

Бологовский арматурный

Сегодня ОАО «Бологовский арматурный завод» — один из признанных лидеров отечественного арматуростроения. Основные производственные мощности предприятия были пущены в эксплуатацию в 1981-82 годах. В годы перестройки заводу пришлось непросто, предприятие было на грани банкротства. Но с приходом новых собственников и оживлением российской промышленности все вновь стало на свои места: завод стал одним из самых современных и динамично развивающихся предприятий. Завод производит более 8 млн единиц продукции в год. Основу продуктовой корзины ОАО «БАЗ» составляют изделия из цветных металлов: клапаны 15БЗр и 15Б1П, краны шаровые 11Б27П1 для воды и газа, латунные фитинги, сетчатые фильтры. Вся продукция «БАЗ» сертифицирована, рекомендована к применению ГИПРОНИИГАЗ и Научно-промышленной Ассоциацией арматуростроения, а также входит в число «100 лучших товаров России».

В мае 2000 года было основано ЗАО «ТД «Бологовский арматурный». Создание Торгового Дома естественным образом замкнуло логическую цепочку «поставщик сырья — изготовитель — продавец». ЗАО «ТД «Бологовский арматурный» стал эксклюзивным поставщиком продукции ОАО «Бологовский арматурный завод».

«Новая структура продаж оправдала себя, — говорит генеральный директор ЗАО «ТД «Бологовский арматурный» Сергей Александрович Чумаков. — Создана широкая дилерская сеть, которая охватывает Центральный, Северо-Кавказский регионы, Поволжье, Урал и Сибирь. Мы установили деловые отношения со многими предприятиями — у нас больше 2 тысяч партнеров по всей России. В марте 2005 года наш «Торговый дом» выиграл конкурс поставщиков продукции, товаров, работ и услуг для муниципальных нужд, организованный Межрегиональным коммерческим партнерством «Межмуниципальная жилищно-коммунальная палата». Мы победили в



С.А. Чумаков

разделе «Поставка, монтаж и ремонт труб различного направления, трубопроводной арматуры и оборудования».

Нам удалось модернизировать систему продаж, и за прошедший год товарооборот Торгового Дома вырос на 28 процентов. Нашей продукцией пользуются такие предприятия, как: ЗАО «КАМАЗ», «Северсталь», Новолипецкий металлургический комбинат, Павловский автобусный завод (ПАЗ), «Ликийский автобусный завод» (ЛИАЗ) и многие другие организации по всей России.

Но почитать на лаврах нам не приходится — бороться за достойное место на рынке и высокое качество нужно постоянно. Оживает реальный сектор российской экономики, поднимаются с колен российские производители — конкурентов у нас становится все больше и больше.

ОАО «Бологовский арматурный завод» проводит активную работу по расширению и модернизации своих производственных мощностей. Изменения коснутся как традиционной номенклатуры, объемы которой будут наращиваться, так и новых видов продукции под мар-

Бологовский арматурный завод включен в число действующих предприятий в апреле 1978 года. В 1992 году преобразован в акционерное общество.

ОАО «Бологовский арматурный завод» производит арматуру промышленного и санитарно-технического назначения (для воды, пара, нефтяных продуктов и газа) из цветных сплавов, в т.ч. клапаны (вентили) запорные муфтовые, краны шаровые латунные диаметром от 15 до 50 мм.

Годовой объем производства — более 10 млн долл.

Численность работающих — около 1000 человек.





кой завода. Планируем освоение производства шаровых кранов с соединением «американка», угловых шаровых кранов для газа, трехходовых шаровых кранов, обратных клапанов и У-образных фильтров. В основу нового производства заложены современные технологии и итальянское оборудование: «Farmbrass», «FPM», «Zobbio». Это позволит обеспечить высокую производительность и достойное качество наших изделий. С помощью модернизации производства мы рассчитываем увеличить объемы выпуска продукции до 10 млн 500 тыс. штук в год.

Основное конкурентное преимущество наших изделий — высочайшее качество. На заводе работает жесточайший контроль, каждый кран и клапан проходят испытания по нескольким параметрам. Вся наша продукция сертифицирована, и мы отвечаем за свою работу.

В последние годы на рынке появилось немало так называемой «контрафактной» продукции. Как правило, история ее появления такова: — псевдопроизводитель покупает небольшой неработающий арматурный завод в России, берет его чертежи и размещает производство в Китае. Потом эта продукция из Китая — но под российской маркой! — возвращается в Россию. Продаются подделки очень дешево, но такая выгода обманчива. Качество этой продукции никто не контролирует. А чем чревата неисправность газового клапана или потекший кран с горячей водой — лишний раз объяснять не нужно. Кроме того, у китайской продукции есть еще одна особенность: в их латуни очень высоко содержание свинца. Китайские гигиенические нормы допускают это, в отличие от российских, — вот и льется из таких кранов вода со свинцом.

Доля подделок на российском рынке достаточно большая — около 40-50%. Спросить у продавцов в ма-

газинах — окажется, что у них, в основном, представлена арматура из России, Италии или Испании. Китай даже не упоминается — но на самом деле китайской продукции чуть ли не большая часть.

Мы входим в Научно-промышленную Ассоциацию арматуростроителей и хотим через эту организацию пролоббировать интересы российских производителей и потребителей, ограничив поток контрафактной продукции.

От «пиратов» страдает не только потребитель, но и доброе имя российских производителей. Мы и сами столкнулись с проблемой подделок. Например, не так давно в Липецке появилась продукция под маркой «Бологовского арматурного», но по подозрительно низкой цене и непонятного качества. Узнав об этом от партнеров, мы решили выяснить — в чем же тут дело. Оказалось, что эта продукция сделана по старым заводским чертежам, лабораторный анализ показал высокое содержание свинца в металле — все признаки китайской подделки. Но кто ее привез в Россию — неясно; мы постараемся установить компанию, которая незаконно использует нашу торговую марку.

Конечно, мы обеспокоены такой ситуацией — страдает доброе имя завода. Наша продукция сертифицирована, она вошла во все справочники по проектированию, строители к ней привыкли — поэтому соблазн подделать нашу продукцию велик.

Сейчас мы начинаем работать над различными продажами — это должно, в какой-то мере, противостоять контрафактным поставкам.

Планов у нас очень много. Сейчас мы выходим на рынок с новым проектом — осваиваем выпуск приборов индивидуального расхода учета воды, разработанных нашими проектировщиками. Это направление для нас новое — но очень перспективное, ведь вскоре все



новые здания будут оснащаться водосчетчиками в обязательном порядке. Устанавливая водосчетчик, обязательно нужно снабдить систему шаровым краном и фильтром. Эту арматуру мы уже производим, поэтому производство водосчетчиков станет логичным продолжением нашей работы. Сейчас мы ведем переговоры с компаниями, которые лицензированы на установку водосчетчиков, на предмет сотрудничества.

Российский рынок растет, растут потребности наших клиентов – растем и мы. Показателем того, что мы уже вышли на качественно новый уровень, стал интерес к нам иностранных инвесторов. Итальянские производители оборудования для изготовления арматуры не только поставляют нам свою продукцию, но и ведут с нами переговоры о возможном совместном производстве. Недавно на нас вышла японская компания. Они тоже подумывают о выведении своей торговой марки на наш рынок – и, возможно, создании совместного производства. Кстати, познакомившись с Бологовским арматурным заводом, они очень высоко оценили наш уровень производства, качество продукции.

Мы сами пока не так стремимся на зарубежные рынки. Основные наши потребители и партнеры – в России. Мы хорошо знаем этот рынок, и он сейчас быстро растет. Конечно, мы планируем выходить и на рынок стран СНГ: у нас есть опыт поставок в Белоруссию и Украину. Возможно, вскоре мы откроем филиал своего Торгового Дома в Казахстане».



А.Б. Новиков

Рассказывает директор по маркетингу Новиков Артем Борисович: «Основным конкурентным преимуществом нашей продукции является высокое качество, за которое мы несем полную ответственность. Поэтому в вопросе продвижения и завоевания новых рынков сбыта нам не нужно выдумывать какие-то изощренные рекламные ходы. Рекомендации наших партнеров, признание качества нашей продукции официальными государственными структурами работает лучше, чем самые шумные PR акции. Участие в специализированных выставках, организация семинаров для проектных организаций, управляющих компаний в ЖКХ позволяют качественно доводить информацию до наших потребителей, обучать их грамотной

работе с нашими продуктами, разъяснять ситуацию на рынке, предостерегать от единовременных выгод покупки дешевой некачественной продукции. Основным направлением развития нашего бизнеса в настоящий момент является развитие ассортимента Торгового дома, переход к комплексной комплектации наших клиентов всем необходимым в области сантехники, трубопроводной арматуры, тепло-, водо-, газоснабжения. Также в планах компании открытие розничных торговых точек сначала в Москве и области, а в дальнейшем по всей стране. Всем заинтересованным организациям мы рады предоставить полную информацию о нашей продукции, пригласить на семинар, организовать экскурсию на завод. Наше кредо – это открытость перед потребителем!»

