

ДЕФИЦИТ СЫРЬЯ СОХРАНИТСЯ

Какие бы усилия ни прикладывали производители полиэтилена, в ближайшие годы догнать переработчиков они уже не смогут

Влас Рязанов
ЗАО «Креон»

29 февраля в Москве в отеле Ritz-Carlton состоялась традиционная международная конференция Creon «Полиэтилен 2012». Золотым спонсором конференции стала компания «Центрополимер», спонсорскую поддержку мероприятию оказали «Европластик» и Группа ПОЛИПЛАСТИК, партнером конференции стала фирма «ХимТрейдингГрупп», мероприятие прошло при поддержке ИАЦ «Кортес».

В приветственном слове к собравшимся генеральный директор «Креон» Санджар Тургунов отметил, что российский рынок полиэтилена находится на грани стагнации и крайне остро нуждается в инновационном развитии, появлении новых продуктов и сфер применения полимера. Поэтому Creon впервые основной акцент конференции делает на перспективных для России технологиях и продуктах и инновационных марках полиэтилена, которые необходимы для их выпуска. До сих пор всех участников отрасли волновала только конъюнктура, однако сейчас становится очевидным, что даже сниже-

ние цен не останавливает естественное при насыщении рынка торможение спроса. Именно поэтому вопрос качественного развития отрасли выходит на первое место. При этом в стране пока не так много компаний, которые могут рассказать о положительном опыте переработки передовых марок полиэтилена, а их производство в России минимально. Тем не менее, хочется надеяться, что в будущем ситуация изменится к лучшему. Г-н Тургунов попросил участников рынка поддержать Creon в этом начинании и охотнее делиться как положительным опытом продаж новых и современных продуктов, так и связан-



ными с этим проблемами, решить которые можно только совместными усилиями, когда будет достигнута «критическая масса» инновационных компаний.

С обзорным докладом об итогах 2011 года на российском рынке полиэтилена выступила ведущий специалист отдела нефтехимии ИАЦ «Кортес» Валерия Самарина. Рынок полиэтилена в России продолжает расти, однако темпы роста спроса замедляются и крайне неравномерны по отдельным секторам. В целом видимое потребление полиэтилена в прошлом году приблизилось к отметке 1,8 млн т, однако около 30% от этого объема составляет импортный гранулят. Прошедший 2011 год продолжил тенденции предыдущих лет: спрос на ПЭНП растет крайне медленно, его производство сокращается, а внешняя торговля определяется географическими, а не технологическими факторами. Этот сегмент рынка так и не вернулся к докризисным объемам спроса. Напротив, рынок ПЭВП показывает хорошую динамику, однако все в большей степени за счет увеличения импортных поставок. При этом среди поставщиков заметно укрепились позиции компаний из стран Юго-Восточной Азии. Рынок линейного полиэтилена охарактеризован экспертом компании как растущий с небольшими темпами роста, однако ранние оценки Creon показали снижение спроса на этот продукт из-за увеличения импорта готовых пленок. Производство ЛПЭНП в России остается нестабильным и в прошлом году сократилось. Начальник отдела стратегического развития НКНХ Дмитрий Кобелев пояснил, что компании сложно поддерживать высокую загрузку единственной установки в режиме выпуска только ЛПЭНП, поскольку спрос на этот продукт НКНХ в России пока не достаточно стабилен, в отличие от ПЭВП, который производится на тех же мощностях. Менеджер затруднился раскрыть планы выпуска линейного полиэтилена на 2012 год. Тем не менее, сейчас в составе комбината начинается строительство нового комплекса мощностью 1 млн т этилена, который предполагает создание новых мощностей по выпуску 380 тыс. т ПЭВП, а существующая установка сосредоточится на производстве линейного полиэтилена.

Глава представительства Vorealis в России Роман Романов рассказал об инновационных решениях компании в сфере производства полиолефинов. Vorealis – европейская компания, подконтрольная холдингу из ОАЭ, где работает крупное полиолефиновое производство. Сейчас мощности компании составляют более 2 млн т полиолефинов ежегодно, к 2014 году, после реализации инвестиционных проектов в ОАЭ, Vorealis сможет производить 4,5 млн т полиэтилена и полипропилена ежегодно. Основной конкурентоспособности фирмы, которая продолжает активно инвестировать и в европейские заводы, является выпуск специальных марок продукции. Компания предлагает специальные марки сшитого полиэтилена для кабельной индустрии, полиолефины трубных марок для горячего и холодного водоснабжения и канализации, по-



лиолефины для выпуска различной тары методом формования, пленочные и волоконные марки и композиты для автопрома. Примерно 30–40% продаж приходится на бимодальные марки. Г-н Романов подробнее остановился на сравнительных преимуществах специальных марок полиэтилена и их реализации в России. По его словам, рубеж продаж в 100 тыс. т был преодолен компанией еще в 2007 году, в страну поставляется в основном

.....

Главной проблемой российских трубников является дефицит сырья, в первую очередь, отечественного

.....

полимер европейского производства для изоляции стальных труб.

Среди вопросов текущей конъюнктуры рынка главным для участников является продолжающийся простой комбината «Ставролен», и именно с планов возобновления его работы начал доклад заместитель начальника Управления координации газозащитной деятельности и продаж продуктов нефтехимии и газопереработки «ЛУКОЙЛа» Кирилл Попов. По его словам, возобновление поставок полиэтилена возможно не ранее апреля-мая, выпуск полипропилена возобновится раньше. Начальник отдела поставок и продаж продуктов нефтехимии и газопереработки «ЛУКОЙЛа» Эдуард Вильховецкий пояснил, что сейчас компания частично компенсирует поставки пленочных марок полиэтилена за счет украинского «Карпатнефтехима», а для производителей полиэтиленовых труб простой «Ставролена» в сезон низкого спроса совсем не является критичным, хотя к апрелю-маю ситуация может осложниться. Кроме того, у большинства потребителей были большие складские запасы, что облегчает их положение сейчас.

Также г-н Попов рассказал о планах по развитию производства полиэтилена в Буденновске после строительства Каспийского ГХК, чья конкурентоспособность за счет

газового сырья была охарактеризована им как крайне высокая. Предполагается существенное расширение марочного ассортимента, основой которого станут ПЭВП и ЛПЭНП. «ЛУКОЙЛ» не рассматривает варианты экспорта и, более того, предполагает развивать переработку полимеров на месте, для чего в Буденновске сейчас создается индустриальный парк. Его резиденты получают местные налоговые льготы и возможность снизить себестоимость за счет общей инфраструктуры парка. Компания ведет активные переговоры с переработчиками о разработке новых марок для их нужд и заключении долгосрочных контрактов на поставку полиэтилена. Новые марки пригодны для выпуска стрейч-пленок, пленок для

.....

Емкость рынка ПЭ труб в России – менее 300 тыс. т, тогда как в Западной Европе – более 1,1 млн т, а в Северной Америке – 1,25 млн т.

.....

сельскохозяйственных нужд, напорных труб, бимодальной пленки и другой продукции.

Генеральный директор Группы ПОЛИПЛАСТИК Мирон Горилловский отметил, что создание переработки полимеров в местах их производства не всегда экономически оправдано, поскольку выпуск полимерной продукции в большей степени ориентирован на потребителя, нежели на сырье. Для трубной индустрии эффективный радиус сбыта завода обычно не превышает 500–700 км в европейской части России, хотя в Европе, где плотность производителей и потребителей трубной продукции выше, составляет всего 250–350 км, а Сибири достигает 1200–1500 км. Тем не менее, г-н Горилловский сообщил, что создание производства в Буденновске соответствует стратегии Группы ПОЛИПЛАСТИК, предусматривающей обязательное расположение, как минимум, одного трубного завода в каждом Федеральном округе и компания уже обсуждает возможное участие в буденновском тех-

нопарке для активизации работы на рынке Северного Кавказа.

Руководитель дивизиона специальных пленок «Биаксплена» Алексей Чубыкин рассказал о состоянии и перспективах российского рынка этой продукции. По его словам, суммарная емкость рынка составляет около 145 тыс. т многослойных полиэтиленовых пленок в год, в отрасли работает всего 20 более-менее крупных компаний. Среди них только четыре имеют мощности, превышающие 1 тыс. т в месяц. За последние шесть лет объемы потребления многослойных пленок в России увеличились примерно в три раза, главным образом, за счет вытеснения других видов упаковки. Фундаментальная проблема отрасли, по словам г-на Чубыкина – неготовность потребителей платить за качество. «Спросом пользуется либо что-то лучшее за те же деньги, либо та же продукция, но дешевле». Как результат, для создания полноценного производства качественной продукции российский рынок слишком мал и тесен, проще импортировать. Этим объясняются проблемы отечественных печатных компаний, которые уступают рынок пленки с печатью конкурентам из Турции и Восточной Европы. Для решения проблем, по словам г-на Чубыкина, нужна отраслевая ассоциация, которая бы реально работала и определяла стандарты отрасли, а не собирала взносы и писала письма чиновникам.

Что же касается обычных для Европы, но диких для России сверхпрозрачных пленок, «дышащих» пленок для овощей и фруктов, биополимерных пленок и прочей инновационной продукции, то по словам докладчика, большого экономического смысла заниматься их выпуском в России пока нет, поскольку рынок крайне невелик. К примеру, даже рынок защитной пленки для пластиковых профилей составляет всего 3 тыс. т в год, а набирающего популярность стрейч-худа – всего 6,5 тыс. т, при том, что весь рынок стрейч-пленки оценивается в 150 тыс. тонн. Работать же на экспорт российским пленочникам очень непросто, поскольку произвести из российского сырья востребованный на мировом рынке продукт невозможно.

О схожих проблемах в докладе рассказали инженер-технолог и главный технолог «Гранит-М» Игорь Дружин и Юрий Кирьянов. Фирма занимается переработкой высокомолекулярного и сверхвысокомолекулярного полиэтилена, который обладает рядом ценных характеристик и способен заменять ряд традиционных материалов.

Генеральный директор Группы ПОЛИПЛАСТИК Мирон Горилловский рассказал о перспективах рынка полиэтиленовых труб России и ряда стран СНГ и сложностях сырьевого обеспечения производств. Сейчас главной проблемой российских трубочников являются не столько цены на гранулят, которые после нового года существенно выросли вслед за ценами на нефть, сколько дефицит сырья, в первую очередь, отечественного. Авария на «Ставролене» еще более усугубила ситуацию. Говорить



о каких-то формулах цен и форвардных контрактах при таком состоянии рынка, по словам г-на Горилловского, явно преждевременно. Спрос на трубы в России восстановился до докризисного уровня и к 2018 году может вырасти до почти 500 тыс. т. При этом темпы роста спроса в соседних странах СНГ, особенно на Украине, предполагаются существенно выше. В 2012–2015 годах Группа ПОЛИПЛАСТИК прогнозирует рост российского трубного рынка в среднем в пределах 10% ежегодно, однако в сравнении с предыдущими годами докризисного роста это крайне скромный показатель. Рынок является все еще неразвитым. Общая емкость рынка полиэтиленовых труб в России составляет менее 300 тыс. т, тогда как в Западной Европе потребляется более 1,1 млн т, а в Северной Америке – 1,25 млн т.

Комментируя значительную долю рынка, которую занимают крупные производители труб в России, г-н Горилловский отметил, что высокая доля крупных производителей характерна для большинства развитых рынков, где 70–80% занимают 2–3 компании, имеющие сеть заводов. Сети создавались основными участниками рынка путем строительства новых заводов и интеграции в холдинги тех независимых производителей, которые имели хороший технический и маркетинговый потенциал,

70% российского рынка ПЭ труб, как и в Европе, приходится на долю всего трех компаний

но в силу различных обстоятельств не смогли увеличить реализацию до того объема, который обеспечивал бы достаточную для развития прибыль. Присоединение к крупным компаниям давало таким заводам необходимую для выживания и развития поддержку. Группа ПОЛИПЛАСТИК уже сделала аналогичные предложения о присоединении отдельным предприятиям отрасли и, возможно, на конференции Creon «Полимерные трубы 2012» расскажет о некоторых результатах.

Возможности российских производителей полиэтилена в удовлетворении спроса трубочников весьма ограничены. Совокупные мощности «Казаньоргсинтеза», «Ставролена» и НКНХ составляют 260 тыс. т, к 2018 году они увеличатся на 120 тыс. т, а с обещанными новыми производствами могут вырасти до 650 тыс. тонн. Однако даже в этом случае из-за роста спроса в других странах СНГ, где выпуска трубочного полиэтилена нет вообще, общий рынок стран СНГ останется дефицитным как минимум на протяжении ближайших пяти–семи лет. Желающих удовлетворить этот спрос много уже сейчас. Растут поставки полиэтилена из стран Персидского залива, все большим спросом пользуется продукт из Юго-Восточной Азии. Даже если сейчас начнут реализо-



вываться какие-то новые масштабные проекты, призванные исправить ситуацию, они смогут дать результат только через 5–7 лет. Впрочем, даже нынешние проекты новых производств ПЭ ранее планировались к реализации в 2012–2013 годах, но к сожалению, притормозились. Хорошо бы, чтобы это «торможение» не повторилось, а то проблема дефицита отечественного трубного ПЭ станет «вечной». В то же время, для крупных производителей полиэтиленовых труб (а 70% российского рынка, как и в Европе, приходится на долю всего трех компаний) масштабные закупки импортного сырья не представляют сложностей, однако очень хотелось бы иметь качественный отечественный полиэтилен в достаточном количестве и по приемлемой цене, резюмировал г-н Горилловский.

Глава компании Creon Фарес Кильзие отмечает, что обладать ресурсами сырья – далеко не главное в производстве полиэтилена. Такие западные компании, как Borealis, делают ставку на рыночную диверсификацию и широкий портфель высокотехнологичных марок, по тому же пути начинают идти ближневосточные и азиатские игроки. Возникает вопрос: какую нишу рынка при таком раскладе собираются занять российские производители? Если компания не может найти себя на мировом рынке, то очень скоро не сможет обнаружить себя и на отечественном. Однако состоявшаяся конференция разрушила целый ряд иллюзий и переработчиков полиэтилена. Они считали, что рост рынка обеспечит им гарантированный сбыт любой продукции, однако у них нет возможности ее качественно развивать, и они уступают рынок импорту. Дешевого полиэтилена востребованных рынком марок в России как не было, так и нет, и неясно, в чем же состоят преимущества переработки полиэтилена в России? Совершенно очевидно, что у переработчиков мало заинтересованности и в участии во всевозможных «кластерах» на базе одного крупного предприятия, им хочется быть рядом с потребителями и иметь выбор поставщиков, заключает г-н Кильзие.