

Завод "Слава": нам есть что показать в Базеле

В позапрошлом году заводу «Слава» исполнилось 80 лет. И в том же году у него поменялись собственник и стратегия развития. О том, каким будет новая «Слава» мы побеседовали с генеральным директором завода Николаем Алексеевичем Ананьевым.



Николай Алексеевич, вы для наших читателей человек новый. Расскажите немного о себе?

Закончил МАИ, 10 лет работал в авиастроении. Начинал с мастера, был заместителем начальника цеха, занимался снабжением предприятия, сбытом и производством.

А когда впервые столкнулись с часами?

В 5-м классе. Тогда из двух сломанных будильников собрал один рабочий.

Можете сравнить две отрасли: часы и авиапром?

Здесь многое похоже, но многое отличается. Так же, важны точность и качество. Но в часовой промышленности требования к качеству, кстати, даже послабее, чем в авиации. Там каждое изделие проверяется более пристально и бумаг на него составляют неизмеримо больше. В часах нет военной приемки. Да и деталей здесь существенно меньше. Механизм самых сложных часов

содержит около 1000 деталей, а в авиации только на одном участке мы имели дело примерно с 11 000 деталей. Так что хотя приходится осваивать большое количество новой для себя информации, но ничего, разберемся.

Что будет представлять из себя «Слава»?

Будем продолжать славные традиции часовой отрасли, только в немного реорганизованном и измененном виде. Это подразумевает не такие колоссальные производственные мощности и количество сотрудников, как были 15 лет назад, более скромные объемы выпуска. Мы не будем делать часы миллионами. И, думаю, сами часы станут несколько другими.

Т.е. «Слава» как часовой брэнд и «2-й часовой» как производственное предприятие сохранятся?

Да. Часы на «Славе» выпускаются более 80-ти лет и будут выпускаться впредь. Если что-то и изменится, так это расположение штаб-квартиры. Не все знают, но уже несколько десятилетий завод имеет две производственные площадки. Одна, старая — неподалеку от Белорусского вокзала, а вторая, более современная — у метро Калужская. На Белорусской находилось заводоуправление, производство будильников, сбыт, производились детали и узлы механизмов наручных часов, а на Калужской — цеха, занятые производством внешнего оформления и сборкой механизмов наручных часов. Когда-то эта площадка числилась филиалом, а теперь она становится основной: именно там теперь будет располагаться весь завод. Наличие двух площадок

приводило к дублированию ряда функций, к дополнительным издержкам на транспорт и т.п. Теперь все находится в одном месте, структура стала экономичнее и удобнее в управлении.

Какая продукция станет основной для «Славы» после реорганизации?

Мы проанализировали и процессы, происходящие на рынке, и наши возможности. В качестве основного продукта было решено оставить будильники. Предложение на рынке наручных часов настолько велико, что перекрывает спрос. Здесь трудно выжить, особенно в нише дешевых часов, в которой мы работали. А будильник — очень востребованный товар. Все уже наелись китайскими будильниками, которые разваливаются после первого же падения с тумбочки или перестают работать через 2-3 месяца. Наш же механизм достаточно надежен. Есть примеры, когда часы служили по 30-40 лет. Поэтому мы решили сделать ставку именно на это направление.

Что представляет собой новый завод?

Новым заводом я его называть бы не стал: скорее реорганизованный, потому что это все та же «Слава», то же оборудование и те же люди. Это будет довольно компактное производство: со всеми вспомогательными службами планируем иметь около 250 человек. На первых порах будем производить порядка 50 тыс. штук будильников в месяц, при необходимости мощности позволят выпускать до 100 тыс. штук. Думаю, что и эта цифра не является ограничением. Сейчас мы начинаем работать в кооперации с другими предприятиями. Так, некоторые детали нам уже поставляет Орловский часовой завод. Соответственно, если привлечь ресурсы предприятий-партнеров, то производство можно нарастить дополнительно.

Рынок будильников насыщен. В чем преимущество вашего товара перед конкурентами?

Я считаю нашим главным преимуществом качество. Конечно, по внешнему оформлению мы пока отстаем, не можем реагировать на запросы так оперативно, как

хотелось бы. Но по качеству и долговечности наши часы существенно превосходят всю близкую по цене продукцию. А второе преимущество — известность марки. Наш товар хорошо зарекомендовал себя. Это действительно надежный малогабаритный будильник, качество которого людям прекрасно известно. И оно станет еще выше, т.к. мы планируем уделять этому вопросу серьезное внимание. Например, сейчас в будильнике используются четыре камня, в перспективе собираемся довести их количество до девяти.

Планируете ли вы выпускать кварцевые будильники?

Мы не списываем их со счетов. Но те кварцевые механизмы, которые производились на «Славе», выпускались в кооперации с другими заводами. Поставки деталей с этих предприятий восстановить уже нельзя. Поэтому если мы будем делать «кварц», то пойдем по традиционному пути: покупка комплектующих и сборка. Такой вариант вполне возможен. Тем более, чем шире ассортимент марки, тем легче ей работать на рынке.

Какова будет структура сбыта «Славы»?

Она останется прежней. Мы будем работать и с крупными оптовыми компаниями, и с более мелкими оптовиками, и с розничными магазинами. В каких пропорциях будут распределены объемы между этими каналами — покажет жизнь.

Вы планируете участвовать в базельской выставке. Что рассчитываете получить от нее, какие цели ставите?

Также как и все: показать себя. В свое время «Слава» имела очень широкие международные связи. Мы поставляли за рубеж огромное количество продукции, участвовали во многих выставках и ярмарках, во Франции даже работала фабрика «Слава-Безансон». Но на Базельской выставке наша продукция ни разу не была представлена. Когда-то же надо начинать?

Последней каплей, которая подтолкнула нас к участию в BaselWorld, стало посещение выставки Inhorgenta. Мы считаем, что наша продукция существенно превосходит будильники, которые предлагают немецкие компании, особенно с учетом цен. У нас есть что предложить: готовые механические будильники, механизм как отдельная товарная позиция, сейчас вместе со все тем же орловским заводом возобновляем производство шахматных часов — кстати, очень дефицитный товар.

Помимо будильников, мы покажем и наручные часы.

А производство «наручки» вы тоже планируете сохранить?

Да, обязательно, но здесь продукция меняется очень существенно. Мы приостановили производство механизмов наручных часов, но у нас имеется довольно большой склад как готовых механизмов, так и «незавершенки». Мы будем использовать их только в часах под своей маркой. Сейчас разрабатывается принципиально новая коллекция, и скоро на рынке появятся очередные модели «Славы».

На какой срок хватит имеющегося запаса механизмов?

При тех объемах продаж, что были последнее время — года на два-три. Правда, недавно в продажу поступили первые новинки, и спрос на них превзошел все ожидания. Новые модели демонстрируют очень хорошую динамику продаж. Если тенденция сохранится, то, возможно, механизмы закончатся несколько раньше. Но к производству собственных механизмов мы вряд ли вернемся. Это сложно технологически и довольно бессмысленно с экономической точки зрения.

Каков будет ценовой диапазон новых моделей?

От 600 до 1000 рублей, некоторые — до 1500 рублей. Но мы не отказываемся и от выпуска дешевых моделей с оптовой ценой около 250-300 рублей.

Каково планируемое соотношение в объемах между наручными часами и будильниками?

Ответить на этот вопрос довольно сложно. В марте мы должны запустить производство и выпустить 15-20 тысяч штук будильников. А что касается наручных часов, то в результате реорганизации участок сборки вошел в наше сбытовое подразделение — «Торговый центр «Слава». Кстати, похожая структура практикуется во многих швейцарских компаниях: главным подразделением является сбытовое, а производство подчинено ему и, по сути, выполняет его заказы. Так же и у нас. В структуре «Торгового центра «Слава» есть сборочный участок, который в гибком режиме способен собирать те модели, которые пользуются наибольшим спросом. По прогнозам, к концу года должно продаваться до 10-20 тысяч наручных часов в месяц. Но реальный выпуск будет полностью зависеть от спроса. Есть потребность — делаем больше часов, нет — выпускаем минимум.

Если говорить о том, как будут распределены объемы продаж, то я бы упомянул и еще одно направление. Помимо часов, завод берет заказы других компаний на изготовление различных изделий. Мы уже выполняем работы по металлообработке, литью, гальванике. Не смотря ни на что, мы полностью сохранили инструментальное производство — 60 человек. Это уникальные специалисты и уникальное оборудование, и, по сути, нет такого изделия, которое мы не могли бы сделать. Приборостроительные предприятия, медицинская, оборонная, ювелирная промышленность — все, кому нужна действительно тонкая работа, в итоге обращаются к нам.

Сказались ли как-то на отечественном производителе сложности, которые испытывают импортеры?

Пока мы не почувствовали всплеска спроса. Возможно, что проблемы с поставками пока сглаживаются за счет товарных запасов, которые есть у магазинов и оптовиков.

Когда в одном телеинтервью меня спросили: — «Чем вам может помочь государство?», я ответил, что нам нужно только одно: сделать равные условия в работе с импортным и с отечественным товаром. Конечно, мы рассчитываем, что происходящие события подхлестнут спрос на часы «Слава». Важно лишь правильно поработать и красиво представить свой товар. В связи с переездом и перезапуском производства мы в какой-то мере ушли с рынка. Сейчас будем навертывать упущенное.

Насчет правильно поработать. Есть ли планы по продвижению торговой марки «Слава»?

Конечно. В прошлом году на заводе впервые появилась должность PR-директора. Его задача — повысить известность брэнда. Хотя правильнее сказать не известность, а «вспоминаемость». Знакомить с ней ни кого не надо: у тех, кто постарше, марка «сидит в подкорке».

Сейчас мы проводим акции, цель которых показать связь марки «Слава» и истории России. Мы планируем работать с известнейшими в стране людьми, являться спонсорами различных мероприятий, сейчас же идет активная реклама в метро, на перетяжках. Работа пока только начинается, и об изменениях глобального порядка говорить рано. Но определенный результат мы уже почувствовали, и активность в этом направлении будем продолжать.