

«Увидели растущий»

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПРЕФОРМ И КРЫШЕК ДЛЯ ПЭТ-ТАРЫ ООО «РОСТОВСКИЙ ЗАВОД “ЕВРОПЛАСТ”» ВЛОЖИТ 30 МЛН РУБ.

В УВЕЛИЧЕНИЕ МОЩНОСТЕЙ. ПРИЧИНА — РАСТУЩИЙ СПРОС, ОБЪЯСНЯЕТ СЕРГЕЙ ЕРМОЛЕНКО, ГЕНДИРЕКТОР КОМПАНИИ, ПОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПРОДУКЦИЮ «ЮГУ РУСИ» И «АКВА-ДОНУ»

ООО «Ростовский завод “Европласт”», занимающее, по собственным оценкам, 20% южнороссийского рынка преформы ПЭТ-тары, в декабре завершит создание собственной электрогенерации стоимостью 150 млн руб. В планах на 2018 год, по словам гендиректора компании Сергея Ермоленко, увеличение выпуска крышек на треть.

N: — На городском совете по инвестициям вы упомянули о намерении провести на предприятии модернизацию и увеличить мощности завода. Что именно и в какие сроки должно быть сделано?

С.Е.: — В следующем году мы планируем приобрести дополнительную линию по производству пластиковых колпачков (крышек) для ПЭТ-тары. Цель — увеличение рынков сбыта и суммарных объемов продаж.

После ввода новой линии планируем увеличить производство колпачков на 30%. Сейчас в данном сегменте рынка пластиковой упаковки наш завод занимает на юге России 14%. На нем работают 3 линии по выпуску этого вида продукции и 7 литьевых машин для производства преформы ПЭТ-тары.

Наша доля на южнороссийском рынке преформы ПЭТ-тары — около 20%. С вводом новой линии мы достигнем этого значения и для колпачка. Стоимость линии — примерно 450 тыс. евро. Срок окупаемости — 3 года. Будем вкладывать собственные средства совместно с заемными. Ведем переговоры с банками о получении инвесткредита, по условиям которого соотношение затрат компании и заемных средств будет 30/70. Мы уже работаем с Абсолют Банком, банком «Зенит», ЮниКредит Банком, обсуждаем с ними возможность финансирования этого проекта. Также среди важных потенциальных партнеров — Сбербанк. Вероятно, будем работать по залоговой схеме, когда кредитор получает в залог приобретаемое оборудование. Рассчитываем получить финансирование к концу года.

В целом мы кредитujemyся не только под проекты, но и на пополнение оборота. У нас большие сырьевые закупки.

N: — Почему вы решили увеличить выпуск колпачков?

С.Е.: — Увидели растущий спрос. В прошлом году он увеличился примерно на 20%, в этом — на 10%. Основная причина в том, что один из лидеров российского рынка, подразделение компании Alcoa, из-за роста курсов валют свернул деятельность.

Еще один фактор — присоединение Крыма, с которым прежде мы не работали. Сейчас продажи там весьма активны.

N: — Завершен ли проект по созданию собственной системы генерации электроэнергии?

С.Е.: — Первая очередь запущена, готовность второй — 95%. Генерация электроэнергии работает с марта прошлого года. Сейчас реализуем вторую стадию, цель которой — получение холода.

Мы приобрели немецкое оборудование для генерации электричества из природного газа. Тепло, выделяемое при сгорании газа, посредством абсорбционной машины переходит в энергию холода: пластмассу нужно разогреть, а потом охладить.

Суммарные затраты на проект — примерно 150 млн руб. Пусконаладочные работы в рамках второй очереди проекта планируем завершить в декабре.

Сейчас мы экономим примерно 2–3 млн руб. в месяц, то есть 24–36 млн руб. в год. Поле реализации всего проекта экономия составит 48–50 млн руб. в год.

N: — Что представляет собой пул клиентов компании?

С.Е.: — Примерно 50–60% наших заказ-

чиков — это производители напитков: минеральной воды и иных безалкогольных напитков. В Ростове работаем с «Аква-Донном» и «Аква-Даром».

Поставляем продукцию компаниям «Меркурий» и «Аквалайн» (бренд «Горная вершина»), «Нарзан» и иным производителям в кластере Кавказских Минеральных Вод, а также производителям «Смирновской» и «Славяновской». Работаем с заказчиками из Чечни, Дагестана, Кабардино-Балкарии, то есть со всеми республиками Северного Кавказа.

Coca-Cola и PepsiCo в числе наших клиентов сейчас нет. Они проводят конкурсы, заключают контракты на 2 года. Мы участвуем в тендерах, но побеждать удается не всегда. При этом опыт работы с Coca-Cola у «Европласта» уже есть. Сходная ситуация и с производителями пива. Например, сейчас мы участвуем в конкурсе Carlsberg.

В Ростовской области и Краснодарском крае сотрудничаем с производителями растительного масла, в частности с «Югом Руси» и «Донмаслопродуктом». Поставляли продукцию и в «Астон», но сейчас не сотрудничаем. Из-за высокой конкуренции в нашем сегменте рынка крупные потребители достаточно серьезно влияют на снижение цены и значительные отсрочки оплаты. Финансовый результат, как следствие, низкомаржинален, хотя, безусловно, подобные заказы дают объем и позволяют снизить себестоимость. Но не всегда мы готовы работать в настолько жестких рамках.

Среди наших клиентов мало пивных компаний — около 10%, не представлены молочники и производители косметических средств. С выпуском упаковки для этих отраслей мы связываем перспективы. Бизнес нужно диверсифицировать.

N: — С какой рентабельностью вы работаете?

С.Е.: — Допустимая норма прибыли — от 5% до 15%.

N: — Как выстроена дистрибуция?

С.Е.: — У нас работает торговый дом при производстве. Кроме того, есть официальное представительство и склад в Железноводске. В Крыму у нас серьезный партнер — дилер, который представляет нашу продукцию. У него есть собственная сеть складов.

N: — Экспортируете ли продукцию?

С.Е.: — Ростовский завод не является активным экспортером. Чтобы продавать в другие страны, нам необходимо наращивать производственные мощности. Имеющиеся загружены на 100%. Все расписано.

Да, экспорт — это валютная выручка, но с учетом волатильности, которая наблюдается в последнее время, непредсказуемости влияния индекса «Форекса» это направление становится похожим на рулетку: сегодня выиграл, а завтра проиграл.

Внешнеэкономической деятельностью занимается ряд компаний из Объединения предприятий «Европласт», расположенных в Москве и Санкт-Петербурге.

N: — Кто поставяет вам сырье?

С.Е.: — Разные компании. Еще 3–4 года назад существовал дефицит отечественного сырья, недостаток восполнялся импортом из других стран, в частности государств Юго-Восточной Азии. Сейчас ситуация изменилась, ослабление рубля сыграло роль. В настоящий момент крупнейшие поставщики — это «По-

«ЕЩЕ ОДИН ФАКТОР РОСТА — ПРИСОЕДИНЕНИЕ КРЫМА, С КОТОРЫМ ПРЕЖДЕ МЫ НЕ РАБОТАЛИ. СЕЙЧАС ПРОДАЖИ ТАМ ВЕСЬМА АКТИВНЫ».



Фото Михаила Мальцева.

лиэф» — подразделение группы «Сибур» в Башкортостане, Калининградский «Алко-Нафта» и входящий в ГК «Европласт» завод «Сенеж» из Подмосквы. У производителя из нашей группы закупает немного: около 10–15%.

N: — Каких производителей аналогичной ПЭТ-тары вы относите к числу главных конкурентов? Каковы конкурентные преимущества «Европласта»?

С.Е.: — С начала 2000-х гг. в России было реализовано довольно много проектов по производству ПЭТ-тары, и с тех пор сохраняется серьезная конкуренция. Среди основных конкурентов «Европласта» — группы компаний «Ретал» и «Аппла»; другие заметные, но менее крупные игроки — «Резелюкс» и «Альфатехформ». В целом у «Европласта», объединяющего ряд заводов, в России более 30% рынка.

Наши конкурентные преимущества — качество продукции и гибкость: выгодные для потребителя финансовые условия, логистическая составляющая. Чем ближе завод, тем эффективнее логистика. Многие производственные площадки наших конкурентов расположены в ЦФО, и доставка на юг России значительно влияет на формирование себестоимости.

Качество обеспечивает хорошая система контроля.

N: — Какие инструменты продвижения использует компания?

С.Е.: — На самом деле рынок у нас сложившийся: все друг друга знают. Острой потребности в продвижении нет. Конечно, мы участвуем в выставках — в основном московских: «Интерпрод», «Продэкспо», World Food, специализированной «Интерпластика». Но это нужно, скорее, для мониторинга рыночной ситуации и налаживания деловых контактов.

N: — Не возникало мысли организовать сбор и переработку вторсырья, как это делает, например, «РостовВторПереработка»?

С.Е.: — Выпуском бутылок из вторсырья занимается один из заводов ОП «Европласт», а именно завод по переработке пластмасс «Пларус». Что касается сбора в Ростове, к сожалению, здесь, да и не только здесь, нет культуры сбора и утилизации вторсырья. Это нужно воспитывать в людях. Процесс небывший. А главное, должны быть жесткий контроль за соблюдением закона и система штрафов за его нарушение. Как, например, в Германии.

К сожалению, подростки не перестанут оставлять на улицах пластиковые бутылки до тех пор, пока их родителям не придется заплатить штраф — хотя бы 1,5 тыс. руб. Вот тогда задумается вся семья.

Пока сбор в Ростове неэффективен. Возле моего дома, на пересечении Пушкинской и Чехова, есть контейнер для пластика. Но в нем лежит что угодно, кроме ПЭТ-бутылок.