

«Выбор» есть всегда

Генеральный директор ООО Управляющая компания «Выбор» (входит в ГК «Выбор») Евгений Пашко рассказал о том, что будет с рынком строительства и благоустройства в ближайшей перспективе и о возможностях реорганизации бизнеса в кризис

— **Евгений Борисович, как компания «Выбор» чувствует себя в ситуации общей неопределенности и изменений экономической конъюнктуры?**

— Российская экономика находится в зоне турбулентности, «трясет» всех, но в разной степени. Нам, если можно так сказать, повезло, мы чувствуем себя гораздо увереннее многих игроков: производство находится в России, экспортной продукции нет, работаем исключительно на внутренний рынок и покупательская способность пока есть. На данном этапе реализация нашей продукции идет в запланированном темпе. Объемы производства в этом году ожидаются на 25% выше прошлогодних. Во многом такая позиция — результат следования ценностям компании «Выбор» и стратегии, которая заключается в увеличении доли рынка, улучшении эффективности производства и реализации потенциала нашей команды.

ГК «Выбор» была основана в 1996 году в Новороссийске и на сегодняшний день является одним из лидеров российского рынка по изготовлению тротуарной плитки и элементов благоустройства. На восьми собственных заводах компании, оснащенных современным немецким оборудованием, производится более 2,6 тыс. видов продукции стандарт- и премиум-класса. Ежегодный объем выпуска продукции составляет 6 млн кв. м. Дилерская сеть охватывает 68 регионов РФ.

В портфеле компании тысячи частных, коммерческих и муниципальных проектов. В 2022 году Минстрой опубликовал приказ, где указал на 120 лучших проектов по благоустройству в РФ, на которые нужно ориентироваться, и продукция компании «Выбор» лежит в основе 14 из них.

— **Ожидаете ли вы, что до конца года ситуация на строительном рынке будет стабильной?**

— Строительный цикл — это всегда длинные инвестиции. Все запланированные на этот год объекты точно будут завершены, я не сомневаюсь. В частности, наша компания в стопроцентном объеме выполняет все обязательства в рамках заключенных контрактов. В 2023 году мы вместе с остальными участниками рынка ждем падения, масштабы которого предсказать невозможно. Надеемся, что в нашем сегменте обвал не будет катастрофичным, потому что проекты благоустройства — это «лицо» стройки, на котором, как правило, не экономят. По крайней мере, мы наблюдали такую тенденцию во время всех кризисных явлений.

— **Каким образом компания обеспечила себе стабильность производства в условиях санкций?**

— С поставками основной части сырья — песка, щебня и цемента — проблем нет. Инертные материалы в России выпускаются в достаточном объеме. К тому же у нас есть собственный карьер по производству щебня и песка — крупнейший в ЮФО. Но есть группы товаров, которые мы приобретаем за рубежом, и с ними есть проблемы. Речь о различных химических добавках, пигментах немецкого производства. К счастью, мы успели сделать запас, которого хватит примерно на год. Конечно, мы понимаем, что этот запас не бесконечен. Поэтому рассматриваем предложения китайских поставщиков, которые, безусловно, осторожничают, опасаются вторичных санкций, но тем не менее предложения есть, труд-

ности преодолимы, поставки по этим компонентам производства наладить реально.

У нас есть свой цех по производству части оборудования для производственной линии. Два месяца назад мы открыли дробильно-сортировочный завод в Курганинске, который позволяет самим выпускать различные фракции щебня для премиальных коллекций тротуарной плитки.

У нас есть цех по ремонту пресс-форм для изготовления плитки — это основной расходный материал. Не секрет, что эти формы рассчитаны на определенное количество циклов, по завершении которых использовать их нельзя, теряется качество. Наши конкуренты позволяют себе использовать их сверх нормы. У нас же с этим строго: по завершении цикла мы формы снимаем, ремонтируем и отправляем на склад, таким образом, у нас всегда есть запас этих расходников.



— **В этом году вы планировали запуск завода по производству элементов благоустройства и тротуарной плитки мощностью более 700 тыс. кв. м в год в Казани. Удастся ли реализовать проект в срок?**

— Да, в июле завод будет запущен. Объем инвестиций в проект составил 1,7 млрд руб. Татарстан стал шестым регионом производственного присутствия компании «Выбор». Это восьмая производственная площадка сети. В настоящий момент заводы работают в Москве, Краснодаре, Новороссийске, поселке Афилом, Курганинске, Санкт-Петербурге, Красноярске и заводе в г. Ялуторовске Тюменской области.

— **Перечисленные преимущества позволяют компании сдерживать рост цен?**

— Все, что связано с закупкой импортных компонентов, подорожало вдвое, увеличилась стоимость доставки инертных материалов, поэтому мы были вынуждены скорректировать прайс в апреле. Цены изменились в зависимости от региона.

— **Как вы выстраиваете цепи поставок своей продукции в условиях логистического хаоса?**

— Есть проблемы с железнодорожными перевозками из-за обострившегося дефицита подвижного состава, растут ставки фрахта на автомобильные грузоперевозки, но наличие производственных площадок по всей России обеспечивает нам довольно удобное логистическое плечо для поставок на российский рынок от юга до Дальнего Востока.

— **Ожидаете ли вы дефицита комплектующих оборудования в связи с санкциями?**

— Все производственные линии «Выбора» основаны на немецких вибропрессах, которые,



безусловно, требуют обслуживания и ремонта. Встает вопрос цифрового импортозамещения, так как уже есть трудности с эксплуатацией системы управления производством, которая охватывает полный цикл бизнес-процессов. Так удачно совпало, что наши заводы успели пройти техническое обслуживание до февраля и открылись к сезону в полной готовности. К тому же в марте мы постарались максимально запастись запчастями. Что дальше — совершенно непонятно. Но у нас есть как минимум год, чтобы решить проблемы с поставками комплектующих.

действующих мощностей и дальнейшему развитию. Это выгодно для всех, сейчас можно констатировать, что заводы, которые совсем недавно начали работать под нашей торговой маркой, в разы увеличили свою выручку и прибыль.

— **Насколько вообще компания «Выбор», которая занимает лидирующие позиции на рынке, сегодня ощущает конкуренцию. Вам важно сохранять дух соперничества, когда, казалось бы, современные заводы построены, дистрибуция и логистика налажены?**

— Мы переросли тот этап развития, когда рассказывали, что конкурентов у нас нет. Сегодня степень производственной зрелости иная. Мы обращаем внимание на каждого конкурента, несмотря на то, что занимаем порядка 13% рынка. И могу сказать, что есть ряд компаний, к успехам которых надо приглядеться. Да, наши заводы самые оснащенные, их комплектация влияет на ассортимент. Но нам важно развивать бренд «Выбор», который отделен от производственных мощностей, имеет собственную ценность.

По-прежнему для нас принципиально качество и эстетика мощения. В этом плане нет предела совершенству. Если помните, в 2017 году «Выбор» участвовал в разработке нового ГОСТа на тротуарную плитку, который не перевыпускался с 1991 года и, спустя столько лет, не отвечал требованиям качества. Произведенная по устаревшему ГОСТу плитка разваливалась через пару лет. Конкурировать с производителями такой «ГОСТовской» продукции на муниципальных торгах «Выбор» не мог и не хотел. Чтобы переломить ситуацию, мы объединились с конкурентом, для которого качество производства также было ключевым моментом в работе, и разработали новый стандарт.

Мы минимизировали брак на производстве, внедрили очень жесткие стандарты. Вся наша продукция проходит лабораторные испытания по пяти параметрам, кроме того, внедрена система машинного зрения для контроля качества выпускаемой продукции, что позволило снизить процент брака на 85%. Однако развивая исключительно производство, ты будешь делать хороший продукт, но конкурировать на рынке вряд ли удастся. Мы подходим к развитию комплексно, поэтому постоянно находимся в тонусе и рабочем драйве.

