

ки зрения приобретения самого оборудования, так и в кредит в плане выполнения работ — монтажа и установки оборудования. Мы хотим использовать возможности господдержки отечественного производителя в легкой промышленности. Федеральная программа еще не принята в окончательном виде, но есть механизмы субсидирования и госгарантий перед кредиторами, эти механизмы мы планируем использовать», — говорит Игорь Торбеев.

В ходе модернизации затраты на изготовление продукции фабрики должны снизиться, но станет ли продукция дешевле для потребителя — зависит от стоимости сырья и энергии. Основным сырьем для колгот и носков является хлопок, он составляет 55–60% себестоимости изделия. Хлопок — биржевой товар, его цена зависит от колебания валютных курсов. Прогнозировать, какая она будет, сложно — для примера: с января по август цена хлопка на бирже росла, летом же начал расти курс валюты. «Наша продукция востребована рынком, в среднем ее цена увеличится, но в экон-сегменте цена вряд ли вырастет. Мы не хотим сокращать этот сегмент, а повысим качество изделий», — пояснил Игорь Торбеев.

ПЕРЕЗАГРУЗИТЬ МЕБЕЛЬ Производители мебели также не отстают от требований рынка. Два года назад на фабрике ОАО «Перммебель» сменились собственники, которые решили модернизировать производство мебели сегментов «эконом» и «эконом плюс». Совладелец ОАО «Перммебель» Александр Кашеваров рассказал, что полтора года назад на фабрике было обновлено оборудование. Предприятие отошло от изготовления мягкой мебели, так как это более трудозатратное производство, и выпускает только корпусную мебель. Сегодня фабрика производит гостиные, шкафы-купе, спальни, мебель для офиса, столы, комоды, парты. Согласно отчету, в 2013 году выручка ОАО возросла на 23% и составила 46,5 млн руб., прибыль выросла на 58% до 6,3 млн руб.

В этом году на предприятии был проведен ребрендинг, теперь фабрика будет продавать мебель под брендом «Парма». Производство будет переведено во вновь созданное ООО «Фабрика мебели „Парма“», которое возглавил второй владелец «Перммебели» Константин Левин. Само акционерное общество сосредоточится на управлении имущественным комплексом на улице Васильева, 3. Помимо непосредственной деятельности по производству мебели, компания планирует создание технопарка на Васильева, 3. «У нас большой объем помещений и нет необходимости всех их содер-

жать», — пояснил господин Кашеваров. На площадке создано 13 цехов, они постепенно наполняются арендаторами и владельцами. В одном из них продолжает работать мебельная фабрика, часть площадей заняли типография, фабрика по производству игрушек.

НОВАЯ ФАБРИКА «СОЗВЕЗДИЯ» Один из заявленных, но пока не реализованных проектов — модернизация производства на Пермском хладокомбинате «Созвездие». На долю пермского хладокомбината, согласно годовому отчету предприятия, приходится 0,17% доли российского рынка мороженого. Основные игроки — Unilever, «Талосто» и «Русский холод», которые удерживают около 40% рынка. Последний ребрендинг пермского хладокомбината еще до приватизации предприятия реализовал бывший гендиректор Леонид Мамаев. Тогда были придуманы бренды «Созвездие», «Шалун», «Умка», «Пермский пломбир», которые производятся до сих пор. Пермскому производителю мороженого не удалось остаться самостоятельным: в 2011 году предприятие выкупил один из крупнейших российских агрохолдингов — удмуртский «КОМОС Групп».

Холдинг решил вывести «Созвездие» на новый уровень и вложил в переоснащение двух цехов: цеха фасовки мороженой рыбы и новой фабрики мороженого. Цех начал выпускать продукцию в августе, в сентябре перешел на полную производственную работу по выпуску всего ассортимента. Мощность цеха составляет 680 тонн в месяц.

Второй проект — строительство новой фабрики мороженого. По словам вице-президента ООО «КОМОС Групп», управляющего ОАО ПХК «Созвездие» Сергея Коновалова, этот проект включает в себя реконструкцию основного корпуса фабрики мороженого с устройством современных производственных и санитарно-бытовых помещений, строительство новых корпусов — пристроев к основному зданию фабрики мороженого, монтаж нового технологического оборудования совместно с компанией TetraPak, полное техническое перевооружение компрессорной. В результате предполагается расширить ассортимент «Созвездия». «Кроме классических стандартных продуктов, которые выпускались ранее, появятся сложные виды мороженого, как в индивидуальном, так и в семейном формате, в том числе сорбетты, шербеты, сэндвичи, рожки, эскимо и многое другое», — пояснил Сергей Коновалов.

Фабрика мороженого разместится на территории пермского хладокомбината «Созвездие». «В настоящее время заканчивается процесс проектирования объекта, после чего будут определены ос-



ПОСЛЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ОАО «ЛЫСЬВЕНСКАЯ ЧУЛОЧНО-ПЕРЧАТОЧНАЯ ФАБРИКА» РАССЧИТЫВАЕТ РАСШИРИТЬ ГЕОГРАФИЮ ПРОДАЖ

новные подрядные организации и составлены графики производства работ. При этом мы рассчитываем запустить фабрику в режиме пусконаладочных работ в конце лета — начале осени 2015 года. Точные сроки будут установлены только после сведения графика производства работ по всем направлениям», — рассказал Сергей Коновалов. В результате введения нового производства появится более 200 рабочих мест. В эти проекты «КОМОС Групп» вложит более 740 млн руб.

Дмитрий Теплов, директор ООО «Краснокамский РМЗ», председатель совета пермского реготделения общероссийской общественной организации «Деловая Россия», считает, что достаточно много успешных примеров самостоятельного развития пермских предприятий. «Очень много зависит непосредственно от отрасли, от сферы деятельности компании и ее продукции. Специализированные товары, предназначенные для ограниченного круга клиентов, либо продукты, которые имеют локальный рынок потребления, могут

достаточно хорошо развиваться как под своими брендами, так и под чужим именем. И тому много успешных примеров», — отметил он. В качестве успешных примеров самостоятельного развития он также привел мясоперерабатывающий комбинат в Кунгуре «Телец», кунгурское молоко, продукцию «Ашатли». «Если найти свои ниши в продукции, то можно смело конкурировать с федеральными игроками», — отмечает эксперт. «Я бы не сказал, что пермские бренды плохие. Они не плохие, их просто мало, тем более в товарах народного потребления. У нас все-таки более развит рынок b2b. Необходимо поддерживать и развивать продукцию пермских производителей и брендов. Эта работа раньше велась, и ее актуальность видится мне и сегодня. И жаль, что у нас в Перми мало таких производителей, которые дорастают до федеральных брендов. Тем не менее, они всегда были, есть и будут. Один из наглядных примеров — „ЭР-Телеком“ с брендом Дом.ру», — рассказал Дмитрий Теплов. ■

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО — ПРИОРИТЕТ СБЕРБАНКА

Управление банковской группой такого масштаба, какого достиг Сбербанк на мировом рынке банковских услуг, требует зрелой системы управления и продуктивных управленческих процессов, эффективной совместной работы всех направлений бизнеса. В условиях постоянного повышения сложности бизнеса ключевым источником роста становится оптимизация бизнес-процессов.

Для этого уже несколько лет ОАО «Сбербанк России» внедряет известные программы управления качеством и снижения потерь, такие как «Бережливое производство» (Lean production), разработанную компанией «Тойота», и американскую «Шесть сигм» (Six Sigma). При объединении эти две технологии дают эффект синергии и позволяют производить масштабные изменения, затрагивающие все бизнес-процессы и всех сотрудников банка.

В Сбербанке подход к эффективной организации производства банковских продуктов, услуг и сервисов получил название «Производственная система Сбербанка» (ПСС). Суть ПСС заключается в построении системы посто-

янных улучшений с вовлечением в этот процесс каждого сотрудника банка.

С начала внедрения ПСС в 2008 году более 200 тысяч сотрудников группы Сбербанка прошли обучение, за последние пять лет эффективность работы банка по разным направлениям повысилась на 30–50%. Элементы ПСС интегрированы в программы массового обучения, в том числе и в программу для новых сотрудников банка, а с 2012 года банк начал проводить обучение и сертификацию по программам «черный пояс» и «зеленый пояс» по мировым стандартам.

Краудсорсинг и инновации становятся стандартами работы банка. В банке работают электрон-

ные площадки, позволяющие любому сотруднику принять участие в совершенствовании работы. На одной из них, «Бирже идей», сотрудники могут подать инициативы по улучшению стандартов их работы (всего было подано более 100 000 идей с совокупным эффектом в несколько миллиардов рублей). А на площадке «Идеи Сбербанка» проводится обсуждение важных тем — от подходов к борьбе с очередями до внесения изменений во внутренние нормативные документы банка. Например, именно по предложению сотрудников Западно-Уральского банка реализована технология считывания штрих-кода с налогового поручения в банкомате и «Автоплатеж». В целом в 2013 году экономический эффект от внедрения предложений сотрудников по улучшению процессов только на территории Пермского края, Республики Коми и Удмуртской Республики составил 2 миллиарда рублей.



Направления рекламы

Кроме того, в Сбербанке работает около 100 ЛИН-лабораторий — подразделений, которые, помимо осуществления текущей деятельности, разрабатывают и тестируют новые подходы к работе. Сотрудники ЛИН-лабораторий вовлечены во все ключевые проекты по совершенствованию работы банка.

Все это помогает банку существенно оптимизировать многие процессы и осуществить ряд масштабных проектов. К таким амби-

циозным проектам можно отнести переформатирование офисов, которое предполагает изменение не только внешнего вида офиса, но и модели обслуживания клиентов.

Сбербанк уверен, что внедрение принципов ПСС в банке на базе подходов Lean и Six Sigma, основанных на внедрении идеологии постоянного совершенствования, является необходимым фактором дальнейшего развития банка и его конкурентным преимуществом на мировом банковском рынке.