

А вот на производство лицевого кирпича активное строительство в рамках нацпроектов, по оценке Игоря Слупского, не оказывает столь значимого влияния. «Объекты, возводимые по нацпроектам, — это железобетонное монолитное строительство с навесными фасадами и плоскими кровлями. Здесь для нашей продукции места почти нет. Мы выступаем поставщиками на строительстве школ и детских садов, на каких-то объектах используется газобетон, где-то — наши поризованные керамические блоки. Кирпич практически не применяется. Так что нацпроекты на наше производство оказывают очень незначительное влияние, в последние пять лет наш основной рынок — индивидуальное частное строительство.

ВРЕМЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В условиях введения ограничительных мероприятий в связи с угрозой распространения коронавирусной инфекции предприятия отрасли продолжали свою работу, в частности заводы компании «Волма» вошли в число системообразующих. «Порядка 15% продукции мы реализуем на экспорт. Так что с ограничениями мы столкнулись чуть раньше, чем другие предприятия. Уже где-то с января мы ощутили на себе особенности данной ситуации», — сообщил Владимир Овчинцев. В условиях пандемии компания продолжила работу, лишь офис предприятия был переведен на удаленку.

В списке системообразующих предприятий Кубани оказался и «КНАУФ ГИПС Кубань». Как отметил Сергей Бондаренко, компании пришлось оперативно перестраивать буквально все бизнес-процессы с учетом новой реальности. «Так как производство не останавливалось и отгрузки происходили и происходят в привычном ежедневном режиме, нашей задачей было обеспечить безболезненный переход сотрудников на удаленную работу без потери качества обслуживания клиентов», — рассказал он. Южные предприятия «КНАУФ» работают не только на поставки внутри Краснодарского края, продукция завода в Псебае отгружается во многие регионы страны, необходимо было оперативно реагировать на все изменения на уровне субъектов: отслеживать, где введен пропускной режим, как работают строительные объекты, какие требования приняты в регионе к работникам и т. д.

«В то же время производственная площадка продолжает увеличивать ассортимент производимой продукции, например завод в Псебае в 2020 году начал выпускать высокопрочные гипсокартонные КНАУФ-листы «Сапфир», — рассказал господин Бондаренко.

Другая часть предприятий продолжила свою деятельность в связи с тем, что их производство затруднительно остановить. «Наша компания находится в перечне производств с непрерывным циклом, которые не подлежат остановке. Если бы нас заставили потушить печи, это привело бы к большим проблемам, в том числе технического характера», — отметил Игорь Слупский.

Если в первом квартале текущего года рынок строительных материалов показывал успешный рост, то с введением ограничений в связи с угрозой распространения коронавируса падение достигло от 10% до 50% в зависимости от вида продукции. «Я оцениваю сегодняшнюю ситуацию как неопределенную. На удивление снижение спроса на облицовочный кирпич было небольшое, в среднем он упал на 10—15%, дальнейшее развитие ситуации предугадать сложно», — рассказал Игорь Слупский, уточнив, что падение продаж было вызвано как принятыми ограничениями в сфере строительства, так и сложностями в логистике: межрегиональные перевозки также были ограничены. Кроме того, в большинстве регионов, где присутствует «Славянский кирпич», розничные торговые точки были закрыты.

Господин Слупский не исключает, что при самом оптимистичном прогнозе после отмены карантинных мероприятий возможен даже рост продаж лицевого кирпича. «Это возможно в связи с от-

ложенным спросом, рост может достигнуть тех же 10—15%, которые мы не допродали на сегодняшний день. Тем не менее нельзя исключать и значительное сокращение продаж в связи со снижением доходов населения. Хотя мы работаем в сегменте бизнес- и премиум-класса и большая часть наших потенциальных клиентов значительных финансовых потерь пока не понесла», — рассказал первый заместитель генерального директора ОАО «Славянский кирпич».

Директор филиала ООО «ППТК „Энергострой“» Вазген Товмасын также сообщил о снижении объемов производства. Предприятие занимается выпуском железобетонных изделий для инженерных коммуникаций, также потребителями продукции «Энергостроя» являются организации, занимающиеся ремонтом и строительством автодорог и мостов. «Объем производства ЖБИ в 2019 году был на уровне 780 м³ в месяц в зависимости от сезона. В начале первого квартала 2020 года объемы были сохранены, но затем пошел спад спроса, соответственно снизилось и производство ориентировочно до 650–680 м³ в месяц», — сообщил господин Товмасын.

ООО «Югстройкровля» производит кровельные и гидроизоляционные материалы, которые востребованы не только в России, но и в странах ближнего зарубежья: Казахстане, Армении, Таджикистане, Болгарии. На предприятии отмечают снижение спроса в два раза. «Наш основной потребитель — это строительные гипермаркеты, магазины и рынки. В связи с пандемией и связанным с ней кризисом, конечно, ощущается значительное снижение закупок как у малого, так и у среднего бизнеса. На данный момент мы ощущаем спад спроса на 50% в сравнении с прошлым годом. Несмотря на это, мы планируем в этом году навестать упущенное, а возможно, и улучшить показатели 2019 года. В целом ситуация со слабым рублем открывает возможности для экспорта продукции», — рассказал директор ООО «Югстройкровля» Эдуард Мкртчян.

В компании «Волма» отмечают, что многие стройки в России в условиях карантинных ограничений все же не останавливали свою работу, покупатели приобретали материалы через тендерную систему на удалении. «Я не могу сказать, что рынок массово встал. Наибольшую проблему испытывают дистрибьютеры, реализующие продукцию, рассчитанную не на профессиональных строителей, а на обычных потребителей. Особенно те из них, кто не был ориентирован ранее на интернет-продажи. Сейчас этот канал реализации значительно увеличился», — сообщил Владимир Овчинцев.

По его словам, около 40% компаний, реализующих продукцию «Волма» достаточно гибко адаптировались к новым реалиям и перешли в онлайн, при этом объемы продаж у них не только не упали, но даже выросли. «Если у самых продвинутых компаний продажи через интернет составляли не более 4% от оборота, то сейчас в таких регионах, как Москва, Новосибирск, Краснодар и т.д., у большинства из них 100% товарооборота приходится на онлайн-продажи. Это новые навыки работы, новые подходы в логистике», — заключил генеральный директор ООО «Управляющая компания „Волма“». Он также уточнил, что адыгейское предприятие «Волмы», несмотря на кризис, рассчитывает в этом году на увеличение продаж в среднем на 10%.

РАЗНЫЕ ПОДХОДЫ К КАЧЕСТВУ Представители нескольких крупных компаний, опрошенных «ЭР», отмечают, что в последние годы внедряли на своих производствах цифровые системы управления качеством, занимались повышением производительности труда. «Система менеджмента качества группы «КНАУФ» в России сертифицирована в соответствии с международным стандартом ISO 9001. Мы уделяем большое внимание эффективности процессов и их взаимодействию: если они выстроены правильно,



ФОТО: ОЛЕГ ХАХЕЕВ

НАИБОЛЬШУЮ ПРОБЛЕМУ ИСПЫТЫВАЮТ ДИСТРИБЬЮТЕРЫ, РЕАЛИЗУЮЩИЕ ПРОДУКЦИЮ, РАССЧИТАННУЮ НЕ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТРОИТЕЛЕЙ

то потребитель гарантированно получит продукт надлежащего качества по справедливой цене. «В производстве мы придерживаемся основных принципов бережливой производства и безопасной организации работ, стремимся к полномасштабному воплощению принципов концепции zero waste. Система 5S, автономное обслуживание, «цифровой завод» — для нас не модные слова, а реальность, позволяющая сократить потери, ускорить процесс сбора и обработки статистики», — рассказал технический директор завода «КНАУФ ГИПС Кубань» Дмитрий Колонистов.

В своих исследованиях рынка компания «Волма» использует математические модели. Под эти прогнозы подстраивается производство и логистика. «У нас классическая математическая оцифрованная модель бизнеса, которая позволила нам обеспечить в 2019 году рост производства и продаж в два раза выше, чем в среднем по рынку. Наличие цифрового ядра в нашей компании обеспечило нам возможность гладко вписаться в ту неопределенную ситуацию в экономике, которую вызвал коронавирус», — сообщил Владимир Овчинцев. По его словам, с 2014 года, когда курсы валют поползли вверх, группа предприятий, входящих в «Волму», получила возможность развития экспортного направления. Именно поэтому все

продукты были сертифицированы по стандартам Евросоюза.

В компании «Славянский кирпич» отмечают, что в системе оценки качества прежде всего опираются на свой опыт. «Мы в этом бизнесе более 25 лет и чему-то научились за это время. У нас разработана собственная система оценки качества продукции, которая начинается с добычи сырья и заканчивается контролем отгружаемой продукции. В новомодные сертификации ISO 9001 и тому подобные мы не очень верим. Мы их изучали, и они нам не понравились. ISO 9001 рассчитана на демократический подход в управлении промышленным предприятием. На мой взгляд, в России принята авторитарная система управления в промышленности. Международные стандарты системы менеджмента качества предусматривают делегирование до 80% полномочий персоналу. У нас пока так не получается», — отметил господин Слупский. ■

«СКОЛЬКО ПРОДАНО КИРПИЧЕЙ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ, ПРИ НАШЕЙ СИСТЕМЕ УЧЕТА ПОДСЧИТАТЬ НЕВОЗМОЖНО. ПРОДУКЦИЮ ЗАВОЗЯТ ИЗ ДРУГИХ РЕГИОНОВ, А ТАКЖЕ БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ»