



Наталья Спирина,  
«Моторные технологии»  
**«Весной  
планируем  
привлечь около  
100 млн рублей за  
счет размещения  
облигаций»**

*Пензенский завод «Моторные технологии», крупнейший в России производитель моечных машин, за последний год вышел на рынок Европы, запустил линейку востребованного дезинфекционного оборудования и планирует дальше наращивать производственные мощности. Для расширения площадей и создания новых цехов компания намерена привлечь 100 млн рублей за счет облигационного займа. О работе предприятия рассказала заместитель генерального директора Наталья Спирина.*

**— С какими финансовыми результатами вы завершили 2020 год?**

— Мы показали запланированный рост в размере 83% и получили 400 млн рублей выручки. Во многом это удалось, потому что мы оперативно запустили новую линейку дезинфекционного оборудования — диспенсеров для антисептиков, дезинфекционных рамок и тоннелей. Но и по

нашему основному профилю, моечными машинам, мы тоже показали существенный рост. В итоге прирост выручки обеспечен двумя этими направлениями практически поровну. Судить о размере чистой прибыли пока рано, отчетный период еще не закрыт, но уже ясно, что мы в прибыли.

**— На вашем сайте представлен внушительный список клиентов из самых разных отраслей — от сельского хозяйства до атомной энергетики. Как вы сегодня оцениваете свою долю рынка и в чем видите свое конкурентное преимущество?**

— По нашему основному направлению — производству моечных машин струйной очистки — мы занимаем примерно 70% российского рынка. Преимущества, это, во-первых, соотношение цена-качество, во-вторых, сам наш подход к организации производства и сервисного обслуживания. Наш производственный цикл включает все этапы от разработки конструкторской документации до шефмонтажа. И здесь, конечно, наш главный ресурс — это команда конструкторов и технологов, которая способна выполнить любые поставленные задачи. При этом мы очень клиентоориентированные. Мы никогда не откажем клиенту, если он, например, говорит, что надо приехать в Казахстан и установить ему 20 туннелей, даже если придется отправить в месячную командировку целую бригаду. Мы предлагаем расширенное постгарантийное обслуживание.

**— Как вы вышли на новое дезинфекционное направление? Вы не только с нуля наладили производство, но и стали поставщиком Кремля. Насколько оно перспективно, планируете ли вы его развивать?**

— Для нас это был способ остаться на плаву. Мы не попали в список предприятий, которые могут продолжить работу в период карантина, и, как все, пошли на самоизоляцию. Через неделю стало понятно: надо что-то делать. Методом мозгового штурма начали искать продукцию, которую можно было бы выпускать в рамках нашего производства, на уже имеющихся производственных линиях. Самым подходящим вариантом оказались диспенсеры, а также дезинфекционные туннели и

рамки. Через них на проходящих людей распыляются безопасные составы, защищающие от бактерий и вирусов. Принцип работы в чем-то похож на моечное оборудование, которое мы производим, только наши мойки конструктивно гораздо сложнее.

За неделю был собран первый опытный образец, а еще через две мы запустили его в серийное производство. Потом дали рекламу, оборудование стало пользоваться спросом. Его приобрели учреждения нашей Пензенской области, инфекционные больницы Москвы и Крыма, санатории, банки — среди наших клиентов «ВТБ» и «Газпромбанк». Были заказы от администрации президента России и президента Казахстана.

Что касается перспектив, мы, конечно, оставим это оборудование в нашей линейке, к тому же уже есть понимание, как его лучше делать и какие комплектующие использовать, но думаем, что пандемия скоро уйдет, и оно уже не будет таким востребованным. Но мы сумеем заполнить свои мощности и найти новые рынки сбыта — на этапе проектных работ сейчас много другой техники, которую мы готовы внедрить. Это совершенно новые направления, над которыми мы активно работаем.

### **— Что это за направления?**

— Мы намерены расширить линейку моечного оборудования, освоить производство ультразвуковых моечных машин и машин для отмывки печатных плат. Параллельно мы запускаем направление детских площадок, разрабатываем проект выпуска инвалидных колясок. Причем это не какие-то спонтанные решения, это результат маркетингового исследования, которое показывает, что у нас есть перспективы на этих рынках. Уже в этом году мы запустим серийное производство регенераторов моечного раствора.

**— Как вам удалось сразу получить такой сбыт для дезинфекционного оборудования? Вы побеждали в тендерах? Или эта рыночная ниша пустовала и у вас почти не было конкурентов?**

— Обычно мы активно участвуем в тендерах, но дезинфекционное оборудование продается в основном прямыми контрактами. Конкуренция есть, и сейчас она уже довольно высокая. Думаю, в нашу пользу работает соотношение цена-качество. Дело в том, что мы не стараемся на этой продукции сильно заработать. Мы прекрасно понимаем, что пандемия — сложное время не только для нас, но и для всех, — и зарабатывать на этом оборудовании огромную прибыль, наверное, не совсем правильно.

**— Были ли у вас сложности с закупками комплектующих на старте пандемии?**

— Нет. Мы выстраивали работу таким образом, чтобы не было привязки к какому-то одному контрагенту. У нас всегда в запасе несколько поставщиков аналогичных комплектующих, поэтому, если не было у одного, мы перекрывали это потребность за счет другого. Комплектующих из Китая у нас почти нет, плюс имелись запасы на складах, так что период пандемии прошли стабильно, а сейчас сбоев вообще нет.

**— Расскажите о вашем проекте по производству регенераторов моечного раствора. Что это за проект, какова его стоимость и как продвигается его реализация?**

— Регенераторы нужны для очистки воды, которая используется в мойках. Они могут быть частью наших моечных машин или использоваться как отдельное оборудование. После мытья деталей и агрегатов в воде остаются не только пыль и грязь, но иногда и мазут, бензин и другие загрязняющие вещества. Вопрос очистки стал особенно актуальным после введения дополнительной платы за слив в канализацию сточных вод с превышением нормы загрязнений. Сегодня штрафы составляют миллионы рублей. При помощи регенератора, стоимость которого начинается от 180 тысяч, можно очистить воду и либо использовать ее повторно, сэкономя на использовании воды, либо слить без последствий для экологии и своего бюджета. Это совершенно новое направление, никем не занятая ниша, и к концу 2025 года мы намерены получить 50% этого рынка.

Мы способны штучно производить эти регенераторы уже сейчас. Но существующая заготовка не справится с тем объемом заказов, которого мы ожидаем. Нужно более высокотехнологичное оборудование. Его стоимость как раз около 20 млн рублей. И еще столько же нужно потратить на комплектующие для регенераторов, чтобы начать серийное производство. То есть общая стоимость проекта — 40 млн рублей. Половину этой суммы выделяет государство в виде гранта на оборудование. В прошлом году мы подавали заявку в Фонд содействия инновациям по конкурсу «Коммерциализация», и в конце декабря он включил нас в список победителей. Еще 20 млн — собственные средства компании, которые мы потратим на комплектующие.

**— В прошлом году из-за пандемии многие компании не сумели реализовать свои планы. Ваша стратегия развития, согласно опубликованному в 2019 году инвестиционному меморандуму, предусматривала выход в 2020-м на европейские рынки. Удалось ли это осуществить?**

— В какой-то мере удалось, на рынок Европы мы вышли. Еще в 2019 году мы приняли участие в международной выставке моечного оборудования в Германии Parts2Clean и получили сертификат CE, который подтверждает, что наша продукция отвечает всем директивам Евросоюза и может продаваться на его территории. В конце 2019-го мы уже заключили первые контракты со шведскими дилерами. На 2020-й тоже были планы по продвижению, в том числе и по участию в выставках, но, конечно, пандемия внесла свои коррективы. Зато, как только завершился локдаун, мы возобновили работу со шведами и получили сертификат соответствия на дезинфекционное оборудование. Теперь мы поставляем в европейские страны не только моечные машины, но и дезинфекционные туннели.

Сейчас география наших поставок — Швеция и Греция. Следующая задача — расширение этого рынка, но в сегодняшних условиях сложно делать какие-то прогнозы. Доля европейского экспорта в нашей выручке пока совсем незначительная, а в

целом на экспорт приходится 20%. Почти все идет в страны СНГ, где мы активно развиваем дилерскую сеть.

**— Воспользовались ли вы теми мерами поддержки, которые государство предложило в период кризиса малому и среднему бизнесу?**

— По кодам ОКВЭД мы не вошли в список пострадавших отраслей, поэтому меры господдержки к нам были неприменимы, работали на обычных условиях. Единственное, чем мы воспользовались, — это установленное для всех снижение ставки страховых взносов до 15%. Но это очень помогло и сейчас помогает. Надеемся, что действие льготных ставок будет продлено.

**— Из чего сейчас состоит ваш долговой портфель?**

— Он состоит из двух выпусков облигаций на общую сумму 110 млн рублей и одного кредита, который мы брали в Сбербанке еще до того, как начали пользоваться облигационными займами. Но этот инструмент, облигации, нам показался более удобным и понятным, поэтому дальше мы планируем привлекать средства именно таким образом.

**— А в этом году у вас есть такие планы?**

— Есть. Уже который год мы сталкиваемся с одной и той же проблемой: наши мощности не справляются с объемом текущих заказов. В нынешнем помещении нельзя пристроить новый цех, поэтому в мае мы будем переезжать на другую производственную площадку, размеры которой позволят реализовать все наши планы и идеи. Помимо этого нужны оборотные средства на развитие новых направлений. Так что весной планируем привлечь около 100 млн рублей за счет размещения облигаций.

**— А куда вы переезжаете?**

— Мы переезжаем на территорию нашего пензенского технопарка «Союз». Наши площади увеличатся почти втрое.

Сейчас мы занимаем примерно 4,5 тыс. квадратных метров, а там у нас будет 11 тыс. Как резидент мы получим льготные условия аренды и при этом планируем покрыть большую часть затрат, сдав собственное помещение. То есть нагрузка на наш бизнес практически не увеличится.

**— Ваш первый облигационный заем прошел при господдержке — якорным инвестором выпуска стал МСП Банк. Вторую эмиссию проводили уже собственными силами?**

— Да, весь второй выпуск был распродан обычным инвесторам. При этом мы разместились с коэффициентом переподписки в районе трех.

**— Вы размещали второй выпуск облигаций 4 марта, на фоне глобального падения фондовых рынков и ценовой войны между нефтяными странами. Как эта ситуация отразилась на результатах размещения?**

— Пока мы готовились к выпуску (а это процесс, который занимает два-три месяца), все было хорошо и ничто не предвещало резкого падения рубля. Но буквально за несколько дней до размещения рубль обвалился, и нам пришлось повысить купонный доход. К счастью, только на 1 процентный пункт от планируемого. В остальном мы успешно выпустили и разместили свои облигации, на сроках размещения это никак не сказалось.

**— Генеральный директор компании Ольга Изранова активно участвует в работе объединений бизнеса, является депутатом Пензенской городской думы и членом фракции «Единой России». Как это влияет на работу компании? Позволяет ли это решать вопросы, важные для работы малого и среднего бизнеса?**

— Действительно, Ольга Валерьевна сосредоточила свою активность в общественной сфере, в компании ее роль сейчас сводится в основном к стратегическому управлению. Хотя она всегда на связи, все процессы управления выстроены и ключевые должности в компании занимают люди, которым она

доверяет. Для нее общественная деятельность — это в первую очередь нетворкинг, способ устанавливать связи и получать новый опыт. В частности, опыт больших предприятий. Применяя его в своем бизнесе, мы реально улучшаем многие процессы. Кстати, мы активно ходим на экскурсии на крупные заводы нашего города, смотрим, как у них организовано производство, логистика, учет, склады. Аналогичным образом и мы открыты для других.

---

**Справка:** ООО «Научно-производственная компания "Моторные технологии"» — частное машиностроительное предприятие, было основано в 2011 году в Пензе и начало свою деятельность с выпуска небольших моечных машин для автосервисов. Сегодня основной вид продукции предприятия — моеющее оборудование для промышленной очистки деталей и узлов. В числе клиентов — РЖД, Росатом, КамАЗ, АвтоВАЗ, Северсталь.

Учредитель и единственный владелец — Ольга Изранова. Ей также принадлежит ООО «Моторные технологии», которое занимается оптовой торговлей оборудованием.

В 2019 году выручка НПП «Моторные технологии» составила 218,6 млн рублей (в 2018 г. — 193 млн рублей), чистая прибыль — 24,5 млн рублей (годом ранее — 10 млн рублей). Облигации компании торгуются в Секторе роста Московской биржи. В настоящее время в обращении находятся два выпуска – на 50 млн рублей и на 60 млн рублей.