

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Интервью, мнение, путь к успеху и опыт конкретных людей

АБРАЗИВНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

«Абразив – это ключ к совершенной поверхности», - писали мы в одной из наших статей, рассказывая об истории и видах этого важного для любого мебельщика инструмента. А что представляет собой бизнес и производство в данной сфере? За ответами мы отправились к Ирине Малевич - директору компании «Swiss Abrasives», являющейся эксклюзивным импортером и производителем продукции «SIA Abrasives» на территории Российской Федерации. Об отношениях со швейцарскими коллегами, производстве и стратегии компании читайте в этом интервью.



- Ирина, расскажите, пожалуйста, какое у компании «Swiss Abrasives» основное направление? Почему именно оно так востребовано?

- Основное направление компании – это абразивные материалы, которые мы производим на сертифицированной конфекции в России, из сырья, привезенного от наших швейцарских партнеров. Так сложилось, что первые шаги в абразивной сфере компания начала с авторемонтного сегмента, так как в то время наибольшая потребность - в «точном инструменте» возникла именно там. Но наш поставщик «SIA Abrasives» - компания с историей и именем, входящая в тройку лидеров своей области, старалась расширить свое присутствие на российском рынке по всем сегментам, использующим абразивы. После долгих раздумий мы все же решились освоить сферу полностью, несмотря на очевидно более простую организацию продаж ЛКМ или окрасочного оборудования в сравнении с поиском покупателей на тот же объем «расходки», в пересчете на прибыль. Но рынок менялся, становился более цивилизованным, клиенты больше не спрашивали «шкурку нулевку», теперь им был нужен технологичный продукт под определенные задачи, который будет работать. И у нас было, что им предложить.

- Какие у Вас отношения со швейцарскими коллегами?

- Отношения очень хорошие. Швейцарцы в своё время создали такой пул представителей в разных странах и назвали это «SIA Family». Многие представители с «SIA Family» уже по 70 лет, это не одно поколение. Швейцарцы со всеми выстраивают семейные отношения, приглашают партнеров на юбилеи, свадьбы, а мне даже предлагали крестить ребёнка и ещё раз отмечу, что всё это делают наши коллеги-поставщики.

- А в каком году было открыто производство? Как вообще все к этому пришло?

- Авторемонт, конечно нам был интересен, но несмотря на то, что рынок огромен, в нем становилось очень тесно. Вообще швейцарцы всегда позиционировали себя, как производителя абразива именно для дерева. В плитной промышленности они - номер один, к примеру – в нашей стране мы занимаем около 40% рынка, а есть страны, где «SIA» занимает 90% рынка. В мебельную промышленность мы попытались войти в 2000 году. Много нового тогда узнали. Например, что к каждому станку идет свой размер лент, а к своему размеру лент еще своя очередность градации. Пришло понимание, что мы не сможем завезти на склад такое

Основным направлением компании «Swiss Abrasives» является производство бесконечных абразивных лент для систем шлифования материалов на древесной основе и лакокрасочных покрытий. Продукцией пользуются крупнейшие производители мебели России.

Производство, открытое в 2006 году, находится в подмосковном городе Электросталь и имеет площадь 4200 м², на которой в полную мощность работают три основные линии:

- линия по производству широких лент;
- линия по производству узких лент;
- линия по производству высечных изделий (шлифовальные круги, полоски).

Продукция, производимая на предприятии, изготавливается только из высококачественного сырья, которое поставляется одной из крупнейших компаний в мире по производству абразивных материалов - «SIA Abrasives Industries AG», располагающейся в Швейцарии.

количество лент, таких складов просто не бывает. А по-другому работать невозможно, клиенты не станут ждать по 2-3 месяца, пока лента приедет из другой страны. Соответственно было решено открыть производство, и в мае 2006 года мы его открыли. Основное наше преимущество - это как раз то, что в течение 3-х дней мы можем отгрузить любой материал, а вообще, если технология позволяет, то на следующий день.

- На процесс производства влияет человеческий фактор, или оно полностью автоматическое?

- Всё зависит от человеческого фактора. Я была на многих производствах за границей, такие масштабы невозможно автоматизировать. Всё, что автоматизировано – резко становится плохим. Например, процесс смешивания клея происходит вручную, автоматизированная система так не смешивает, так как состав, который поступает на шов должен быть определенной консистенции, автоматика с этим не справляется. Даже станок, который режет ленту в длину не делает это точно. Через 3-4 реза происходит смещение, и оператор вручную корректирует станок. Шов на

ленте также контролируется операторами, так чтобы не было утолщения. Одна из немногих автоматических установок – это пресс, его никто не держит, всё остальное - это руки и мозг.

- Как в компании проверяют продукцию на предмет брака?

- Главный технолог проверяет каждый шаг производства, а в конце идут замеры первого, среднего и последнего образца, если говорить о лентах. Также продукция проверяется на разрыв натяжением: тестируем образцы где лента разорвется быстрее – по шву или по абразиву.

- Говорят, что у Вас на производстве особое внимание уделяется упаковке готовой продукции. Для чего и зачем?

- Это, в первую очередь, связано с рынком. Мы работаем со всей Россией, многие предприятия находятся очень далеко, туда необходимо доставлять ленты транспортными компаниями. Длительный процесс транспортировки могут выдержать не все упаковки. Встречалось такое, что упаковки наших конкурентов, которые были намного проще и дешевле, не могли сохранить ленту целой в процессе транспортировки к клиенту. На тестирование приходили ленты в таком виде, что их невозможно было использовать, поэтому нашей упаковке уделяется отдельное внимание.

- Как выглядит весь процесс производства? Сырьё Вы производите сами или получаете от поставщиков?

- Приходит уже готовый абразив в форме большого рулона и дальше из него можно штамповать круги, клеить ленты или вырубать полоски.

- Какие объёмы готовых материалов производство делает за месяц?

- Они огромные. На нашем сайте, например, указана цифра 15 миллионов кругов в год, однако сейчас мы разместили заказ на новый, более современный станок с которым производительность увеличится ещё в 2 раза. Спрос на круги в мебельной промышленности очень возрос. Раньше все искали ленту, которой они будут производить шлифовку, а сейчас всё изменилось: взяли машинку, круг и готово.

- В каких основных сегментах рынка может использоваться продукция компании?

- Мебельный сегмент очень показателен в этом плане, особенно, при изготовлении МДФ-плит. МДФ или ДСП после пресса выходят неровными, их необходимо откалибровать и далее довести до определенного уровня шероховатости, которая дальше пойдёт к мебельному производителю. Готовая плита – это изделие после полного шлифования, тут лента – это основной инструмент. В автопроме не так, там большой упор делается на полировку и покрытие поверхностей краской и лаком. К слову, мебельный рынок тоже немного уменьшился с появлением плёнок и ламинации. Огромен рынок по металлообработке, но, увы, не в России. В Европе обработке металла уделяют



большее значение, его шлифуют, выравнивают.

- В последнее время конкуренция на рынке активно увеличивается, согласны? Кто на рынке сейчас является Вашими основными конкурентами?

- Всё зависит от сегмента, но в целом на российском рынке у нас 2 основных конкурента и они чем-то схожи с нами. У них есть линейки для авто-сегмента, для мебельной промышленности, для металла, а также большое количество сотрудников и представителей в регионах. В России многие занимаются абразивами, но у кого-то не хватает кадров, у кого-то нет производства, у кого-то качественного сырья или мощностей. Полноценных компаний-абразивщиков с правильным подходом у нас мало.

- В каких городах представлена продукция компании? Какие регионы Вы бы назвали самыми сложными?

- С 2006 года мы плотно работаем над этим и показываем всегда двухзначную цифру роста, плотность нашего покрытия очень велика, но рынок еще больше. Свою долю мы оцениваем в 12-15% в целом от общего рынка. Есть куда стремиться, но городов, где мы не присутствовали бы нет. Российский рынок - это как качели: на нас повлияли санкции, курсы валют, политика, которую выстраивают банки. Многие наши клиенты переносят производства из Сибири в центральную Россию, поближе к Москве и Московской области, где легче осуществлять контроль, нужно меньше транспортных рукавов, да и по большей части из-за человеческого фактора – здесь гораздо проще найти сотрудников на производство и склад, квалифицированных специалистов.

- Какие у Вас планы на 2019/2020 год? Что в приоритете?

- Стратегия лидерства: мы хотим стать компанией №1 в России, сейчас мы активно работаем над расширением ассортимента, а также над увеличением кадрового состава: ищем правильных людей и представителей в регионы. Изменили дилерскую политику, я считаю, в лучшую сторону – стимулируем их «закрывать дыры» в ассортименте. Я рассчитываю, что мы сформируем стабильный ассортимент, который будет соответствовать нынешнему состоянию рынка, или не столько нынешнему, сколько на пять лет вперед. На год или два мы не планируем, планируем минимум на 5-10 лет. Через 5 лет мы железно станем лидерами, вопрос только «где»? Думаю, что в тех областях, которые сохранятся на тот момент.

- Какую самую мудрую мысль Вы бы могли передать себе в начале этого пути? Чего не следовало бы допускать, над чем работать?

- Сложно сформулировать, я бы сказала, что советы хорошо давать, когда ты уже немолод. Я раньше в женщинах не видела перспективы, принципиально не брала их на работу, у меня даже в клиентском отделе работали мужчины. Потом поняла, что наша российская действительность такова, что женщины порой работают намного лучше и более заинтересованы в этой работе. Из советов, скорее всего открыть производство в России 20 лет назад, когда я только пришла. Тогда были возможности его открыть, а мне всегда был интересен больше не процесс продаж, а что-то произвести, сделать «от и до». Мое - это искать ресурсы, новые технологии, возможно стоило бы изучать химию.

- Какие основные советы Вы бы могли дать молодым людям, которые хотят начать своё дело? На что обратить внимание?

- Брать клиентов знанием продуктов и активностью, в России очень ценят, когда до тебя доехали, долетели. Чем чаще ты летаешь и едешь – тем больше доверия со стороны клиента. Не все доезжают, у многих манера «я Вам отправил образцы, посмотрите как-нибудь». Вдумчивый, грамотный подход, очень глубокий со стороны решения проблем клиента. Клиенты это любят, особенно, если сами заинтересованы в решении своих проблем.

- Есть ли у Вас хобби, что помогает отвлечься после работы?

- У меня есть двое детей, приходишь домой – и вот уже отвлекся от работы, это самое лучшее хобби. Но в целом могу сказать, что от работы отвлекаться тяжело, но дети в этом отлично помогают. Я изучаю иностранные языки, сейчас знаю 6. Также мы много путешествуем, в октябре у нас будет ровно 100 стран.

- Ирина, благодарю Вас за приятную беседу. Желаю Вам успехов на всех фронтах, а компании и производству процветания!

