

Почему важна национальная глобализация российской лакокрасочной отрасли



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

Ранее мы обратили внимание на различие системных подходов в организации бизнес-процессов в лакокрасочной отрасли: с одной стороны, у российских крупных, средних, малых предприятий, и с другой – у глобализированных, транснациональных корпораций, конкурирующих за российский рынок с отечественными компаниями и доминирующих на зарубежных рынках. Системные различия в организации производства и продвижения продукции позволяют транснациональному бизнесу получать долгосрочные конкурентные преимущества перед национальными компаниями, в том числе российскими. В статье были названы основные барьерные вопросы российского производства, формирующие неравные условия конкуренции отечественных производителей ЛКМ с транснациональными корпорациями.*

Системные конкурентные преимущества централизации и глобализации процессов управления и производства позволяют не только существенно, до 50%, уменьшать затраты на выпуск продукции, но и в разы увеличивать инвестиции в НИОКР, кадры, закладывая прочный фундамент долгосрочного опережающего развития. Процессы глобализации дали возможность предприятиям не только повысить эффективность управления ресурсами, но и доминировать, контролировать рынки сбыта продукции на мировом рынке. Печально, что процессы глобализации в лакокрасочной отрасли проходили

одновременно с децентрализацией российской. Последствием российской децентрализации стало появление более 1259 предприятий, которые конкурируют в основном за российского потребителя продукции. Региональное перераспределение производственных мощностей заставило закрыть старые заводы, построить новые, создать потенциал производства в 2 млн т при среднем потреблении 1,2–1,3 млн т, со средней ежегодной загрузкой мощностей 60%.

Сегодня в России работают более 10 транснациональных лакокрасочных компаний из Топ-80 (рейтинг по World Coatings), с которыми вынуж-

дены конкурировать отечественные предприятия. Приоритеты глобальных корпораций направлены в основном на промышленный сектор потребления, так как ЛКМ промышленного сектора считаются наиболее высокотехнологичными, наукоемкими и маргинальными. Доля рынка промышленных ЛКМ составляет 65–70% в денежном эквиваленте. Локализованные российские компании, являющиеся частью транснациональных корпораций, имеют свои специализированные приоритетные направления в российском и мировом рынках, стараются контролировать их как политически, так и экономически.

* «Вестник химической промышленности», №4, 2019 г.

Например, в автомобилестроении российские лакокрасочные предприятия вынуждены конкурировать с PPG, Axalta, BASF, в кораблестроении – с Hempel и Jotun, в койл-коутинге (покрытие для рулонного металла) – с PPG и Akzo Nobel, в антикоррозии – с Akzo Nobel, Tikkurila, Hempel, в мебельной промышленности – с Sherwin Willams, Renner, Sircar, Tikkurilla, Akzo Nobel, в авиации – с PPG и Akzo Nobel, в коммерческом транспорте – с PPG, Lankwitzer, Mankevich, Kansai Paint и т.д. Можно уверенно утверждать, что участие отечественных производителей в международных рыночных отношениях и конкуренции в мировом лакокрасочном сегменте стали реальностью. Отсюда напрашивается вывод, что системные экономические условия производства должны быть равными и регулироваться национальным правительством в зависимости от структуры национальной отраслевой специфики.

Однако сегодня отраслевое сообщество не имеет полной информации о планах Правительства России в отношении развития национальной лакокрасочной отрасли. «Стратегия развития химического комплекса до 2030 года» в части лакокрасочной промышленности (далее Стратегия) вызывает много вопросов, особенно в части инновационного развития национальной лакокрасочной промышленности и увеличения экспорта более чем в 10 раз (согласно реалистичному сценарию Стратегии).

Барьерные вопросы существенно влияют на равную конкуренцию отечественного бизнеса и транснациональных компаний. Они рассмотрены в предыдущей статье. Материал был замечен отраслевым сообществом, профильным департаментом Минпромторга России, руководителями РСХ, потребителями ЛКМ. Большинство руководителей предприятий согласились с аргументами, обозначенными барьерами, предложениями решений. Принципиальных замечаний или желаний опровергнуть доводы не было. Не было вопросов и от профильного департамента Минпромторга России.

Можно предположить, что нас услышали и в ближайшее время ба-

рьерные вопросы, мешающие выполнению показателей Стратегии в части лакокрасочной промышленности, будут решаться. К сожалению, оценка отраслевого сообщества сложившейся в нашей стране ситуации с решением барьерных вопросов пессимистична. Программы помощи промышленности, реализуемые Правительством РФ (ФРП, КППК, СПИК 2,0, РЭЦ, 719 ППРФ), не затрагивают решения системных барьерных вопросов, важных для успешного развития отрасли, и особенно высокотехнологичных ЛКМ, в том числе промышленных покрытий. Следовательно, достижение целевых показателей Стратегии в части лакокрасочной отрасли вряд ли выполнимо.

Причины скептического отношения к выполнению плана Стратегии лежат на поверхности. Барьеры, которые не позволяют отечественным компаниям выстраивать долгосрочную конкуренцию с транснациональными компаниями, не устраняются. Отечественные предприятия не могут сами, без поддержки органов власти, решить системные вопросы макроэкономического характера, которые являются следствием мировых процессов развития международной торговли, рыночной экономики, и практической интеграции экономики Российской Федерации в эти процессы.

Нежелание Правительства РФ предпринимать усилия в решении указанных вопросов большинству руководителей отрасли понятно. Любое движение в этом направлении может вызвать негативную реакцию международного бизнеса, инвесторов, транснациональных компаний, которые локализовали свои производства в России. В этой сфере действия Правительства РФ очень осторожны и последовательны, особенно в части определенных потерь в национальной промышленности в угоду макроэкономической стабильности.

Например, отмена таможенных пошлин на сырье, которое в РФ не производится, наталкивается на обязательство России в ВТО, а протекционизм в отношении отечественных разработок новых высокотехнологичных материалов и их приоритетное применение в про-



Сегодня в России работают более 10 транснациональных лакокрасочных компаний из Top 80 World Coatings, с которыми вынуждены конкурировать отечественные предприятия. Фото: завод компании Hempel в Ульяновске с 2016 г. выпускает противокоррозионные покрытия для нефтегазовой и горнодобывающей промышленности, транспортного строительства и других сегментов рынка

мышленности затронет интересы инвесторов, транснациональные компании, которые могут уйти с российского рынка. Наведение порядка с повышенной стоимостью сертификации новых разработок лакокрасочной продукции в нефтегазовом секторе, кораблестроении, автопроме, авиастроении (стоимость испытаний в России в 2 раза выше аналогичных в Европе)** требует волевых решений в политике межотраслевого регулирования и может затронуть внутренние интересы крупных российских корпораций.

Как пример межведомственных разборок – нежелание Правительства РФ решить вопрос о применении этилового спирта в промышленном производстве полиграфических красок и красителей для мебельной промышленности. Больше года, с давлением предприятий Ассоциации этот вопрос рассматривается Минфином, Минпромторгом России, РАР, ГД РФ, а решения нет! Механизмы акцизного и лицензионного использования дешевого российского сырья (этилового спирта) делают нерентабельным его применение, а замена на дорогостоящий импортный продукт делает производство красок в

** Оценка бизнес-сообщества.

Несмотря на наличие хороших конкурентных разработок, стоимость производства высокотехнологичных промышленных ЛКМ в России в части сырьевых компонентов выше, чем в США, странах ЕС или Азиатско-Тихоокеанского региона, и минимизируется за счет зарплат сотрудников и/или существенно, в два и более раз, меньшей прибыли на единицу продукции



России невыгодным. Как следствие, отечественные предприятия банкротятся, открывая рынок иностранной продукции, которая производится и минимизируется за счет зарплат сотрудников и/или существенно, в два и более раз, меньшей прибыли на единицу продукции этиловым спиртом. Где же государственные интересы в развитии национальной промышленности? Эти интересы настолько туманны, что их не видно в реальном секторе экономики.

Сегодня надо забыть об усилиях бизнеса в продвижении на экспорт высокотехнологичных (в/т) ЛКМ. Несмотря на наличие хороших конкурентных разработок, себестоимость производства в России в/т ЛКМ выше, чем в США, странах ЕС или Азиатско-Тихоокеанского региона. Пошлины на сырье увеличивают материальную себестоимость, минимизируют прибыль, маржу и делают проблемным продвижение продукции на экспорт. Так, за 2018 г. экспорт в/т ЛКМ для промышленности составил 14,8 тыс. т, и из них 10,7 тыс. т – растворители. Среди первой десятки экспортеров нет ни одного локализованного иностранного предприятия («Хим-Курьер» №1 (33),

28 февраля 2019 г.). Аналогичная картина будет по итогам 2019 г.

Не удастся существенно подвинуть вопрос приоритетного применения отечественных в/т ЛКМ на промышленных предприятия, у которых госкорпорации покупают продукцию за бюджетные деньги или государственные дотации. Например, автостроение, пассажирские вагоны, вагоны метро, коммерческий транспорт. Интеграция отечественных машиностроителей в иностранные концерны, сложившиеся отношения с иностранными поставщиками ЛКМ делают любые отечественные разработки зависимыми от решений по их применению от мнения иностранных партнеров, решений отдельных руководителей и многих иных, в том числе политических, факторов.

Вывод из сказанного можно сделать только один. Нужны системные мероприятия в изменении ситуации. Для выполнения Стратегии, сохранения и развития национальной лакокрасочной отрасли есть все основания: промышленный потенциал, конкурентные отечественные разработки, наука, кадры, лидеры. Есть необходимая сырьевая база основных сырьевых компонентов, которая в последнее время показывает неплохие результаты в развитии. Однако системных мер нет и не предвидится. Реализовать их с помощью российского правительства в условиях формирования стратегических международных отношений, внутренних приоритетов развития экономики не представляется возможным. Организовать 1259 предприятий на решение хотя бы части из них без административного ресурса также невозможно. Следовательно, надо искать иной путь.

Иной вариант должен пройти с инициативой бизнеса, с побуждением Правительства России обратить внимание на существующие барьеры и устранить их. Для реализации этого варианта необходимо объединять усилия, ресурсы, финансы, возможности влияния на рынки и на покупателей. Такой вариант развития затрагивает вопрос национальной глобализации лакокрасочной отрасли. Конечно, это сложный вопрос. Руководители предприятий не готовы к таким масштабным, государственным решениям. Но еще 10–15 лет назад предприятия Европы, Азии, США также не были готовы к глобализации. Развитие глобализи-

рованного рынка мировой торговли, рыночных отношений, развитие интернета, цифровизация, стратегические решения правительств, озабоченных ростом благосостояния граждан и темпом роста ВВП, запустили механизм транснациональной глобализации, в том числе в лакокрасочной отрасли, которая продолжается до сего дня и останавливаться не собирается. Промышленно развитые страны сполна ощутили преимущества централизации и глобализации бизнеса без национальных границ.

Сегодня Россия живет в условиях международных рыночных и финансовых отношений. Возврата к иной системе организации экономики не предвидится. Чтобы выиграть завтра, не потерять сохранившийся научно-технический потенциал национальной отрасли, надо закладывать фундамент уже сегодня. Такие масштабные проекты легче делать с поддержкой правительства, министерств и ведомств, но проявить инициативу и показать готовность к таким процессам должен бизнес.



Механизмы акцизного и лицензионного использования дешевого российского этилового спирта делают нерентабельным его применение, а замена его в России на дорогостоящий импортный продукт невыгодна. Как следствие, отечественные предприятия банкротятся, открывая рынок иностранной продукции, которая производится с этиловым спиртом