

УДК69.001.12/18:666.91

Гончаров Ю.А. , президент, Бурьянов А.Ф., доктор техн. наук, доцент МГСУ, исполнительный директор, Российская гипсовая ассоциация, г. Москва, Россия

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ В ОТРАСЛИ ГИПСОВЫХ МАТЕРИАЛОВ РОССИИ

Развитие гипсовой отрасли России после мирового кризиса 2008-2009 годов отличается положительной динамикой по всем позициям - добыче гипсового камня, производству гипсовых вяжущих, гипсокартонных листов (ГКЛ), перегородочных плит (ППП), сухих смесей (ССС) и др. [1].

Знаковыми событиями в мировой гипсовой отрасли, которые позволяют сделать определенный вывод о том, что мировой экономический кризис не обошел стороной и продолжает лихорадить гипсовую отрасль стали:

- закрытие некоторых заводов по переработке гипсового сырья в Северной Америке;
- спад объемов потребления на развитых рынках (Европа, США);
- уход из гипсовой отрасли компании Lafarge;
- покупка компанией International Paper - мирового лидера по производству бумаги и упаковки продуктов компании Tempel Inland (производитель ГКЛ и прочих строительных материалов на территории США) и другие.

Независимо от экономической ситуации и страны, результаты деятельности предприятия гипсовой отрасли напрямую зависят от действия следующих шести ключевых факторов:

- **Гипс:** Необходимо заключать соглашения о гарантированных поставках гипсового сырья по конкурентным ценам
- **Облицовочный картон/химические добавки:** Необходимо заключать соглашения о гарантированных поставках сырья по конкурентным ценам
- **Продукция:** 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:** Максимально использовать преимущества крупной компании.

Понятно, что для работы любого гипсового предприятия на первом месте всегда стоит вопрос обеспеченности основным сырьем - гипсом. Запасов гипсового камня разрабатываемого месторождения должно хватать на 25 лет непрерывной работы предприятия. При этом гипс должен быть высокого качества (соответствовать требованиям к составу и содержанию примесей). Поэтому, сегодня и в будущем месторождения гипсового камня будут обретать все большую значимость.

Альтернативой натуральному гипсовому камню служит искусственный гипс. В США и многих странах Европы для производства строительных материалов достаточно широко используют искусственный гипс, который получают при очистке дымовых газов угольных электростанций. В Северной Америке – FGD гипс (flue gas desulfurization), в Германии – REA гипс. Объемы производства искусственного FGD гипса намного превышают объемы его потребления в США. Это связано с ростом себестоимости его 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 и отношения наших людей к экологическим проблемам.

Большее половины мирового потребления гипсового вяжущего приходится на производство гипсокартонных листов, в связи с чем вопрос поставки облицовочного картона стоит на втором месте в составляющих после гипса и требует пристального внимания.

Договора на поставку облицовочного картона должны носить долгосрочный характер – на 5 лет вперед. Создание собственного производства облицовочного картона связано с рядом сложностей - высокая стоимость производственного оборудования, повышенные технологические требования, высокая стоимость транспортировки готовой продукции. Поэтому, тенденции на будущее – привязка к крупным производителям облицовочного картона и химических добавок (глобализация).

Говоря о производимой продукции, нужно отметить, что рост потребностей способствует росту 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.

Говоря о себестоимости продукции, в первую очередь нужно заботиться о снижении издержек, что является залогом обеспечения конкурентоспособности на рынке; конкурентная себестоимость определяет рентабельность. При этом совокупные затраты должны включать :

- прямые затраты – развитие новых технологий, повышение эффективности;
- накладные расходы – коммуникационные расходы;
- капитальные расходы – строительство (модернизация) современных заводов.

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.

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

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

Компании-участники рынка строительных материалов на основе гипса проходят следующие стадии развития, каждой из которых присущи свои особенности и сложности:

- Первоначальное развития/начало ведения бизнеса- Start-up company
- Рост на местном рынке
- Выход на межрегиональный рынок
- Рост на межрегиональном рынке
- Выход на мировой рынок
- Получение статуса Глобальной 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. Соответственно, если раньше небольшие потребности, например, в картоне можно было покрывать с легкостью, то возросшее потребление требует выстраивания отношений с производителями данного сырья. Кроме того, осуществляя продажи на значительной территории не удастся избежать конкуренции с крупными игроками.

Преждевременный (неподготовленный) выход на мировой рынок чреват риском повышения себестоимости результатов деятельности из-за ухудшения управляемости удаленных заводов. 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.

Учитывая особенности каждой из стадий, для успешного развития на мировом рынке необходимо:

- Выходить на новые местные рынки
- Вести конкурентную борьбу с игроками выбранного местного рынка
- Находить новых надежных поставщиков облицовочного картона или же расширять географию поставок необходимого сырья
- Приобретать Start-up компаний, которые имеют собственные месторождения гипса и хорошо зарекомендовали себя на местном рынке.

Делая общие выводы, следует отметить, что для достижения всеобщего успеха необходимо:

- Учитывать «Ключевые факторы успешного развития отрасли»;
- Сотрудничать глобально - действовать локально;
- Маленьким компаниям «новичкам рынка» необходимо получать экспертное мнение от крупных игроков рынка;
- Крупные компании должны интересоваться маленькими компаниями для поддержания динамики на рынке и дальнейшего развития.

Ну и в заключение несколько слов о состоянии гипсовой отрасли России.

Знаковые события гипсовой отрасли России за последнее время:

1) **Открытие новых заводов/увеличение мощностей:**

Корпорация ВОЛМА :

- линия ПГП (годовая мощность 550 тыс. м²) в Челябинской области;
- гипсоварки, линия ПГП (годовая мощность 300 тыс. м²) и линия гипсовых ССС (годовая мощность 220 тыс.т) в Московской области;
- покупка Абсалямовского гипсового завода: гипсоварка, линия ГКЛ (годовая мощность 7 млн.м²) и ПГП (годовая мощность 300 тыс.м²);

Компания КНАУФ – завод ГКЛ (годовая мощность 60 млн.м²) и гипсовых ССС (годовая мощность 200 тыс.т) в Иркутской области;

ОАО «Гипсополимер» – 2 линии ПГП (общая годовая мощность 1100 тыс.м²) в Пермском крае;

Хабезский гипсовый завод – завод ПГП (годовая мощность 700 тыс.м²) в КЧР;

ОАО «Мордовцемент» – линия ПГП (годовая мощность 550 тыс.м²) в Мордовии.

2) **Проекты новых заводов от Глобальных Компаний:**

Компания КНАУФ – завод гипсовых ССС в Новомосковске Тульской области (пуск в 2013 г) - годовая мощность 270 тыс. т;

Сен-Гобен – заводы ГКЛ:

- в Нижегородской области (пуск в 2013 г.) - годовая мощность 30 млн. м²;
- в Республике Башкортостан (пуск в 2015 г.) - годовая мощность 30-45 млн. м²;

3) **Проекты новых заводов местных игроков:**

Корпорация ВОЛМА – закладка строительства завода на собственном месторождении в Оренбургской области: гипсоварка, линия гипсовых ССС (годовая мощность 220 тыс. т), ПГП (годовая мощность 550 тыс. т);

БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ, ВИРОБИ ТА САНІТАРНА ТЕХНІКА

ГК ЮНИС – завод гипсовых ССС в Пермской области (пуск 2013-2014 гг) - годовая мощность 180 тыс.т.;

ООО «Аракчинский гипс» («Абдуллингипс») – линия ГКЛ в Казани – годовая мощность 15 млн.м²;

ОАО «Гипсополимер» (Прикамская гипсовая компания) – завод по выпуску ГКЛ, ППП и ССС в Пермском крае (пуск 2018 г) – годовая мощность по гипсовому вяжущему 500 тыс. т.;

ООО «Фоника-Гипс» (Татарстан) – ГКЛ (годовая мощность 15 млн.м²), ППП (годовая мощность 550 тыс.м²), ССС (годовая мощность 350 тыс.т) - 2013-2014 гг пуска;

ОАО «Мордовцемент» – завод ГКЛ в Мордовии (2012-2013 гг пуска)-годовая мощность 30 млн.м²;

Хабезский гипсовый завод – завод ГКЛ в КЧР -годовая мощность 20 млн.м²;

ООО «Каббалгипс» – линия гипсовых ССС (годовая мощность 100 тыс.т) - 2013 г. пуска - и производство фиброплиты (годовая мощность 2,5 млн.м²) в Кабардино-Балкарской Республике;

ООО «Уралгипс – гипсоварка, ГКЛ (годовая мощность 30 млн.м²), 3-я линия ППП в Пермском крае.

Таким образом, гипсовая отрасль России в 2012 году продолжала развиваться значительными темпами. В конце 2012 года наметилось некоторое замедление роста потребления строительных материалов. Выражаем уверенность, что это незначительное снижение является кратковременным и прогнозы роста, сделанные ЗАО «Строительная информация» и ГС «ЭКСПЕРТ» сбудутся.

Однако участникам рынка нужно быть готовыми к тому, что в ближайшие годы (по мере насыщения рынка) темпы роста 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.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гончаров Ю.А., Бурьянов А.Ф. Ключевые факторы успешного развития в отрасли гипсовых материалов, Строительные материалы, №2, 2013.