

СЛОЖНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ способствует развитию новых направлений бизнеса

2017 год ознаменовался рядом интересных событий на лакокрасочном рынке. Одним из них стал запуск мощностей по производству полуфабрикатных лаков на предприятии «Корунд» после его покупки «Заводом синтанолов». О деятельности предприятия, его позиции на рынке ЛКМ и прогнозах будущего развития рассказала начальник отдела специальной химии «Завода синтанолов» Ирина Яковлевна Силантьева.



Ирина Силантьева,
начальник отдела специальной
химии «Завода синтанолов»

— Ирина Яковлевна, в прошлом году «Завод синтанолов» приобрел мощности предприятия «Корунд». Какие производственные мощности завода, и какую продукцию она сейчас выпускает?

— «Завод синтанолов» в рамках программы развития производства мощностей, диверсификации продуктового портфеля и в целях обеспечения синергии всех производственных площадок на мощностях «Норкем-Полиэфиры» производит следующий портфель продуктов в разрезе направлений:

1) Алкидные полуфабрикатные лаки.

2) Сложные полимеры для ПУ-сегмента по применению:

а. непрерывное производство жестких пен, в том числе для выпуска теплоизоляционных плит с мягкой облицовкой и производства сэндвич-панелей

б. периодическая заливка,

производство скрепул, изоляция «труба в трубе»

- с. пена для напыления
- д. монтажная (однокомпонентная) пена

е. производство полимерных полиуретановых покрытий.

3) Поликарбоксилатные эфиры, использующиеся в качестве основы современных пластифицирующих добавок для бетона.

4) Производные акриловой кислоты.

5) Флотореагенты.

Установленные мощности предприятия позволяют выпускать до 30 тыс. тонн в год готовой продукции, в том числе 1000 тонн в месяц пентафталевых лаков традиционных марок и модифицированных.

— На выпуске каких номенклатурных позиций компания сосредоточила внимание?

— Благодаря возможностям площадки и согласно задачам развития основное внимание в настоящее время уделяется новым высокомаржинальным продуктам, которые не имеют аналогов на российском рынке. В лакокрасочном сегменте в большей степени интересна задача создания целевых добавок. Алкидные лаки — традиционный ассортимент этого производства, но из-за профицита этих материалов на рынке являются скорее классической продукцией. При этом для нас приоритетным направлением развития является выпуск продуктов-заместителей импортного сырья.

— Расскажите более подробно, какая это продукция и на

какой рынок ориентирована?

— Применительно к лакокрасочному рынку создание новых продуктов идет не только и не столько в области разработки новых связующих, сколько в области вхождения в сегмент функциональных добавок, в том числе для ЛКМ, которые уже сейчас производятся на основе специальных химических продуктов на трех производственных площадках компаний. Мы активно поставляем пеногасители, воздухововлекатели, диспергаторы, смачиватели, эмульгаторы и деэмульгаторы, а также прочие инновационные продукты в различные отрасли промышленности (например агрехимию, стройку, горнодобывающую, нефтегазовую и др.). Наши предложения производителям ЛКМ пока носят локальный характер, но в планах — развивать это направление и адаптировать наши продукты под существующие лакокрасочные задачи.

— В какие сроки предприятие планирует выйти на полную загрузку мощностей? Какие сложности могут влиять на полноценный выпуск продукции?

— Выйти на намеченные рубежи всех проектов планируется в течение ближайших двух лет. Основные сложности, которые испытывает любой субъект экономики, находящийся в реальном секторе, — это снижение потребительской активности, связанное с уровнем жизни, волатильность рубля, рост тарифов естественных монополий и увеличение стоимости сырья. В нашем случае зависимость от этих факторов также существует, но



основная доля сырья в нашей продукции — российского, а в отдельных случаях даже собственного производства.

— В каком регионе предприятие планирует реализовывать свою продукцию? Какие предприятия являются целевыми для вас?

— Что касается географии продаж алкидных лаков, то основной интерес представляют предприятия, находящиеся в ЦФО. В данный момент продукция отгружается в основном в Московскую и Ярославскую области. Стратегически важными для нас являются предприятия, заинтересованные в высококачественных материалах и имеющие потребность в широком ассортименте алкидных лаков.

— Какие предприятия на сегодняшний день составляют основную конкуренцию вашей компании?

— Если говорить о лакокрасочной продукции, то основными конкурентами являются российские предприятия, ориентированные на выпуск в больших объемах серийных марок лаков. По всем остальным продуктам основная конкуренция с крупными запад-

ными компаниями.

— На фоне экономических сложностей лаковары пытаются сократить себестоимость продукции за счет снижения качественных показателей. Какова политика качества вашего предприятия в сложных экономических условиях?

— Несмотря на сформировавшийся в последнее время тренд удешевления в ущерб качеству, наше предприятие заинтересовано в сохранении и укреплении репутации российского производителя качественной продукции высокого уровня технологичности и инновационности. Сложная экономическая ситуация в нашем случае не препятствует, а, скорее, способствует развитию новых направлений бизнеса, активизирует творческое начало, способствует генерации новых идей.

— Каковы стратегические планы предприятия? Какие планы предприятия на 2018 год?

— За почти 15 лет существования «Компании НОРКЕМ» объемы продукции, поставляемые не только потребителям РФ, но и в более чем 20 зарубежных стран, неуклонно растут. Мы рассмат-

риваем текущие экономические реалии в стране одновременно — и как вызов, и как возможность для дальнейшего роста и реализации стратегии импортозамещения. Поставленные цели выполняются благодаря непрерывному расширению ассортимента готовой продукции, насчитывающего в настоящий момент около 100 серийно выпускаемых на самом современном оборудовании продуктов, но самое главное — благодаря профессионализму команды единомышленников, нацеленных на решение конкретных, а не абстрактных задач. Стратегия развития определенно ближе нашему предприятию. Основной задачей бизнеса на 2018 год видим для себя расширение сфер применения продукции компании не только в части поставок высококачественного химического сырья, но и в формате готовых клиентских решений, способных облегчить жизнь потребителей — как с точки зрения расширения технологичности, так и в разрезе оптимизации затрат. Задача сложная, но вполне достижимая, что подтверждается год от года. ■

Стабильность качества и формирования цен — основной тренд сегоднешнего дня

|| О ситуации в сегменте материалов для выпуска полупрофильных лаков и непосредственно самого связующего рассказал директор предприятия «Кронос» (входит в холдинг «Химик» и ТД «Кубанские краски») Андрей Георгиевич Федоров.

— Как вы оцениваете показатели работы компаний в I полугодии 2017-го?

— Первая половина года для нас прошла отлично — отмечался рост продаж. В марте объемы реализации ПФ-лака превысили все ожидания, раньше таких скачков не отмечалось. Прирост объемов продаж продукта относительно I полугодия 2016-го составил примерно 25—30%. При этом доли товарного лака и для выпуска наших собственных ЛКМ сохранились на прежних отметках.

— Какие факторы в нынешнем году оказывали максимальное влияние на деятельность компаний?

— Особых сложностей на рынке сырья не отмечалось до июля нынешнего года. В середине лета подорожал ТС-1 на фоне увеличения потребления керосина авиакомпаниями. Также до сих пор отмечаются перебои в поставках ДТМ (начиная с апреля), что в нынешнем году более выражено, чем в прошлом. Дефицит продукта стал более значительным уже в начале лета, когда на фоне сокращения за-

пасов дистиллята на складах потребителей часть мощностей Группы ИЛИМ остановилась на профилактический ремонт. Задержки в получении сырья были не критичными и в большей степени были обусловлены особенностями работы с РЖД. Если оценивать общую тенденцию формирования цен сырья, можно сказать, что в нынешнем году значительных колебаний не отмечалось, и поэтапное незначительное увеличение стоимости материалов было и остается прогнозируемым. Относительно неплатежей потребителей, то таковые