

«РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ НАХОДЯТСЯ НА ГРАНИ БАНКРОТСТВА»

ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИИ УМЕНЬШАЕТСЯ ТРЕТИЙ ГОД ПОДРЯД ВСЛЕД ЗА СУЩЕСТВЕННЫМ СОКРАЩЕНИЕМ ОБЪЕМОВ СДАЧИ МНОГОКВАРТИРНОГО ЖИЛЬЯ, СНИЖЕНИЕМ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ И РОСТОМ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ. СИТУАЦИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ САНТЕХНИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ И КЕРАМИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ УСУГУБЛЯЕТСЯ ИЗ-ЗА РАСТУЩЕГО ПОТОКА ДЕШЕВОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ АЗИАТСКИХ СТРАН. КОМПАНИЯ «КЕРАМИК СОЛЮШНС РУС», ВКЛЮЧАЮЩАЯ ЗАВОД «СЫЗРАНСКАЯ КЕРАМИКА» В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ, СНИЖАЕТ ЗАТРАТЫ, ОПТИМИЗИРУЕТ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ, РЕЦЕПТУРУ И ПУЛ ПОСТАВЩИКОВ, ЧТОБЫ ПРИОСТАНОВИТЬ РОСТ СЕБЕСТОИМОСТИ. ПРИ ЭТОМ КОМПАНИЯ ПРОДОЛЖАЕТ ИНВЕСТИРОВАТЬ РЕСУРСЫ В РАЗРАБОТКУ И ЗАПУСК НОВОЙ СОВРЕМЕННОЙ ПРОДУКЦИИ. КАК БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ РЫНОК СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ? КАКИХ МЕР ПОДДЕРЖКИ ЖДУТ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ УЧАСТНИКИ РЫНКА? ПОЧЕМУ КОМПАНИЯ УВЕЛИЧИВАЕТ ЗАРПЛАТЫ СОТРУДНИКОВ И ВКЛАДЫВАЕТСЯ В РАЗРАБОТКУ НОВЫХ ПРОДУКТОВ В УСЛОВИЯХ НУЛЕВОЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ? НА ЭТИ И ДРУГИЕ ВОПРОСЫ ОТВЕТИЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «КЕРАМИК СОЛЮШНС РУС» **ЮРИЙ КОВТУН**.



ЛИЦА БИЗНЕСА: Объем строительства многоквартирного жилья в России падает с 2023 года. Это сказывается на производстве основных видов строительных материалов. Есть ли предпосылки для улучшения ситуации в ближайшие годы?

ЮРИЙ КОВТУН: Мы наблюдаем системный кризис. Только за два последних года объем сдачи многоквартирных домов снизился на 15%. Аналогичными темпами снижается и объем производства базовых строительных материалов: бетона, кирпича, стекла. В сегменте керамогранита и сантехники спад еще более значительный. По данным Росстата, с 2023 года производство санитарно-технических изделий из керамики снизилось вдвое. По данным Ассоциации производителей керамических материалов (АПКМ), только за первое полугодие 2026-го производство керамической плитки всех видов упало на 26%, а спрос на сантехнику снизился на 40% к пиковому показателю. На 2027 год прогноз остается негативным: учитывая двухлетний цикл строительства, мы не ждем улучшения спроса даже при гипотетическом снижении ключевой ставки. В этих условиях часть предприятий неизбежно уйдет с рынка — в 2025 году уже были закрыты несколько заводов, у работающих предприятий заморожены в среднем 25–40% мощностей. Дальнейший спад объемов неизбежно приведет к массовым банкротствам, что подорвет способность государства обеспечивать потребности в строительстве на годы вперед. На фоне внешнеполитических баталий мы стали меньше внимания уделять проблемам демографии, а между тем обеспеченность жильем является одним из ключевых факторов, влияющих на рождаемость.

Спад в проектом канале пропорционален сокращению объемов ввода многоквартирного жилья. В рознице тоже наблюдается спад. Почти все наши сетевые клиенты, крупнейшие DIY-ритейлеры констатируют падение трафика. Люди реже делают ремонты из-за общей экономической и социальной неопределенности. Рост есть у отдельных игроков, способных удерживать более высокие цены, но давать более качественный товар, не просто широкий, но продуманный и четко структурированный ассортимент и хороший сервис, включая доставку и консультации специалистов.

Онлайн-продажи — еще одна боль для большинства российских производителей. Этот канал генерирует существенные объемы и растет, но не приносит прибыли отечественным производителям из-за постоянно растущего размера комиссии маркетплейсов, дополнительных и непредсказуемых операционных расходов, огромного количества контрафакта и подделок, растущего потребительского терроризма. Фактически электронная коммерция сейчас стимулирует рост полулегального дешевого азиатского импорта и перекупщиков. Крупные производители и дистрибьюторы, которые платят НДС, таможенные сборы и пошлины, не способны конкурировать в цене с ИП и физлицами, работающими на тех же площадках.

Таким образом спад потребительской активности, снижение объемов строительства бьет по всем каналам и не-

гативно влияет на объемы производства стройматериалов, которые уже снизились на 10–45% от пиковых значений 2023 года. В таких категориях, как керамогранит и сантехника, ситуация усугубляется лавинообразным ростом доли дешевого азиатского импорта.

ЛИЦА БИЗНЕСА: Как ваш холдинг корректировал производственные планы и складские запасы в условиях неопределенности спроса?

ЮРИЙ КОВТУН: Валовая прибыль большинства российских производителей упала примерно в два раза с 2023 года и сейчас едва покрывает фиксированные затраты, такие как проценты по кредитам, содержание административного аппарата, склады, продажи и маркетинг и другие. Очевидно, что на рынок в целом негативно влияет высокая ключевая ставка.

У нас есть частичное финансирование оборотного капитала со стороны банков. В условиях длительного периода высоких ставок мы вынуждены отказываться от продаж низкомаржинальных товаров, снижать складские запасы сырья и готовой продукции, так как инвестиции в оборотный капитал не окупаются. В 2024 году мы запустили мощную программу реструктуризации, заморозили примерно 25% производственных мощностей, уменьшили общую численность группы с 1800 до 1400 человек. Параллельно пересмотрели наши отношения с поставщиками, оставили только тех, кто готов снижать цены и грузить сырье в кредит и принимать новые правила игры. Мы, в свою очередь, даем товарный кредит практически всем нашим клиентам. Эти меры позволили нам снизить оборотный капитал, существенно сократить административные затраты, направить высвободившиеся средства на уменьшение тела кредита, сократить стоимость его обслуживания.

После ввода санкций многие конкуренты кинулись к нашим локальным поставщикам сырья, и те в разы подняли цены. Нам пришлось открывать новых поставщиков, совместно с ними разрабатывать новые рецептуры и сырьевые продукты — эта работа продолжается по сей день. Можно констатировать, что сейчас в России и странах СНГ появился целый кластер производителей качественного минерального сырья, чего не было до 2022 года.

Отдельного внимания заслуживает наша работа по локализации производства тех продуктов и компонентов, которые раньше мы покупали в странах ЕС — совместно с российскими партнерами нам удалось наладить собственное производство систем скрытого монтажа (сантехнических инсталляций), производство монолитных унитазов с системой водоворотного смыва, производство пластиковых элементов и узлов.

ЛИЦА БИЗНЕСА: Вы упомянули рост азиатского импорта в категории сантехники. Как сильно он повлиял на отечественный рынок?

ЮРИЙ КОВТУН: На фоне 15–20% падения емкости рынка доля импорта выросла с 15% до 30%, то есть доступный российским производителям рынок сузился почти вдвое. Если раньше эти 15% импорта составляли дорогие и вы-

сокачественные продукты из Италии и Испании, то сейчас это дешевые и далеко не всегда качественные продукты из Азии. Особую проблему представляет импорт керамогранита из Индии. В штате Гуджарат, где сосредоточено основное производство индийского керамогранита, один работник на производстве обходится работодателю в \$ 140–160 в месяц, включая все налоги, питание и проживание. В России аналогичный работник будет стоить нам порядка \$ 800–1000 ежемесячно. Соответственно, российский труд дороже в 5 и более раз. Добавьте к этому санкции, сложности с покупкой оборудования и запчастей, доступность сырья, и вы увидите, что бороться с лавиной дешевого азиатского импорта без поддержки государства просто невозможно. Например, ЕС уже более 5 лет назад ввел антидемпинговые меры против производителей керамогранита из Индии и Турции, чтобы защитить собственную керамическую промышленность.

По сантехнике мы видим аналогичную ситуацию, но здесь с нами конкурирует Китай и зачастую производит действительно качественные продукты. Стоимость рабочей силы в Китае сопоставима с Россией, поэтому конкуренция представляется более честной, хотя меры поддержки не были бы лишними.

ЛИЦА БИЗНЕСА: Какие именно меры поддержки участников рынка были бы, на ваш взгляд, эффективны?

ЮРИЙ КОВТУН: Мы считаем наиболее эффективным комплекс мер, в том числе временное ограничение ввоза, специальные пошлины на определенные виды товаров. Важно, чтобы требования к качеству импортируемой продукции также были ужесточены. Такова консолидированная позиция Ассоциации производителей керамических материалов, куда входят 90% предприятий отрасли, в том числе и наша компания. Сейчас, совместно с Минпромторгом РФ, Министерством Промышленности РБ, Ассоциация готовит обращение в Евразийскую экономическую комиссию (ЕАЭС) о введении защитных мер против индийского керамогранита. Эта инициатива поддерживается производителями и профильными ведомствами Казахстана и Кыргызстана.

Подчеркну, что производители не просят у государства денег на стабилизацию рынка. Мы предлагаем инструмент, который позволит бюджету зарабатывать на пошлинах и одновременно поможет выровнять конкурентную среду.

Российское государство должно иметь готовый механизм защиты своей промышленности. Зависимость от дешевых импортных поставок крайне опасна. Любая логистическая или политическая турбулентность мгновенно парализует стройку и целые сектора экономики. Пока правительство принимает решения, внутренний производитель теряет позиции.

ЛИЦА БИЗНЕСА: Сталкиваетесь ли вы с дефицитом квалифицированных кадров?

ЮРИЙ КОВТУН: Главный вызов — дефицит рабочих профессий. За последние пять лет темпы повышения фонда оплаты труда на заводах составляют 12–17% ежегодно, тогда как офисные сотрудники получают прибавки

всего около 8%. Рост зарплат вызван острой конкуренцией в борьбе за персонал. Удержать людей без ежегодной индексации невозможно. Изменения в налоговом и социальном законодательстве увеличили нагрузку на фонд оплаты труда, однако ключевая проблема — кадровый голод.

Выходом может быть привлечение иностранной рабочей силы или еще большая автоматизация, но оба сценария несут в себе ряд рисков и ограничений. Например, в условиях высокой ставки и санкций рассматривать проекты строительства высокоавтоматизированных производств не представляется возможным.

ЛИЦА БИЗНЕСА: Помимо поддержки государства что вы сами делаете для защиты и развития бизнеса компании?

ЮРИЙ КОВТУН: Как я говорил, мы уже смогли наладить локальное производство ряда продуктов. В течение полутора лет, после введения первых Европейских санкций, во Фряново мы реализовали проект по подготовке собственных глазурей. Ранее мы покупали готовый микс в Испании и Италии.

В Сызрани мы создали собственный модельный участок и теперь можем сами проектировать новые керамические изделия, делать прототипы и отливать пресс-формы — раньше эти сервисы обеспечивала наша материнская компания, мы лишь получали готовые формы.

Продолжаем взаимодействовать с собственниками карьеров, помогаем им внедрять технологии обогащения добываемого сырья и доводить его свойства до уровня лучших мировых аналогов. Параллельно мы наращиваем собственные мощности по тестированию и уже в разы сократили время внедрения новых рецептур.

Мы смогли существенно расширить линейку продуктов за счет активной коллаборации с лучшими российскими производителями, которые по нашим чертежам и стандартам производят мебель, ванны, зеркала и прочие элементы ванной комнаты, чтобы мы могли дать конечному потребителю продуманное комплексное решение под единым брендом CERSANIT.

Наша стратегическая задача, которой занимаемся с 2022 года — развитие НИОКР, разработка и запуск собственных продуктов и технологий, которые позволят нам занимать лидирующие позиции в сегменте комплексного оснащения ванных комнат в странах СНГ.



СПРАВКА

Группа «Керамик Солюшнс Рус» включает три производственные площадки:

- АО «Сызранская керамика» (Самарская область) — специализируется на производстве санитарной керамики;
- ООО «Фряновский керамический завод» (Подмосковье) — выпускает керамогранит и керамическую плитку;
- ООО «Фряновский керамический завод» ОП «Курино» (Подмосковье) — производит керамогранит.