

ЛЕСОСИБИРСКИЙ КЭЗ:

ПЛАНЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, СТИМУЛЫ



Сегодня у нашего завода юбилей. 30 лет трудового пути - это жизненный путь, длиною равный трудовой деятельности зрелого человека. За этот период времени завод сумел взрасти и возмужать. На сегодня это крупное промышленное предприятие по масштабам нашего города, лидер предприятий лесохимии России. Предприятие со сложной биографией, которому пришлось пережить трудные времена, и только благодаря усилиям и профессионализму коллектива оно вновь встало в строй.



Завод был остановлен в декабре 1993г. по причине того, что в годы перестройки с возникновением новых границ потребители завода оказались за пределами России. Подорожание энергоносителей, резко возросшие транспортные тарифы сделали нерентабельным энергоемкое производство основного продукта - экстракционной канифоли. В 1994г. завод был преобразован в Акционерное общество открытого типа (АООТ) «Лесосибирский КЭЗ». Начался новый этап в жизни предприятия. В связи с тем, что производство экстракционной канифоли в новых экономических условиях стало нерентабельным, была разработана поэтапная программа освоения новых видов продукции.

Проводя реконструкцию и модернизацию существующего оборудования, с января 1995 года завод приступил к выпуску новых, нетрадиционных для канифольно-экстракционного производства видов продукции. Было получено сосновое флотационное синтетическое масло, олифа «Оксоль», смола КТ для производства шин и резинотехнических изделий, таловая диспропорционированная канифоль для производства синтетических каучуков. Освоено производство тары для собственной продукции. Общий объем выпускаемой продукции за 1995 год составил 2014т. Начиная с 1995 года, завод стабильно до 2000 года наращивает темпы роста производства. За эти годы осваивается производство пентафталевых лаков и выпуск на их основе цветных эмалей различных марок. Предполагая проблемы работы на привозном сырье в условиях рынка, предпринимаются меры по созданию производств, для которых возможно организовать собственную сырьевую базу. С этой целью в феврале 1998г. монтируется и запускается за счет собственных средств терпентинное производство по переработке живицы и выпуску канифоли, скипидара и сопутствующих продуктов. Ассортимент продукции расширен до 50 наименований. Выявлены приоритетные направления развития производства, налажены производственные связи с поставщиками сырья и обозначено свое место на рынке сбыта

продукции. Основными потребителями нашей продукции являются предприятия по производству каучука и резины Стерлитамака и Омска, куда мы поставляем канифоль и смолы СЖКТ и КТ. Большую часть флотомасла отправляем в Белоруссию. Потребители лака и эмалей в основном находятся в Сибирском регионе.

В 2000 году было произведено рекордное для всей истории завода количество продуктов лесохимии и лакокрасочных материалов. Их валовый выпуск в натуральных показателях составил 10875т. За этот период удалось выполнить колоссальный объем ремонтных работ зданий и сооружений, а также ремонт и реконструкцию оборудования. Проведена реконструкция паровых котлов с переводом их на работу на твердом топливе, тем самым была решена проблема по обеспечению завода тепловой энергией, получена экономия затрат по топливу. К этому времени четко сформировались направления производственной деятельности: лесохимическое производство, терпентинное и производство лакокрасочных материалов. Выросли и стабилизировались показатели эффективности производства.

Но проблемы эффективности работы сегодня лежат не столько внутри предприятия, сколько в «окружающей действительности». Говорить об эффективности производства можно тогда, когда его продукция востребована, когда без простоев работает оборудование, не появляются лишние рабочие руки, увеличивается за-

рабочая плата персонала, растут налоговые отчисления. Стремясь оградить себя от нестабильности рыночных отношений, завод за последние 2 года освоил новые виды продуктов: лаки ПФ-2161, ПФ-0225, ВВД (воздуховывлекающая добавка), кафельную канифоль, смолу нейтральную лиственничную, эдигал, расширил ассортимент эмалей и красок. Выпущены первые партии водных красок, налажено производство грунтовок и шпатлевок. В этом году начали заниматься абсолютно новым для нас видом деятельности - добычей живицы, и уже за этот сезон заготовлены первые тонны сырья для терпентинного производства. В последние два года большое

внимание уделяем несвоей основной предпринимательской деятельности - торговле. Мы постоянно наращиваем ее объемы.

Все эти мероприятия позволяют не снижать финансовых показателей предприятия, а даже их наращивать.

Производство товарной продукции по итогам 10 месяцев составило 100,4 % к уровню 2001 года. Мы стараемся сохранить все рабочие места, не допустить сокращения численности и уделять больше внимания на предприятии социальной политике. Число работников за последние два года выросло на 50 человек. Выполняются все условия коллективного договора, содержащего большой перечень социальных гаран-

тий. Завод содержит здравпункт, столовую, где питание удешевляется более чем на 50%, отправляем детей в оздоровительные лагеря, предоставляем по возможности суды и льготные кредиты на приобретение товаров в магазинах завода. Не думаю, что в этом отношении наша политика кардинально изменится. В бюджеты всех уровней наше предприятие перечисляет налоги точно в срок и в полном объеме.

Осознавая, что экономическая ситуация для всех очень сложная, предприятие всегда старается выполнять свои обязательства перед бюджетом, партнерами, своим персоналом. Работая на имидж сегодня, мы приобретаем друзей, партнеров, потенциальных покупателей своей продукции, своего товара уже завтра, тем самым укрепляя свои позиции. Все это позволяет нам наращивать свой потенциал, последовательно ставя перед собой трудные задачи и решая их.

Как правило, в решении поставленных задач наши специалисты всегда проявляют высокую ответственность, профессионализм, творческий подход и персональную изобретательность. Чтобы никого не обидеть, я намеренно не называю их имен.

В работу нашего предприятия вложен труд многих людей. Особая благодарность ветеранам труда, которые сейчас уже находятся на заслуженном отдыхе, а в свое время трудились на заводе, не жалея ни времени, ни своих сил, для них КЭЗ стал судьбой. Большая благодарность тем кадровым работникам, которые в трудные годы ушли с завода и уже по разным причинам не смогли вернуться на свои рабочие места, но для которых завод был родным и занимает важное место в их трудовой биографии.

Совет директоров и администрация благодарит за безупречный труд и поддерживает работников завода и ветеранов производства с юбилеем нашего предприятия и наступающим Новым годом! Желаем здоровья и благополучия вам и вашим семьям!

Б.ЗОЛИН,
генеральный директор ОАО
«Лесосибирский КЭЗ»



В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Целенаправленное осуществление производственно-сбытовой деятельности предприятия на основе изучения рынка и приспособление к нему производства продукции - это основная функция отдела маркетинга нашего предприятия.

Комплекс решения задач, таких, как изучение состояния рынка и его анализ, управление ассортиментом выпускаемой продукции, ценовая политика по реализуемой продукции, обеспечение предприятия сырьем и материалами позволяет нашему заводу быть конкурентоспособным на сегодняшнем рынке.

СЖКТ) не так широк и очень специфичен, это заводы синтетического каучука и шинные заводы.

Если говорить о основной канифоли, выпускаемой заводом сезонно (3-4 месяца в год) из-за ограничения в сырье по причине малого объема его заготовок, основные наши потребители - шинные заводы, заводы СК и РТИ. В настоящее время в связи с появлением на рынке большого объема дешевой китайской канифоли возникают трудности по реализации нашей канифоли, но, несмотря на это, нам удается реализовать весь произведенный объем в сжатые сроки.

Помимо производимой канифоли ДК, ведется работа по освоению нового вида канифольного продукта - эмульгатора смолы СЖКТ. Первую опытную партию в количестве 50 тонн планируется отгрузить в январе 2003г.

Благодаря настойчивой работе продвигается на рынок шинных заводов заменитель живичной канифоли - смола КТ. Если раньше мы производили её только мелкими партиями и отгружали контейнерами, то в последнее время шинные заводы начинают приобретать ее вагонными партиями. Думаем, что это будет по-

стоянный и стабильный продукт реализации.

В производстве лакокрасочных материалов, а это эмали, грунтовки, шпатлевки, акриловые, вододисперсионные краски, олифы, лаки, начиная с 1995 года сложился рынок наших потребителей по регионам Красноярского края, Новосибирской, Иркутской, Читинской областей, Дальнего Востока и Якутии. Наибольший объем реализации продукции ЛКМ был произведен в 2001 году, и, несмотря на жесткую конкуренцию в нынешнем году, объемы реализации остались на прежнем уровне.

Маркетинговые исследования рынка ЛКМ показали, что для дальнейшего роста их реализации помимо производства пентафталевых эмалей необходимы новые виды водорастворимых красок с высокими экологическими требованиями к ним. В этом году были произведены первые тонны акриловых ЛКМ, краска фасадная, краска интерьерная, грунтовки и шпатлевки. На следующий год в этом направлении работа будет продолжена.

Чтобы быть конкурентоспособным на рынке, необходимо производить снижение себестоимости продукции, сохраняя при этом высокое качество изделий массового потребления.

Стремление быть лидером в области достижения наименьшей себестоимости за счет оптимальных размеров производств и рынка реализации продукции, использование ресурсосберегающих технологий при решении этих задач позволит не только удержаться на сегодняшнем рынке, но и стать лидером производства в отрасли.

Н.ГОЛЬЦОВ,
коммерческий директор

Главными поставщиками лесохимического сырья (канифоль таловая для полимеризации, ЖКТМ, ДТМ, скипидар сульфатный) для производства основной выпускаемой заводом продукции являются заводы лесоперерабатывающего комплекса. На рынке данного сырья существует очень жесткая конкуренция и ограничения из-за повышенного спроса на него в зарубежных странах и из-за появляющихся новых потребителей-конкурентов (на сегодняшний день их число увеличилось в несколько раз по сравнению с прошлыми годами), начавших производить аналогичные виды продукции. Поэтому приходится прилагать много усилий, чтобы сохранить и по возможности увеличить объемы получаемого лесохимического сырья, что пока удается сделать. Для этого приходится довольно часто выезжать в командировки и договариваться с поставщиками.

Рынок крупных потребителей канифольной продукции (канифоли сосновой, смолы КТ, канифоли таловой диспропорционированной, смолы диспропорционированной