

# Намерено ли государство развивать национальную лакокрасочную отрасль?



**Г.В. АВЕРЬЯНОВ,**  
директор «Ассоциации производителей и потребителей ЛКМ и сырья для их производства «Центрлак», вице-президент Российского союза химиков

*Согласно «Стратегии развития химического комплекса до 2030 г.» доля производства ЛКМ в объемах производства химического комплекса России (далее – ХК) должна составить 8–10%. Сегодня, по данным ОАО «НИИТЭХИМ», доля отрасли в ХК составляет 3,3%, доля промышленных, высокотехнологичных материалов в денежном потреблении ЛКМ составляет более 65%, в натуральном – около 35%.*

Лакокрасочные материалы (ЛКМ) применяются во всех основных отраслях, формирующих ВВП государства. Ведущие страны мира (G7 и не только) развивают национальные отрасли лакокрасочной промышленности и поддерживают предприятия, способные конкурировать за передовые места на мировом рынке ЛКМ. Россия относится к числу промышленно активных стран и развивает практически все важные сегменты промышленных отраслей, потребителей лакокрасочных материалов.

Министерство промышленности и торговли РФ определило

основным стимулом обеспечения потребности рынка в ЛКМ и производственного потенциала лакокрасочной отрасли Правительства Российской Федерации и развития отрасли в конкурентных условиях и решало эту задачу сначала за счет импорта (2000–2014 гг.), затем зарубежными (в основном) и российскими инвестициями, строительством новых заводов (2010–2018 гг.). В лакокрасочной отрасли с поддержкой федерального и региональных правительств открыли заводы девять транснациональных компаний. Это хорошо, но это и много. Иностранные предприятия,

построившие заводы в России, всем известны. Почему их так много и какая «цена» будет заплачена за это лакокрасочной промышленностью – вот лишь два из целого ряда вопросов оценки эффективности таких решений.

Приказом № 651/172 от 8 апреля 2014 г. Минпромторг России и Минэнерго России утвердили «Стратегию развития химического комплекса России на период до 2030 г.» и внесли изменения Приказом № 33/11 в Стратегию 14 января 2016 г. Три сценария развития – инновационный, реалистичный и консервативный – определили базовые

цифры объемов ХК на 2030 г. – для производства, экспорта и импорта. Целевые показатели (прогнозные цифры) для лакокрасочной отрасли приведены в таблице.

Достижение указанных целевых показателей для лакокрасочной отрасли позволяет вывести Российскую Федерацию на заметные позиции в мире, запустить механизмы инновационного развития, устранить барьеры, препятствующие увеличению производства ЛКМ и инвестиций в развитие, достигнуть мирового уровня потребления ЛКМ на душу населения с 10,4 до 25 кг/чел. в год (эта цифра является целевым показателем инновационного сценария).

Вместе с тем, предприятия Ассоциации производителей и потребителей ЛКМ озабочены, что фактические меры Правительства России не приближают, а отдалают выполнение целевых показателей, в том числе по увеличению конкурентного потенциала российской лакокрасочной индустрии и инновационного развития. Импорт высокотехнологичных ЛКМ не уменьшается. Барьеры, которые препятствуют равной конкуренции отечественных и иностранных предприятий, не устраняются, а уже осуществленные меры и мероприятия привели и приводят к неравной конкуренции продукции на зарубежных и российском рынках. Неравная конкуренция не является следствием организации работы на заводах отрасли, а произрастает из различия фундаментальных, системных условий бизнес-процессов среднего и малого бизнеса, крупных и транснациональных корпораций лакокрасочной индустрии.

### Основные системные различия в производстве для отечественных и транснациональных производителей ЛКМ

#### Ценообразование сырья и тарифное регулирование

Известно, что большая доля сырьевых компонентов для ЛКМ в сегментах промышленных и декоративных красок закупается по

Сценарий	Объем производства в 2030 г., тыс. т	Импорт	Экспорт	Потребление
Инновационный	4 405*	1 546*	2 305*	3 796*
Реалистичный	4 080	-85	324	3 671
Консервативный	2 200	883	914	2 169

\* Уточненные цифры (август 2019 г.).

импорту. По оценке Ассоциации, цены внутреннего рынка на импортное сырье для российских компаний на 15–20% выше, чем в странах Европы (ЕС), США, Азии (АТР). К такой разнице приводят не только различия в тарифной политике иностранных государств и отсутствие пошлин на сырье для ЛКМ, но и сложившиеся правила дистрибьюции сырья от производителя до потребителя на рынках ЕС и в РФ. Дистрибьюция в Российской Федерации отличается от правил продажи сырья и ценоформирования западного рынка в сторону более высокой стоимости затрат посредников. К особенностям российского рынка надо отнести и политические риски, которые производители сырья и дилеры также закладывают в цену товара.

Учитывая разницу в ценах сырья, пошлины, добавленную стоимость посредников, материальная себестоимость единицы продукции в РФ будет выше на 10–20%, чем в Европе или Азии (ситуация в строительных ЛКМ несколько иная, чем в промышленных высокотехнологичных ЛКМ, так как доля импортного сырья в декоративных ЛКМ меньше).

Не секрет, что рыночные условия формируют зависимость цен от объемов закупок сырья. С крупными потребителями поставщики сырья, как правило, выстраивают корпоративное ценообразование. При согласовании цен учитываются суммарное потребление предприятий транснациональных компаний в разных странах мира, стабильность выборки объемов и регулирующую производителем сырья цепочку ценообразования от производителя до конечного покупателя. Учитывая эти правила, российские предприятия имеют цены на сырье

выше, чем их коллеги из глобальных компаний, так как их объемы закупок постоянны и значительно крупнее. Разница в стоимости основных сырьевых компонентов может достигать до 5–10%.

#### Льготная тарифная политика для дружественных стран

На нашем рынке промышленных ЛКМ укрепляются международные игроки, поставляющие продукцию из Сербии. Как известно, эта страна освобождена от таможенных пошлин на поставляемую продукцию в Россию, а ЛКМ имеют нулевую таможенную пошлину. В то же время, сырье для производства ЛКМ в Сербии не облагается пошлинами, как в России, а стоимость трудовых ресурсов в Сербии ниже на 5,57% (на январь 2019 г. средняя зарплата в РФ в ЦФО – 724,46 долл., в государственном секторе в Сербии – 686,29 долл.<sup>1</sup>). Крупные сербские заводы-производители ЛКМ приобретены иностранными глобальными компаниями. Это означает, что ценообразование на сырье подчинено общим правилам рынка Европейского союза и мира, где действуют правила минимизации цен при увеличении объемов закупок. Таким образом, материальная и производственная себестоимость единицы продукции на иностранных предприятиях в Сербии, по нашим оценкам, на 15–30% ниже, чем в России, а суммарный маржинальный запас экспортируемых и продаваемых в России ЛКМ, не облагаемых пошлиной, должен быть больше от 30 до 50%, в зависимости от ассортимента. Как могут российские производители конкурировать с такими поставщиками ЛКМ на российском рынке? Фактически, меры Правительства России способствовали созданию на территории

<sup>1</sup>[http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/trud/sr-zarplata/ocenka-doxod.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/sr-zarplata/ocenka-doxod.htm); <http://publikacije.stat.gov.rs/G2019/pdfE/G20191075.pdf>.

Республики Сербия «офшорную зону», которая позволяет иностранным, несербским компаниям вести очень гибкую, если не демпинговую, политику цен и побеждать в тендерах российских производителей как локализованных иностранных, так и отечественных. В Ассоциацию поступают обращения от предприятий о том, что ЛКМ из Сербии в машиностроении, автомобилестроении, мебели обрушивают цены рынка, делают производство и развитие российских аналогов промышленных ЛКМ невыгодным. Кого в данном процессе поддерживает российское государство? Конечно, отраслевое сообщество будет обращаться в правительство, ФАС по сложившейся ситуации, но быстрого решения этого вопроса не ожидается.

*Ценообразование сырья в ЛКМ сегодня – есть главный фактор планирования конкуренции и создания конкурентных преимуществ. Это давно учитывают правительства США, стран ЕС, АТР в тарифной политике своих государств. Глобализация сырьевых компаний и производителей ЛКМ позволяет системно выстраивать механизмы доминирования на рынках, устанавливать долгосрочные отношения, позволяет перекачивать прибыль с рынков по всему миру на счета транснациональных компаний. В лакокрасочной отрасли это особенно заметно, так как доля стоимости сырья в себестоимости ЛКМ достигает 70–80%. Учитывает ли это российское правительство при принятии решений о развитии лакокрасочной отрасли?*

#### **Инвестиции и затраты на НИОКР (R&D)**

Глобализация позволяет транснациональным компаниям централизовать НИОКР по всем своим предприятиям, сосредоточить затраты на стратегически важных, приоритетных направлениях. Доля НИОКР в ЛКМ оценивается от 0,5 до 3% от оборота компаний. Централизуя и увеличивая инвестиции в развитие, глобальные компании всегда будут опережать российские в области ноу-хау и диктовать условия игры. Отечественные предприятия по затратам никогда самостоятельно не догонят и будут позади. Это значит, что нацио-

нальные компании не смогут быть и конкурентными в инновациях на рынках ЕС, АТР и даже в Российской Федерации. Если российским компаниям увеличивать затраты на НИОКР, то они будут за пределами высокими (выше 30%) к обороту компаний. Это предприятиям не под силу. Компенсация затрат НИОКР за счет низкой оплаты труда и сокращения производственных затрат – нереальный сценарий. Не будем развивать тему стремительного наращивания ноу-хау в условиях глобализации. Предприятия, работая над рецептурами, решениями, идеями в течение десятилетий, при своей покупке за один день передают базу научных знаний в единый научный центр транснациональной компании. Может ли отечественное предприятие догнать такие темпы роста накопления знаний?

#### **Затраты на маркетинг и рекламу**

Маркетинг продукции позволяет транснациональным компаниям экономить затраты за счет объединения программ вывода продуктов на рынок, общего имиджа, единого стиля и т.д. Все программы проецируются на международный рынок и уровень. Затраты, как правило, делятся между центром и региональными предприятиями, что существенно упрощает и снижает затраты на единицу продукции на местных, региональных производствах, снижая ее себестоимость. По нашей оценке, региональные, местные затраты у предприятий на маркетинг варьируются от 1 до 2% от объема продаж, а суммарные затраты, с учетом софинансирования материнской компанией выставок, семинаров, конференций, разработки стилей, ТМ, затраты воздействия на рынки сбыта, могут составлять 5–15% от их местных оборотов. В этом вопросе отечественные предприятия также находятся в неравных условиях и не могут позволить тратить сопоставимые суммы.

#### **Затраты и возможности улучшения эффективности управления**

К затратам управления относим стоимость управления всеми оперативными процессами жизни предприятий, программное обеспечение и ИТ-обслуживание. На перестройку

систем управления, автоматизацию, цифровизацию затраты для предприятий высокие и складываются из прямых (программное обеспечение, оборудование, ФЭП) и косвенных (внедрение). Это большие расходы. Все транснациональные компании прошли эти этапы лет 10 назад. При поглощении предприятий работающая модель переносится на новое предприятие. Облачный сервер позволяет всем ключевым сотрудникам видеть общую картину рынка, всех предприятий, общего результата, объемы производства, запасы, поступления средств, планировать потоки бюджетирования, финансирование и сокращать затраты на эти процессы, повышая их качество, экономить время и исключать ошибки внедрения. Управленческие затраты сокращаются в сравнении с конкурентами на 5–10%, а возможно, и более.

#### **Инвестиции и затраты в подготовку кадров**

Кадровая подготовка в отрасли, особенно в регионах, не восстановилась полностью после реформы образования в соответствии с Федеральным законом № 273-ФЗ от 29.12.2012 «Об образовании в Российской Федерации». Региональные предприятия испытывают дефицит квалифицированных кадров, а местные, региональные вузы не набирают потока для организации обучения. Обращения в центральные вузы не всегда дает результат, так как выпускники не хотят ехать в регионы, а предложений по трудоустройству в хорошие, в том числе локализованные иностранные компании, достаточно. Как правило, достойный выпускник выбирает иностранную компанию. За счет систематизации и централизации обучения и переподготовки кадров всех своих предприятий глобальные компании тратят на повышение квалификации большие суммы. Разница в затратах на подготовку персонала отечественных компаний и суммарных затратах локализованных российских компаний оценивается в пять-шесть раз.

Таким образом, значительная часть бюджетных средств, выделяемых российским вузам на обучение и подготовку кадров, работают на локализованные транснациональные компании.

Приведенные примеры позволяют сделать вывод, что конкурентные условия у отечественных и локализованных иностранных предприятий сильно различаются. В существующей модели глобальной монетарно-рыночной экономики системные конкурентные преимущества у транснациональных компаний существенно лучше.

### Разворот или поворот Правительства России?

В марте 2019 г., в ходе выставки «Интерлакокраска-2019» Департамент химической промышленности и биоинженерных технологий Минпромторга официально сообщил, что «Дорожной карты» развития отрасли до 2025 г., разработанной в рамках выполнения «Стратегии химического комплекса до 2030 г.», не будет. Правительство Российской Федерации считает, что «дорожные карты» развития отраслей химического комплекса не нужны, а их мероприятия могут реализоваться в иных постановлениях и программах правительства или через СПИК. Такой подход вызывает удивление. На подготовку системного документа были затрачены бюджетные средства, рабочее время большого числа федеральных сотрудников и специалистов организаций, предприятий отрасли и потребителей ЛКМ. «Дорожная карта» была согласована со всеми Министерствами и ведомствами, с общественными и отраслевыми организациями.

Новые критерии № 719 ПП РФ о «российском продукте в лакокрасочной отрасли», которые позволяли разделить элементарную «колеровку» и «производство», предложено сократить. Если это произойдет, то отрасль опять придет к ситуации, что «колеровать», импортировать концентраты выгоднее, чем разрабатывать и производить. В свое время отраслевое сообщество обращало внимание отдельных иностранных игроков рынка, что, работая в России, надо соблюдать требования российского законодательства и не заявлять, что все продаваемые на рынке РФ лакокрасочные материалы, в том числе импортируемые, являются «российским продуктом» или «сделаны в России» (см. подробнее в журнале «Лакокрасочные матери-

алы и их применение» № 1-2/2019, с. 22–23). Соответствующий сертификат, согласно № 719 ПП РФ от Минпромторга о соответствии ЛКМ установленным Правительством России критериям, снимает все разногласия для покупателей продукции, особенно при госзакупках и госфинансировании. Критерии возвращают интерес к инвестициям в НИОКР на территории России, к развитию российской сырьевой базы для ЛКМ, исключают контрафактное производство и непрофессиональный подход к производственным процессам.

Тарифное регулирование, обнуление пошлин на сырье и увеличение на готовые ЛКМ в отдельных ассортиментных позициях буксует по причине неготовности отрасли коллективно решать свои вопросы самостоятельно, за свой счет. Стоимость подготовки аналитических и статистических материалов оценивается примерно в 1,5 млн руб.

Вопросы подготовки и обучения кадров находят направления улучшения системной работы отрасли и вузов, но профессиональные стандарты системно, в интересах всех предприятий, не разрабатываются, а Федеральное учебно-методическое объединение в сфере высшего образования их требует для разработки учебно-методических программ согласно закона «Об образовании». Более подробно этот вопрос будет разбираться на круглом столе во время выставки «Химия-2019».

Убеждены, что необходимо и дальше обсуждать меры по изменению сложившихся условий производства, принятию практических шагов по выравниванию системных, не зависящих от предприятий, конкурентных преимуществ в соперничестве за рынки сбыта продукции российских и зарубежных компаний.

В качестве первоочередных, неотложных мер, которые необходимо принять Правительству России для устранения барьеров и выполнения «Стратегии развития химического комплекса России до 2030 г.», отраслевое сообщество предлагает Министерству промышленности и торговли России, профильному Департаменту осуществить практические шаги по следующим направлениям:

1. Отмена таможенных пошлин на сырье для производства ЛКМ на все интересующие отрасль позиции (51 позиция), которые не выпускаются в Российской Федерации или которые не соответствуют качественным требованиям современных ЛКМ.

2. Повышение пошлин на импортные ЛКМ, производство которых освоено в Российской Федерации.

3. Запрет или квотирование на использование импортных аналогов на всех отраслевых программах государственных закупок, включая смежные отрасли потребления, поставляющие комплектующие или готовую продукцию, где используются ЛКМ.

4. Требования и нормативное регулирование в отраслях с дотационными программами развития, имеющими поддержку Правительства России из федерального и/или региональных бюджетов, преимущественного применения ЛКМ, получившим статус «российский продукт» согласно критериям для ЛКМ в ПП РФ № 719.

5. Налоговый вычет для отечественных предприятий лакокрасочной отрасли, инвестирующих в развитие НИОКР высокотехнологичных ЛКМ согласно списку приоритетных направлений развития материалов и технологий, переданных в министерство Ассоциацией.

6. Стимулирующие программы правительственной поддержки для предприятий отрасли, развивающих кластерное производство и продажи ЛКМ, включая государственные инициативы и поддержку национальных программ глобализации, вертикальной или горизонтальной интеграции предприятий производителей и/или потребителей ЛКМ.

7. Восстановление специальности «лакокрасочные покрытия» в учебных программах вузов, увеличение бюджетных мест и нормативное регулирование по направлению выпускников на региональные заводы с обязательной отработкой на предприятиях, осуществляющих софинансирование учебного процесса студента.

*Мнение автора может не совпадать с мнением редакции.*