

экономика региона

Кризис в помощь

За два года работы в условиях экономического кризиса промышленность Волгоградского региона показала парадоксальный рост производства в нескольких отраслях и, в целом, удивила крепкой устойчивостью к рыночным шокам. «Ъ — Экономика региона» изучил, как отразился кризис на региональной промышленности, помогла ли ей девальвация рубля и как компании изменили свои маркетинговые стратегии.

— смена курса —

Санкции и девальвация меняют рынок

В 2008 году индекс промышленного производства в Волгоградской области сократился почти на 1,6% (по РФ сохранился рост в 0,6%), а в 2009 году обвалился сразу на 9,7% (по стране — 10,7%). Наибольшие трудности тогда испытывали экспортно-ориентированные производства: металлургия и нефтехимия.

Текущий кризис показал противоположную картину. В 2015 году регион фактически удержал индекс промппроизводства 2014 года (99,2%) при общероссийском падении на 3,4%. За первые пять месяцев 2016 года этот показатель вырос на 2,3%, а в целом по России был лишь символический рост в 0,1%.

В 2015 году, пока статистики не подвели все итоги, эксперты объясняли этот «аномальный» рост хорошими показателями оборонно-промышленного комплекса, который в последние годы получил большой госзаказ. Трудно оценить долю ОПК в общем объеме промышленного производства за прошлый год, который составил 746,5 млрд рублей. Неофициально источники „Ъ“ в ОПК региона оценивают долю «оборонки» в несколько процентов от общего объема промппроизводства.

Действительно, по данным Росстата, основной рост в 2015 году пришелся на «гражданские» направления. С позитивной динамикой в Волгоградской области работают отрасли, который больше всего «провалились» в кризис 2008–2009 годов. Это обрабатывающая промышленность, а также производство и распределение электроэнергии, газа и воды — рост в этих отраслях по отношению к январю-маю 2015 года составил, соответственно, 2,3% и 7,5%. За первые пять месяцев текущего года рост также показали предприятия, выпускающие транспортные средства и оборудования (+44,3%), текстильное и швейное производство (+40,2%), а также производители электронного и оптического оборудования (+10,8%). Выпуск кокса и нефтепродуктов вырос на 6,9%. Ключевая для региона химическая отрасль также показала успешную динамику — рост на 5,8%.

В регионе в два раза увеличился объем производства автобусов, на 83,8% увеличен выпуск кордных тканей, на 48,7% — трикотажных изделий, на 35,6% — хлопчатобумажных тканей. Объемы выпуска прямоточного бензина выросли на 48,8%, дизельного топлива — на 10,1%, а лакокрасочных материалов выпустили на 62,6% больше, чем в январе-мае 2015 года. Выработка электроэнергии в Волгоградской области увеличена на 14,3%, тепловой энергии — на 6,8%.

«Если в 2008–2009 годах падение было общимишрым, резким и глубоким, но в целом краткосрочным, то текущий кризис — вялотекущий и затяжной», — отмечает гендиректор ЗАО «Финансовый брокер „Август“», кандидат экономических наук Карэн Туманянц. — Он дает компании время для изменения маркетинговой стратегии и переориентации рынков сбыта. Свою роль сыграли, конечно, девальвация рубля и экономические санкции Запада против России».

Таким образом, многие предприятия, сумевшие вовремя встроиться в новую рыночную конъюнктуру, санкций особенно не заметили, а произошедшая девальвация рубля в каком-то смысле укрепила конкурентоспособность их продукции, особенно у тех компаний, кто ориентировался на мировые рынки.

Инвестиции подоспели к кризису

По данным областного комитета промышленности и торговли, за январь-май 2016 года наибольший рост производства к аналогичному периоду 2015 года показывали «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка», «Волгограднефтемаши» и «Каустик», которые в 2008–2009 годах, наоборот, производство сокращали. Также в лидерах «Камышинский текстиль», «Газпром химволокно» и филиал «Рус-



Благодаря своевременному ребрендингу ООО «Волгабас Волжский» смог увеличить объемы производства автобусов

Гидро» «Волжская ГЭС». Почти все эти предприятия недавно реализовали крупные инвестиционные проекты по модернизации и расширению производства или завершили ключевые их этапы.

Так, ЛУКОЙЛ в конце мае запустил на своем НПЗ в Волгограде новые мощности по переработке вакуумного газойля, что позволит компании выпускать дизельное топливо экологического класса №5 и повысит глубину переработки нефти до 95%. Это пятый по счету и самый крупный инвестиционный проект, реализованный на волгоградском НПЗ за последние несколько лет. Всего ЛУКОЙЛ инвестировал в развитие волгоградской базы более 100 млрд рублей.

«Камышинский текстиль» — крупнейший российский переработчик хлопковолокна — завершил первую очередь своего инвестиционного проекта стоимостью 800 млн рублей (общая стоимость проекта — 5 млрд рублей). Теперь компания успешно развивает свою сбытовую сеть. В 2015 году фирменные магазины предприятия открылись в Камышине и Волжском, сейчас идет создание торговых предприятий в Михайловке и Волгограде, а также на территории Саратовской и Воронежской областей.

«Ранее мы производили только пряжу и грубые ткани, но теперь расширили ассортимент и выпускаем постельное белье, — говорит заместитель генерального директора комбината «Камышинский текстиль» Андрей Шеин. — Реакция потребителей очень хорошая, мы даже такого не ожидали. В Волгоград пока не получается зайти: мы ищем подходящее помещение в центре города, которое можно было бы приобрести, — на аренду не согласны принципиально. Параллельно ведем переговоры с сетями, в том числе федеральными. Пробные партии нашего постельного белья разошлись достаточно успешно».

По данным компании, в 2015 году производство на «Камышинском текстиле» выросло на 12%, фабрика дает 46% налоговых поступлений всей легкой промышленности Волгоградской области. Причем, по словам генерального директора предприятия Александра Борисенко, «как минимум два десятка текстильных предприятий в России чувствуют себя неплохо» и стабильно развиваются — помогла девальвация рубля.

Интересную маркетинговую стратегию уже несколько лет реализует ООО «Волгабас Волжский» (торговая марка Volgabus). Компания провела ребрендинг: не только сменила старое название «Волжанин» и логотип, но и полностью изменила начинку автобусов.

«Мы первыми в России выпустили полный модельный ряд газомоторных автобусов, — рассказали в пресс-службе компании. — Унифицировали кузовные решения и дизайн всей линейки машин».

Volgabus находится в среднем ценовом сегменте автобусов: между европейскими и китайскими марками. Это позволяет предприятию занять свою нишу на мировом рынке, компания активно готовится к зарубежной экспансии. Сейчас в стадии согласования находятся контракты на поставку городских и туристических автобусов на Средний Восток и в ряд африканских стран, рассказали в пресс-службе ООО «Волгабас Волжский».

Результатом выбранного курса стал рост объемов производства, особенно в сегменте газомоторных машин. По данным ООО «Волгабас Волжский», если в 2014 году с конвейера предприятия сошли 162 машины, то в 2015 году — уже 238 единиц. За первое полугодие 2016 года на заводе произвели уже 196 машин.

Еще один пример удачно выбранной антикризисной маркетинговой стратегии показал «Каустик» (ГК «Никохим»). Макроэкономическое потрясение оказались выгодно предприятию: подешевевший рубль способствовал усилению его позиций на рынке, что позволило быстрее окупить вложения по уже реализованным инвестиционным проектам.

«По итогам 2015 года, валовая выручка на основном предприятии группы — АО „Каустик“ — увеличилась примерно на 30%, превысив 16 млрд рублей, — рассказал пресс-секретарь группы „НИКОХИМ“ Валерий Таранов. — И тенденция наращивания выпуска продукции сохраняется. Несмотря на то, что спрос на внутреннем рынке несколько сократился (в основном в строительной отрасли), „Каустик“ остается в числе российских лидеров по выпуску каустической соды, хлорпарафинов, хлора, синтетической соляной кислоты, поливинилхлорида».

Чтобы компенсировать снижение спроса на внутреннем рынке, группа сделала ставку на сохранение интереса к продукции со стороны уже имеющихся клиентов. Были применены новые маркетинговые решения. В частности, предприятие раз-

вивает новые транспортно-логистические схемы: использует автоцистерны, ISO-танки и др., сокращает цепочку посредников, развивает региональные склады. Кроме того, «Каустик» стал активнее в тендерах на электронных торговых площадках и более гибко формирует экспортные цены — в зависимости от фактической сбалансированности спроса и предложения.

Еще до кризиса на промышленной площадке предприятия был создан многопрофильный химический технопарк. «Главное содержание нашей модели, — поясняет Таранов, — использование продукции одного производства для последующей, более глубокой переработки, в результате чего возрастает эффективность деятельности всех участников. Единая инфраструктура, развитая логистика, богатейшие запасы сырья, собственный научно-производственный центр и высококвалифицированные кадры — основные ресурсы развития нашего бизнеса. И кризис на эти планы существенного влияния не оказал».

Другие волгоградские предприятия также смогли воспользоваться девальвацией рубля и изменившейся конъюнктурой рынка. Однако выгоды не везде очевидны, многое зависит от «гибкости и оперативности маркетингового мышления», отмечает директор по стратегическому маркетингу и развитию компании «ВОЛМА» Александр Никулин.

«В своем производстве мы используем импортную строительную химию, аналогов которой в России нет, — рассказал господин Никулин. — Однако мы смогли наладить поставки из приграничных государств Средней Азии, что сократило затраты на логистику. Кроме того, эти страны также зависимы от экспорта углеводородов, и у них также произошли корректировки курсов, причем в нашу пользу. Точнее, мы просто вернулись к докризисному положению».

А вот в европейских странах продукция «ВОЛМА» из-за девальвации рубля стала более доступна для местных покупателей. В условиях хорошей рыночной конъюнктуры компания в 2015 году запустила новый завод в Оренбургской области, в стадии пусковой готовности производство в Адыгее, начато строительство завода в Белоруссии. «ВОЛМА» не раскрывает показателей роста выпуска продукции. «Пока мы в начале пути, будем следить за развитием событий и активно использовать текущие выгодные условия», — отмечает господин Никулин.

В прошлом году компания вывела на рынок ряд новинок: сухие полимерные шпаклевки, гипсовые штукатурки класса «Люкс» и наливные полы. Есть еще ряд продуктов и задумок, которые находятся в стадии реализации. В частности, речь идет о линейке для индивидуального жилищного строительства, домашнего ремонта и дачи. Потенциально это все продукция для крупных сетевых ритейлеров, в том числе европейских. Причем, как и «Каустик», в кризис ВОЛМА активизировала проекты по созданию распределительных складов — сейчас для этого больше возможностей.

Скромная мировая экспансия

Спешит воспользоваться благоприятной конъюнктурой рынка и ООО «ТД „ГраСС“» — производителем автохимии и моющих средств для клининга. За счет собственных средств компания реализует инвестиционный проект с общим объемом вложений 500 млн рублей. На производственной площадке в Средней Ахтубе уже работают несколько линий, и монтируются еще две линии — для производства ароматизаторов для автомобилей. А в августе ожидается открытие производства средств для сантехники.

В 2015 году производство «ГраСС» выросло на 47%, заявлял ранее на встрече с волгоградскими журналистами гендиректор компании Михаил Трачев. По его оценке, «ГраСС» занимает 40% отечественного рынка автохимии и средств для клининга. Объем производства с новых линий предприятие намерено поставлять в страны Западной Европы, Азии, Африки и США. Причем экспансия в Европу уже началась.

Однако примеры успешных маркетинговых стратегий — «Каустика», ВОЛМА, «ГраСС» — это все-таки единичные случаи. «Сказывается большой дефицит опытных маркетологов и недостаток оборотных средств, есть проблемы с получением кредитов», — отмечают в комитете промышленности и торговли Волгоградской области.

К тому же большинство волгоградских предприятий — это просто звенья в производственной цепочке, которые обрабатывают сырье в полуфабрикаты или изготавливают компоненты, а не готовые потребительские товары. Местных, широко известных брендов на самом деле очень мало, отмечают эксперты, и многие волгоградские промышленники только учатся работать в этом направлении.

Александр Васильев, Татьяна Дмитриева

Заводы переводят на ручное управление

Для заводов ищут прямой путь кэлектрогенерации

Еще одна давняя проблема волгоградской промышленности — большие энергозатраты и высокая стоимость энергоресурсов. В мае губернатор Волгоградской области Андрей Бочаров в ходе встречи с премьер-министром Дмитрием Медведевым предложил оптимизировать энергопоставки на крупные волгоградские предприятия. В регионе работают «Волжская ГЭС» («РусГидро») и ТЭЦ «ЛУКОЙЛА», и многие местные заводы еще с 2000-х годов пытаются закупать ресурсы напрямую у генерации, минуя оптовое и спотовое звенья рынка. Медведев поручил Минэнерго РФ «проработать этот вопрос».

Для многих он стал вопросом выживания. Так, «Волгоградский алюминиевый завод» (ВГАЗ)

в 2013 году остановил свое производство, поскольку низкие цены на алюминий при высоких энергозатратах сделали его нерентабельным. Однако предприятие полностью не закрылось — «Русал» смог частично занять эту производственную площадку выпуском алюминиевых гранул, порошка и слитков.

«Основные заказчики этой продукции — предприятия России, а также ближнего и дальнего зарубежья, выпускающие алюминиевый профиль, — отметили на предприятии. — К началу 2017 года также планируется начать выпуск обожженных анодов. Пока около 70% этой продукции закупается российскими компаниями за рубежом. Открытие этого производства позволит создать на заводе порядка 500 новых рабочих мест».

Для поддержки этих проектов региональные власти предложили свое решение. ВГАЗ и еще одно энергоемкое производство — «Волжский абразивный завод» — все-таки могут перейти на прямые поставки электроэнергии от «Волжской ГЭС». Такое решение было принято в июне в ходе переговоров замминистра энергетики РФ Вячеслава Кравченко и губернатора Волгоградской области Андрея Бочарова.

По информации „Ъ“, Минэнерго РФ было также готово содействовать организации поставок с ТЭЦ «ЛУКОЙЛА», мощности которых в регионе загружены не полностью. Однако в администрации области настаивают на подключении к «Волжской ГЭС», поскольку энергия ТЭЦ дороже. Кроме того, ВГАЗ и «Волжский абразивный завод» находятся относительно недалеко от ГЭС, что позволяет

избежать больших затрат на их прямое подключение непосредственно к мощностям «РусГидро». «Это даст возможность возобновить производство на ВГАЗ и увеличить объемы выпуска продукции на абразивном, — отметил один из участников переговоров со стороны администрации Волгоградской области. — Оба предприятия сейчас проводят модернизацию и готовы к этому».

Однако для этого региональным властям необходимо решить проблему перекрестного субсидирования — компенсации части стоимости электричества для населения за счет более высоких тарифов для промышленности. По данным „Ъ“, расходы Волгоградской области на эти цели могут быть компенсированы из федерального бюджета. Например, Красноярский край

в 2015 году в рамках госпрограммы «Энергоэффективность и развитие энергетики» получил на субсидии по «перекрестке» 900 млн рублей.

«Решить эту проблему в нашем регионе не удавалось много лет, — отметил генеральный директор «Волжского абразивного завода» Сергей Костров. — Я считаю, что необходимо выработать такую методику определения цен при заключении прямых договоров с генерациями, которая бы учитывала, в том числе, энергоемкость производства. Сейчас же мы закупаем электроэнергию на оптовом и спотовом рынке на общих основаниях, хотя энергоресурсы занимают до 60% в себестоимости наших продуктов».

Главный же вопрос — насколько снизится стоимость энергии при прямых поставках и оптимизации схем электроснабжения — пока ос-

тается открытым. Специалисты говорят, что речь идет о десятках процентов, но итоговый размер будет зависеть не только от экономических факторов.

По оценке бывшего депутата облдумы региона Олега Болотина, много лет занимавшегося вопросами промышленности, стоимость электроэнергии может быть ниже на 30–40%, если миновать оптовый рынок.

«Проблема перекрестного субсидирования не настолько глобальная, надо просто усилить контроль за потреблением населения и снизить воровство электроэнергии в городских сетях, — считает собеседник. — Вопрос же прямых поставок во многом волгоградский. Если разрешат нашему региону, могут захотеть и другие».

Александр Васильев, Татьяна Дмитриева