенных

59%

компаний нуждаются в поддержке прохождения административных процедур



Хорошо знаем, есть большой опыт их настройки под потребности компании и прохождения необходимых процедур

Хорошо знаем, но есть потребность в поддержке для формирования индивидуального пакета мер для компании и прохождения необходимых процедур

Знаем об их существовании, но есть потребность в поддержке для формирования индивидуального пакета мер для компании и прохождения необходимых процедур

Хорошо знаем, но есть потребность в поддержке для прохождения необходимых процедур

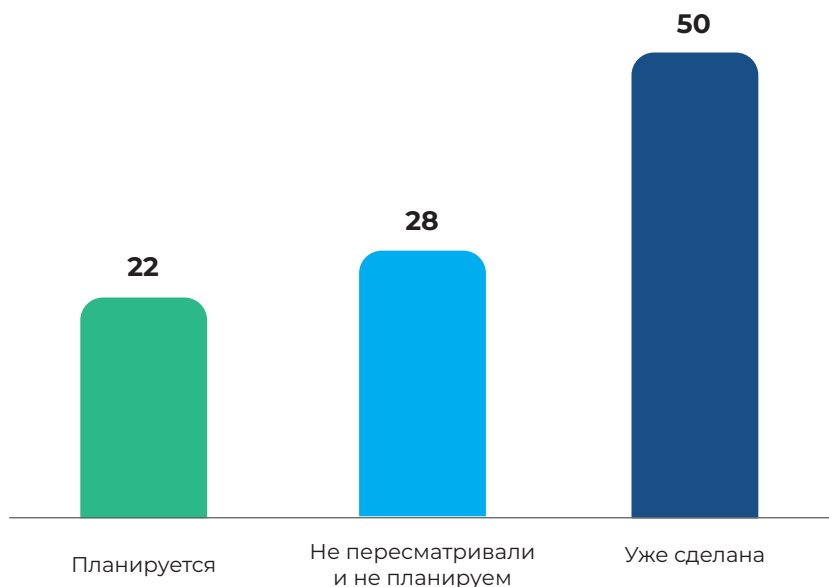


Комментарии:

1. Компании ЛПК в целом достаточно хорошо осведомлены о доступных мерах господдержки.
2. При этом порядка 60% опрошенных так или иначе имеют потребность в поддержке для прохождения необходимых процедур для ее получения.
3. Наиболее высокий спрос на поддержку при прохождении необходимых процедур имеет место среди компаний Уральского федерального округа: 45% знают о существовании мер господдержки и имеют потребность в поддержке.
4. В отраслевом разрезе помощь в прохождении процедур требуется прежде всего производителям картонов (как целлюлозных, так и макулатурных).

Вопрос 11. Планируется ли в 2023 году корректировка стратегии развития компании?

Планируется ли в 2023 году корректировка стратегии развития компании? % опрошенных



Комментарии:

1. Через 15 месяцев после начала СВО корректировку стратегии развития провела только половина опрошенных компаний.
2. Примерно четверть опрошенных пересматривать стратегию не собирается.
3. Интересно, что в одной из наиболее зависимых от европейского рынка отраслей – фанере — ревизию стратегии провели только 5 компаний из 12.
4. Такой баланс ответов позволяет предположить, что достаточно много компаний полагают, что смена стратегии не является критически важным механизмом выживания бизнеса, и пытаются спасти бизнес за счет тактических решений.
5. Данный подход видится фундаментально ошибочным, т. к. отрасль имеет дело не с циклическим ухудшением конъюнктуры, а с изменением фундаментальных условий доступа на экспортные рынки.



Вопрос 12. В текущих условиях мая 2023 года каковы ваши ожидания по изменению выручки компании в 2023 году (без учета влияния возможных M&A-сделок)?

Ожидания компаний по изменению выручки в 2023 году, % опрошенных



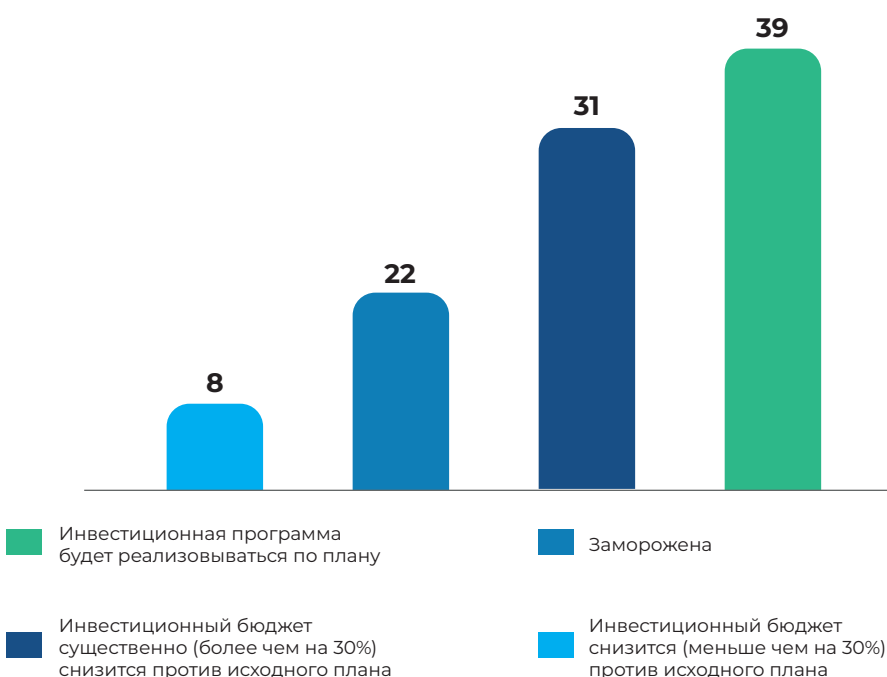
Комментарии:

1. Снижения выручки в 2023 году ожидают 56% компаний, из которых три пятых ориентируется на уменьшение на 10–20%.
2. Наибольший пессимизм наблюдается у компаний — производителей пиломатериалов, пеллет и целлюлозного картона, среди которых доля ожидающих снижения выручки составляет 59, 53 и 50% соответственно.
3. Среди компаний, ожидающих прироста выручки, 69% ориентируются на ее увеличение в пределах 10%.
4. В региональном разрезе наиболее оптимистично настроены компании Уральского и Сибирского федеральных округов (60 и 57% компаний соответственно ожидают прироста выручки). В СЗФО оптимизм наблюдается у 44% опрошенных.
5. В отраслевом разрезе наиболее оптимистичные настроения по увеличению выручки наблюдаются у производителей бумаги (64%), фанеры (58%) и древесных плит (54%). В целлюлозных картонах ожидания сбалансированы (50/50).



Вопрос 13. В текущих условиях мая 2023 года каковы ваши ожидания по исполнению инвестиционной программы компании (без учета влияния возможных М&А-сделок)?

Ожидания компаний по исполнению инвестиционных программ в 2023 году, % опрошенных



Комментарии:

1. Наибольший инвестиционный оптимизм показывают компании СЗФО, где реализация инвестиционной программы «по плану» предполагается у 50% опрошенных. 43 и 40% позитивно настроенных — среди компаний Сибирского и Уральского федеральных округов соответственно.
2. В отраслевом разрезе оптимистами являются производители бумаги (55%) и фанеры (42%).
3. Существенное, более чем на 30%, снижение инвестиционной программы ожидается у производителей пиломатериалов (7 компаний, 32% опрошенных) и древесных плит (5 компаний, 39% опрошенных).
4. Компании, заморозившие инвестиционную программу, относительно равномерно распределены в региональном разрезе. В отраслевом разрезе инвестиционные программы останавливают в деревообработке: производство пиломатериалов, фанеры и плит, пеллет.



Вопрос 14. Какие меры господдержки компания использует или планирует использовать в 2023 году?

Меры господдержки, которые компании используют или планируют использовать в 2023 году, % опрошенных



! Разрешались множественные ответы

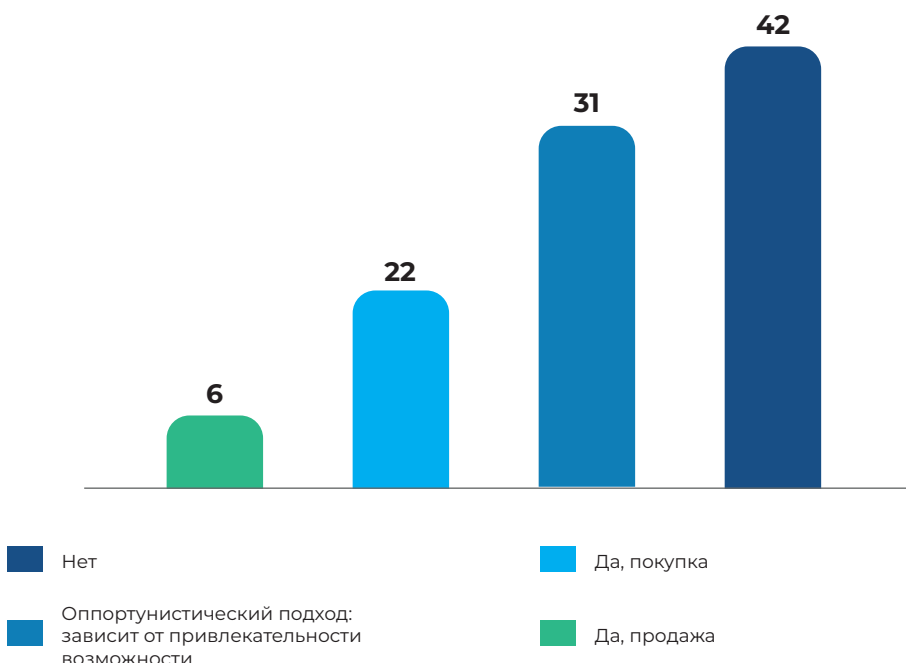
Комментарии:

1. С учетом экспортной ориентации лесопромышленного комплекса РФ и высокой стоимости логистики экспортная транспортная субсидия ожидаемо стала наиболее востребованной мерой господдержки.
2. Высокая востребованность льготных кредитов объясняется тем, что у большинства компаний комфортным для инвестиционной программы уровнем процентной ставки является менее 8%.
3. Третьей по популярности мерой господдержки является отсрочка по уплате арендных платежей за использование лесов в целях заготовки древесины. Данная мера востребована прежде всего в СЗФО (50% опрошенных), тогда как в других округах в ней заинтересованы менее 30% опрошенных.
4. Следует отметить относительно меньшую востребованность таких мер, как льготные лизинговые программы, СПИК, кредитные каникулы, гарантии институтов развития.



Вопрос 15. Рассматривает ли компания возможности по покупке или продаже активов?

Рассмотрение компаниями возможности по покупке или продаже активов, % опрошенных



Комментарии:

1. М&А-активность как один из фокусов стратегии присутствует лишь у каждой пятой компании. Это может быть связано с особенностями текущего кризиса.
 - Так, на дне циклического кризиса, как правило, М&А-активность рекомендуется и является средством для усиления конкурентной позиции компании на рынке.
 - Однако в ситуации структурного кризиса, элементы которого сейчас присутствуют в формате закрытия ряда рынков для продукции российского ЛПК, М&А-активность может оказаться не столь привлекательной стратегической опцией.
2. Вследствие такого риска 42% опрошенных вообще не рассматривают ее в текущих условиях.
3. Для существенного числа компаний привлекательной является оппортунистическая стратегия М&А. При этом практика Strategy Partners по таким сделкам показывает, что после их реализации важно суметь удержать объемы продаж, обеспечив эффективную интеграцию бизнеса в группу покупателя.
 - Чаще всего в эту категорию попадают сделки по приобретению активов уходящих из России западных компаний.
 - Российские компании также выставляются на продажу, однако ценовые ожидания их собственников нередко бывают завышенными относительно текущей рыночной конъюнктуры. Они базируются на EBITDA 2021–2022 гг., которая с точки зрения возможности регулярного повторения в будущем имеет низкую вероятность.

Strategy Partners

Ожидания компаний ЛПК в 2023 году

Контакты:

Россия, 121099, Москва,
ул. Композиторская, 17
+7 (495) 730-77-47
dt@strategy.ru

strategy.ru

Команда
Strategy Partners:



Валерия Плотникова
Управляющий партнер

+7 (926) 007-50-05
v.plotnikova@strategy.ru



Павел Билибин
Партнер
Практики «ЛПК»

+7 (916) 202-77-00
bilibin@strategy.ru



Валентин Гаврилов
Директор
Практики «ЛПК»

+7 (967) 108-32-65
gavrilov@strategy.ru