



Артур Ерицпохов:
«ТАКТИКА РАЗВИТИЯ
ПОБЕЖДАЕТ.
ДАЖЕ В ПЕРИОД
НЕСТАБИЛЬНОСТИ»

На фото: Артур Ерицпохов,
глава представительства
Dow в России и СНГ

Беседу вела: **Екатерина Краева**

Артур Юрьевич, какие события произошли за последние три года в жизни компании Dow, которые отразились на вашей биографии, биографии ваших сотрудников?

— Последние три года были не самыми легкими для компании и для команды Dow в России и странах СНГ. Прежде всего я имею ввиду экономическую ситуацию и политические события в нашем регионе. Но, несмотря на многие препятствия росту и развитию бизнеса, наша команда сделала и продолжает делать отличную работу. Так, к примеру, наши финансовые показатели в этом году изменились в лучшую сторону по сравнению с показателями в 2014-2015 годах.

А какова динамика в масштабах планеты?

— У компании Dow Chemical в последние годы наблюдается устойчивый рост, как по объемам, так и по финансовым показателям.

Крупные компании рапортуют, что с начала 2017 года в регионах возобновились продажи жилья, ощущается подъем потребительского спроса. В своем сегменте вы почувствовали эту тенденцию?

— Да, действительно, когда рынок помогает, то развитие бизнеса идет быстрее, а иногда и опережающими темпами. Здесь хотелось бы отметить важный момент, что в период падения строительного рынка продажи Dow в подразделении строительной химии, на удивление всем, росли — это говорит о том, что даже во время кризиса рост возможен. Необходимо лишь находить правильные пути для развития и реализации своей продукции, особенно в период экономической нестабильности, что и делали, и продолжают делать сотрудники Dow.

Как вы считаете, это ремиссия, временное улучшение, или мы пойдем теперь только вверх?

— Если говорить об экономике России, а не о строительном секторе отдельно, то, исходя из своего многолетнего опыта работы на местном рынке, могу отметить два фактора. Первый — российский рынок имеет огромный потенциал роста практически во всех индустриях, будь то строительная сфера, автомобильная, упаковочная или в целом химическая. Я считаю,

что наш регион является очень интересным и многообещающим для развития бизнеса. Второй — по моему мнению, Россия уже прошла наивысший пик сегодняшнего кризиса, в том числе ухудшение экономики и инвестиционного климата на фоне санкций. На сегодняшний день правительству РФ удалось сдержать инфляцию, оставив ее на уровне около 4% в текущем году, что является показательным примером оздоровления экономики. На мой взгляд, российская экономика начинает постепенно развиваться, что говорит об улучшении климата для бизнеса. Да, этот процесс не быстрый, но по-другому в существующих экономических реалиях невозможно.

Если говорить об ассортименте, то какая часть продукции Dow представлена в России?

— Ассортимент продукции компании включает свыше семи тысяч наименований, которые производятся на 189 заводах в 34 странах мира, и это число постоянно меняется. Ежегодно компания вкладывает более 2 млрд долларов только в R&D (НИОКР), в частности, на разработку новых материалов.

Пока не все материалы Dow широко применимы на локальном рынке. Это обусловлено, к примеру, климатическими особенностями нашего региона, а также готовностью рынка принять некоторые из новейших решений компании Dow.

В какой момент компания принимает решение, что номенклатуру поставок необходимо расширить? Вы реагируете на спрос рынка или сами стимулируете потребность в том или ином продукте? Часто говорят: «Нет предложения — нет спроса».

— Основную роль, конечно же, играет уже сформировавшийся спрос. В то же время, наши маркетологи постоянно занимаются продвижением тех продуктов, которые, как мы считаем, на данный момент могут быть востребованы или будут востребованы на рынке в ближайшие годы. Важно правильно преподнести эти материалы, чтобы развить рыночный спрос. В 90% случаев наши проекты по новым продуктам успешно реализуются на российском рынке, так как перед тем, как вывести новое решение, мы проводим целый ряд исследований,

Биография

Артур Юрьевич Ерицпохов родился в г. Баку (СССР), где окончил Университет иностранных языков. Имеет степень магистра.

В 1994 году начал карьеру в компании Dow. В 2007 году был назначен на должность руководителя направления Пластики (Base Plastics) в России, странах СНГ и Балтийского региона.

С сентября 2010 года занимал должность главы Олимпийского департамента Dow в России.

С февраля 2014 года Артур Ерицпохов является главой представительства Dow в России и СНГ, входит в состав руководителей компании Dow региона Европы, Ближнего Востока, Африки и Индии. Женат, проживает вместе с семьей в Москве.


опираясь на специфику, тенденции, потенциал и знание отрасли.

Какие направления занимают лидирующие позиции на данный момент в регионе?

— Одним из самых крупных сегментов является наше подразделение специальных пластиков, основным направлением которого является упаковочная индустрия. Полиэтилены различных марок применяются для пищевой и промышленной упаковки, для производства труб и так далее. Затем, полиуретаны и полиуретановые системы. Как вы знаете, в России успешно работает наше совместное предприятие «Дау Изолан» во Владимире, производящее полиуретановые системы, которые используются в самых различных областях, таких как термоизоляция, бытовая техника, мебельная промышленность, обувная промышленность и другие. Также благодаря слаженной работе команды Dow Oil & Gas (нефть и газ) активно развивается нефтегазовое направление, которое предоставляет продукты и решения Dow для разведки и добычи нефти и газа, а также для нефте- и газоперерабатывающих заводов.

Почему было принято решение о строительстве завода во Владимире? Что стало основой: политические соображения или экономическая ситуация?

— Основная причина — экономика, и только экономика. Завод «Дау Изолан» производит полиуретановые системы, то есть специальные



Архитектурный декор — одно из направлений применения полиуретанов производства «Дау Изолан».

смеси для конкретных применений. Для каждого заказчика формируется определенный состав, определенная рецептура, соответствующая его запросу. Заранее определить и делать подобные смеси где-то в Европе, не имея прямого контакта, — это потеря времени и удорожание стоимости продукции, что было бы очень невыгодно для наших заказчиков.

Если в России появится крупное производство МДИ (метилдиизоцианата и полиуретана), то станет ли компания Dow закупать сырье у российского производителя или продолжит ввозить?

— Не исключено, что в какой-то момент мы будем закупать сырье и на российском рынке, но сейчас предвидеть это сложно, поскольку это касается инвестиционных планов других компаний, за которые мы не можем отвечать. Могу лишь отметить, что если появится такая возможность, то конечно мы ее рассмотрим.

Компания BASF в свое время отделила от себя производство базовых полимеров в компанию Basell и сконцентрировалась на более маржинальной продукции. Как вы полагаете, существует ли вероятность, что компания Dow станет отходить от производства многотоннажных продуктов, таких как полиэтилен или полиуретан? Не являются ли другие виды продукции, которые производятся в меньших объемах, но имеют более высокую до-

бавленную стоимость, базой будущего ассортимента компании?

— Во-первых, хочу отметить, что крупнотоннажное производство может быть также глубоко технологичным и высокомаржинальным. Наше подразделение специальных пластиков предлагает ряд инновационных технологий, как, например, упаковочное решение PouchHug™ — гибкая упаковка с тактильными свойствами. Новый материал, запатентованный компанией Dow, открывает широкие перспективы собственных инноваций для производителей упаковки и владельцев брендов. Мы глубоко прорабатываем различные новые направления, а получаемые и защищенные патентами продукты рождаются в результате глубоких научных исследований. Также для общения с нашими заказчиками и владельцами брендов и выявления потенциала того или иного решения мы активно используем наши технические центры — PackStudios™. Целью данных центров является разработка, изготовление и последующее внедрение готового упаковочного решения. Поэтому в нашей компании даже крупнотоннажные продукты несут в себе инновации.

Что касается ухода от крупнотоннажных продуктов, то думаю, что пока есть спрос — будет и предложение. Более того, мы производим постоянный мониторинг рынка для того, чтобы предвидеть ожидаемый

спрос на определенные технологии, а также прогнозировать спад на какой-либо существующий продукт Dow.

Хочу заметить также, что одновременное развитие и высокомаржинальных, и крупнотоннажных материалов дает компании гибкость на рынке в случае изменения мировых тенденций и экономической ситуации в том или ином регионе.

Центры R&D компании Dow сосредоточены не в России. Является ли Россия также источником разработок и новых идей для компании, есть ли патенты или технологии, которые своим происхождением обязаны российским ученым, разработчикам?

— Пока в России мы не заказывали исследования и разработки у российских ученых. Однако у нас сложились плотные связи с МГУ им. М. В. Ломоносова, со Сколково, с некоторыми крупными российскими компаниями и научными центрами, что в будущем определенно даст результат.

Например, в этом году Dow приняла участие в жюри конкурса стартапов IQ-SNem (6-й Международный конкурс инновационных проектов в области химии и новых материалов). Финальный отбор работ прошел в Сколково на конференции Startup Village — международной стартап-конференции в России и странах СНГ. Наш коллега, руководитель группы по поиску и развитию кор-

поративных технологий компании, представил компанию Dow в жюри конкурса и провел ряд встреч с финалистами. Возможно, в будущем какие-либо из работ, представленных на конкурсе, будут интересны и нашей компании для дальнейшего развития, и это будет очень многообещающим проектом, но пока мы можем только предполагать.

Компания, имеющая свыше семи тысяч наименований в ассортименте, казалось бы, должна заботиться только о том, как вовремя произвести ротацию устаревших решений или сохранить контроль над имеющимися, но компания этого мало, и она объединяется с другой очень крупной компанией под названием DuPont, рискуя совершенно потерять границы своего ассортимента.

Каковы основные мотивы, каков эффект объединения?

— Ключевой мотив текущего объединения — движение вперед. Созрела потребность в слиянии опыта, рынков, разработок, но самое главное — произойдет объединение человеческих, интеллектуальных ресурсов компаний. Это слияние создаст мощного индустриального гиганта — объединенная компания DowDuPont будет иметь оборот в 130 млрд долларов. Но это не надолго, так как в рамках слияния планируется дальнейшее разделение компании DowDuPont на три абсолютно независимые новые компании.

Одна из них будет заниматься сельскохозяйственным бизнесом, другая — специальными продуктами, а третья компания, или новая Dow, займется наукоемкими материалами.

Со стороны каких продуктов DuPont вы ощущали давление? Как будут выстраиваться взаимоотношения конкурирующих решений внутри объединенной компании? На чем вы дополнительно заработаете или сэкономите?

— Да, DuPont являлась конкурентным игроком на рынке, как и многие другие компании, но, например, в полимерных материалах мы с ними не были основными конкурентами на российском рынке. Основная выгода в том, что будет оптимизирована и расширена продуктовая линейка. А что касается дополнительной экономии, то это может быть достигнуто, в том числе, путем рационализации бизнес-процессов.

В мире динамично происходит автоматизация производственных процес-

ООО «Финдисп» — завод по производству полимерных дисперсий, расположенный в г. Раменское.



сов, в том числе, в химической промышленности. В России этот процесс идет медленно. У компании здесь два предприятия. Что вы можете сказать о количестве персонала, занятого на производстве в Европе и у нас?

— На российских предприятиях Dow изначально были реализованы самые передовые международные стандарты компании. И наши производства в России ни в чем не уступают западным. Например, завод «Дау Изола» является самым инновационным и самым крупным заводом по производству полиуретановых систем Dow в Европе.

Расскажите, пожалуйста, как проходит рабочий день, рабочий месяц, рабочий год руководителя? Сколько времени вы находитесь в Москве, а сколько в командировках? Нормированный или нет рабочий день? Есть ли у вас выходные, как часто вы покидаете офис, чтобы побывать в отпуске, и сколько времени продолжается отпуск?

— Мой рабочий день не нормирован. Приблизительно 30% времени я бываю в командировках. Что касается отпусков и выходных — культура Dow предусматривает, что все сотрудники должны отдыхать в выходные дни. А мой отпуск я обычно делю на две части — летом и во время зимних каникул.

Конец июля и первая половина августа — время, когда и рынок, и заказчики в основном находятся в отпусках, поэтому и для нас это время предпочтительно. Вообще, я человек летний, люблю летние виды спорта, а зимние мне интересно смотреть — я хоккейный и лыжный болельщик.

Есть ли, по-вашему, российская специфика выстраивания взаимоотношений с руководителями других компаний вашего уровня? Считается, что в России при отсутствии личных отношений бизнес вообще сделать невозможно.

— С руководителями компаний я предпочитаю выстраивать и поддерживать официально-деловые отношения. Конечно, личные контакты всегда помогают решать вопросы, и в этом российский рынок ничем не отличается от других рынков. В то же время, у каждой страны или региона есть свои культурно-исторические особенности, что, несомненно, оказывает определенное влияние на выстраивание бизнес-отношений.

Спасибо за встречу. Желаем, чтобы планы, связанные с развитием бизнеса на российском рынке, реализовывались как можно скорее. Дальнейших успехов вам!

— Спасибо вам. Я оптимист по натуре, и я абсолютно уверен, что так оно и будет.