

Виктория Безуглова

Американское бревно в колеснице лакокрасочников

Недавнее поглощение американским гигантом PPG Industries финской компании Tikkurila затронуло и российский рынок лаков и красок, усугубив неравную конкуренцию для местных производителей



По данным Росстата, загруженность предприятий лакокрасочной отрасли составляет в России всего 47%

Компания номер один на мировом рынке лакокрасочных покрытий американская PPG Industries с годовым оборотом 15 млрд долларов закрыла 14 июня сделку по приобретению за 1,35 млрд долларов финской Tikkurila. Последняя имеет несколько заводов в Восточной Европе, и три из них — на территории России. У PPG в РФ всего один завод в Липецкой области, но благодаря сделке с финнами американцы расширили свое присутствие на российском рынке до 15%, аккумулировав крупнейшие среди отечественных предприятий мощности.

Заметим, что в России, объем рынка которой оценивается в три миллиарда долларов, присутствуют еще десять глобальных игроков, а 210 иностранных лакокрасочных брендов свободно завозят сюда готовую продукцию. Поэтому неудивительно, что усиление позиций

американского гиганта переполнило чашу терпения российских производителей: они считают, что это усугубило их неравное положение в конкуренции с иностранными компаниями. В официальном заявлении лакокрасочников в Федеральную антимонопольную службу РФ и на сайте ассоциации «Центрлак» говорится, что они недовольны в первую очередь разными условиями производства лакокрасочных материалов (ЛКМ) в России и странах ЕС и США, в частности тарифной политикой РФ: размер минимальных заградительных пошлин на готовую продукцию из-за рубежа — до пяти процентов, тогда как в тех же США, например, они составляют на высокотехнологичную продукцию 15–20%; при этом у нас установлены высокие ввозные пошлины на сырьевые продукты — от 5 до 15%, в то время как в большинстве стран ЕС и США, а также в Белоруссии и Сербии они символические или просто отсутствуют.

Помимо изменений таможенной политики лакокрасочники устали ждать от правительства внятных шагов по развитию малотоннажной химии в стране, а значит — импортозамещающих сырьевых продуктов, способных упрочить позиции отрасли. На этом фоне, по их мнению, издевательством в отношении местных игроков выглядит принятая в марте 2020 года в постановлении правительства № 719 «О подтверждении производства промышленной продукции на территории Российской Федерации» новая формула «российского продукта в ЛКМ», дающая преимущества локализованным зарубежным компаниям и простейшему «производству». «Многие ввозят к нам концентраты и колеровочные базы, смешивают их здесь и называют российским продуктом, но при этом основную добавленную стоимость по созданию продукта — до 95 процентов — оставляют в своих странах, тогда как нашим производителям надо разработать

рецептуру каждой краски, собрать для нее до двадцати компонентов, а большая их часть — это импортное сырье, так как своя малотоннажная химия в стране не развита», — поясняет Геннадий Аверьянов, директор ассоциации предприятий лакокрасочной отрасли РФ «Центрлак» и вице-президент Российского союза химиков.

Ресурсное преимущество Большого Сэма

Сегодня отечественная лакокрасочная отрасль, которая последние лет пятнадцать поднимается с колен после периода девяностых, когда рынок по ряду видов красок полностью был под импортом, выглядит так: это около тысячи предприятий, из которых 75% относятся к среднему и малому бизнесу, то есть имеют ограниченные ресурсы и короткую стратегию развития на уровне выживания, поскольку очень зависимы от волатильности цен на импортное сырье, составляющее в готовой краске от 40 до 95%. Более устойчиво себя чувствуют крупные предприятия — за счет диверсификации производства по разным нишам использования красок, широкого ассортимента, наличия научно-лабораторной базы, позволяющей разрабатывать новые продукты под каждого нового заказчика. Но они так же сильно зависят от импортного сырья, и конкуренция с зарубежными производителями дается непросто: в себестоимости, по оценке «Центрлака», 70% занимают материалы, 15% — производство, 10% — управление и только 5% — маржа, тогда как зарубежные компании в этой схеме закладывают 55% на материалы и 20% — на маржу. То есть основная борьба разворачивается за ресурсную базу, и транснациональные компании ее выигрывают.

«Мы видим, что зарубежные поставщики сырья стремятся в первую очередь обеспечить свои предприятия, на наш рынок они смотрят по остаточному принципу, а сейчас за счет безумного роста цен на сырье ситуация еще ухудшилась: наши производители вынуждены уже в третий или четвертый раз повышать цены и терять покупателей, тогда как западные компании цены не повышают», — говорит Геннадий Аверьянов. «Импортовое сырье мы покупаем у тех же производителей, что и крупные зарубежные концерны, только по разным ценам. Нам оно обходится на 15–20 процентов дороже в силу разных причин — глобальные игроки имеют скидку под объем, плюс нам закладывают в цену определенные риски по поставкам в Россию», — рассказывает генеральный директор ярославской компании «Русские краски» Валерий Абрамов. «С

точки зрения экономики продукта мы однозначно проигрываем зарубежным компаниям, имеющим доступ к сырью по более низким ценам. К тому же у них есть возможность сделать где-нибудь в Европе полуфабрикат и привезти его сюда, перемешать с несколькими компонентами и выставить на продажу по выгодной цене», — поясняет гендиректор белгородской компании «Краски КВИЛ» Виктор Ковалев. То есть за ввозимый полуфабрикат иностранный поставщик платит всего одну пошлину, тогда как российские компании ввозят десятки сырьевых компонентов и за каждый из них отдельно платят на таможне.

В пандемию тяжелая ситуация с закупками в лакокрасочной отрасли обострилась. В «Центрлаке» проанализировали рост цен на сырьевые материалы на начало 2021 года: на 10–20% подорожали наполнители, добавки, пигмент фталоцианиновый, на 30–40% — акриловые и эпоксидные смолы, масла и бутиловый спирт, на 50–60% — ацетон, бутилацетат, этилацетат и жестяная тара, но абсолютным лидером роста — 340% с октября прошлого года — стали цены на бутилакрилат российского производства.

Где взять малотоннажную химию

Решением вопроса сырьевой базы для лакокрасочников могло бы стать развитие отечественной малотоннажной химии, чтобы, для начала, не везти из-за границы продукты третьего, пятого и шестого переделов нашей же нефти. Несколько лет назад в Минпромторге была составлена дорожная карта по запуску таких производств, но пока реальных проектов немного, а те, которые есть, вызывают вопросы у тех же производителей красок. «К примеру, совместными усилиями «Сибур» и «Салаватхимпром» начали выпускать бутилакрилат, сделали хорошие инвестиции в проект, и сегодня мы имеем отличное профицитное сырье. Однако нашим предприятиям его предлагают покупать по мировым ценам, осенью 2020 года подняли цену для внутреннего рынка почти под 400 процентов, что неадекватно себестоимости выпуска этого продукта», — отмечает Геннадий Аверьянов. Аналогичная ситуация, по его словам, и с выпуском этилацетата из нефти рядом компаний, которые подняли на него цену на 250% и гонят на экспортный рынок. В итоге лакокрасочники по-прежнему ищут, у кого из зарубежных поставщиков дешевле купить бутилакрилат и этилацетат.

Издачных проектов на рынке — производство техуглерода, то есть черного пигмента компанией «Ивановский техуглерод и резина», запуск производства

Российская лакокрасочная промышленность может полностью удовлетворить спрос на качественные покрытия в большинстве отраслей

График 1



Источники: «Центрлак»

эпоксидных смол ГК «Титан» на базе «Омского каучука». Однако, по мнению Валерия Абрамова, должен измениться сам подход к понятию «малотоннажная химия» у тех, кто будет впредь запускать аналогичные производства: «Надо не три-четыре ассортиментные позиции выводить на рынок большими партиями, а, условно говоря, сорок-пятьдесят видов под названием «эпоксидная смола», потому что рынок широк и требует ассортимента, ему нужны не тонны и объемы, а разнообразие, и надо быстро производить продукт по запросам потребителя, быть гибкими». Кстати, компания «Русские краски» сама производит смолы для лаков, однако не считает это малотоннажной химией, так как не продает этот продукт на рынке, используя его лишь для собственного производства — так повелось с советских времен. Своей же заслугой в компании считают то, что не потеряли это производство, а продолжают развивать его — в позапрошлом году запустили несколько новых реакторов.

Яркий пример развития собственного сырьевого производства — выпуск колеровочных паст научным производственным холдингом ВМП, выпускающим высокотехнологичные индустриальные покрытия — антикоррозионные и огнезащитные материалы, полимерные покрытия для пола. Компания долго покупала пасты в Европе, а когда семь лет назад объем продаж превысил миллион евро в год, организовала



В ходе докового ремонта рыболовной шхуны «Демис» в 2020 году было впервые использовано покрытие от компании «Русские краски», которая осваивает новый для себя сегмент красок для морских судов

отдельное производство, где теперь выпускает 40–50 тонн колорантов в год как для собственных нужд, так и на продажу. Можно было бы продолжить развитие сырьевой темы, но в кооперации с другими компаниями, однако желающих пока нет. «Мы говорим о секторе химии, которая требует довольно больших капитальных вложений с окупаемостью более десяти лет, поэтому здесь и нет индустриальных инвесторов, энтузиастов, которые хотели бы этим заняться», — считает президент холдинга ВМП Михаил Вахрушев.

В целом, как пояснили другие участники рынка, наличие сырьевых производств у производителей красок — редкость и скорее является исключением, чем правилом, потому что у них другая задача — разрабатывать новые лакокрасочные продукты, идти в ногу со временем в технологических решениях. А к развитию малотоннажной химии в стране правительство, имея оно на то волю, могло бы активнее привлекать как раз иностранные компании, способствуя локализации производства сырья, что дало бы в перспективе некий мультипликатор для развития новых направлений деятельности в лакокрасочной отрасли.

Против финансового лома

Усиление на внутреннем рынке позиций PPG Industries за счет покупки Tikkurila взволновало российских производителей красок неспроста — им есть чего опасаться. «У глобальных игроков дру-

гие финансовые возможности и другие правила ведения бизнеса, они выстраивают свою стратегию на 15–30 лет вперед и смотрят на рынок сквозь призму поставленной цели: какую долю они хотят на нем занять. И идут к этой цели напрямую, используя любые способы и практически неограниченные денежные ресурсы», — рассуждает Геннадий Аверьянов. По его мнению, в недалекой перспективе PPG сможет увеличить долю на отечественном рынке до 30% и балансировать на грани антимонопольного законодательства. Но самое печальное, что американцы смогут подорвать позиции национальных игроков в самых прибыльных, инновационных направлениях деятельности. Речь идет о производстве индустриальных красок, где каждый продукт — как маленькое научное открытие, и компании тратят годы, чтобы создать, например, покрытие для самолетов или морских судов. К примеру, в 2020 году компания «Русские краски» выпустила новую линейку продуктов для покраски судов, изготовила 160 тонн, которыми покрасили 32 корабля. «На разработку этих красок мы потратили около трех лет, еще столько же уйдет на то, чтобы доказать, что ты дееспособный игрок в этом сегменте рынка, и во взаимодействии с потребителем довести материал до ума», — говорит Валерий Абрамов.

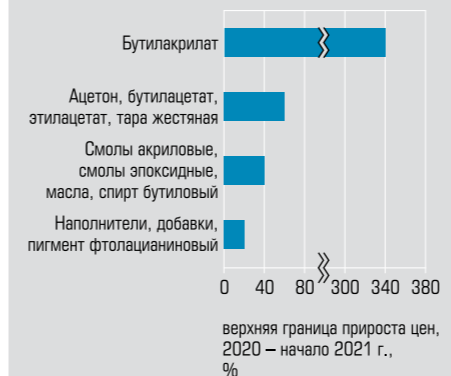
Дело в том, что сегодня весь объем потребления красок в России составляет 1,2 млн литров в год, из которых львиная доля — около 700 тыс. тонн — приходится

на декоративные, интерьерные краски для строительства, где доминируют отечественные поставщики, но в денежном выражении этот сегмент занимает всего 30–40% рынка. Остальные 60–70% продаж генерируются на промышленных красках, используемых в автомобилестроении, судостроении, авиастроении, в нефтегазовом секторе, для покраски вагонов. «Все эти материалы относятся к высокотехнологичным, разработки отечественных компаний не уступают, а в ряде случаев превосходят импортные аналоги. И тем досаднее, что компании, пройдя все испытания, получив сертификаты, сталкиваются с элементарным финансовым барьером: заказчику выгоднее покупать импортное, так как глобальная компания может себе позволить предоставить отсрочку платежа до полугода, а у наших производителей таких возможностей нет», — поясняет Аверьянов. «Максимально мы можем предоставить отсрочку платежа на два месяца, а Tikkurila, которая весьма плотно представлена на рынке вагоностроения, давала рассрочку на четыре месяца и больше. Выдержать такую конкуренцию мы не можем», — подтверждает гендиректор компании по производству антикоррозионных покрытий промышленного назначения Raum-Profile Владимир Щебельский.

Финансовые преимущества зарубежных компаний объясняются наличием дешевого и оперативного финансового ресурса — кредитов, которые можно брать на двадцать лет под один процент

Стоимость сырья для российских производителей ЛКМ выросла в пандемию на десятки и сотни процентов

График 2



Источник: «Центрлак» по данным предприятий

годовых или даже под ноль процентов, тогда как в России процентные ставки высоки и не всегда можно инвестировать в долгую, на семь–десять лет, — банки просто не дают таких кредитов. Что касается правительственных мер по поддержке отечественных производителей, то, по мнению Михаила Вахрушева, они ориентированы на крупные компании и по определению недоступны для лакокрасочников. «На сегодняшний день мы наблюдаем много инструментов, связанных с инвестиционными программами для крупного бизнеса, но все они начинаются от миллиарда рублей, и средний, малый бизнес туда не попадают; самое большее, чем они могут воспользоваться, — субсидированной процентной ставкой с большими ковенантами», — говорит он.

Понятно, что финансовая ущербность тормозит российских производителей ЛКМ и в области научно-технических разработок. По словам Михаила Вахрушева, объем вложений иностранного бизнеса в прикладные исследования несопоставим с инвестициями любой отечественной компании, которая либо может когда-нибудь прийти к намеченному результату, либо нет. При этом холдинг ВМП как никто другой вкладывается в науку — 20% прибыли идет на содержание исследовательских подразделений. Отрицательно влияет на технологическую конкурентоспособность российских компаний и общая деградация отечественной химии. Зарубежные конкуренты живут в условиях развитой химической индустрии, имеют доступ к большому объему знаний, за счет чего быстрее создают технические ноу-хау, двигают вперед отрасль. «Мы же свою науку, связанную с красками, давно потеряли. Нет ни одного института в стране, который бы этим занимался, а наши предприятия стали такими мини-лабораториями испытательными, где мы изобретаем или просто выпускаем ана-

логи импортных продуктов», — говорит Валерий Абрамов.

Как быть с этанолом: из жизни в мире абсурда

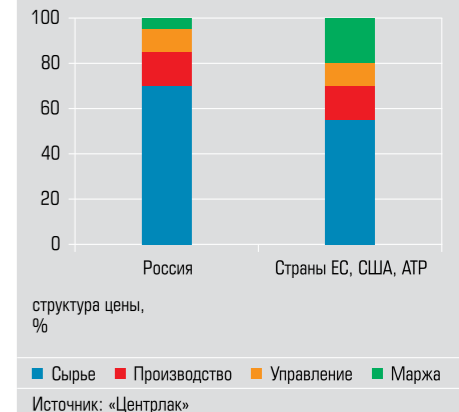
От государства производители ЛКМ ждут прежде всего адекватности в вопросах регулирования отрасли. Вопиющим примером противоположного подхода является ситуация, тянущаяся с 2006 года, когда производителей красок для полиграфической промышленности и мебели — наряду с производителями алкоголя — обязали платить акциз за денатурированный этанол, входящий в состав красок. В результате лакокрасочники вынуждены были перейти на использование импортного компонента. «Во всем мире краски этанольные, а мы этанол не используем, потому что акцизы в 555 рублей за литр перекрывают стоимость краски, которую мы продаем в среднем по 324 рубля за литр. В итоге мы вынуждены покупать за границей дорогой Н-пропанол по два евро, тогда как средняя цена за этанол — один евро, и иностранным компаниям позволено ввозить на нашу территорию краски с его содержанием до девяти процентов», — рассказывает директор завода «ПТК «Гангут» Виктор Климко.

Производители полиграфических красок и «Центрлак» последние несколько лет активно борются за отмену акциза на этанол, они написали около двух десятков писем в правительство, провели массу семинаров и совещаний, на которых указывали на факты ввоза краски в РФ, в том числе через страны ЕАЭС, с превышением норм этанола в разы, говорили о том, что акциз блокирует экспорт, не дает развиваться отрасли. «В полиграфических красках есть такая особенность: они должны очень быстро сохнуть, не интегрироваться в подложку, а потому в рецептуре необходимо иметь 70 процентов растворителя и даже больше, и самым лучшим растворителем во всем мире признан простой этанол, или этиловый спирт», — поясняет Геннадий Аверьянов. Тупиковая ситуация с этанолом уже заставляет некоторых производителей задумываться о переносе производства в Белоруссию — к примеру, в СЭЗ Минска с нулевым процентом по налогам и пошлинам. Лишь на прошлой неделе на совещании в Минпромторге было заявлено о поддержке позиции «Центрлака» по отмене акциза.

В любом случае скрыться от проблем на территориях сопредельных государств всей отечественной лакокрасочной отрасли не удастся, а вот упасть до уровня производств по выпуску «красок для заборов» — реально. По данным Росстата, загруженность предприятий

Дорогое сырье съедает потенциальную маржу российских лакокрасочников

График 3



лакокрасочной отрасли составляет всего 47%, и это не способствует их развитию. Хотя многие игроки прилагают к этому серьезные усилия. Например, ПТК «Гангут», создавший свой отдел разработок, ассортимент из 1500 красок, вложившийся в дорогостоящее оборудование для ежемесячного выпуска 700 тонн высококачественной продукции, в прошлом году выпускал всего по 150 тонн в месяц.

«У нас в стране много говорят об импортозамещении, но это скорее декларация, чем реальные действия, потому что крупные нефтяные и газовые компании как брали импортные краски, так и продолжают брать, ссылаясь на их локализацию в России, однако часто эта локализация минимальная и формальная, — говорит Владимир Щебельский. — Только когда начнут больше покупать российскую продукцию, тогда и у наших компаний появится стимул больше вкладываться в науку и развитие». По мнению Геннадия Аверьянова, важным элементом импортозамещения могло бы стать стимулирование локализованных зарубежных производств, включая PPG, работать по полному циклу, чтобы поставить их в равные условия с отечественными производителями.

В конце концов, никто не отрицает вклад иностранных игроков в развитие местного рынка ЛКМ: в свое время они заставили российские компании подтягиваться до мирового уровня, а сегодня, когда этот этап пройден, локализованные предприятия могли бы участвовать в наращивании полноценного производства ЛКМ в России, в том числе для поставок на экспорт. Кстати, уровень экспорта российских ЛКМ, несмотря на активное стимулирование государством компаний — несырьевых экспортеров, составляет всего пять процентов, что само по себе свидетельствует о неблагополучии в отрасли.