

# Новый русский перкарбонат

Иностранные производители предпочитают закупать для своих российских производств местное сырье

Анастасия Громова

**В** Советском Союзе для производства синтетических моющих средств использовалось борное сырье — перборат натрия. Однако около 30 лет назад западные ученые провели исследования по влиянию синтетических моющих средств на основе борного сырья на экологию и выяснили, что получающиеся при разложении пербората натрия соединения бора токсичны, отрицательно воздействуют на флору и фауну водоемов и оказывают негативное влияние на здоровье человека. Ухудшение здоровья людей во многом было связано с повышенным содержанием бора в водоемах, что вызвано сбросом вод после использования синтетических моющих средств. Ведь бор не разлагается длительное время, а только накапливается.

Выходом из ситуации могло быть использование в качестве сырья для синтетических моющих средств перкарбоната натрия. Известно, что при разложении перкарбоната натрия образуются вода, кислород и сода, практически не оказывающие отрицательного влияния на окружающую среду.

В России также задумались над этой проблемой. Группа ученых московского института ГНИИХТЭОС (Институт химии и технологии элементоорганических соединений) разработала и получила авторское свидетельство на способ получения перкарбоната натрия. Основным сырьем являются кальцинированная сода и пероксид водорода. Кроме того, перкарбонат на 10–15 % дешевле пербората натрия и на 13–15 % превосходит его по содержанию активного кислорода.

Перкарбонат натрия, как и перборат натрия, применяется в качестве отбеливающего реагента в текстильной, химической и других отраслях промышленности в виде индивидуального препарата или в композициях, а также в качестве отбеливающей добавки в составе синтетических моющих средств.

## Производство перкарбоната

В России перкарбонат натрия выпускают всего два предприятия: чебоксарское ОАО «Химпром» (6,5–7 тыс. тонн в год) и



РОС Групп

ОАО «Перкарбонат» (около 20 тыс. тонн). Последнее — один из немногих примеров строительства нового производства в пост-перестроечное время.

Идея выпуска перкарбоната натрия появилась в 70-е годы. На базе ЧПО «Химпром» была построена опытная установка по выпуску перкарбоната натрия, со временем достигнута высокая стабильность качества продукта.

Отсюда возникла идея создания крупнотоннажного производства. Волгоградскому «Гипросинтезу» было поручено выполнить крупномасштабный проект производства мощностью 30 тыс. тонн в год, и в начале 80-х началось строительство. В перестроечные годы государственное финансирование резко сократилось, проект был приостановлен.

Только в 1991 году к этой идее снова вернулись. Было создано ЗАО «Кеминтек Лимитед», которое и занялось поиском возможности продолжения строительства. Работы изначально финансировались ЗАО «Кеминтек Лимитед» и чебоксарским ПО «Химпром», затем к ним присоединился «Росконтракт». Но из-за финансовых проблем строительство снова было заморожено, начался поиск новых инвесторов. «Кеминтек лимитед» обратился к Московскому правительству.

Ю. Лужков одобрил участие в проекте. В 1997 году мэр Москвы встретился с президентом Чувашии Н. Федоровым, тогда и было принято решение о строительстве и финансировании первой очереди производства перкарбоната мощностью 10 тыс. тонн в год.

В общей сложности на первую очередь потрачено около 30 млн рублей. Сдача объекта в эксплуатацию состоялась в декабре 2000 года. При приемке Лужковым и Федоровым было принято решение продолжать строительство. Под вторую очередь был взят возвратный кредит у правительства Москвы.

В 2002 году был конструкторский отдел ОАО «Химпром» завершил проектирование второй очереди производства. Со второго полугодия 2002 года началось ее строительство. Мощность линии составляла также 10 тыс. тонн.

По решению совета директоров, вся чистая прибыль пред-

приятия за 2001 год — 3,5 млн рублей — была направлена на строительство второй очереди, приобретение оборудования и пр. С целью недопущения остановки строительства были сделаны заимствования у чебоксарского отделения Сбербанка, акционеров общества. Общая сумма привлеченных средств составила 13,9 млн рублей. Московское правительство выделило льготный кредит в размере 17,5 млн рублей.

Пуск второй очереди состоялся во втором квартале 2003 года. По данным генерального директора ОАО «Перкарбонат» Николая Рахманова, на сегодняшний день предприятие работает с полной загрузкой производственной мощности, составляющей 20 тыс. тонн перкарбоната натрия в год.

## Вопросы и перспективы

Оба предприятия за счет увеличения мощностей добились полного импортозамещения перкарбоната натрия на российском рынке. Основными потребителями «Перкарбоната» сегодня являются крупные иностранные производители, открывшие производства на территории России: ООО «Проктер энд Гембел — Новомосковск» и три завода компании Henkel.

Среди отечественных заводов потребители-лидеры: ЗАО «Аист» (г. Санкт-Петербург), Московский завод СМС, ОАО «Нэфис-Косметикс» (г. Казань).

Генеральный директор ЗАО «Торговый дом „Перкарбонат — 21 век“» Николай Поликанов считает, что перспективы увеличения спроса заложены в вытеснении с рынка опасного для окружающей среды пербората натрия, 10 тыс. тонн которого ежегодно импортируется в Россию. Предприятие также намерено выходить на международный рынок. Однако требования иностранных потребителей к сырью выше, поэтому на предприятии было принято решение ежегодно выпускать порядка 5 тыс. тонн капсулированного перкарбоната натрия. Продукт имеет защитную оболочку, которая способствует сохранению его качественных показателей при хранении и перевозках в неблагоприятных условиях. На предприятии уже выпущена 41 тонна данного продукта, образцы разосланы крупным потребителям.

В июле 2003 года завод также прошел сертификацию системы менеджмента качества на соответствие международному стандарту ИСО 9001:2000. По результатам аудита фирмой Lloyd's register Quality Assurance выдан сертификат соответствия. В настоящее время на предприятии организованы мероприятия по разработке и внедрению интегрированной системы, включающей в себя систему менеджмента качества, основанную на международном стандарте ИСО 9001:2000 и системы экологического менеджмента, основанную на международном стандарте ИСО 14001:1996. Это еще один шаг на пути к выходу на международный рынок.

Несмотря на увеличение объемов производства, оптимизацию прямых затрат, применение энергосберегающих мероприятий, себестоимость производимой продукции на ОАО «Перкарбонат» за 5 месяцев 2004 года выросла на 5,3 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Главной причиной является увеличение удельного веса переменных расходов — самой большой доли в себестоимости (с 72,7 до 78,9 %) — за счет роста объемов производства, а также поэтапного роста цен на пероксид водорода и соду кальцинированную.

В частности, рост цен с мая 2003 года по май 2004 года составил: на пероксид водорода — 11,1 %, соду кальцинированную — 42,6 %. Стоимость пероксида в себестоимости продукта составляет 60 %.

В Ленинградской области планируется строительство новых мощностей по производству пероксида водорода. Они будут введены в эксплуатацию в 2005–2006 годах. С появлением конкуренции в этом секторе может измениться динамика цен. ■

## Executive тренинг

От ведущих мировых специалистов  
в области маркетинга

**«Лучшая мировая  
практика в области  
маркетинга  
корпоративным клиентам:  
применение в России»**

**Для руководящего состава  
компаний, отвечающего за  
стратегический маркетинг  
и продажи корпоративным  
клиентам  
(Business-to-Business)**



Уникальная возможность ознакомиться с наиболее эффективными маркетинговыми стратегиями для работы с корпоративными клиентами на основе примеров работы успешных западных компаний:

- Как увеличить рост и рентабельность вашей компании
- Как добиться результата при использовании вашей маркетинговой стратегии
- Как разработать специальное маркетинговое предложение для целевого сегмента рынка (динамическое ценообразование, брендинг)



**Специальная секция: «Химия  
и нефтехимия»**

Дата: 12-13 октября 2004 года  
Место проведения: Москва, Hotel Hyatt Ararat  
Телефон: (095) 998-2192  
Эл. почта: B2B\_marketing@monitor.com

**The Monitor Group (www.monitor.com):**

ведущая мировая консалтинговая и инвестиционная компания, основанная Майклом Портером, профессором Гарвардской бизнес-школы, и его коллегами в 1983 году, имеет представительства в 29 странах мира. Более 20 лет Monitor Group проводит executive тренинги по собственным Business-to-Business методологиям, активно используемым в консалтинговой практике.

Тренинг проводится совместно с **London Marketing Group**, агентством стратегического маркетинга.

