

## ИННОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ

## Концепция ТехноНИКОЛЬ

Владимир Марков: «Пора от импортозамещения переходить к наращиванию экспорта»

После введения санкций и девальвации рубля необходимость наращивания внутреннего промышленного производства и решения проблемы импортозамещения привлекают внимание высших органов власти. Однако в российской промышленности существуют отрасли, в которых процент продукции, ввезенной из-за рубежа, ничтожно мал, а товары российских производителей по качеству не уступают импортным аналогам. Одним из таких сегментов является производство строительных материалов. О том, как удалось обеспечить импортозамещение в отрасли и какие дальнейшие перспективы у российских производителей, мы говорим с генеральным директором компании ТехноНИКОЛЬ Владимиром Марковым.



— Владимир, сколько процентов строительных материалов сегодня производится в России?

— В настоящий момент можно уверенно утверждать, что доля импортных общестроительных материалов в России, в данном случае речь идет о гидро- и теплоизоляции, составляет менее 5%. Первый скачок в сторону уменьшения импорта в данном сегменте произошел еще в 1998 году, когда была первая девальвация рубля. До этого времени доля западных материалов была очень велика, однако после кризиса 1998 года она снизилась до 10% и ниже. Импорт остался лишь в некоторых консервативных областях. В качестве примера можно привести гибкую черепицу. Определенная часть потребителей выбирала данный продукт только европейского производства, в частности финского.

Следующая волна кризиса 2008 года свела к минимуму присутствие импортных материалов на российском рынке. Пока определенная доля импорта есть в отделочных материалах — плитке, обоях, некоторых видах красок. Чаше всего западные товары представлены в дорогом сегменте.

Возвращаясь к общестроительным материалам, важно понимать, что импорт западной продукции в Россию сейчас просто экономически не оправдан. С уче-

том логистических расходов они становятся чересчур дорогими.

Нынешний кризис позволяет уже перейти от импортозамещения к наращиванию экспорта, у России огромный экспортный потенциал. Например, европейским потребителям ТехноНИКОЛЬ продает продукцию более 15 лет. За это время доля экспортных сделок достигла 20% ежегодно. Сейчас появляются возможности для наращивания рыночной доли. В Европе, для которой характерна некоторая потребительская инертность, крайне важно заниматься собственным имиджем и репутацией. Сейчас ТехноНИКОЛЬ меняет политику продвижения на европейских рынках. В Европе открыто собственное производство, сформулирована конкурентная стратегия и собрана слаженная торговая команда. Все это позволяет бороться за европейского потребителя. В данном случае снижение курса рубля пошло нам только на пользу. Образно говоря, кризис открыл окно в Европу.

Но хочу предостеречь производителей от успешных шагов по выходу на новые рынки за рубежом, особенно если ранее такого опыта не было. От момента планирования до начала серьезных экспортных продаж у нас прошло где-то 3–5 лет, еще столько же потребовалось для завоевания видимой доли рынка. Нужно уделить пристальное внимание маркетингу

и формированию репутации компании, ведь для европейского покупателя имя — важный критерий при выборе товара.

— Любая компания может экспортировать свою продукцию или для этого необходимо добиться определенного уровня продаж внутри своей страны?

— Теоретически в нынешних условиях я не исключаю возможности существования организаций, работающих исключительно на экспорт. Просто надо понимать, что даже сейчас, при нынешнем курсе рубля, при размещении производства в России транспортировка товаров на западные рынки значительно увеличивает конечную стоимость продукта. Если говорить про стройматериалы, то экспорт из России с учетом логистической составляющей ограничен определенным ареалом. Успешнее всего отечественные материалы конкурируют в странах Восточной Европы. Если же говорить о Западной Европе, то пока стоимость перевозки не всегда позволяет предложить европейцам продукты по цене, равной или ниже местных аналогов.

При этом надо понимать, что потребуются большие затраты, связанные с сертификацией продукции. В среднем в Европе один сертификат стоит несколько тысяч евро. И он иногда будет действовать только на территории одной страны. Если компания предлагает в линейке, предположим, 30 товаров, то путем сложных расчетов мы понимаем, что затраты только на сертификацию могут быть весьма значительными, а если прибавить к этому затраты на продвижение, логистику, аренду площадей, трудовые ресурсы, то можно понять, что масштабное и быстрое выйти на европейский рынок сейчас под силу только крупным игрокам. Девальвация действительно открывает колоссальные возможности по наращиванию экспорта, но для этого у компании должна быть стабильная финансовая ситуация и свободные денежные средства. Нарастить экспорт на кредитные ресурсы, полученные в российских банках, затруднительно, потому что процентные платежи просто съедят всю прибыль.

— В Европе представлены в основном местные производители или можно встретить китайские или американские материалы?

— Китайских строительных материалов в Европе мало, как, впрочем, и американских. Но в Европе очень сильна своя индустрия, пожалуй, только из России доля импорта существенна.

— А существуют ли в Европе какие-то уникальные технологии или материалы, которые пока не представлены в России?

— Да, действительно, есть материалы, которые широко распространены на Западе, при этом их популярность в России пока еще на низком уровне. Но это связано с объективными причинами. Пример такого рода продукции — теплоизоляция PIR. В США она занимает около 80% рынка, в Европе в разных странах — от 20 до 60%. В России доля этой продукции крайне мала. Причина в том, что одним из ключевых сырьевых компонентов данного продукта является MDI (полиизоцианат). Производителей MDI в мире всего 5. В России нет, и в ближайшем время по ряду причин не появится.

Импортное сырье обуславливает большую стоимость PIR по сравнению с аналогами, поэтому пока доля этого утеплителя на Российском рынке мала. Однако ситуация не стоит на месте, и в России уже есть потребители, готовые заплатить на 10–15% больше за те преимущества, которыми обладает этот вид утеплителя. Хотя, конечно, последние колебания курса рубля очень сильно затруднили жизнь тех компаний, которые вложились в строительство заводов по производству PIR в России.

— Насколько примерно сегодня различаются по цене российские и импортные строительные материалы?

— В нашем сегменте импортные материалы дороже, причем существенно дороже отечественных. Разница в цене достигает 20–30%. Еще раз подчеркнем, что доля импорта в строительных материалах крайне мала. При этом иностранные компании, имеющие производство в России, предлагают свою продукцию по ценам отечественных производителей. Важно понимать, что когда мы говорим об импорте, то имеем в виду именно ввозимые через границу материалы.

Единственно возможный вариант завоевания российского рынка для импортного материала — это так называемая ни-

шевая стратегия. Важно найти свою узкую нишу, предложив уникальное решение. При этом данное предложение будет дорогим, и разница в цене может быть колоссальной. Например, в строительной химии, разница в цене российских и импортных материалов легко может быть в 2–3 раза при вполне сопоставимом качестве.

— А по качеству российские материалы сегодня по-прежнему уступают импортным аналогам?

— В моем понимании это утверждение уже давно не соответствует действительности. С учетом затрат на транспортировку иностранных материалов в России их конечная стоимость крайне высока. Обеспечить конкурентоспособность импортного продукта на местном рынке порою можно только за счет продажи материалов более дешевых, и, значит, скорее всего, изначально с более низкими характеристиками. Все это потом маскируется сверху красивым импортным брендом и предлагается потребителю.

Хотя если говорить об отделочных материалах, особенно в топовом сегменте, то разница, между отечественными и западными продуктами действительно не только в цене, но и в качестве. Причиной кроется в отсталости технологий и изношенности фондов. Многие российские

производители отделочных материалов работают на старом оборудовании, и способны конкурировать только в низкоценовом сегменте, где потребитель не так прихотлив.

Тем не менее, техническое перевооружение в индустрии стройматериалов идет. И у нас уже есть производители керамической плитки и обоев, которые ничуть не уступают итальянским и немецким, а в сегменте общестроительных материалов, где работает наша компания, доля современных производственных линий уже доминирующая. В частности, мы недавно запустили производственную линию по PIR, аналогов которой в Европе просто нет.

— Какие перспективные направления в производстве строительных материалов Вы сегодня видите?

— Одно из перспективных направлений, на мой взгляд, — строительная химия. Это очень сложный рынок, где важен не столько сам товар, сколько R&D и высокая квалификация инженерного персонала. Россия всегда была богата умными людьми, поэтому я верю, что будущее действительно за интересными, наукоемкими решениями в том числе и в строительстве, и мы считаем продвижение в строительной химии логичным шагом в развитии нашей компании.



## Чемпионат профмастерства

Команда НПО «Сатурн» завоевала высшие награды

Три победы и призовое место завоевали представители «Сатурна» на корпоративном чемпионате профмастерства по стандартам WorldSkills ОДК, который прошел в Москве в новом учебном центре АО «НПЦ газотурбостроения «Салют». В личном зачете участники боролись за победу в трех номинациях: фрезерные и токарные работы на станках с числовым программным управлением (ЧПУ), а также инженерная графика САД. Групповые состязания проходили в формате деловой игры «ТехноПРОРЫВ».

В компетенции «Токарные работы на станках с ЧПУ» победителем стал оператор станков с программным управлением 5 разряда НПО «Сатурн» Александр Соловьев.

1-е место в компетенции «Фрезерные работы на станках с ЧПУ» — у оператора станков с программным управлением 5 разряда НПО «Сатурн» Александра Большакова. В компетенции «ТехноПРОРЫВ» команда НПО «Сатурн» стала лучшей среди всех участников конкурса. Представитель конструкторских служб НПО «Сатурн» инженер-проектировщик Вадим Соколов в копилку побед добавил «бронзу» в компетенции «Инженерная графика САД».

Оценивали работу конкурсантов по компетенциям токарные и фрезерные работы на станках ЧПУ главные эксперты Союза «WorldSkills Russia» и ОДК. В компетенциях «Токарные работы на станках с ЧПУ» и «Фрезерные работы на станках с ЧПУ» в качестве экспертов от ОАО «НПО Сатурн» выступили соответственно — старший мастер производственного обучения Сергей Дмитриев и специалист по производственному обучению Николай Соков. В компетенции «Инженерная графика САД» — начальник отдела нормоконтроля конструкторской документации Марина Орешкина и ведущий инженер-конструктор Михаил Лазарев.

Всего в соревнованиях АО «ОДК» среди молодых специалистов по стандартам WorldSkills по наиболее востребованным в отрасли компетенциям приняло участие свыше 70 молодых специалистов в возрасте до 28 лет от предприятий, входящих в «ОДК»: АО «НПЦ газотурбостроения «Салют» (г. Москва), ОАО «ММП им. В.В. Чернышева» (г. Москва), ОАО «Климов» (г. Санкт-Петербург), ОАО «Кузнецов» (г. Самара), ОАО «ПМЗ», ОАО «Авиадвига-

тель», ОАО «СТАР» (все — г. Пермь), ОАО «НПО «Сатурн», ОАО «ОДК — Газовые турбины» (г. Рыбинск), ОАО «УМПО» и ОАО «НПП «Мотор» (г. Уфа), в том числе 15 представителей ОАО «НПО «Сатурн».

В рамках чемпионата проходила и обширная деловая программа представителей служб по развитию персона-

ла предприятий ОДК. Директор по персоналу НПО «Сатурн» Дмитрий Барвинок и начальник УЧ НПО «Сатурн» Светлана Жукова получили сертификаты за участие в HR-форуме «Инструменты развития кадрового потенциала в двигателестроении».

Александр Большаков — победитель в компетенции «Фрезерные работы на станках с ЧПУ» — успешное выступление связывает с хорошей подготовкой: «Хочется сказать спасибо специалистам Учебного центра НПО «Сатурн», начальнику цеха. Мне нравится сама идея конкурса, всегда можно, так сказать, со всех сторон изучить какую-либо компетенцию, в моем случае это фрезерное дело,

показать себя универсальным специалистом широкого профиля. Эмоции от соревнований самые положительные, теперь настроиваемся на главный конкурс в Екатеринбурге, где также будем демонстрировать свои навыки и защищать честь «Сатурна».

Участник команды-победительницы в компетенции «ТехноПРОРЫВ», ведущий специалист РПС НПО «Сатурн» Алексей Григорьев, который был также еще награжден и грамотой «Лучший оратор», отметил: «Наша команда показала лучший результат, проект был отмечен руководством цеха № 30 и дирекцией производства АО «НПЦ «Салют». Мы решили задачу по повышению производительности и качества выпускаемых моделей на модельном участке цеха № 30. Разрабатывали конструкторскую документацию, технологический процесс, выполняли экономические расчеты и защищали проект. Секрет успеха, считаю, заключается в выборе правильной концепции проекта, мы ориентировались на минимальные затраты, не отвлекаясь на другие направления. Борьба была нелегкая, времени на детальную проработку и перепроверку не хватало, но все было в равных условиях. Понравилось организация мероприятия, у участников не было времени расслабиться ни на минуту, все время в движении: это и игры на командообразование, и обучение, и сама деловая игра. Очень рад, что «Сатурн» победил!».

Молодые специалисты ОДК уже не первый раз участвуют в соревнованиях союза WorldSkills Russia. В частности, в ноябре 2014 года на первом чемпионате WorldSkills Hi-Tech команда Объединенной двигателестроительной корпорации заняла второе место по общему медальному зачету. Победители чемпионата ОДК 2015 года получили памятные подарки и право защищать честь корпорации и своих предприятий на II Национальном чемпионате сквозных рабочих профессий высокотехнологичных отраслей WorldSkills, который состоится с 1 по 3 ноября 2015 года в Екатеринбурге.

ОАО «НПО «Сатурн» входит в состав АО «Объединенная двигателестроительная корпорация» и является головным предприятием дивизиона «Двигатели для гражданской авиации» — бизнес-единицы ОДК — созданного 09.10.2012 года на базе предприятий: ОАО «НПО «Сатурн», ОАО «Авиадвигатель», ОАО «ПМЗ», ЗАО «Металлист-ПМ», ОАО «Энергетик-ПМ», ЗАО «Моторсервис-ПМ», ЗАО «Железнодорожник-ПМ».



WorldSkills Hi-Tech — это соревнование молодых профессионалов рабочих специальностей в мастерстве, основанное на международных стандартах и требованиях, предъявляемых к квалификации рабочих промышленных предприятий, которое должно помочь актуализировать механизмы кадрового обеспечения высокотехнологичных отраслей промышленности по сквозным рабочим профессиям на основе международных стандартов. Другая его цель — организовать работу по разработке национальных профессиональных и образовательных стандартов на основе международных стандартов WorldSkills International по сквозным и наиболее востребованным профессиям в отраслях экономики России.

ОАО «Научно-производственное объединение «Сатурн» — двигателестроительная компа-

## Инвестиционные проекты

KASTAMONU поспоспобствует привлечению инвестиций

Компании, реализующие на территории Татарстана бизнес проекты, встретились с президентом Татарстана Рустамом Миннихановым в рамках заседания «Клуба инвесторов». Участники заседания обсудили актуальные вопросы, связанные с реализацией своих проектов, а также инвестиционный климат в Республике. Компания KASTAMONU, в свою очередь, обозначила намерение позиционировать регион среди турецкого бизнеса как одну из наиболее удачных и эффективных площадок для инвестирования, и развития бизнеса.

В крупнейшей в Европе деревообрабатывающей заводе KASTAMONU в Татарстане (ОЭЗ «Алабуга») уже инвестировано \$350 млн. В 2016 году закончится строительство второй очереди завода по производству плит МДФ и совокупный объем инвестиций достигнет порядка \$600 млн. Кроме того, холдинг HAYAT, в состав которого входит KASTAMONU, запустил в Татарстане завод по производству санитарно-гигиенической бумаги и реализует в Набережных Челнах крупный девелоперский проект SUNRISE CITY. Всего же холдинг реализует в регионе три инвестиционных проекта, суммарным объемом около \$1,3 млрд.

«Перед тем, как прийти к инвестиционному проекту

в Россию, мы тщательно изучили ситуацию на рынке, сырьевую базу, налоговое и прочее законодательство, которое так или иначе влияет на ведение бизнеса», — отмечает вице-президент KASTAMONU Онур Повен. — В результате выбор пал на особую экономическую зону промышленного типа (ОЭЗ ПТ) «Алабуга». Прошло уже более пяти лет с того момента, как мы приступили к реализации инвестиционных проектов в Республике Татарстан.

И мы можем с уверенностью говорить о том, что наш опыт стал успешным. Мы готовы развиваться здесь дальше — планы осваиваются на достижимом уровне. Также мы обращаемся к нашим турецким коллегам обратиться

внимание на Татарстан — это процветающий регион с очень хорошими условиями для ведения бизнеса и тесными культурно-историческими связями с Турецкой Республикой. То, что некоторые западные компании сегодня уходят из России, лишь создает дополнительные благоприятные условия для других участников рынка, чтобы занять освобождающиеся ниши».

Компания KASTAMONU образована в 1969 году в составе холдинга HAYAT, который вел работу с 1937 года. На данный момент KASTAMONU имеет 8 заводов в Турции, заводы в Румынии, Болгарии, Боснии и Герцеговине, России. Это порядка 4 млн кв. м открытых и 0,9 млн кв. м крытых производственных площадей. Годовой объем производства древесных плит составляет 4,55 млн куб. м из которых 2 млн куб. м МДФ и 2,55 млн куб. м ДСП. KASTAMONU входит в 5-ку крупнейших компаний деревообрабатывающей отрасли в Европе. Компания специализируется на производстве древесных плит МДФ, ДСП.

## Прибыль ПАО «Квадра»

В первом полугодии — 387,6 млн рублей

ПАО «Квадра» представила результаты промежуточного сокращенной консолидированной финансовой отчетности ПАО «Квадра» — Генерирующая компания» и ее дочерних предприятий (далее «Группа») за первое полугодие 2015 года, подготовленные в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).

Согласно результатам, в первом полугодии 2015 года выручка ПАО «Квадра» увеличилась на 1,2% и составила 24,5 млрд рублей (в первом полугодии 2014 года — 24,2 млрд руб.). В том числе, выручка от реализации электроэнергии — 6,7 млрд руб. (7,4 млрд руб. —

в 1 полугодии 2014 года), мощности — 4,8 млрд руб. (3,8 млрд руб. за 6 месяцев 2014 года), тепловой энергии — 12,5 млрд руб. (12,5 млрд руб. в 1 полугодии 2014 года). Прибыль Группы в 1 полугодии 2015 года составила 387,6 млн руб. (в 1 полугодии 2014 года — убыток 240,5 млн руб.).

Совокупные активы Группы на 30 июня 2015 года составили 64,8 млрд руб., что на 1,6% ниже, чем на 31 декабря 2014 года (65,9 млрд руб.). Снижение связано в основном с уменьшением сумм дебиторской задолженности.

На 30 июня 2015 года совокупные обязательства Группы составили 34,8 млрд руб., что на 4% ниже, чем на 31 декабря 2014 года (36,3 млрд руб.). Снижение связано в основ-

ном с уменьшением сумм задолженности по кредитам.

Публичное акционерное общество «Квадра — Генерирующая компания» (ПАО «Квадра») зарегистрировано 20 апреля 2005 года. Наименование компании до 18 мая 2010 года — ОАО «ТЭК-4». Уставный капитал ПАО «Квадра» — 19,8 млрд руб. Компания работает в 11 областях ЦФО — Белгородской, Брянской, Воронежской, Калужской, Курской, Липецкой, Орловской, Рязанской, Смоленской, Тамбовской, Тульской. В состав ПАО «Квадра» входят 21 электростанция, 291 котельная, тепловые сети общей протяженностью 5221,7 км. Общая установленная электрическая мощность компании — 3272,2 МВт, тепловая — 13628,9 Гкал/ч.