

Наиль Хайрутдинов:

Мы обогнали иностранных производителей техники пищевого машиностроения

11 октября 2018 года (четверг) в московском Экспоцентре на Красной Пресне состоится II Форум пищевого машиностроения.

К участию приглашены главы регионов, руководители федеральных и региональных ведомств - Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, Министерства промышленности и торговли Российской Федерации, ведущие производители пищевого оборудования и лучшие сельхозтоваропроизводители, руководители дилерских центров и сервисных компаний, научные и отраслевые эксперты.

В программе форума пленарное заседание по вопросам стратегии развития пищевого машиностроения в России, а также две тематические секции. Сегодня мы беседуем с участником секции «Российское оборудование: как растопить лед между производителями и потребителями?», генеральным директором АО «Чувашторгтехника» **Наилем Хайрутдиновым**.

- Развитие пищевого машиностроения было объявлено приоритетом правительства в 2017 году. Отрасль продолжила показывать рост производства. Наиль Гаяздинович, какие основные факторы повлияли на этот процесс? Какие изменения произошли по сравнению с предыдущими годами?

- Основным драйвером роста производства является постоянное улучшение качества продукции, выпускаемой отечественным машиностроением и, это, вкупе с ослаблением рубля, положительно влияет на рост, а также меры по борьбе с серым импортом, предпринимаемые государством, имеют благотворное влияние на увеличение продаж отечественного оборудования.

За прошедший год проведение Чемпионата Мира по футболу в России безусловно явилось одним из драйверов развития отрасли общественного питания, а также фактором, существенно повлиявшим на рост производства оборудования для организации общественного питания – для одного только оснащения объектов, принимающих матчи Чемпионата, потребовался значительный объем оборудования, не говоря уже о существенном увеличении потока гостей в заведениях общепита. Так, в рамках чемпионата АО «Чувашторгтехника» поставило оборудование не менее чем на 1 млрд рублей.

Ещё один фактор роста отрасли связан с объединением производителей специализированной техники и пищевого оборудования в Ассоциацию «Росспецмаш», которая позволила производителям быть услышанными на уровне государства.

- Какие приоритеты и задачи стоят перед пищевым машиностроением сегодня?

- Приоритетные направления развития пищевого машиностроения сегодня видятся в оснащении предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности современным высокотехнологичным оборудованием, что позволит повысить конкурентоспособность выпускаемой продукции, развить экспортный потенциал, за счет повышения качества и снижения издержек на производство.

А также одной из задач пищевого машиностроения является высокая клиентоориентированность - применение индивидуального подхода к каждому клиенту, что позволит повысить конкурентоспособность предприятия.

Могу привести ряд конкретных примеров. Последние годы мы активно проводим работу по продвижению оборудования нашего предприятия в торговые сети федерального уровня. Сотрудниками отдела маркетинга завода ведется тесное общение с конечными потребителями

такого уровня напрямую, выявляются все потребности персонала в технических и функциональных характеристиках оборудования. По итогам данной работы разрабатываются новинки оборудования, которое гарантированно будет востребовано данными клиентами. Первые опытные образцы предоставляются на поднадзорную эксплуатацию и тестирование с последующим доведением изделий до совершенства.

Подобная работа на данный момент успешно осуществляется с такими грандами рынка, как АО «Тандер» - сеть магазинов Магнит, супермаркетами SPAR, Лента, так и с молодыми сетевыми проектами, вышедшими на рынок относительно недавно ДОДО-Пицца, сеть пекарен Хлебница, Добропёк, Жар-Свежар, фаст-фуд сеть Помпончик.

Довольно большой ассортимент изделий под брендом Abat появился как следствие данной работы - в частности для нужд пекарен Хлебница мы абсолютно с нуля в кратчайшие сроки (буквально за месяц) разработали и запустили в серийное производство хлебопекарные подовые шкафы с пароувлажнением. При работе с данным клиентом мы также учли индивидуальные требования к тестомесильным машинам технологов компании, и разработали тестомес, который прошел тестирование, и на данный момент имеется заказ на 11 единиц.

- Можно ли сказать, что интерес к российскому оборудованию за рубежом постепенно растет?

- Да, определенно, интерес к российскому оборудованию растет, однако следует отметить, что это происходит постепенно. Конечные клиенты зачастую с недоверием относятся к российскому продукту, для многих пока еще непривычно слышать, что в России, оказывается, тоже производится высококлассное профессиональное ресторанное оборудование.

Одним из способов подогревания интереса к российскому оборудованию является участие в международных выставках, где производитель может не только рассказать, но и показать оборудование в деле, что позволяет отбросить все сомнения зарубежных клиентов об оборудовании российских производителей и сломать стену недоверия к российскому продукту. Участие в международных выставках повышает осведомленность зарубежных клиентов о торговой марке, позволяет наладить рабочие контакты, реализовать оборудование и получить заказы на поставку.

Зарубежный потребитель избалован обилием предложения, привык к высокому уровню сервиса. Поэтому для успешного выхода на зарубежные рынки одной привлекательной цены продукта мало, необходимо выстраивать работу в комплексе, главное внимание необходимо уделить поиску надежного партнера-дистрибьютора в каждой стране, который и будет взаимодействовать с конечными потребителями, оперативно реагировать на все возникающие вопросы. Не всегда удается найти именно ту компанию, которая сможет соответствовать высоким требованиям завода и при этом обеспечивать завод стабильными заказами на весь ассортимент изделий.

На сегодняшний день мы нашли таких партнеров в Китае, Малайзии, Сингапуре, ОАЭ. Ведется кропотливая работа с компаниями из Индии, Чехии, Филиппин. Ситуация осложняется тем, что дилеры из этих стран занимаются реализацией оборудования зарубежных производителей, которые также не стоят на месте и постоянно совершенствуют как свою продукцию, так и мотивационные программы, а также повышают уровень сервиса.

- В начале лета СМИ писали о предложении Минпромторга России по поводу повышения пошлины на ввоз импортного оборудования. Однако производители продуктов питания увидели в этом предложении риск роста цен. Представители отраслевых союзов сетуют на отсутствие российских аналогов техники, а также указывают на планы по модернизации производств, которые придётся «заморозить» в связи с ростом стоимости оборудования. Прокомментируйте, пожалуйста, эту ситуацию, насколько она критична для вашей сферы производства? Готова ли

ваша компания занять освободившуюся нишу и расширить производство при условии введения пошлин?

- Ситуация не критичная, если мы говорим о пошлинах на европейскую продукцию, а вот на китайскую продукцию - да. Нам сложно конкурировать с ними, потому что цена материалов в Китае дешевле на 20-30%, это касается прежде всего стали холоднокатаной, крашенной и нержавеющей стали. Если бы у нас были такие же цены как в Китае наша продукция вполне могла бы быть конкурентоспособной с Китаем, учитывая, что качество наших изделий всё же выше. И тут вопрос по ценообразованию к нашим металлургам. Мы уже пробовали закупать крашеную китайскую сталь для холодильных шкафов, но при уплате таможенной пошлины она практически сравнивается с российской ценой. Вывод: нишу импортного оборудования мы можем занять спокойно при разумных ценах на металл. При этом предполагаем, что рост нашего производства составил бы не менее 50%. Размер существующих пошлин должен быть увеличен не менее чем на 20% и прежде всего на китайскую продукцию.

- С какими проблемами развития производства сталкивается ваше предприятие?

- Прежде всего, мы сталкиваемся с отсутствием отечественного высококачественного холодного листового проката от 1 до 5 мм нержавеющей стали, а также отсутствием высококачественного чёрного холоднокатаного листа от 3 до 10 мм. Все эти вышеперечисленные материалы мы покупаем за рубежом. К сожалению, отечественная промышленность нас порадовать ничем не может.

Второй наиболее острой проблемой является нехватка унифицированного технического персонала: как инженеров, так и рабочих специальностей – токарей, фрезеровщиков. Кроме того, например, ни одно из отечественных ПТУ не выпускает операторов листогибочных машин, операторов лазерных машин или координатно-пробивных станков, хотя количество их в России измеряется тысячами.

- Расскажите, пожалуйста, о вашем опыте участия в экспортных выставках, сравнивая отечественную и зарубежную продукцию.

- Следует отметить, что участие в выставках как российских, так и международных стало для нас ежегодной традицией, что носит неслучайный характер, а является результатом планомерной и плодотворной работы сотрудников Группы Компаний Abat, а также наших партнеров. К примеру, наши китайские дистрибьюторы выставляются с оборудованием нашего производства практически в каждой крупной региональной выставке – в Бирме, в Индонезии, в Таиланде, а также в странах Африки.

В этом году нам еще предстоит принять участие в 2-ух российских выставках ПИР-2018 и АГРОПРОДМАШ-2018, которые пройдут в Москве в сентябре-октябре этого года, и в крупнейшей в Объединенных Арабских Эмиратах и на Ближнем Востоке международной выставке в сфере ресторанного и гостиничного бизнеса GulfHost-2018, которая пройдет в конце октября в Дубае.

Если сравнивать отечественную и зарубежную продукцию на выставках, то главные выводы можно сделать, во-первых, в отношении дизайна и качества. Во-вторых – цены.

Изделия европейских и американских производителей изготавливаются с таким расчетом, чтобы отвечать высоким требованиям западных стандартов по энергоэффективности, пылевлагозащищенности, санитарной обработке. Огромное внимание уделяется дизайну изделий, а также удобству эксплуатации конечными клиентами, повсеместно вводятся сенсорные клавиатуры.

Ориентируясь на требования зарубежных клиентов, мы проводим постоянную модернизацию серийных изделий, а также разрабатываем новинки, соответствующие этим требованиям. В этом

отношении работа на экспорт позволяет нам изначально задавать высокие стандарты изготовления продукции, которые оценивают и отечественные потребители.

Что касается продукции китайского производства, то она в своей основной массе закрывает потребности клиентов в самой низкой ценовой категории.

Если ранее мы перенимали опыт зарубежных производителей, то сейчас уже сами имеем продукты и технологии, по которым западные компании нас догоняют, к примеру, цельнотянутые котлы с пароводяной рубашкой full-jacket – один из наших хитов продаж на экспорт.

Под запрос партнеров из стран Юго-Западной Азии нами был разработан модельный ряд котлов с миксером с повышенной температурой пароводяной рубашки, не имеющий во всем мире аналогов по функционалу и цене.

Важно заметить, что мы первыми в мире выпустили полноценный бойлерный мини-пароконвектомат, и лишь годы спустя пароконвектоматы подобного типоразмера стали производиться ведущими концернами.

Резюмируя, хочу сказать, что любому производителю для успешного выхода на зарубежные рынки необходимо четко понимать требования каждого конкретного рынка и выработать системный подход к управлению процессами и проектами, обеспечивающими разработку, изготовление и поставку продукта, полностью отвечающего требованиям клиентов.

Узнайте новости отрасли и планы правительства по развитию и субсидированию от лучших экспертов страны.

ДО ВСТРЕЧИ НА ФОРУМЕ ПИЩЕВОЕ МАШИНОСТРОЕНИЕ!

По вопросам информационного сотрудничества – pr@me-forum.ru, 8 (495) 781-3456