



Сергей Котов
генеральный директор ЯЗПК

Беседу вела

МАРИЯ БЖЕЗИНСКАЯ

главный редактор журнала
«Промышленная окраска»

Стенд «Ярославского завода порошковых красок» на «Интерлакокраске-2013» найти было нетрудно. Его видно издали: просторный, двухэтажный. На стенде толпятся посетители: как те, кто пришел по делу, так и те, кто волей-неволей остановился у аквариума, встроенного в стенд. Там среди кораллов и редких по красоте морских рыб лежат кусочки разных материалов, окрашенных в яркие цвета. «Это не просто для красоты картины, – отвечает на мой немой вопрос **Сергей Котов, генеральный директор ЯЗПК.** – Морская вода – это то, что принято называть агрессивной средой, а рыбы и кораллы, которые живут в аквариуме, очень восприимчивы к загрязнению окружающей среды. А вот эти красочные детали – это черный металл, обычная сталь, которая моментально ржавеет, другие металлы. Аквариум стоит почти неделю, и детали, окрашенные материалами ЯЗПК, не потеряли цвета и блеска, коррозия не проявилась нигде, даже на уголках и срезах, то есть краска устойчива даже в такой агрессивной среде, как морская вода. И в то же время все обитатели аквариума в добром здравии и чувствуют себя превосходно, а значит, наши материалы не выделяют вредных веществ».

– То есть, ЯЗПК уделяет внимание и вопросам экологии, которые, в принципе, в России не слишком популярны?

– Да, безопасность продукта – один из самых важных компонентов нашей деятельности. Мы первые в России, когда запускали производство, сразу начали с полиэфирной на PRIMID, а не TGIC. TGIC – это триглицидилизоцианурат, отвердитель порошковых красок, он в Европе считается чрезвычайно опасным, упаковка с этим веществом черепом и костями маркируется. В Америке к нему более терпимо относятся, а в России до нас краски только на TGIC делали. Смотрится отлично, блестит шикарно – но опасно. Наши краски не так вредны, как органические, где маляр вынужден дышать вреднейшими парами растворителя.

– А есть ли спрос в России на такие краски?

– Есть, продаем же мы. В прошлом году продали 3200 тонн. Другое дело, вряд ли экологическая безопасность будет определяющей, когда заказчик выбирает краску. В нашей стране, к сожалению, отношение к природе пока наплевать. А в Европе давно уже поняли, что нельзя уничтожать окружающую среду – это грозит большими неприятностями. Присмотритесь, как продвигают свою продукцию крупнейшие европейские фирмы, в том числе произ-

МНЕ ХОЧЕТСЯ НЕВОЗМОЖНОГО

ГЛАВА ЯЗПК – ОБ ИСТОРИИ ЗАВОДА, О РЫНКЕ И О СЕБЕ



водящие порошковые краски и сырье: во главу угла при продвижении и в рекламе они ставят защиту окружающей среды, минимальное негативное воздействие.

– Как развивался рынок порошковых красок в России?

– Очень интересно. Первые порошковые краски в России начали делать где-то в середине 1970-х годов. Было два производства: «Пигмент» в Питере и ярославская «Лакокраска», тогда «Свободный труд» она еще называлась. Краски выпускали там специфические – для антикоррозийной защиты труб, магистральных трубопроводов. Потом освоили производство декоративных красок, не очень хорошего качества. Но главными были краски назначения сугубо утилитарного, красота там была ни к чему.

Настоящее развитие рынка порошковых красок началось с Питера. Дело в том, что на порошковых красках у нас специализировалась питерская «техноложка» (Санкт-Петербургский государственный технологический институт. – *Прим. ред.*), кафедра во главе с Анатолием Дмитриевичем Яковлевым, гуру российских порошковых красок. Ему 85 лет, здравствует, слава Богу. Всегда с ним очень интересно встретиться, поговорить, очень ясный ум. До недав-

ЦВЕТОВАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ КОРБОК

Сергей Котов:

«БОЛЬШИЕ ПОТРЕБИТЕЛИ, КОТОРЫЕ БЕРУТ ОЧЕНЬ МНОГО, ТОННАМИ КРАСЯТ, ОБЛАДАЮТ ШИРОКИМ АССОРТИМЕНТОМ. А НА ОКРАСКЕ ЧАСТО РАБОТАЮТ ПРЕДСТАВИТЕЛИ СРЕДНЕЙ АЗИИ, ЧИТАТЬ НЕ УМЕЮТ И, ЧЕМ RAL 6029 ОТ RAL 7001 ОТЛИЧАЕТСЯ НЕ ЗНАЮТ. И МЫ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ТАКИХ КОМПАНИЙ ПРИДУМАЛИ ЦВЕТНОЙ СКОТЧ: ДЛЯ КОРОБКИ С КРАСНОЙ КРАСКОЙ – КРАСНЫЙ, С ОРАНЖЕВОЙ – ОРАНЖЕВЫЙ И Т.Д. ОЧЕНЬ ПОМОГАЕТ КЛИЕНТУ В РАБОТЕ».

него времени преподавал еще в университете. Выходцы с этой кафедры и основывали первые заводы. Появился завод «Эколон». В начале 1990-х – завод «ЗИЛ-Стандарт» в Московской области. В конце 1990-х возник «Уралинтех» в Уфе. Роберт Дашков – совладелец этого завода – очень талантливый конструктор и инженер. Они до недавнего времени работали исключительно на оборудования собственной разра-

ботки и производства. Потом, в 2002 году – Охтинский завод.

Собственно, живой интерес к порошковым краскам возник где-то в конце 1990-х. Порошковые краски очень удобны тем, что можно красить в городе, нет ограничений по выбросам. И краски начинают возить из-за границы. В начале 2000-х свыше 90% краски было импортной.



– И в это же время возникает «Ярославский завод порошковых красок»...

– Да, мы увидели, что потребление порошковых красок стремительно растет. Люди стали потихонечку отказываться от индустриальных жидких красок. Почему не берете? Мы на порошки перешли. Так почему бы и нам не начать производство? Ведь мы же теряем рынок! Так эта идея и родилась – во второй половине 2001 года. И мы сумели очень быстро претворить ее в жизнь: уже в декабре 2002 года заработала лаборатория, был организован завод. За год мы смогли все предварительно обчислить, подобрать оборудование, ознакомиться с технологией, людей найти. Это очень сложно, когда нет ни малейшего понятия о том, что такое порошковые краски. Но делали все с азартом. В итоге производство стартовало уже в 2004-м.

Тогда же, кстати, запустился и Гатчинский завод, но они свое производство создавали с помощью компании Tiger. Это австрийские краски, очень хорошие, достаточно известные в России. И первые пять лет Гатчинский завод работал по лицензии австрийцев.

Мы пошли по другому пути. Посмотрев, что нам предлагают: какие лицензии, какие технологии, все посчитав, почему-то набрались наглости и решили разрабатывать сами. Как мы рассуждали: во-первых, покупая лицензию, мы покупаем рецептуру. Нам, естественно, что-то современное и новое не продадут. Второе, рецептуру продали, но сырье сняли с производства – что делать? Третье, работая по лицензии, мы не научимся сами разрабатывать новые продукты. Тем более, что у нас была Вера Вячеславовна Шкиндрова, которая работала на старом производстве порошковых красок на «Лако-краске» еще с начала 1980-х годов. Набрали молодых ребят из технического университета, они еще студентами к нам пришли. Они сейчас составляют костяк. Павел Порошин, из числа того набора, сейчас директор по производству.

Мы посчитали, что полтора года работы – между началом работы лаборатории и стартом промышленного выпуска – нам хватит, чтобы научиться делать краску. В принципе, мы не ошиблись. Не без труда, но у нас получалось все лучше, и лучше, и лучше. Оборудование у нас, впрочем, импортное – итальянское и немецкое.

– А как реагировали покупатели на то, что у вас – российское производство? Все же предпочитали импортное.

– Было очень тяжело. Почему? Потому что мы из Ярославля, а ярославские порошковые краски имели тогда отвратительную репутацию. Мы гордо говорили: «Мы из Ярославля». А нам в ответ: «Да знаем мы ваши краски!». Получается, имя работало против нас. За первые восемь месяцев работы ЯЗПК в 2004 году продали всего 100 тонн краски. Я даже помню первых покупателей: какая-то небольшая компания из Нерехты, мы им 20 кг краски продали. Второй год – еле-еле 400 тонн продали. То есть в месяц мы продавали чуть больше 30 тонн. Шестой, седьмой год тоже тяжело прошли – 800 тонн. Рост был, но все равно очень медленный.

Прорыв случился в 2008 году, когда с приходом нового коммерческого директора Владимира Харитоновича была перестроена работа отдела продаж. К тому же к этому времени нашу краску уже увидели, привыкли, что это стабильный продукт с понятным качеством, не хуже импортных красок. И мы сразу сильно рванули вперед. В первые месяцы 2008 года, начиная с марта, прошли рубеж продаж в 100 тонн в месяц. И все шло хорошо – до кризиса. Мы давали уже 130 тонн в месяц в сентябре, в октябре продали всего 70, в ноябре – 50, в декабре – 40. Производство остановили. Рабочие работали один день в неделю, одну дневную смену, но лаборатория работала на полную катушку. Как иначе преодолеть кризис? Мы рассуждали просто. В России потребление красок было порядка 30 000–40 000 тонн. Кризис: пусть все упало, допустим, даже в три раза. Что нам мешает из 10 000 тонн забрать свои полторы?

С деньгами было совсем плохо. Мы на личных машинах объездили все, где могли доехать, в радиусе километров 700 вокруг Ярославля. Нижегородскую область всю перешерстили, Московскую, Тульскую. Мы искали клиентов, получали техзадания, и наша лаборатория работала почти сверхурочно. Мало того, что вышли из кризиса, – мы превзошли докризисный 2008-й: если в 2008-м продали 1200 тонн, то в 2009-м – 1400 тонн.

– А кто сейчас красит вашими красками?

– Очень много компаний. Почти все автомобильные заводы. У «АвтоВАЗа» ружины подвески покрашены исключительно «Ярославскими красками», с 2004 года они наши потребители. Диски колес, детали машин «КАМАЗа». Стеллажи для складов, шкафы электрические, светильники промышленные, электротехническое оборудование. Сейчас мы активно стали продвигаться в сегмент алюминиевого профиля. Мебель металлическая. Нашу долю рынка я оцениваю в 8%.

Мы, конечно, берем гибкостью. Я много поездил по европейским странам и посетил с дюжину заводов порошковых красок. Если гигантам вроде DuPont, AkzoNobel или Jotun придет задание на ту же краску для стадиона (см. врез «Фан-краска». – Прим. ред.), сначала ему нужно будет пройти по всей бюрократической цепочке, это естественно для компаний с такими



оборотами. Думаю, что от момента заказа до момента выпуска прошел бы год или больше. У нас в этом плане проще: принесли заявку в лабораторию, сели быстро и стали сразу же над ней работать. У нас вертикаль всего из двух-трех уровней: от меня до аппаратчика – только мастер и руководитель производства. У нас даже секретаря на заводе нет. Любой рабочий может зайти в мой кабинет совершенно спокойно. И заходят, не опасаются; мне это очень нравится.

– У вас, наверное, почти нет текучки, с таким-то подходом.

– Есть, никуда от нее не денешься. Сократили ее, но есть по-прежнему. Люди уходят, но бывает, что возвращаются. Потому что многие работодатели сильно привирают, завлекая людей, обещают горы золотые. Когда человек переходит туда, то видит, что условия труда гораздо тяжелее, а платят в итоге меньше. У нас сейчас зарплата рабочего составляет 25–27 тысяч рублей в месяц. Больше найти тяжело. Поэтому мне кажется, что увольняются с ЯЗПК не по материальным причинам, а потому, что не смогли как-то осознанно сделать свой выбор профессиональный. Ребята-то приходят молодые, после школы, после училищ, после армии, 20–22 года. Попробовал – оказалось, не его. Конечно, в этом плане нам немножко сложнее, заводам с историей, где кадровый костяк – это взрослые мужчины, которые давно определились и в этой профессии уже не один десяток лет. У нас такого нет.

– А чего вам как руководителю предприятия не хватает на российском рынке для комфортной работы?

– Чтобы работать на рынке было комфортно, хотелось бы, чтобы у нас появились производители сырья для порошковых красок или границы были бы ликвидированы между Евросоюзом и Россией. Хочется невозможного. Тогда было бы работать гораздо легче и интереснее. К сожалению, границы сильно нам мешают.

– Как вступление России в ВТО сказалось на вашей работе?

– У нас ничего не меняется. Пугают приходом новых игроков – так они уже здесь давно, в России – и европейские ведущие компании, и азиатские. Цена снизится? Но если пошлины

ФАН-КРАСКА

Сергей Котов:

НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД, ЕЩЕ ДО КРИЗИСА, БЫЛ У НАС КЛИЕНТ, КОТОРЫЙ ПРИНЕС НА ВСТРЕЧУ... КУСОК СИДЕНЬЯ, НА КОТОРЫХ НА СТАДИОНАХ СИДЯТ. ОКАЗЫВАЕТСЯ, НОРМАЛЬНЫЕ ЛЮДИ СИДЯТ НА НОРМАЛЬНЫХ ПЛАСТИКОВЫХ СИДЕНЬЯХ. А ВОТ В ФАН-ЗОНЕ, ГДЕ РАСПОЛАГАЮТСЯ ФУТБОЛЬНЫЕ ХУЛИГАНЫ, СТУЛЬЯ СТАЛЬНЫЕ, ЧТОБЫ НЕ ОТОРВАЛИ, НЕ ПОДОЖГЛИ. И ПОЛУЧАЕТСЯ, КОГДА СВЕРХУ СНИМАЮТ ПАНОРАМУ СТАДИОНА, В ОДНОМ МЕСТЕ ЯРКО-ГОЛУБЫЕ СТУЛЬЯ, А В ДРУГОМ ЧТО-ТО ТАКОЕ НЕПОНЯТНОЕ. ЭТО НЕКРАСИВО, БРОСАЕТСЯ В ГЛАЗА. И НАС СПРАШИВАЮТ: «ВЫ МОЖЕТЕ СДЕЛАТЬ КРАСКУ ДЛЯ СТУЛЬЕВ В ФАН-ЗОНЕ, ЧТОБЫ ПО ЦВЕТУ И ФАКТУРЕ БЫЛА ПОДОБНА ПЛАСТИКУ?». МЫ ВЗЯЛИСЬ ЗА ЭТОТ ЗАКАЗ – И СДЕЛАЛИ; УЖЕ МНОГО ЛЕТ СТАДИОН СТОИТ».

упадут, то цена и на нашу продукцию снизится. Единственное, что нас может затронуть – это какие-то общие для всей экономики последствия вступления в ВТО. Пострадают наши клиенты – пострадем и мы. Если, скажем, отечественные заводы уйдут с рынка, а их место займут зарубежные производители, нам придется туго, потому что такие компании придут уже со своими поставщиками.

– Есть ли сейчас перспективные разработки в области порошковых красок?

– Во-первых, это снижение температуры отверждения со 180 до 120 °С. Это, конечно, главное: идет экономия энергии.

Потом возникает тема возможности окрашивания тех материалов, которые традиционно порошковыми красками не окрашиваются, т.е. дерево, МДФ. Сейчас их можно окрашивать, но через УФ-отверждение, т.е. требуется дополнительное оборудование.

– Как вы думаете, что ожидает российский рынок порошковых красок в ближайшие годы?

– Я не исключаю рост числа игроков на рынке. За последние 10 лет я знаю единственный случай, когда завод просто умер: это «ЗИЛ-Стандарт», который обанкротился, остальные живут и развиваются. Есть уже ряд устойчивых и хорошо известных на рынке предприятий, к которым мы относим и себя: это Гатчинский завод, «Эколон», «Уралтех», «Пигмент», AkzoNobel. Несколько лет назад открылся завод Stardust в Московской области. В прошлом году начал работать большой завод в Егорьевске, тоже в Московской области.

– А какие планы на будущее у ЯЗПК?

– Мы планируем сейчас осваивать те мощности, которые у нас есть сегодня – это примерно до 4000 тонн в год. Если темпы роста сохранятся в пределах 15–20% в год, я думаю, через несколько лет нам нужно будет строить новый завод на новой площадке. Наверное, тоже в Ярославле. ■