

Дмитрий Котенко: «„Нитол“ будет ориентироваться на российский рынок»

Дмитрий Васильевич Котенко родился в 1971 году в городе Кемерово.

В 1993 году окончил с отличием Московский технический университет имени Баумана.

С 1994 по 1995 год работал в управлении ценных бумаг в банке «Российский кредит», затем, с 1995 по 1999 год, в алюминиевом холдинге «Трансконсалт», где последнее время занимал пост коммерческого директора на входящем в холдинг Каменск-Уральском металлургическом заводе.

С 1999 возглавляет «Группу НИТОЛ», являющуюся собственником и управляющей компанией предприятий «Усольехимпром», «Усолье-Сибирский Силикон», «НЭЦ», «Химстроймонтаж» и «Химбыт», расположенных в городе Усолье-Сибирское Иркутской области, а также новомосковского химкомбината «Оргсинтез».

Женат. Воспитывает дочь.

Увлекается горными лыжами и дайвингом.



Дмитрий Васильевич, по какому принципу формировался холдинг «Нитол»?

— Изначально, 7 лет назад, «Нитол» создавался как трейдинговая компания. Занимались лесом, нефтепродуктами, частично химией. Через небольшое время сконцентрировались на продуктах хлорной химии. Можно сказать, что группа компаний «Нитол» формировалась и формируется, прежде всего, исходя из потенциала роста активов, а также их стратегической защищенности в плане ресурсов и рынков сбыта.

Холдинг имеет дивизиональную структуру в соответствии с направлениями бизнеса: хлорный комплекс («Усолье-

химпром»), производство продуктов органического синтеза («Оргсинтез»), кремнийорганики («Усолье-Сибирский Силикон»), эфиров целлюлозы и эпоксидных смол («НЭЦ»), производство товаров бытовой химии («Химбыт»), химическое машиностроение («Химстроймонтаж»).

Сегодня у нас две основные производственные площадки: одна в Усолье-Сибирском, где расположены хлорные производства, другая в Новомосковске, на которой находятся производства продуктов органического синтеза.

Каковы приоритеты в стратегии развития компании?

— Группа «Нитол» нацелена, прежде всего, на повышение капитализации, есть намерение увеличить оборот холдинга за ближайшие четыре года в 4 раза.

Стратегия компании заключается в модернизации действующих мощностей и организации выпуска новых, перспективных для рынка продуктов.

Инвестиции в новые продукты предполагают расширение ассортимента и восстановление ряда уникальных для России производств.

В отдельности у каждого из наших дивизионов свои цели и задачи. Так, например, для производств метилцеллюлозы и эпоксидных смол важно расширить ассортимент, повысить качество.

Это малотоннажные продукты, которые требуют специального подхода при работе с потребителями. Наша цель — занять лидирующие позиции в этих сегментах на российском рынке.

Другой пример — каустическая сода. Наша доля на отечественном рынке этого продукта составляет примерно 8 %. Здесь речь не идет о лидерстве. Основная задача — быть наиболее конкурентоспособным игроком, при этом как минимум вдвое увеличить объем производства в ближайшие пять лет.

Как сегодня можно оценить долю продукции «Нитола» в различных секторах?

— По своим основным продуктам «Нитол» занимает около 50 % российского рынка. Так, доля компании по карбиду кальция составляет 50 %, по трихлорэтилену — 60 %, по эпихлоргидрину — 50 %, по эмульсионному ПВХ — около 40 %. Таким образом, позиции «Нитола» на рынке хлорной продукции достаточно прочные.

Есть ли в планах группы приобретение новых активов?

— В России в ближайшей перспективе мы не планируем приобретать какие-либо крупные активы. Считаю, что у нас есть все условия для развития на базе двух имеющихся промплощадок.

В европейской части, где находятся основные потребители, запустим производство эпоксидных смол. В Восточной Сибири у нас сосредоточены производства, требующие больших энергозатрат.

Каким образом будут наращиваться мощности хлорного производства? Какие технологии будут использоваться?

— Нам предстоит удвоить мощности по выпуску каустика и хлора. При этом планируем использовать современную мембранную технологию.

К сожалению, в России сегодня отсутствуют конкурентоспособные технологии производства хлора и каустика, поэтому в настоящее время проводится анализ нескольких вариантов зарубежных ноу-хау.

В России приобретать новые активы компания не планирует, а за рубежом?

— У нас имеется филиал в Китае, но это не производство, а дистрибьюторская структура. В Поднебесной мы активно продаем свою продукцию, около 50 % всех продаж приходится на китайский рынок. Считаю, что наше присутствие там надолго, однако к приобретению

зарубежных активов подходим крайне осторожно. К нам поступали предложения от китайских партнеров по созданию СП, но пока об этом говорить рано. В среднесрочной стратегии наша основная цель — ориентация на российский рынок.

Конкуренция на рынке эпоксидных смол не опасается?

— У нас есть промплощадка, удачно расположенная в европейской части, есть базовое сырье — эпихлоргидрин. Мы создаем производство по современной технологии, при этом сроки реализации проекта максимально сжаты. Все это позволяет сказать, что конкурентоспособность наших эпоксидных смол будет достаточно высокой.

Все ли вопросы решены с инвестиционными ресурсами?

— Мы планируем финансировать инвестиционную программу за счет инвесткредитов и выпуска облигаций. Так, миллиард рублей, которые группа «Нитол» получила в декабре 2005 года в результате выпуска облигаций, пошел на текущие инвестиционные проекты. Активная работа идет с банками.

С какими российскими банками вы сотрудничаете?

— Со «Сбербанком», «Альфа-банком». Радует, что в настоящее время банки становятся все более гибкими и по ставке, и по срокам, все охотнее идут на финансирование инвестпрограмм. Одна из основных задач сейчас — очень грамотно и продуманно подготовить бизнес-план проекта.

С банками вы нашли взаимопонимание, а как с региональными властями? В Усолье-Сибирском у «Нитола» производства, представляющие угрозу для экологии региона.

— Экологические проблемы в Усолье, копившиеся десятилетиями, за один день не решить. Много в этом плане уже улучшено, и работы продолжаются. Модернизируем установку по выпуску эпихлоргидрина — проводим ряд мероприятий по сокращению вредных стоков. Реализуем целевую программу по стокам по другим производствам.

Нас радует, что представители новых региональных властей, в частности губернатор Иркутской области Александр Тишинин и новый мэр Усожья-Сибирского Анатолий Крушинский, начали конструктивно общаться с бизнес-сооб-

ществом, ситуация реально меняется, причем без популизма. На мой взгляд, предприятиям для решения экологических проблем необходимо дать некоторое время, а затем, если за отведенный срок оно не справилось с поставленной задачей, применять карающие санкции.

Каковы затраты вашей компании на логистику с учетом удаленности промышленных площадок друг от друга и от потребителей?

— Затраты на логистику в компании составляют 10–15 % от общих затрат. Усольское предприятие находится близко к границе с Китаем, а эта страна — один из основных наших потребителей. Если перевозим продукцию в мелкой таре или контейнерах, то транспортные компании нам предлагают достаточно интересные условия.

Риски для бизнеса в России на сегодня столь же велики, как и пять лет назад?

— Определенные риски для бизнеса в условиях рыночной экономики есть всегда, но за годы существования компании мы научились ими управлять. Первое время нас «лихорадило» при каждом резком изменении внешних факторов, будь то таможенный запрет на перевоз грузов или скачки курса доллара. К настоящему времени накопили опыт, стараемся просчитать все возможные изменения и обезопасить себя.

Если говорить о капитализации компании, как вы ее оцениваете?

— На химическом рынке капитализация компании приблизительно оценивается по ее обороту. Для быстро развивающихся компаний — одни коэффициенты, для менее динамично развивающихся — другие. «Нитол» оценивает себя как компанию не крупную, но динамично развивающуюся, с огромным потенциалом. Планируем иметь самые высокие коэффициенты, а реальную капитализацию может показать IPO.

IPO планируется в ближайшей перспективе?

— Планируем, но не сейчас. Пока мы не исчерпали кредитные ресурсы. К тому же, при первичном публичном размещении акций на фондовой бирже на компанию накладываются некоторые ограничительные по скорости принятия решений, и соответственно по скорости роста, а у нас в планах значительное и быстрое увеличение оборота компании. Для «Нитола», по нашей оценке, реально выйти на IPO через два-три года. ■