



Химическая промышленность

Четверг 15 июня 2017 №105 (6099 с момента возобновления издания)

15 | О рыночных тенденциях и том, как будет развиваться BASF в России,— глава компании Кристофф Рёриг

15 | Главные тренды рынков бытовой и профессиональной химии

16 | Как формировался крупнейший в мире химический концерн

Несмотря на снижение объемов строительства, рынок строительной химии в стране продолжает расти. Основные причины — увеличение областей применения продукции химической индустрии в строительстве и постоянное расширение продуктовой линейки. Также расширению сектора способствует то, что крупные иностранные компании готовы локализовать производство в РФ.

Железобетонное качество

— строительство —

Российский рынок недвижимости продолжает падать. По предварительным подсчетам Минстроя, в прошлом году построили примерно на 5 млн кв. м меньше, чем в позапрошлом. В 2016 году в России ввели в эксплуатацию около 77–80 млн кв. м жилья, а годом ранее — 85 млн кв. м. Несмотря на это, рынок строительных составов, с помощью которых производятся строительные и отделочные работы, растет.

По данным American Chemistry Council, ежегодные темпы роста рынка строительной химии составляют в среднем около 9–13%. По прогнозам экспертов, химическая отрасль в России будет показывать один из самых высоких темпов роста среди стран БРИК — более 2,5% в год. Основным драйвером рынка строительной химии является расширение использования добавок. Сейчас в России доля бетона, производимого с помощью добавок, составляет примерно 50%. Но в некоторых российских регионах при строительстве зданий и сооружений добавки почти не используют, что говорит о большом потенциале расширения сбыта, — замечает Алексей Калачев, эксперт-аналитик АО «Финам».

Выше, крепче, быстрее

Именно с увеличением ассортимента в товарных линейках аналитики связывают рост рынка строительной химии. В промышленном строительстве уже давно применяют только бетон, модифицированный за счет различных добавок. Международные корпорации стараются внедрять новые технологии при изготовлении бетона, что снижает себестоимость смеси и упрощает процесс ее укладки и уплотнения. Например, специалисты международного химического концерна BASF синтезировали новый



Современные химические технологии делают строительство более надежным

полимер полиарил, с помощью которого готовят добавки в бетон, позволяющие получить бетонные смеси пониженной вязкости и при этом более пластичные и плотные, чем обычные бетонные смеси. В компании говорят, что новый компонент обладает массой преимуществ: он облегчает укладку бетонной смеси, что способствует снижению количества дефектов конструкции и обеспечивает долговечность бетона.

«Раньше такого эффекта можно было добиться только за счет снижения водоцементного отношения с потерей удобоукладываемости смеси. Кроме этого добавки нетребовательны к инертным материалам и универсальны в применении со всеми типами цементов, в том числе со шлаками, что расши-

ряет возможности для производства сборного железобетона, товарного бетона и для зимнего бетонирования. Наконец, полиарил позволил создать инновационную специальную добавку для бетонирования промышленных полов с упрочненным верхним слоем», — говорит Максим Закржевский, руководитель отдела добавок в бетон ООО «BASF Строитель-

ных», — сообщила научный сотрудник Института Министерства сельского хозяйства Израиля кандидат технических наук Алла Насонова.

Иновационные добавки в бетон позволяют строить конструкции большей этажности и повышенной сложности, предложение на рынке постоянно растет. По словам руководителя информационно-аналитического центра RUPEC Андрея Костина, за два последних года рынок строительной химии существенно изменился, структурно расширился, несмотря на общий спад в экономике и падение рынка недвижимости. Причин тому несколько. Во-первых, современные модификаторы строительных материалов позволяют вести строительство круглогодично, на большой высоте, при низких температурах, что без добавок делать сложно: бетон на морозе быстро засты- вает. Во-вторых, строить объекты с применением добавки застройщикам выгоднее, поскольку проект в этом случае обойдется им дешевле, к тому же они могут быстрее его закончить. «Есть факторы, которые могут влиять на рынок строительных материалов. Первый связан с изменением структуры спроса из-за эволюции как проектных решений, так и технологий строительства, в том числе по причине общей тенденции к сокращению сроков и стоимости. Это долгосрочный драйвер, который будет подталкивать спрос на новые материалы даже при общем депрессии в отрасли. Еще один связан с недавним потребительским бумом на рынке жилой недвижимости, который неизбежно влечет за собой возникновение дополнительного спроса на материалы для благоустройства и ремонта.

с 14

Курс на восстановление

— динамика —

Переживший кризис цен и спроса горно-обогатительный сектор России начинает восстанавливаться. Компании, несмотря на убытки последних лет, продолжают развивать производство, что позитивно влияет на смежные сферы. Так, BASF Mining Solutions (подразделение немецкой BASF) рассчитывают, что потребление продукции компаний российскими производителями металлов и у добреиний вырастет в 2017 году почти на четверть. И, судя по масштабным планам инвестиций крупнейших компаний сектора в строительство новых и реконструкцию старых мощностей, этот прогноз реалистичен.

На дне

Последние три года стали непростыми для российской экономики. Падение цен на нефть, рост курса доллара и западные санкции не могли не отразиться на показателях всех основных производственных отраслей. Как отмечают в Минэкономики России, обвал показателей в одном из крупнейших секторов — металлургии — связан прежде всего с минимальным уровнем внутреннего спроса, сокращением объемов строительства, промышленного производства, а также с падением продаж в сфере машиностроения. Негативно влияют на отрасль и кризисные явления на глобальном рынке, а также высокая конкуренция с украинскими и китайскими поставщиками. В 2015 году спрос на металлическую продукцию упал на

17%. Падение потребления металла в машиностроительной отрасли достигло 15%. Внутренними трудностями дело не ограничилось: во многих западных странах были начаты антидемпинговые расследования в отношении российских поставщиков, хотя российский металл подешевел в основном из-за девальвации рубля.

Стоимость многих ключевых видов продукции, даже мало связанных с нефтяной сферой, в последние годы достигла исторических минимумов. На дне оказались и рынки у добреиний, а следовательно, пострадали и связанные с ними сегменты и продукты для горнодобывающей и перерабатывающей отраслей, например реагенты, применяемые в процессах обезвоживания при обогащении полезных ископаемых, — поликарбамидные флокулянты (один из крупнейших поставщиков — немецкая BASF).

В российском подразделении концерна отмечают, что в РФ на продукцию подразделения BASF Mining Solutions (объединяет продукты для горнодобывающего и металлургического секторов) влияло, с одной стороны, снижение цены нефти в валюте, из-за чего стоимость выпускаемых полимеров несколько снизилась в евро, а с другой — падение курса рубля привело к резкому росту цен в рублевом выражении в 2014 году. Компания поставляет в первую очередь поликарбамидные флокулянты линейки Magnafloc® и Rheomax DR® для разделения твердой и жидкой фаз в процессах обогащения и гидрометаллургии, а также продукты линеек LIX® и Alamine® для жидкостной экстракции металлов. «Цены на продук-

ты снижались с падением стоимости нефти, в настоящее время намечается тенденция к восстановлению в связи с ростом цен на энергоносители и нефть», — отмечают в компании. К тому же постепенно восстанавливается спрос со стороны основных потребителей, которые за три кризисных года адаптировались к ситуации.

Постепенное оживление

Горнопромышленные сектора начали оживать, а вслед за ними, отмечают руководитель отдела специальных химикатов для добычи нефти и полезных ископаемых ООО BASF Павел Александров, растет рынок продуктов для горнодобывающей промышленности. «После двух-трех лет стагнации, вызванной в первую очередь экономическим кризисом и связанным с ним значительным снижением цен на уголь, железную руду и основные цветные и драгоценные металлы (золото, медь, никель, алюминий), рынок начал расти, начиная с 2016 года четко прослеживается тенденция к постепенному возвращению цен на прежний уровень. Это привело к тому, что после некоторого перерыва активизировались строительство новых и реконструкции действующих предприятий. Особенность это заметно в России и Казахстане. Мы ожидали стабильного увеличения потребности в наших продуктах», — рассказал он.

Действительно, начиная с прошлого года запускаются новые предприятия, например медные производства KAZ Minerals в Казахстане, и реконструируются действующие, в частности Учалинский ГОК.

с 14

Урожайная защита

— безопасность —

Российский рынок средств защиты растений за последний год значительно вырос. По мнению экспертов, эта отрасль экономики — одна из немногих, для которой санкции стали толчком к долгосрочному развитию. Российские и иностранные производители агрохимии, несмотря на кризис, продолжают инвестировать в инновационные разработки. А крупные поставщики, такие как BASF, готовы также вкладывать средства в локализацию производства и расширение производственной линейки.

В последнее время Россия демонстрирует существенный прирост производства основных продуктов сельского хозяйства. В 2016 году страна получила наибольший урожай зерновых за все посоветское время — 120,7 млн тонн чистого веса, включая 73,3 млн тонн пшеницы. По прогнозу Минсельхоза, экспорт российского зерна с 1 июля 2016 года по 30 июня 2017 года составит 34–35 млн тонн. В прошлом сезоне Россия с объемом экспорта пшеницы чуть более 25 млн тонн стала мировым лидером, а, по данным министерства, в мае этот рекорд уже побит.

Но прежде чем экспортствовать, продукцию нужно вырастить и сохранить. По данным Минсельхоза, в России 59,5 млн га посевных площадей, из которых около 65% отдано зерновым, 15% — подсолнечнику, 7% — кукурузе и примерно 3% картофелю. И далее не все земли обрабатываются пестицидами

— средствами защиты от насекомых и вредителей. Для сравнения: в странах Западной Европы и США обрабатываются почти все посевные. По данным маркетингового исследования «Рынок средств защиты растений в России», проведенного российской компанией IndexBox, в 2015 году российские предприятия показывали путь неустойчивую, но все же положительную динамику производства средств защиты растений. Индекс производства к предыдущему месяцу в 2015 году был положительным 7 месяцев из 12. Однако совокупное падение объемов производства за год составило 6% г/г.

В настоящее время рынок средств защиты растений в России показывает существенную положительную динамику по сравнению, к примеру, с рынками европейских стран. Одна из основных факторов роста — интенсификация технологий возделывания сельскохозяйственных культур. Вместе с этим наблюдается расширение доли посевных площадей крупных агробизнесов. Программа импортозамещенияоказала позитивное влияние на развитие рынка плодовоощадной продукции. Также приобретает все большее значение возделывание сои, в первую очередь в качестве коровой базы для животноводства», — отмечают в крупном поставщике агрохимии BASF.

Компания предлагает на рынке высококачественные и инновационные фунгициды, инсектициды, гербициды, проправители, регуляторы роста и инокулянты. В прошлом году BASF начала продажи ряда

совершенно новых препаратов: Евро-Лайнинг плюс™, Систива™, Орвего™. В 2017 году представлены новый фунгицид для защиты зерновых культур «Рекс Плюс», целая линейка инновационных продуктов для обработки сои: гербицид Корум™, инокулянты Хайстик™ Соя, Хайкоут™ Супер Соя, проправители Дэлтэт Про™. Учитывая список новинок, представленных на рынке в 2017 году неофициально объявлен годом сои для BASF.

«Мы ожидаем роста продаж на подсолнечнике за счет увеличения площадей под данной культурой, возделываемой по технологии «Клиарфайл». Также одним из главных драйверов роста станет соя за счет увеличения спроса на корма, вывода на рынок нескольких новинок, в частности инокулянтов», — пояснили в BASF. Там отмечают, что задача компании — создание и внедрение инновационных продуктов, которые позволят оптимизировать технологии ведения сельского хозяйства, улучшить качество питания и жизни возрастающего населения Земли.

Применение средств защиты растений является одним из главных условий достижения высоких урожаев, считают в BASF. Широкое распространение болезней, насекомых-вредителей и сорняков способно нанести растениям большой ущерб. «Грамотное использование средств защиты растений позволяет избежать этих потерь, собрать значительно больше зерна, овощей и фруктов, а также повысить их качество», — отмечают в немецком концерне.

с 14

ХИМИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Урожайная защита



— безопасность —

Плоды импортозамещения

с 13 Несмотря на сложности, с которыми столкнулись сельскохозяйственные производители в условиях нестабильной макроэкономической ситуации, у них появилась возможность ускоренного роста дохода из-за обставленного курса на импортозамещение. Продовольственное эмбарго и падение курса рубля дали мощный толчок развитию всего агропромышленного комплекса. Об увеличении спроса говорят и крупные компании—производители удобрений и средств для химической обработки растений. Многие из них локализуют производство в России. Так, BASF организовала производство по схеме толлинга в городе Кирово-Чепецке на базе завода «АгроХимикат».

Как сообщили, «Б» в компаниях, специалисты концерна выбрали его, рассмотрев многие российские предприятия. «Это современное предприятие, которое к тому моменту уже сотрудничало с иностранными инновационными компаниями. Благодаря стремлению руководства и сотрудников завода к постоянному улучшению удалось обеспечить производство продукции по последним немецким стандартам, сохраним при этом конкурентное преимущество»,— говорят в BASF. Концерн продолжает инвестировать и сохраняет стабильно высокие позиции в сегментах фунгицидов для зерновых, плодовых культур, расширяет линейку препаратов в сегментах, в которых фунгицидный рынок только начинает развиваться,— сои и кукурузы, а также совместно с семенными компаниями расширять применение технологии «Клиар-филда» на рапсе.

Но пока отечественный рынок химических средств защиты растений далек от насыщения, несмотря на положительную динамику. Хотя в России насчитывается немало предприятий, выпускающих агрехимические средства, и почти все они работают на внутренний рынок. Наибольший объем производства приходится на

Центральный федеральный округ (почти половина общего объема производства). На втором месте предприятия Приволжского федерального округа: здесь производится около трети необходимых сельскому хозяйству химикатов. Третье место занимают предприятия Южного федерального округа с долей около 10%.

Курс на инновации

При этом российские предприятия сектора не стремятся вкладывать деньги в научные исследования. Потенциальных инвесторов отпугивают высокие риски и длительный срок испытаний новых продуктов агрехимии. «В фундаментальные исследования и разработку новых продуктов рынка агрехимии вкладываются только международные гиганты, ведь любые исследования в этой области долгосрочные (несколько десятилетий) и весьма дорогое (миллионы долларов). Стартапы в сфере агрехимии в российских предприятиях большая редкость. Российские компании инвестируют средства в инновационные разработки,

защита растений от болезней и вредителей помогает повысить урожайность

но это чаще всего локальные, а не стратегические разработки»,— пояснил «Б» руководитель аналитического агентства RUPEC Андрей Костин. В то же время в BASF считают, что «инвестиции в современные технологии защиты растений абсолютно оправданы».

BASF направляет немалые средства на инновационные разработки. Доля департамента средств защиты растений в общем объеме инвестиций BASF в НИОКР (\$1,88 млрд) в 2014 году составила 27% (то более £500 млн, сообщили, «Б» в компании). По словам главы RUPEC Андрея Костина, разработки новых препаратов в секторе агрехимии ведутся в мире в основном за счет крупных профильных компаний. Он отмечает, что компания вкладывает в научные разработки миллиарды рублей, понимая, что срок окупаемости этих проектов не менее 10–15 лет, и будет делать это и вперед.

Анна Героева

Железобетонное качество

— строительство —

с 13 Люди купили квартиры, которые или уже ремонтируют и готовят для проживания, или будут делать это в ближайшем будущем. Но этот процесс на рынке цикличен. Я думаю, хорошая динамика сохранится еще около четырех лет, после чего темпы неизбежно снизятся»,— говорит Андрей Костин.

Место работы

Эксперты уверяют, что в росте рынка строительной химии немалую роль сыграет и локализация производства. Мировые химические гиганты открывают на территории РФ свои предприятия, что в рамках правительственный программы импортозамещения для них очень выгодно, особенно при наличии необходимого сырья на территории России. По данным аналитиков АО «Финам», росту ло-

кализации производства способствует не только наличие сырья, но и относительно низкий курс рубля, из-за чего импорт становится дороже. «Сейчас в производстве химической продукции велика доля импортных составляющих. Кроме того, иностранные концерны экономят не только на сырье, но и на стоимости рабочей силы»,— говорит Алексей Калачев. Он подчеркивает, что, несмотря на рост производства отечественных производителей, например таких, как химический холдинг «Полипласт», значительную долю российского рынкадерживают ведущие зарубежные химические концерны. «Это происходит как раз благодаря курсу на локализацию производства в России и, конечно, высокому качеству, разнообразию и постоянному обновлению продукту линейки»,— говорит господин Калачев. Активно локализует производство и немецкий концерн BASF.

Более 70% продукции строительной химии для российского рынка концерн BASF производит в России на трех предприятиях. Материалы выпускаются под брендом Master Builders Solutions®. Как заявляли в BASF, концерн запустил лилионо производству добавок в бетон в Санкт-Петербурге, на этом предприятии выпускаются и добавки на базе линтусифонатов, нафтилансульфонатов, и добавки на основе эфиров поликарбоксилатов и эфиров полиэфиров. Добавки в бетон также выпускаются на заводах в Подмосковье и Казани. В 2016 году на заводе в Подмосковье BASF также начал производство полимерцементных покрытий для гидроизоляции и защиты железобетонных конструкций. Это первое в России производство двух компонентов, входящих в состав полимерцементного покрытия гидроизоляции серии MasterSeal®. На том же заводе запущено производство плиточных

плит MasterTile®. На этом концерне не собирается останавливаться: впереди и разрабатываются новые производственные линии. «На этот год у нас запланировано открытие завода в Санкт-Петербурге, где помимо добавок в бетон будут выпускаться материалы для подземного строительства. Предложение качественных, доступных по цене и логистике строительных материалов, произведенных в России с учетом особенностей местного сырья, является для нас одной из приоритетных задач. Запуск новых линий расширяет ассортимент отечественной продукции, предлагаемый в Северо-Западном регионе, позволяет повысить эффективность строительных технологий, а также помогает нашим заказчикам в реализации самых технически сложных проектов»,— говорит Алексей Ровенский, коммерческий директор ООО «BASF Строительные системы».

Анна Героева

Курс на восстановление

— динамика —

с 13 Также в 2016 году в коммерческую эксплуатацию был введен Кимкано-Сутарский ГОК (владелец — IRC, единственный производитель железной руды на Дальнем Востоке России), строительство которого началось еще в 2007 году. Но затем запуск предприятия неоднократно откладывался. И хотя у проекта были серьезные кредитные проблемы в конце 2016 года, их удалось решить посредством реструктуризации займа, и уже в первом квартале Кимкано-Сутарский ГОК генерировал положительный денежный поток. На полную мощность предприятие выйдет во втором полугодии.

Наращивает объемы производства и инвестиций и ПАО «Полюс», которое намерено произвести в 2017 году более 2 млн унций золота с последующим увеличением за счет большинства проектов brownfield и своего основного greenfield, Наталки, до 2,7 млн унций к 2020 году. В 2016 году по сравнению с предыдущим годом «Полюс» увеличил производство золота на 12% — до 1,968 млн унций. Капиталовложения возросли в 1,7 раза — до \$468 млн.

В целом, по данным Союза золотопроизводителей, предприятия РФ в 2016 году

увеличили производство золота из минерального сырья на 4% — до 262,4 тонны. В 2017 году союз ожидает, что добыча вырастет на 2–3% — до 270 тонн, а производство золота из вторичного сырья сохранится на уровне 2016 года (35 тонн), то есть рост общего производства золота в РФ может составить 2–2,5%, до 304–305 тонн.

В новом направлении

В BASF подтверждают рост спроса на продукцию компании, что свидетельствует о восстановлении сектора. В 2016 году BASF Mining Solutions запустило два больших проекта по поставке поликарбонатных флокулянтов Magnafloc в Казахстан для нужд двух самых современных и больших комбинатов по переработке медной руды в регионе — KAZ Minerals Bozshakol и KAZ Minerals Aktogay. Также компания заключила контракты на поставку своей продукции с производителями минеральных удобрений. Все это позволило подразделению в 2016 году увеличить объемы продаж по сравнению с 2015 годом.

В текущем году BASF Mining Solutions намерено не только сохранить динамику про-

даж 2016 года, но и увеличить объемы отгрузок как на предприятие KAZ Minerals, так и на АО «Ковдорский ГОК». «Более того, в этом году мы ожидаем увеличения бизнеса с нашими текущими клиентами — крупнейшими производителями золота — предприятиями группы Polyu Gold и Kinross Gold»,— рассказал Павел Александров. В компании рассчитывают на такой же рост продаж, как и в 2016 году.

Отдельную линейку продукции — Lupromin, связанную с сектором минеральных, BASF Mining Solutions в последние несколько лет активно продвигает на рынке. Продукция этого сектора применяется в первую очередь при флотации апатитовых руд. Линейка включает в себя собиратели для несульфидных руд, пенообразующие вещества и другие продукты, широко используемые для отделения минералов от пустой породы методом флотации. Как сообщил «Б» господин Александров, в прошлом году подразделение BASF Mining Solutions осуществило первые коммерческие поставки флотореагента Lupromin FP A105 для АО «Ковдорский ГОК» (предприятие «Еврохима»), завершив работы по его внедрению, включавшие большое количество лабораторных тестов, опытно-промышленных испытаний и мероприятий по доводке продукта под условия конкретного производства.

В «Еврохиме» рассчитывают на дальнейшее развитие партнерских отношений с BASF, пояснили «Б» в компании, и допускают рост потребления его продукции. Она надеется с учетом того, что «Еврохим» планирует вложить в Ковдорский ГОК до 2021 года более 24,6 млрд руб. Основные средства пойдут на закупку горнотранспортного оборудования. Инвестиционная программа предполагает увеличение объемов переработки руды на 15,7%, до 22 млн тонн в год, за счет расширения действующего карьера «Железный». К 2050 году нижняя отметка ведения горных работ опустится с -230 м до -650 м, затем Ковдорский ГОК начнет подземную разработку месторождения.

Кроме того, в планах «Еврохима» — разработка нового месторождения апатит-штатфелитовой руды на Ковдорском ГОКе (запасы — 50 млн тонн). Планируется, что объемы добычи руды составят 6 млн тонн в год, из которых можно получить свыше 900 тыс. тонн апатитового концентрата и 160 тыс. тонн же лезорудного.

Не один в поле воин

Но рост спроса может обострить и без того сильную конкуренцию как на рынке поликарбонатных флокулянтов, так и на рынке

Глубинная химия

— повышение эффективности —

Пытаясь компенсировать свои потери из-за падения нефтяных цен, российские производители углеводородов перекладывают издержки на нефтесервисные компании.

Вслед за ними страдают и поставщики продуктов для добычи, прибыльность которых существенно снизилась. Но все же спрос на профильную химию остается высоким, активно развивается сектор продукции для повышения нефтеотдачи. Крупные поставщики, такие как BASF, предлагают эффективные решения для сектора добычи.

В конце мая ОПЕК и ряд стран, не входящих в организацию, включая Россию, продлили сроки заморозки добычи нефти на девять месяцев и сохранили объем сокращения к базовому уровню октября 2016 года в 1,8 млн баррелей в сутки. Первое соглашение было подписано в начале 2016 года, для того чтобы поддержать рухнувшие ниже \$50 за баррель цены на нефть. Обвал сырьевых котировок поставил многие нефтяные компании в трудное положение: производители вынуждены были закрывать низкодебитные и высокозатратные скважины.

В сложившейся ценовой ситуации одним из способов снижения себестоимости добычи является ущемление нефтесервиса и повышение эффективности добычи. Как сообщал в конце 2016 года президент ЛУКОЙЛА Вагит Алекперов, в российском нефтесервисном фонде осталось всего 6% извлекаемых запасов, запланированных до 2030 года новых проектов не смогут компенсировать естественное истощение на действующих.

По его мнению, нужно активизировать работу по нескольким ключевым направлениям: геологоразведка, повышение нефтеотдачи и освоение трудноизвлекаемых запасов. Господин Алекперов напомнил, что среднеотраслевой коэффициент извлечения нефти (КИН) в России не превышает 25%, а в Норвегии и США находится в диапазоне 40–50%. «Повышение КИН до 40% позволит обеспечить прирост извлекаемых запасов в России примерно на 4 млрд тонн»,— рассчитала программа бурения за указанный период, сославшись на «отсутствие конкурентного рынка сервисных услуг».

В BASF считают, что в ближайшее время основными факторами влияния на ситуацию на рынке нефтесервиса и химии, применяемой для добычи, останутся нестабильность цен на нефть, развитие технологий, которые позволяют снизить себестоимость добычи сланцевой нефти, в частности в Северной Америке, выход на мировой рынок дешевой иранской нефти. При этом на рынке может усиливаться конкуренция из-за роста предложения китайских производителей химии и повышения ее качества.

В связи с этим BASF концентрируется на перспективных сегментах. Так, в области добычи нефти внимание сосредоточено на развитии бизнеса в сегменте добавок для цементирования и нефтепромыслового химии. «В России предвращаются проекты, направленные на борьбу с водопроницаемостью»,— отмечают в BASF. Это актуально потому, что многие старые месторождения сильно обводнены. Как пояснял «Б» Вагит Алекперов, на некоторых скважинах на 200 тонн добываемого нефти приходится всего 40 тонн нефти, остальное — вода.

В связи с этим на рынке неожидают быстрой стабилизации ситуации в нефтегазовом секторе. Глава крупнейшей российской нефтяной компании «Роснефть» Игорь Сечин 2 июня на ПМЭФ отмечал, что период низких цен на нефть пришел недолго, а говорить о стабилизации глобального рынка нефти рано. По его мнению, даже индикативная цена сырья на уровне \$50 за баррель не является устойчивой. Действительно, в ожидании более масштабных мер ОПЕК цены на сырье росли, но начали падать после объявления сделки и в начале июня вновь находились на минимумах за последние недели — ниже \$50 за баррель (многолетний минимум зафиксирован в январе 2016 года — \$27).

Из-за сокращения добычи в 2017 году в соответствии с венским соглашением производство нефти и конденсата в РФ, по расчетам Минэнерго, будет на 0,2% ниже, чем в 2016 году, — 547,5 млн тонн. Но в 2019–2020 годах, прогнозируют в правительстве, добыча составит 553–556 млн тонн в год, что выше прогноза на 2018 год — 547–551 млн тонн. Значит, нефтесервисные компании и поставщики продукции для добычи и транспортировки также смогут рассчитывать на стабилизацию ситуации.

Ольга Матвеева

«Серьезно пострадали международные нефтесервисные компании, в которых прошли значительные сокращения персонала. Существенно изменилась структура поставщиков нефтехимии. Ключевым стал поиск недорогих, но эффективных решений. В России очень высок спрос на локальную производимую химию. Высок уровень неплатежей и просрочки»,— говорят в компании, отмечая в то же время, что мировые объемы добычи остаются стабильными, в том числе в России, и это способствует поддержанию спроса на химию, которая используется в индустрии.

«Серьезно пострадали международные нефтесервисные компании, в которых прошли значительные сокращения персонала. Существенно изменилась структура поставщиков нефтехимии. Ключевым стал поиск недорогих, но эффективных решений. В России очень высок спрос на локальную производимую химию. Высок уровень неплатежей и просрочки»,— говорят в компании, отмечая в то же время, что мировые объемы добычи остаются стабильными, в том числе в России, и это способствует поддержанию спроса на химию, которая используется в индустрии.

«Серьезно пострадали международные нефтесервисные компании, в которых прошли значительные сокращения персонала. Существенно изменилась структура поставщиков нефтехимии. Ключевым стал поиск недорогих, но эффективных решений. В России очень высок спрос на локальную производимую химию. Высок уровень неплатежей и просрочки»,— говорят в компании, отмечая в то же время, что мировые объемы добычи остаются стабильными, в том числе в России, и это способствует поддержанию спроса на химию, которая используется в индустрии.

«Серьезно пострадали международные нефтесервисные компании, в которых прошли значительные сокращения персонала. Существенно изменилась структура поставщиков нефтехимии. Ключевым стал поиск недорогих, но эффективных решений. В России очень высок спрос на локальную производимую химию. Высок уровень неплатежей и просрочки»,— говорят в компании, отмечая в то же время, что мировые объемы добычи остаются стабильными, в том числе в России, и это способствует поддержанию спроса на химию, которая используется в индустрии.

«Серьезно пострадали международные нефтесервисные компании, в которых прошли значительные сокращения персонала. Существенно изменилась структура поставщиков нефтехимии. Ключевым стал поиск недорогих, но эффективных решений. В России очень высок спрос на локальную производимую химию. Высок уровень неплатежей и

ХИМИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

«Нам важен каждый!»

Сложная ситуация в нефтегазовом секторе и девальвация рубля оказали существенное влияние на смежные отрасли экономики, включая химическую отрасль. Но в BASF, крупнейшей мировой химической компании, видят признаки восстановления и намерены продолжать локализацию своих производств в России. О том, каково работать на внутреннем рынке, на какие сегменты производитель делает ставку и чего ждать от рынка в 2017 году, «Ъ» рассказал глава BASF в России и СНГ **Кристофф Рёриг**.

— мнение —

— Как бы вы оценили итоги 2016 года для компаний?

— Для нас 2015 и 2016 годы были не самыми легкими в России. Во-первых, внешняя обстановка в целом оказала негативное влияние на стратегически важные для нас рынки, например, автомобильный и нефтегазовый. Кроме того, мы отчитываемся в евро и, соответственно, на нас повлияли динамика курса рубля, а также динамика курсов валют СНГ. Но есть и позитивные вещи. Среди наших достижений самым важным стало то, что мы смогли увеличить объемы продаж практически во всем нашем портфеле. Это говорит о том, что на продукты BASF по-прежнему есть спрос, они нужны рынку. В целом, учитывая рыночную конъюнктуру, мы довольны результатами, которые смогли достичь в 2016 году. Одной из приоритетных задач было дальнейшее развитие локального производства в России: наши достижениями в этой сфере стали запуск новой линии по производству строительной химии в Санкт-Петербурге, а также начало производства присадок для дизельного топлива в городе Обнинске Калужской области. Эти проекты дадут нам возможность продолжать предоставлять индивидуальные решения для наших клиентов и повысить надежность поставок.

— Можно ли сейчас уже говорить о тенденциях 2017 года? Чего можно ожидать от рынка: будет ли восстановление долгосрочным или это временная динамика?

— Уже в конце 2016 года мы увидели некоторые признаки восстановления в определенных сегментах, и в нынешнем году мы ожидаем продолжения этого тренда. Однако, в целом сейчас все еще сложно говорить о том, в каком положении мы окажемся в конце года. Ни для кого не секрет, что на российском рынке многое зависит от ситуации в нефтегазовом секторе. Если цена на нефть останется на уровне порядка \$50 за баррель, то во многих сегментах рынка нам удастся показать рост.

Но, конечно, отдельным секторам — например, автомобильной промышленности и строительству — потребуется больше времени, чтобы достичь прежнего уровня.

Стабилизация цен на нефть и газоказала непосредственное влияние на рубль, и, если в прошлом году конвертация в евро имела для нас негативный эффект, то в 2017 году курс рубля пока играет в нашу пользу. В целом, я ожидаю, что в конце года мы увидим позитивные для нас тенденции в рамках всего нашего портфеля. Наша цель — вырасти на 8-10% в этом году. Что же касается более долгосрочных планов — то, по нашему прогнозу, в ближайшие пять лет среднегодовой рост рынка, реалитического для BASF, составит около 4%. Мы же намерены расти быстрее.

— Что компания запланировала на 2017 год? Какие задачи вы перед собой ставите?

— В прошлом году из-за многочисленных перемен, произошедших на рынке в последние два-три года, нам пришлось пересматривать стратегию в России, наши среднесрочные планы и задачи. Основных выводов из пределенного нами упражнения два: мы будем продолжать инвестировать в локализацию и сосредоточим усилия на развитии в перспективных российских регионах. У нас есть продуктивные сегменты, где необходимо быть ближе к локальным клиентам. Хорошие примеры — строительная химия (добавки в бетон, сухие строительные смеси, напольные покрытия), средства защиты растений (гербициды, фунгициды, инсектициды) и автомобильные лакокрасочные покрытия. BASF ужеложил значительные средства в локальные производства в этих областях в России, и мы продолжим движение по этому пути. Разумеется, решение о возможной локализации производства всегда основывается на тщательной оценке возможностей и рисков, связанных с такими инвестициями — другими словами, на подробном и взвешенном бизнес-плане. Когда мы пересматривали нашу стратегию, мы определили ряд проектов, над которыми стоит работать. Сейчас мы рассматриваем их один за другим и будем реализовывать с нашими партнерами в России и при поддержке коллег из Германии. Здесь стоит отметить, что локализация означает не только собственное производство, но и совместные предприя-



Кристиан Королевская

тия, толлинг или другие соглашения о поставках. Говоря о том, что мы собираемся сделать в этом году, упомяну проекты нашего подразделения строительной химии. Мы планируем запустить третью линию на нашем заводе по производству добавок в бетон в Санкт-Петербурге; открыть новый офис в Новосибирске. В планах также запуск нового производства на юге России, что позволит нам усилить присутствие в этом регионе.

Кроме того, мы расширяем ассортимент локально производимой продукции: например, запустили производство гидроизоляционных материалов и плиточных клеев.

Второй стратегический приоритет — усиление фокуса на регионы. Мы задали себе вопрос: позволяет ли наша текущая структура полностью использовать все возможности российского рынка, особенно в регионах? И мы поняли, что Сибирь, Дальний Восток и юг России — это регионы, где мы можем добиться большего. Поэтому мы заинтересованы в партнерствах и укреплении нашего присутствия там. Мы хотим, чтобы в итоге на нашей карте страны не осталось «белых пятен».

— Рассматриваете ли вы вариант закрытия или наращивания мощностей по тому или иному направлению?

— Если смотреть на компанию в целом, то у нас есть четкая стратегия. В соответствии с нашей стратегией ключевые сегменты — химикаты, специальные продукты, функциональные материалы и решения, сельское хозяйство, а также нефть и газ. Наша основная цель — развитие этих сегментов на всех релевантных рынках, в том числе в России; мы хотим стать ключевым игроком и получить значительную долю рынка в каждом сегменте. Сегодня, если мы говорим об отраслях, которые играют для нас наиболее важную роль именно в России, то это сельское хозяйство, кормовые и пищевые добавки, сырье для косметики и бытовой химии, базовые химикаты, автомобильная промышленность и строительство. Мы постоянно следим за тем, насколько полно наш портфель, мы считаем их стратегическими партнерами, и в то же время в некоторых областях мы конкурируем. Мы ведем с ними стратегический диалог, чтобы выявить области, в которых мы можем работать совместно. Кроме того, помимо крупных игроков мы должны не забывать о небольших компаниях; некоторые из них очень успешны, и нам тоже надо принимать это во внимание. В целом мы смотрим на конкуренцию позитивно, поскольку она заставляет нас находить способы улучшить наши продукты и услуги и работать более эффективно.

— Вы обсуждали с «Газпромом» перспективы совместной работы в химии. О чём может идти речь и на какой стадии находятся сейчас эти переговоры?

— Несколько лет назад была создана совместная с «Газпромом» рабочая группа в области химии. На этой площадке мы обсуждаем возможные проекты и идеи, а также планы их реализации. В конце прошлого года BASF и «Газпром» провели конференцию в Санкт-Петербурге, где нам удалось собрать ключевых руководителей обеих компаний, и по итогам этого мероприятия у нас появился длинный список перспективных направлений для работы. Следующий этап обсуждений будет проходить на небольших встречах в этом году, потенциальные проекты будут изучены в более узком кругу. Локализация здесь, конечно же, играет основную роль.

— Каким образом складываются отношения компаний с российскими властями? Поддерживают ли они вас и чем могут помочь?

— Как большая компания, BASF не видит препятствий для работы на российском рынке. Что бы мы ни хотели сделать, мы не ощущаем, что нам мешают какие-то искусственные барьера, запреты, указания, или кто-то пытается нам помешать реализо-

вать наши планы. Мы поддерживаем постоянный диалог с высокопоставленными официальными лицами. У нас есть возможность высказывать свою позицию на любом, в том числе и на самом высоком уровне. Примером может быть недавняя встреча главы BASF SE Курта Бока с президентом России Владимиром Путиным.

Говоря о конкретных проектах, особенно региональных, я отмечаю, что мы поддерживаем тесную связь с местными администрациями и благодаря этому тоже можем решать наши вопросы. В будущем для нас очень важно следить за развитием ситуации с импортозамещением. Здесь важно понимать, что что мы полностью разделяем курс российских властей на развитие национальной промышленности. Тем не менее, когда речь заходит о локализации мощностей иностранных компаний, нужно помнить о том, что инвестиции в локальное производство должны быть экономически обоснованы — это не всегда возможно, к сожалению. Мы прилагаем значительные усилия в области локализации в России. Но бывают ситуации, когда с точки зрения экономики проекта, а иногда и с технологической точки зрения локализовать производство невозможно. В таких случаях, я считаю, что ограничения для импортируемой продукции не совсем разумны. Это контрапродуктивно для развития экономики страны — основной цели импортозамещения: замедляются инновации, подрывает конкурентацию, и в итоге потребители не всегда получают гарантировано хорошее предложение сточки зрения цены и качества.

— Приходится ли вам конкурировать на российском рынке с какими-то иностранными или внутренними производителями?

— Конечно, как и в любой другой стране мира, мы сталкиваемся с локальной конкуренцией, но в то же время некоторые из наших конкурентов являются и нашими основными клиентами. Так происходит с крупными компаниями, например с СИБУРом и в некоторой степени с «Газпромом». Для нас они очень важны, мы считаем их стратегическими партнерами, и в то же время в некоторых областях мы конкурируем. Мы ведем с ними стратегический диалог, чтобы выявить области, в которых мы можем работать совместно. Кроме того, помимо крупных игроков мы должны не забывать о небольших компаниях; некоторые из них очень успешны, и нам тоже надо принимать это во внимание. В целом мы смотрим на конкуренцию позитивно, поскольку она заставляет нас находить способы улучшить наши продукты и услуги и работать более эффективно.

— Вы обсуждали с «Газпромом» перспективы совместной работы в химии. О чём может идти речь и на какой стадии находятся сейчас эти переговоры?

— Несколько лет назад была создана совместная с «Газпромом» рабочая группа в области химии. На этой площадке мы обсуждаем возможные проекты и идеи, а также планы их реализации. В конце прошлого года BASF и «Газпром» провели конференцию в Санкт-Петербурге, где нам удалось собрать ключевых руководителей обеих компаний, и по итогам этого мероприятия у нас появился длинный список перспективных направлений для работы. Следующий этап обсуждений будет проходить на небольших встречах в этом году, потенциальные проекты будут изучены в более узком кругу. Локализация здесь, конечно же, играет основную роль.

— Каким образом складываются отношения компаний с российскими властями? Поддерживают ли они вас и чем могут помочь?

— Как большая компания, BASF не видит препятствий для работы на российском рынке. Что бы мы ни хотели сделать, мы не ощущаем, что нам мешают какие-то искусственные барьера, запреты, указания, или кто-то пытается нам помешать реализо-

вать наши планы. Мы поддерживаем постоянный диалог с высокопоставленными официальными лицами. У нас есть возможность высказывать свою позицию на любом, в том числе и на самом высоком уровне. Примером может быть недавняя встреча главы BASF SE Курта Бока с президентом России Владимиром Путиным.

— Российский рынок зачастую отличается от глобального, имея локальные особенности. Можно ли разделить тенденции на мировые и российские?

— В России BASF не только пытается внедрить западные технологии для наших партнеров, но и ведет диалог, чтобы научиться эффективно работать на российском рынке. Мы следим за обсуждением глобальных тенденций и ожидаем их появления в России. Давайте возьмем как пример «индустрию 4.0» и диджитализацию. Многие компании на Западе сейчас начинают исследовать этот тренд и пытаются понять, что она означает для них будущего, как извлечь из этого выгоду, как должны быть устроены процессы, как должны выглядеть в будущем рабочие места... Мы также размышляем о том, какой должна быть наша структура и как должны быть адаптированы наши рабочие процессы. В BASF мы сейчас обсуждаем некоторые пилотные проекты, и я ожидаю, что, как только мы увидим первые результаты, это направление начнет развиваться довольно быстро.

— В России эта тенденция пока еще не так широко обсуждается, но я думаю, что она придет в Россию быстрее, чем некоторые могут этого ожидать. В этом году на Санкт-Петербургском международном экономическом форуме это уже было темой многих дискуссий, в том числе во время пленарного заседания. Таким образом, я не вижу большой разницы между российскими и глобальными трендами.

— Еще один для меня лично важный фактор — это привлечение талантов. Бизнес — это люди, которые взаимодействуют друг с другом; и вам нужно получить лучших, чтобы сформировать лучшую команду. Насколько я вижу, «война за таланты» уже началась. Будущий успех компаний во многом будет зависеть от способности привлекать таланты. Однако недостаточно просто набрать их: талантливым людям также должна быть предоставлена возможность развиваться и видеть среднесрочную и долгосрочную перспективы. Поэтому в BASF мы внедрили целый ряд инструментов, направленных на удовлетворение этих потребностей сотрудников: мы направляем их за рубеж, где они приобретают опыт в различных культурных и рабочих условиях, который позже они могут использовать в своей родной стране.

— Мы также предоставляем сотрудникам возможность принимать на себя ответственность за более широкий спектр задач, чтобы они учились мыслить шире и видеть «большую картину». На данном этапе я могу сказать, что это работает не плохо и демонстрирует хороший мотивационный эффект.

— Вы работаете в России, но все-таки вы иностранная компания, какой % вас процент российских сотрудников и какой процент — иностранных? Насколько вам проще или труднее работать с теми и другими?

— Давайте начнем с фактов. В России в компании работают около 700 человек, большинство из которых местные: не более 20 сотрудников являются так называемыми экспатами. Иметь в команде коллег из других стран очень хорошо, поскольку они способствуют процессу передачи знаний и опыта, помогают ускорить реализацию принятых решений. Культурный обмен позволяет людям узнать, как одна и та же работа выполняется в других местах. В конце концов, речь идет не о национальностях, а о том, насколько мы можем создавать и поддерживать корпоративную культуру, в которой все сотрудники чувствуют себя частью семьи BASF и которая позволяет каждому вносить свой вклад с помощью своих способностей и компетенций. Нам важен каждый!

— Помимо этого мы также рассматриваем партнерские отношения с российскими властями. Кстати, мы определили ряд проектов, над которыми стоит работать. Сейчас мы рассматриваем их один за другим и будем реализовывать с нашими партнерами в России и при поддержке коллег из Германии. Здесь стоит отметить, что локализация означает не только собственное производство, но и совместные предприятия

Технология чистоты

— качество жизни —

В последние годы сегменты бытовой и профессиональной химии развивались разнонаправленно. Если в сфере товаров для домашнего использования покупатель стремился сэкономить, выбирая универсальное чистящее средство, то в области профессиональных средств у потребителя вырос интерес к дорогим инновационным продуктам. Тем не менее в этих сегментах прослеживается и общий тренд — переход от импорта к внутреннему производству, что обострило конкуренцию на рынке и заставило производителей искать новые пути развития.

Мы еще с детства знаем, что чистота — залог здоровья. Будь то уборка дома или в офисе, мойка посуды или машины — не обойтись без соответствующих химических продуктов. В своей основе они делятся на два крупных сегмента — бытовые, которыми мы каждый день пользуемся дома, и профессиональные, которыми пользуются для клининга в различных сферах (Ногеса, уход за автомобилями, мытье оборудования на пищевых производствах и т.д.). С учетом собственной специфики каждое из данных направлений развивается в последние годы по-разному, отмечают в крупнейшем производителе химической продукции в мире BASF. Компания имеет большой опыт, создавая сырье фактически для всех видов моющих средств во всех сегментах. «Поскольку в нашем портфолио есть все виды сырья (за исключением отдушек, красителей и силиконов) для того, чтобы создать абсолютно любое моющее средство, а также учиться тот факт, что мы работаем со всеми известными производителями моющих средств в нашем регионе, то с уверенностью можем сказать, что, беря в руки любой продукт от спилки в магазине, мы точно знаем, что в нем содержится наша продукция», — говорит менеджер подразделения по продаже сырья для бытовой и промышленной химии BASF Юлия Франчук.

● BASF выпускает широкий выбор пакетных ПАВ, неионогенных, катионных и амфобетонных ПАВ. Продукты компании позволяют существенно усилить моющую способность: водорастворимые полимеры, хелатирующие агенты. Также в портфеле есть спецпродукты, которые придают моющим средствам особые свойства: биоциды (дезинфицирующий эффект), отбеливатели (в том числе фотокаталитические); УФ-фильтры, ингибиторы коррозии металлов и другие.

Чистота в каждый дом

В BASF поясняют, что в сфере бытовой химии, где основную долю занимает рынок стиральных порошков, в последние пять лет не были отмечены серьезные изменения. По данным Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены (АППИК БХ), в денежном выражении объем рынка товаров бытовой химии в 2016 году составлял 160–200 млрд руб. Общий объем рынка бытовой химии в РФ в 2016 году был равен 1,5 млн тонн, что на 1,4% ниже показателя 2015 года. При этом производство в РФ выросло на 0,26%, экспорт — на 27,4%», — сообщил директор АППИК БХ Петр Бобровский.

По данным Росстата, в 2016 году наблюдался рост цен на товары бытовой химии на 15%. «Такая динамика связана с тем, что даже локальные производители продуктов отрасли бытовой химии импортируют сырье, а с ростом валюты росли и цены на продукты. Сегодня ситуация более или менее стабилизировалась, но глобальные дефициты некоторых видов сырья в мире периодически влияют на ценовую политику определенных производителей (не только продуктов BASF)», — отмечает Юлия Франчук.

Рост цен не мог не отразиться на спросе. За последние два года динамика увеличения продаж средств по уходу за домом замедлилась в пять раз. По данным группы Nielsen, к маю текущего года этот показатель составил лишь 2,1% (в 2016-м — 11,5%). К тому же россияне переключаются на экономное потребление. Как отмечает директор по работе с глобальными компаниями «Nielsen Россия» Марина Лапенкова, покупатели чаще выбирают универсальные порошки, а также жидкие порошки, которые более экономично расходуются при пересчете на одну стирку. По словам Петра Бобровского, российские производители воспользовались кризисной ситуацией и вывели на рынок новые продукты. «Из-за большого роста цен на иностранные бренды, например по автоматическому мытью посуды, наши хэзайки были вынуждены искать альтернативу. Уже сегодня на полке в магазине вы можете найти разнообразие предложений для вашей посудомоечной машины. И многие из них предлагаются отечественными производителями», — подтверждает Юлия Франчук.

ХИМИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Создавая химию

Россия, обладая огромным потенциалом развития и многими видами сырья, нуждается в партнерах, с которыми можно было бы совместно осваивать эти ресурсы. Одним из наиболее важных для страны зарубежных инвесторов уже много лет является немецкий концерн BASF. Компания, открывшая торговое представительство в Москве еще в XIX веке, сейчас тесно сотрудничает с РФ в ключевых секторах экономики, таких как нефтегазовая и химическая отрасли.

— история —

Начало пути

В современном мире, где пластик, стекло и бетон стали самыми распространеными материалами, все более существенную роль играет нефтехимия. В промышленно развитых странах доля нефтехимической отрасли в ВВП достигает 10%, но в России этот показатель пока едва превышает 1%. Внутренний спрос на нефтехимическую продукцию остается низким, поставки базового сырья идут в основном на экспорт, а продукты высокого передела внутри страны почти не производятся.

И с учетом перспектив развития иностранных компаний видят в российском рынке большой потенциал. Одна из них — нынешний лидер мировой химической отрасли немецкий концерн BASF. Компания существует больше 150 лет: в апреле 1865 года промышленник Фридрих Энгельхорн основал вместе с компаниями в южногерманском городе Людвигсхафене Баденскую фабрику анилина и соды (Badische Anilin- & Soda-Fabrik, BASF), которая производила красители. Компания стремительно набирала вес в отрасли и к XX веку вошла в число ведущих производителей химикатов в Германии. Сейчас продуктный портфель BASF состоит из пяти сегментов: химикаты, специальные продукты, функциональные материалы и решения, решения для сельского хозяйства, а также нефть и газ.

• «We create chemistry» («Мы создаем химию») — под таким девизом концерн BASF работает сегодня. В компании по всему миру работают около 114 тыс. сотрудников. В 2016 году объем продаж концерна составил около €58 млрд. Акции BASF торгиуются на фондовом бирже Франкфурта, Лондона и Цюриха.

В BASF считают, что в условиях, когда численность населения Земли и его потребности стремительно растут, а природные ресурсы истощаются, химическая отрасль приобретает все большее значение. «Именно химия способна предоставить продукты, технологии и решения, при помощи которых мы будем использовать меньше ресурсов, но при этом производить больше качественных продуктов для обеспечения более комфортной жизни», — говорят в компании.

Поход на Москву

Россия стала одним из стратегических рынков для BASF меньше чем через десять лет после создания компании. 8 октября 1874 года BASF открыла офис продаж в Москве, а спустя три года запустила свое первое в мире зарубежное промышленное производство в подмосковном поселке Бутыри. К 1890 году при сумме продаж



История лидера химической отрасли BASF насчитывает более 150 лет

в 2 млн немецких марок доля российского рынка в общем объеме продаж BASF составляла около 10%.

Потом на много лет российско-немецкое сотрудничество прервали Октябрьская революция, Первая и Вторая мировые войны. И сама компания очень пострадала во Второй мировой войне. Полувина заводов и фабрик BASF в Людвигсхафене и Оппау были уничтожены или сильно повреждены бомбардировками. После войны часть активов компании продали по цене ниже доллара, часть просто ликвидировали. Производство пришлось буквально возрождать из пепла: оборудование устарело, цеха были разрушены, компания лишилась основного сырья, потеряв восточноевропейских поставщиков.

Но послевоенное время дало резкий толчок развитию BASF. У Западной Германии не было денег для импорта химикатов — стране необходимо было создать собственное их производство. И уже через несколько лет после окончания войны BASF продавала продукты на основе аммония и азота в том же объеме, что и в военное время. Несмотря на очевидные сложности, а также высокую конкуренцию в химической отрасли, компания сумела в течение десяти лет увеличить капитал с 81 млн до 200 млн немецких марок, а персонал — с 800 человек до 45 тыс.

Второе дыхание

К этому времени начали снова налаживаться и контакты с нашей страной, тогда — Советским Союзом. «Эпоха воскрепления» BASF связана с производством пластмасс. В 1960-х в лабораториях BASF создавались новейшие материалы: стиропор,

нейлон, полиэтилен, полистирол, которые оказались востребованы и на советском рынке. К тому времени, когда распался СССР, объем торговых операций с BASF составлял около 1 млрд немецких марок. Компания вместе с российской экономикой проходила все этапы ее становления. В 1990-х на фоне либерализации BASF получила возможность весить бизнес не только с государственными структурами, но и напрямую с российскими компаниями.

Но первые крупные договоренности немецкого концерна с Россией были достигнуты в нефтегазовой сфере: в сентябре 1990 года Wintershall AG (дочерняя компания BASF) заключила с компанией «Зарубежгаз/Газпром» соглашение о взаимодействии в области торговли природным газом. Оно стало основой для последующих масштабных договоренностей компаний о совместной разработке ряда газовых месторождений и об обмене акциями. Wintershall и «Газпром» создали СП «Ачимгаз» для работ по добыче природного газа на Уренгойском месторождении в Западной Сибири, а в 2005 году заключили соглашение о совместной

разработке Южно-Русского месторождения в Западной Сибири. Оно было запущено в эксплуатацию в декабре 2007 года. Помимо этого германская компания является партнером «Газпрома» по проекту газопровода Nord Stream из России в Германию и проекта его расширения Nord Stream-2 совокупной мощностью 55 млрд куб. м в год.

Взгляд в будущее

Нефтехимическое направление является для BASF в России не менее весомым. Наша страна занимает одно из важных мест в планах развития немецкого концерна. Недавно компания разработала среднесрочную стратегию развития на российском рынке, одним из ключевых драйверов которой является локализация. В ближайшие пять лет концерн планирует реализовать семь проектов локализации, четыре из которых будут связаны с нефтехимией. Об этом в конце мая в интервью «Интерфаксу» сообщил коммерческий директор российского подразделения BASF Михаил Городецкий. Он уточнил, что это будут либо совместные предприятия, либо толлинг. У компании есть планы частичной локализации производства абсорбентов, катализаторов, а также дальнейшего расширения производства присадок. «Есть еще один проект по производству дисперсий, и он уже на достаточно серьезной стадии развития», — отметил топ-менеджер. По его словам, суммарная стоимость проектов, которые находятся на рассмотрении, достигает €300 млн. Но окончательное решение еще не принято, и пока трудно сказать, какие из них будут реализованы, пояснил господин Городецкий.

Компания BASF в России и СНГ устойчиво росла на протяжении последних лет. Даже в последние два непростых года она смогла сохранить позиции на рынке, а в отдельных сегментах показать рост, отмечают в BASF. Очевидно, что РФ надолго останется для компании стратегическим партнером, а для многих иностранных сотрудников BASF Россия уже стала вторым домом.

Ирина Салова



МАРИЯ ПАШКОВА, HR-ДИРЕКТОР ООО БАСФ

Пришла в компанию в июле 2006 года, в отдел специальных химикатов.

«Отдел специальных химикатов в то время был не таким большим, как сейчас. Мы все сидели в одной комнате. Но осталась та же сплоченная команда: многие сотрудники, которые работали в компании тогда, работают и сегодня. Нас до сих пор связывают дружеские и партнерские отношения. Что поменя-

лось? Я помню, что раньше для того, чтобы обменяться опытом и лучшими практиками, достаточно было просто встать посреди комнаты и сказать: «Коллеги, а у кого такое было?» Сейчас это уже несколько десятков человек, которые находятся не только в России, но и в странах СНГ, и для того чтобы обмениваться опытом, мы запустили онлайн-платформы и специальные инициативы, например Let's share the toys».

МИХАИЛ БЕРДАШЕВ, ДИРЕКТОР ФИЛИАЛА ООО БАСФ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В компании с 1992 года, сначала занимался административной работой: растаможка, декларирование, вопросы временного ввоза на территорию РФ. В 2001–2002 годах работал в московском офисе в отделе пластмасс, затем вернулся в Санкт-Петербург развивать направление инженерных пластиков для автопрома, телекоммуникаций и упаковочной индустрии, сейчас в дополнение к своей основной работе курирует экспортные полиграфии и пред-

приоды отеля химиков и мономеров. С сентября 2007 года — директор филиала в Санкт-Петербурге. В Северо-Западном регионе в компании BASF сейчас работают около 70 человек, в 2007 году число сотрудников было всего 7 человек.

«Сначала тяжело было понять, что такое немецкая компания и как взаимодействовать с немецкими коллегами. Они держали себя довольно обособленно, да и российские сотрудники общались с русскими, немцы — с немцами. Немцы были руководителями, а русские, как правило, подчиненные. С тех пор многое изменилось: россиян стало намного больше на руководящих позициях, взгляды немецких коллег на российский рынок поменялись, стало больше доверия.

Немцы, на мой взгляд, умеют дружить иногда даже лучше, чем русские. Моих настоящих, закадычных друзей сейчас, наверное, даже больше в Германии, чем в России, и они так или иначе связаны с BASF. Это люди, которые рады тебя видеть. С немцами сначала тяжело установить доверительный контакт: нужно попасть в их мир — он очень закрытый, но если ты проходишь тест и попадаешь в этот мир, то видишь, что немцы ничем не отличаются от русских, они такие же эмоциональные, как и мы, хорошо понимают юмор, испытывают те же проблемы, что и мы.

Сложность, которая тогда свалилась на наши плечи, — это объяснить клиентам, что такое BASF.

Надо было вдохновиться, себя настроить так, что ты от лица крупнейшего в мире химического концерна должен был говорить с клиентами, убеждая их,

что немецкое качество, немецкая компания чего-то

стоят по сравнению с другими иностранными

компаниями. Отстаивать BASF — это была как раз наша задача. И мы с ней справились: нас стали воспринимать по-настоящему».

Систематизация во всем — это самая главная отличительная особенность BASF, это отличает нас не только от других иностранных компаний, но, может, быть даже и от других немецких.

Этому нужно помочь как в карьере, так и для понимания жизни в целом. Компания BASF не стала бы такой успешной, если бы выбирала лучшие практики,

идеальную систему управления, кадровую политику,

даже сами взаимоотношения внутри компании».

Красота не терпит кризиса

— персональный уход —

Российский рынок косметики и парфюмерии вновь пошел на снижение после кратковременной прошлогодней стабилизации. На этом фоне не заметны выросли продажи косметических средств по уходу за лицом.

По оценкам исследовательской компании GfK, российский рынок парфюмерии и косметики переживает очередной спад за последние два года. Если в прошлом году аналитики наблюдали рост рынка в разных его сегментах, то с марта 2016 года по апрель 2017 года спрос на парфюмерию в денежном выражении снизился на 14%, а на косметические средства — на 9%. В 2016 году спрос на парфюмерные товары постепенно повышался и достиг показателей 2013 года. В конце 2016 года российский рынок товаров по всевидящему спросу с учетом сегмента парфюмерии вырос на 5,6% в денежном выражении. «В 2016 году потребитель перераспределял бюджеты с продуктов питания на средства персонального ухода (PersonalCare). Получается, что потребитель сбалансировал покупку более дорогих марок (в том числе из-за скидок). В начале 2017 года мы видим изменение тренда», — говорит Елена Самодурова, руководитель отдела исследований потребительской панели GfK.

Несмотря на очевидный рост позитивных потребительских настроений, население продолжает экономить на товарах повседневного спроса. Потребление по результатам 2016 года снизилось на 1,3% в натуральном выражении, а на уровне показателей потребительской корзины, стоимостью которой составляет 12,2 тыс. руб. в месяц с учетом парфюмерий и 11,1 тыс. руб. без учета таковых, наблюдается экономия на продовольственных категориях и перераспределение бюджетов домохозяйств в пользу товаровличной гигиены, говорят эксперты. Наиболее рост показал покупки продуктов по уходу за лицом: 28% они прибавили в стоимости и 9% — в количестве. «Красота не терпит кризиса. Очевидно, что потребитель инвестирует в свой внешний вид. К тому же оказывается „подарочный“ эффект: покупка этой категории в подарок может рассматриваться потребителем как более практичная и экономная альтернатива другим подаркам. Таким образом, по итогам 2016 года „выигрыш“ сектора товаровличной гигиены от перераспределения семейных бюджетов составил 17,3 млрд руб.», — резюмирует Елена Самодурова.

Собственные марки

Кризис стал катализатором для стремительного развития отечественного производства косметики. Производители довольно скоро заполнили пустующие ниши конкурентоспособными по ценовым характеристикам продуктами. Как говорят в Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены, производители товаров парфюмерного сектора не собираются уходить с рынка, более того, сейчас наблюдалась стремительный рост собственных торговых марок в разных сегментах. Эксперты уверяют, что российский косметический рынок следует за европейским с отставанием в развитии в нескольких лет. «Сейчас на нашем рынке четко прослеживаются развитие СТМ (собственных торговых марок). — «Ъ») и переориентация на качественный доступный продукт, как это было в Европе пять лет назад. Российский рынок постепенно приближается к западноевропейской модели, в которой доля товаров собственных торговых марок составляет от 20% до 60% в ассортименте в зависимости от его сегмента», — отмечает Екатерина Русинова, менеджер по маркетингу подразделения косметического сектора концерна BASF.

В регионах потребители все так же ищут на полках недорогой продукт. В Европе основными тенденциями являются устойчивое развитие и экологическая безопасность окружающей среды. Поэтому производители косметики в Западной Европе сейчас разрабатывают свою продукцию с учетом именно этих факторов. «В Европе очень высокий спрос на натуральную и органическую косметику — потребители готовы платить выше за это. В России эта тенденция тоже есть, однако масштабы далеки от европейских», — добавляет госпожа Русинова.

С немецкой точностью

С началом экономического кризиса началась переориентация в сегменте парфюмерии и косметики. Из-за быстрой и резкой девальвации рубля покупательская способность конечного потребителя стремительно сократилась, заставив локальных производителей косметики пересмотреть рецептуры своих продуктов в сторону их удешевления. При этом возможности удешевления рецептур ограничены. «Основным фактором, влияющим на изменение цены на сырье в нашей области, является стоимость исходного сырья. 80% ингредиентов BASF для косметической промышленности производится из натуральных пальмового, пальмоядрового и кокосового масел. Поэтому цены на готовое сырье прежде всего регулируются стоимостью этих масел», — говорит Екатерина Русинова. «Концерн BASF — одна из немногих компаний, которая имеет в своем портфеле практически полный спектр ингредиентов для производства кремов, лосьонов, тоников для лица и тела, солнцезащитной косметики, шампуней, гелей для душа и пен для ванн, стайлинговых продуктов, твердого и жидкого мыла и декоративной косметики. Безусловно, у BASF есть конкуренты, в том числе локальные в разных сегментах. И для того чтобы повысить конкурентоспособность на внутреннем рынке, химический концерн локализировал производство ПАВ, предлагая рынку конкурентный продукт по рыночной цене. В отличие от локальных производителей ПАВ, BASF сам является производителем исходных материалов для их дальнейшей переработки, в то время как локальные конкуренты должны покупать исходное сырье».

Анна Терёева

СВЕТЛАНА ПЕРОВА, ОТДЕЛ ОБЩЕЙ ХИМИИ

В компании с 1997 года, начинала как ассистент главы представительства и директора по продажам, потом работала в отделе пластмасс, отделе общей химии.

«BASF отличалась от других иностранных компаний, хотя на тот момент у меня уже был опыт работы в зарубежной компании. Когда я пришла на собеседование в BASF, я сразу влюбилась в это место. Меня собеседовал глава представительства, директор по продажам и руководитель отдела кадров. Офис был в Гнездниковском переулке, и когда я вышла на Тверскую после собеседования, я поняла, что просто мечтала работать в этой компании. У меня также было первый раз в жизни, когда они мне перезвонили. Работа идет просто отлично, я очень рада, когда они мне перезвонят. В работе все сразу было на высоком уровне, были фокусы на человеке, высокий профессионализм, все было прозрачно, честно. Руководители отдела средств защиты растений, витаминов были иностранцы. В офисе на было меньше 100 человек — все было по-семейному, все друг друга знали. Со временем компания стала разрастаться, и нужно было искать новые методы управления — с тех пор произошло многое изменений. Раньше многие вопросы с клиентами решались на человеческих отношениях, не нужно было большого количества документов. Сейчас все стало формализовано. Спектр продукции