

УДК 666.913.2



А.Ф. Бурьянов выступает на конференции 1 февраля 2013 г.

Ю.А. ГОНЧАРОВ, президент, А.Ф. БУРЬЯНОВ, исполнительный директор, Российская гипсовая ассоциация

Ключевые факторы успешного развития отрасли гипсовых материалов

Развитие гипсовой отрасли России после мирового кризиса 2008–2009 гг. отличается положительной динамикой по всем позициям – добыче гипсового камня, производству гипсовых вяжущих, гипсокартонных листов (ГКЛ), перегородочных плит (ПП), сухих смесей (ССС) и др. Уже в 2010 г. объемы производства гипса и материалов на его основе достигли показателей 2008 г. В 2011 г. рост производства составил 13%, в 2012 г. – 22% (в натуральном выражении 5 млн т).

На успешное развитие отрасли и ее более устойчивое положение в период экономической нестабильности влияет ряд факторов, которые были проанализированы на всемирной конференции Global Gypsum, прошедшей в октябре 2012 г. в Стамбуле. Выводы и рекомендации мирового профессионального сообщества, без сомнения, будут полезны российским компаниям, особенно после вступления нашей страны в ВТО.

Конечно, нельзя сказать, что мировой экономический кризис обошел стороной гипсовую отрасль. В Северной Америке закрылось несколько заводов по переработке гипсового сырья, наблюдается спад объемов потребления на развитых рынках (Европа, США); из гипсовой отрасли ушла компания Lafarge; мировой лидер по производству бумаги и упаковки продуктов компания International Paper приобрела компанию Tempel Inland – производителя ГКЛ и других строительных материалов на территории США.

Независимо от экономической ситуации и страны локализации производства, результаты деятельности предприятия гипсовой отрасли прямо зависят от следующих ключевых факторов.

- **Гипс.** Необходимо заключать соглашения о гарантированных поставках гипсового сырья по конкурентным ценам.
- **Облицовочный картон** или химические добавки. Необходимо заключать соглашения о гарантированных поставках сырья по конкурентным ценам.
- **Производство.** Производимые строительные материалы должны соответствовать потребностям местного рынка.
- **Себестоимость.** Себестоимость должна быть конкурентной на местных рынках и более низкой на прочих.
- **Влияние рынка.** Необходимо находить способы воздействия на конечного потребителя.
- **Масштаб деятельности.** Необходимо максимально использовать преимущества крупной компании.

Понятно, что для работы любого гипсового предприятия на первом месте всегда стоит вопрос обеспеченности основным сырьем – гипсом. Для устойчивого развития запасов гипсового камня разрабатываемого месторождения должно хватать не менее чем на 25 лет непрерывной работы предприятия. При этом гипс должен быть высокого качества (соответствовать требованиям к составу и содержанию примесей). Поэтому месторождения гипсового камня приобретают все большую значимость.

Альтернативой натуральному гипсовому камню является искусственный гипс. В США и многих странах Европы для производства строительных материалов достаточно широко используют гипс, который получают при очистке дымовых газов угольных электростанций. В Северной Америке он называется FGD гипс (flue gas desulfurization), в Германии – REA гипс. Объемы производства FGD гипса намного превышают объемы его потребления в США. Это связано с ростом себестоимости производства, тенденцией снижения использования угля и возрастанием использования альтернативных источников энергии.

На постсоветском пространстве искусственный гипс практически отсутствует. Он может появиться в будущем при изменении природоохранного законодательства.

Большее половины мирового потребления гипсового вяжущего приходится на производство ГКЛ, поэтому вопрос поставки облицовочного картона стоит на втором месте в ряду приоритетов важности. Договоры на поставку облицовочного картона должны носить долгосрочный характер и заключаться не менее чем на пять лет.

При разработке ассортимента выпускаемой продукции следует иметь в виду, что в настоящее время сложилась устойчивая тенденция роста спроса на высокотехнологические строительные материалы и системы на всех рынках – новых, занимаемых и уже давно занятых. В условиях жесткой конкуренции рост потребления будет поддерживаться за счет удовлетворения вновь выявленных потребностей и предпочтений.

Возможные пути влияния на рынке – производство (предоставление) уникальных продуктов (услуг); конкурентоспособность; осуществление совместного производства. Тенденции на будущее предполагают большую консолидацию, наличие на рынке нескольких крупных игроков. При этом необходимо иметь каналы сотрудничества с конечным потребителем напрямую, без посредников.



Завод «КНАУФ ГИПС БАЙКАЛ» (Иркутская обл.)

Компания	Территориальная локализация	Вид продукции	Мощность	Планируемый ввод
Проекты новых заводов от глобальных компаний				
КНАУФ	г. Новомосковск Тульской обл.	ССС	270 тыс. т	2013 г.
Сен-Гобен	Нижегородская обл.	ГКЛ	30 млн м ²	2015 г.
	Башкортостан	ГКЛ	30–45 млн м ²	
Проекты новых заводов местных игроков				
Корпорация «ВОЛМА»	Оренбургская обл.	Гипсовое вяжущее		
		ССС	220 тыс. т	
		ПГП	550 тыс. т	
ГК «ЮНИС»	Пермский край	ССС	180 тыс. т.	2013–2014 гг.
ООО «Аракчинский гипс» («Абдуллингипс»)	Татарстан	ГКЛ	15 млн м ²	
ОАО «Гипсополимер» (Прикамская гипсовая компания)	Пермский край	ГКЛ, ПГП ССС	500 тыс. т (по гипсовому вяжущему)	2018 г.
ООО «Фоника-Гипс»	Татарстан	ГКЛ	15 млн м ²	2013–2014 гг.
		ПГП	550 тыс м ²	
		ССС	350 тыс т	
ОАО «Мордовцемент»	Мордовия	ГКЛ	30 млн м ²	2013 г.
ОАО «Хабезский гипсовый завод»	Карачаево-Черкесия	ГКЛ	20 млн м ²	
ООО «Каббалгипс»	Кабардино-Балкария	ССС	100 тыс. т	2013 г.
		Фиброплита	2,5 млн м ²	
ООО «Уралгипс»	Пермский край	Гипсовое вяжущее		
		ГКЛ	30 млн м ²	
		ПГП (3-я линия)		

Крупные компании должны осуществлять финансирование рыночных исследований, а также научную деятельность, разработку новых технологий и инновационных продуктов. Действовать быстро и локально, развивать сотрудничество и быть открытыми к обмену опытом.

Каждый из вышеперечисленных факторов играет свою роль в зависимости от этапа и масштаба развития компании.

При возникновении компании для нее важнейшими задачами будут обеспеченность гипсовым сырьем и организация продажи готовой продукции в ближайших регионах. По мере роста производства и продаж на местном рынке будет повышаться актуальность вопросов, связанных со снижением себестоимости продукции.

Выход на межрегиональный рынок, как правило, означает переход к эксплуатации нескольких заводов. Это потребует выстраивания более тесных отношений с производителями сырья. Кроме того, осуществляя продажи на значительной территории, не удастся избежать обострения конкуренции с крупными игроками.

Преждевременный (неподготовленный) выход на мировой рынок чреват риском повышения себестоимости результатов деятельности из-за ухудшения управляемости удаленными заводами. То есть готовность к глобализации оценивается не по количеству денег, а по готовности организационной структуры.

Статус глобальной компании обязывает вкладывать значительные средства в разработку новых продуктов, отличных от предложений других глобальных игроков.

Таким образом, по мере роста компании управление усложняется не только пропорционально объемам производства и количеству заводов, но и за счет вовлечения в сферу особого внимания все новых ключевых факторов успеха.

С удовлетворением отметим, что наиболее активно развивающиеся российские компании могут служить примером применения современных маркетинговых технологий и технических инноваций. В последние годы гипсовая промышленность России уверенно наращивает мощность.



Компания «КНАУФ» (Московская обл.) завершила строительство завода в Иркутской области «КНАУФ ГИПС БАЙКАЛ» мощностью 60 млн м² по ГКЛ и 200 тыс. т по гипсовым ССС.

Корпорация «ВОЛМА» (Волгоград) в Челябинской области ввела линию ПГП мощностью 550 тыс. м²; в Московской области запустила новое гипсоварочное производство, линию ПГП мощностью 300 тыс. м² и линию гипсовых ССС мощностью 220 тыс. т.

ОАО «Гипсополимер» (Пермь) запустило две линии ПГП общей годовой мощностью 1,1 млн м².

ОАО «Хабезский гипсовый завод» (Карачево-Черкесская Республика) ввело завод ПГП годовой мощностью 700 тыс. м².

ОАО «Мордовцемент» построило линию ПГП мощностью 550 тыс. м².

На достигнутом игроки российского гипсового рынка не останавливаются. В разной степени реализации находится несколько новых производственных проектов (см. таблицу).

Таким образом, гипсовая отрасль России в 2012 г. продолжала развиваться значительными темпами, создан задел на будущее. Однако уже в конце 2012 г. было отмечено некоторое замедление роста потребления строительных материалов, в том числе гипсовых. Участникам рынка нужно быть готовыми к тому, что в ближайшие годы (по мере насыщения рынка) темпы роста гипсовой отрасли будут падать, а конкуренция ужесточаться. Российский гипсовый рынок в ближайшие пять–восемь лет превратится из развивающегося в развитый. У российских игроков осталось совсем немного времени, чтобы научиться конкурировать с глобальными компаниями. Тем, кто не подготовится к жесткой борьбе, придется уйти с рынка.

В 2013 году исполняется

20 лет

с момента прихода в Россию
одного из крупнейших
мировых производителей
гипсовых материалов –
немецкой компании «КНАУФ».

От всех членов Российской гипсовой ассоциации поздравляем коллег с этим знаменательным событием! Желаем сотрудникам компании дальнейших успехов, процветания, новых профессиональных и личных достижений, крепкого здоровья и всего самого наилучшего!



**14-17
МАЯ
2013**

КРАСНОЯРСК

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА



**МАЛОЭТАЖНОЕ ДОМОСТРОЕНИЕ.
СТРОИТЕЛЬНЫЕ
И ОТДЕЛОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

- Строительные и отделочные материалы
- Технологии и оборудование
- Печи, бани, сауны, бассейны
- Ландшафтная архитектура
- Загородная недвижимость

Приглашаем принять участие!

Организатор – ВК «Красноярская ярмарка»



Официальная поддержка:



МВДЦ «Сибирь», ул. Авиаторов, 19

тел./факс: (391) 22-88-405, 22-88-611 (круглосуточно)

stroyka@krasfair.ru, www.krasfair.ru



0+