

Ближневосточный брат

Иран намерен стать крупнейшим мировым производителем нефтехимической продукции

Анастасия Громова

IranPlast-2003

Выставка IranPlast, проходившая в четырех зданиях тегеранского выставочного комплекса, собрала 170 иностранных компаний из 22 стран, 100 из которых — европейские. Самые большие делегации представили:

Италия — 35 компаний,
Германия — 30,
Австрия — 17,
Корея — 17,
Тайвань — 14,
Турция — 10,
Китай — 7.

Всего на выставке было представлено 22 страны. Ни среди участников, ни среди посетителей не оказалось российских компаний.

Dr. Namid Zaheri, компания Marcus Oil & Chemicals (Иран): «Я не понимаю, почему российские компании не спешат вкладывать средства в иранское производство. Сотрудничество с Ираном необходимо российским компаниям. На высшем уровне, безусловно, стоит задача достичь договоренностей о разделе рынков газа и нефти. Иран мог бы не претендовать на Европу, если Россия оставила бы Азию. Во-вторых, отдача от сегодняшних инвестиций в нефтехимический комплекс Ирана может быть многократной завтра. Вкладывать в Иран безопасно, но через год будет поздно, так как в регион окончательно придут американские компании».



Приехавшие во второй раз участники выставки и посетители отмечают, что, несмотря на слоган мероприятия — «Еще один шаг вперед», — IranPlast сделала значительно больше шагов вперед по сравнению с годом 2002-м. В секторе оборудования в этом году было представлено больше иностранных компаний, чем иранских, — 134 против 53, хотя выставочные площади они занимали примерно одинаковые. Иранский потребительский рынок растет, и местные производители оборудования за ним не поспевают, также как российские — за ростом отечественного. И здесь европейские и азиатские технологии готовы удовлетворить повышающийся спрос на качественное оборудование.

Иностранные компании все же пока только присматриваются к иранскому рынку. Ruedi Lanz, компания K-tron: «Мы хотели бы оценить потенциал клиентов из Ирана, познакомиться, представить свою продукцию. Впрочем, две наши машины были уже проданы через посредников в Иран, мы хотим увидеть здесь наших конечных покупателей, может, продадим что-то еще».

Итальянские производители приехали внушительной делегацией, поддерживаемые ассоциацией Assocomplast и Министерством промышленности Ирана. Экспорт итальянских машин в Иран растет: с 18 млн евро в 2000 году до 29 млн евро в 2002-м. К слову сказать, в конце октября прошедшего года итальянская

ассоциация проводила в Иране курсы для 15 менеджеров иранских компаний, где рассказывала о новых возможностях итальянских технологий и новинках на рынке оборудования.

Европейские бизнесмены то и дело сравнивают рынки России и Ирана — по их мнению, сходство между этими странами обнаруживается в уровне развития экономики и в умеренно ортодоксальном политическом устройстве. Enrico Quaglia, компания OMC (Италия): «Мы производим оборудование, поставили в Иран уже 10 линий. Сейчас наблюдается, на мой взгляд, небольшая стагнация. Сказываются политические факторы, что в России, что в Иране, но я уверен, что это ненадолго. В России также работает 12 наших линий — в Москве, Санкт-Петербурге, Ярославле. Наши ближайшие конкуренты — производители Германии, Великобритании. Наш козырь — комплексный подход, мы поставляем полные производственные линии, а не одну-две машины, решаем все вопросы, возникающие в процессе эксплуатации, обеспечиваем сервис».

Россия и Иран

Имидж Ирана за его пределами неоднозначен. Организаторы выставки стараются рассказать о стране и ее перспективах на мировом нефтехимическом и химическом рынках как можно больше, доказать, что с местными компа-

ниями можно и нужно работать, что это безопасно и надежно. Если компании-производители уже готовы ехать в Иран, то компании-потребители — пока нет. Среди посетителей выставки было очень мало иранцев, поэтому достижения республики пока остаются неизвестными для большинства потенциальных иностранных клиентов. Иран, как и Россия, для Европы — пока только рынок сбыта высокотехнологичной продукции, но не поставщик готовых решений.

Horst Grasse, компания KraussMaffei (Германия): «У нашей компании на этой выставке даже 2 стенда. Тот, за который отвечаю я, представляет возможности для автомобильной промышленности. Мы 10 лет на иранском рынке и прогнозируем только дальнейший рост. Преимущество нашего оборудования в том, что изделия, выпущенные на нем, сразу могут быть установлены в автомобиле. Оборудование компактно, удобно, надежно и может работать 5–10 лет без остановки».

Gerhard Nemetsberger, компания TechnoPlast (Австрия): «Мы предлагаем оборудование для производства окон из ПВХ. На выставке познакомились с потенциальными клиентами, много нужных и полезных контактов. Иранский рынок находится в начальной стадии, но потенциал велик. Российские потребители действуют очень активно, постоянно открываются новые предприятия. Но с Китаем ни Ирану, ни России пока не сравниться. Однако во всех трех случаях цены на рынке очень низкие, и везде наше конкурентное преимущество — это качество, за которое стоит платить. Около 8 % нашей продукции идет на экспорт в Иран, в Россию — почти 30 %».

Christian Feller, компания Artec (Австрия): «Мы занимаемся поставкой оборудования для переработки пластмасс. Иранский рынок мы пока только изучаем, а в России уже есть контракты. Рынок пластиковой упаковки, тары, изделий из пластмасс растет. Конечно, проблема переработки не стоит так остро для России, как для стран Европы, но спрос уже есть. У нас есть два типа клиентов: те, кто производит и хочет перерабатывать, чтобы использовать вторичное сырье, и те, для кого переработка — основной бизнес, они собирают мусор на коммерческой основе. Конкуренцию назвать сложно. Корея — вряд ли, на рынке лидируют европейские технологии. Тайвань обладает ограниченными возможностями, хотя цены и ниже».

Ji-hoon Kim, компания Hunyong (Корея): «Мы производим температурные датчики, измерительное оборудование. Поставляем в основном на экспорт. 15 % нашей продукции идет в Турцию, столько же в Россию, около 10 % — в Иран, поэтому эта выставка для нас так важна. Раньше не было возможности показать товар лицом, приходилось долго договариваться о встречах с потенциальными потребителями. IranPlast позволила ускорить процесс заключения контрактов. Как конкурентов рассматриваем китайских производителей, цены у которых ниже на 10 %, но наше качество несопоставимо выше».

Европейские и азиатские компании ведут агрессивную политику на иранском рынке, что, впрочем, не лишает работы местных производителей. A. Zia Ebrahimi, компания Khadamate Sanati Kerman Co. (Иран): «Мы предлагаем экструдеры. Работаем уже 15 лет, выпус-



Министр нефти Ирана В. Namdar Zangeneh озвучивает амбициозные планы страны в области нефтехимии

каем по 60 экструдеров в год. На наш взгляд, иранский рынок растет день ото дня. И мы пока обеспечиваем только внутренние потребности, хотя поставили один экструдер в Туркменистан. На российский рынок тоже хотели бы попасть, но не знаем как. У нас есть большое преимущество: мы совсем рядом, и наши цены доступны. Постоянно работаем над качеством продукции, улучшаем технологии».

Друзья-конкуренты

В сравнении даже с российскими выставками подобного направления, в рамках IranPlast проходило слишком мало конференций, презентаций компаний и круглых столов по проблемным вопросам. В следующем году организаторы обещали разнообразить почти недельную работу на стендах.

В рамках IranPlast прошла презентация одной из самых важных отраслевых выставок в мире — «K-2004», которая пройдет в Дюссельдорфе в октябре 2004 года.

Именно выставка, организуемая Messe Duesseldorf в Германии, станет главной проблемой для неокрепшей иранской IranPlast. Слишком мало времени остается между ними. Естественно, основные традиционные участники выставок предпочтут показать свои новинки в Европе. В начале декабря аналогичная выставка состоится и в Стамбуле. Г-н Ehtiati, глава IPCC (Iran Petrochemical Commercial Co.), заявил, что пока IranPlast в любом случае будет проходить раз в год, возможно, позднее расписание



Европейские компании считают иранский рынок не менее перспективным, чем российский

изменится в сторону увеличения срока между выставками. Однако руководство выставки подумывает о переносе мероприятия в 2004 году на более поздний срок.

На презентации «К-2004» доклады сделали Ulrich Reifenhauer, председатель оргкомитета выставки, и Eva Rugenstein, руководитель отдела по связям с общественностью. Г-н Reifenhauer сказал, что выставка «К» станет местом встречи продавцов и покупателей. «Перспективы рынка огромны. Если в 1950 году общий объем рынка составил 10 млн тонн, то в 2002 — уже 220 млн тонн, это о чем-то говорит. Сейчас самая большая доля потребления принадлежит Азии (33 %), далее идет Европа (31 %), затем Северная Америка (27 %).

«К» соберет 2,5 тыс. участников, расположится на 160 тыс. кв. метров в 17 зданиях. Участники прошлой выставки представляли в основном Германию (40 %), страны Евросоюза (61 %), другие европейские страны (10 %), Северную Америку (10 %), Азию (16 %). В 2001 году подобную выставку посетило более 228 тыс. гостей, 49 % из которых представляли Германию, более четверти — другие страны ЕС, остальные — из Северной Америки, Восточной Европы, даже Африки. Девиз выставки: «Видение. Инновации. Бизнес».

20 миллиардов к концу пятилетки

Выставку IranPlast открыл министр нефти Ирана B. Namdar Zangeneh. В своей речи министр обозначил общие черты развития отрасли: общий объем производства составит 65 млн тонн (20 млрд долларов), 11 млн тонн из которых — за сектором полимеров. После того как

Иран реализует 16 новых проектов, стоимость произведенной в стране нефтехимической продукции достигнет 7 млрд долларов.

Для реализации этих планов необходимы инвестиции в 11 млрд долларов. В результате Иран сможет увеличить свою долю на мировом и ближневосточном рынках нефтехимической продукции до 2,5% и 29% соответственно. Только в прошлом году объем нефтехимического экспорта Ирана составил 942 млн долларов.

Иностранные наблюдатели слегка встревожены такими планами пятилетки. Что станет с мировым рынком, если на него хлынет весь этот объем? Что произойдет с ценами?

Национальная нефтехимическая компания Ирана огласила поистине амбициозные планы. За два следующих года объем экспорта продукции достигнет 15 млн тонн. Компания тратит только на переработку ПЭТ около 450 млн евро. Об этом заявил г-н Nematzadeh, заместитель министра нефти Ирана, на пресс-конференции для журналистов.

На выставке работали 6 журналистов из разных стран. Специально для них также была организована поездка в город Mahshahr, где расположена индустриальная зона нефтехимического комплекса Ирана. Так называемая Petzone находится на юго-западе Ирана и занимает 2000 гектаров. Удачное положение — рядом с местом добычи сырья, транспортными путями Персидского залива и главными железными дорогами региона — неоспоримые достоинства зоны. Более того, правительство Ирана освободило заводы от уплаты налогов на длительные сроки. В следующие пять лет общий объем производства заводов зоны составит 8,5 млн тонн продукции в год,

потенциал — 11,5 млн тонн. 120 частных компаний уже вложили средства в производство в этом районе.

Дочернее предприятие германской инженеринговой фирмы Thyssen Krupp (Krupp Uhde) и иранская компания Sazeh подписали контракт стоимостью 111 млн евро на строительство в Иране завода по производству полиэтилена среднего и низкого давления. Запуск предприятия запланирован на начало 2006 года. Проектная мощность завода составит 300 тыс. тонн в год, а примерная годовая стоимость произведенной продукции — 180 млн долларов. Большая часть продукции станет экспортироваться на европейский и азиатский рынки. Завод будет находиться под управлением Marun Petrochemical Company, дочернего предприятия Иранской национальной нефтехимической компании (IPNC).

Иран также предложил индийской корпорации Indian Oil Corporation (IOC) долю в двух нефтехимических проектах тегеранской компании National Petrochemicals Co. Это предложение было сделано в результате проведенных ранее двусторонних переговоров, когда обе стороны решили заключить комплексное соглашение: Индия обязалась покупать у Ирана сжиженный газ, а Иран должен был предоставить индийской компании возможность участвовать в переработке иранской нефти. Компании IOC была предложена на выбор доля в существующем проекте организации производства полиолефинов, включая олефины, очищенную терефталевую кислоту/ПЭТ, технические полимеры, ароматические соединения и метанол, на нефтехимическом комплексе Bandar Imam или в строительстве нового завода мирового масштаба по производству этилена под названием Olefins 11 в Bandar Assalyeh.

Г-н Ehtiati, глава IPCC (Iran Petrochemical Commercial Co.), также рассказал «Химическому журналу» о планах выпуска меламин. В феврале 2003 года уже было запущено производство меламин мощностью 10 тыс. тонн по китайской технологии. В самое ближайшее время будет пущено еще одно производство 20 тыс. тонн по итальянской технологии, что «значительно дороже, но качественнее». Порядка 30 % продукции будет поставлять на экспорт, преимущественно в Европу.

Иран намерен стать крупнейшим производителем нефтехимической продукции не только в регионе Ближнего Востока, но и в мире. Иранские производители высказывают искреннее удивление тому, что Россия до сих пор предпочитает оставаться просто поставщиком сырья для заводов других стран. ■



В Иране есть все для успеха: дешевое сырье, дешевая рабочая сила, дешевое оборудование