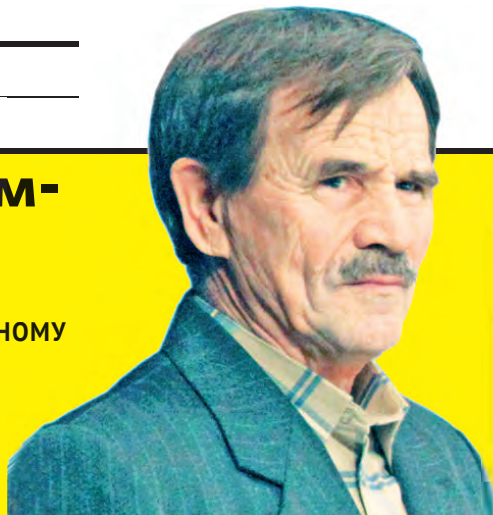


Человеком-легендой

НАЗЫВАЮТ ЧИТАТЕЛИ ТРЕНЕРА ПО СПОРТИВНОМУ ОРИЕНТИРОВАНИЮ РАИСА КАДЫРОВА.

А кто, по-вашему, достоин звания "Человек года"? → 6



ЛЫСЬВЕНСКАЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ГАЗЕТА ОСНОВАНА 10 ИЮНЯ 1917 ГОДА

ИСКРА

СУББОТА | № 127 (16194) | 31 ОКТЯБРЯ 2015 ГОДА | ТИРАЖ 12 850 ЭКЗЕМПЛЯРОВ | WWW.ISKRA.LYSVA.RU

Вам, потребители

«Пермэнергосбыт» ужесточает работу с должниками

Компания увеличивает количество рейдов по ограничению режима потребления среди граждан-неплательщиков. Постоянно растущая задолженность населения вынуждает «Пермэнергосбыт» идти на крайние меры.

В преддверии нового года списки злостных абонентов-должников будут проверяться особенно тщательно.

Ограничения компания будет проводить как силами своих специалистов, так и с привлечением ресурсов сетевых и подрядных организаций.

Под санкции за задолженность в этом году уже попали 20% абонентов, имеющих долг свыше одного месяца, - это каждый пятый должник. «Пермэнергосбыт» намерен в ближайшие два месяца увеличить эту цифру вдвое.

Компания призывает клиентов в канун новогодних каникул погасить имеющуюся задолженность и не рисковать остаться без света в праздники. Тем более что для оплаты можно воспользоваться не только услугами банков, пунктов приёма платежей самой энергосбытовой компании, почты, но и внести платежи онлайн-способом с помощью банковской карты через сайт «Пермэнергосбыта» - www.permenergobyt.ru.

На правах рекламы

Короткой строкой

ПРИЗЫВ-2015. Во вторник, 10 ноября, с 10 до 12 часов будет работать ПРЯМАЯ ЛИНИЯ с начальником отдела военного комиссариата Пермского края по Лысьвенскому городскому округу. С. А. БУБНОВЫМ. Вопросы, связанные с призывом на военную службу осенью 2015 года, можно будет задать по тел. 2-11-25.

*Дружба народов - не просто слова.
Дружба народов навеки жива!
Дружба народов - счастливые дети,
Колос на ниве и сила в расцвете.*

4 ноября

в 13-00 районный методический центр народного творчества и культурно-досуговой деятельности приглашает жителей и гостей города на фестиваль национальных культур

«Дружба народов».

В программе фестиваля:

- творческие выступления национальных диаспор,
- ярмарка-продажа блюд национальной кухни и атрибутов,
- мастер-класс по народным ремёслам.

Мы рады видеть вас на нашем празднике!

Вход свободный.

0+ Реклама

ПЕНСИОНЕРАМ - ДЕНЬГИ БЕЗ ЗАЛОГА по двум документам

8 922 351 21 30
8 902 471 07 69



ООО «Центр проектного финансирования» (151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях»). Реклама.

Экономика: реальный сектор. В условиях кризиса

Новое на фабрике



В новом цехе ЛЧПФ. Его изделия презентовали в Москве. ФОТО ФЕДОРА ПРОКОФЬЕВА

Валентина Кокшарова

Сто новых разработок чулочно-носочных изделий - таков итог работы технологов, художников и менеджеров ЛЧПФ менее чем за год. Часть их уже производится в новом цехе, организованном в 2014-м на площадке вспомогательного корпуса фабрики.

Всё в нём современное - и обо-

рудование, и технология. Стройный ряд вязальных станков, в основном импортного производства, завораживает магией огоньков работающих умных машин. Невольно притягивают взгляд их дисплеи, на которых высвечивается рисунок изделия.

Тут же, в цехе, за компьютером, молодая художница Юлия Мозжерина, выпускница художественного отделения музыкальной школы,

колдует над очередным рисунком. Вместе с поммастера Дмитрием Астраханцевым (см. снимки на стр. 5), по словам главного технолога фабрики Людмилы Чернавцевой, очень перспективным парнем, они разрабатывают и представляют на худсовет предприятия новые проекты. Утвержденные модели вместе внедряют и в производство.

Продолжение темы - на стр. 4-5.

Горячая тема. Коммунальные платежи

За прозрачность взялся край

Валентина Кокшарова

В среду в городе побывали первый заместитель краевого министра строительства и ЖКХ Леонид МОКРУШИН и руководитель ОАО «КРЦ-Прикамье» Максим МОКРУШИН.

Публикация в «Искре» письма председателей советов многоквартирных домов депутатам Законодательства, массовое обращение лысьвенцев в газету и в администрацию округа относительно новых правил сбора платежей за коммунальные ресурсы «РКЦ-Прикамье» возымели действие. Приехавшие

встретились с главой округа Виталием Шуваловым, руководителями городской Думы Виктором Комаренко, Александром Смирновым, провели совещание с руководителями управляющих компаний и ресурсоснабжающих организаций.

На пресс-конференции с местными журналистами замминистра и директор комплексного расчетного центра объяснили, почему сбором коммунальных платежей в Лысьве занялись краевые власти.

По словам Леонида Мокрушина, в первую очередь это связано с прозрачностью платежей на проблемных территориях, где образовались газовые долги. Как сказал замми-

нистра, на многих территориях они появились в результате «не совсем законной и правомерной деятельности управляющих компаний и ресурсоснабжающих организаций». Поэтому краевому оператору поставлена задача - обеспечить прозрачность сбора и распределения средств, чтобы краевые власти могли отслеживать ситуацию с прохождением платежей.

«КРЦ-Прикамье» уже несколько лет занимается этим в Перми, Березниках, Чайковском, Губахе, Краснокамске. О том, как он в дальнейшем будет выстраивать работу с населением в Лысьве, - в ближайших номерах.



« Впервые за много лет сбытовики поехали по региону. Сотрудники молодые, толковые. Старых работников заменили - они были не готовы перестраиваться. Сменилась стратегия сбыта, внедрили современные правила учёта, продаж, работы с клиентами. Подход стал более научным», - Игорь Торбеев, генеральный директор ЛЧПФ

ИЗ ПЕРВЫХ УСТ

Экономика: реальный сектор. На чулочно-перчаточной фабрике - перемены

Игорь ТОРБЕЕВ:

«Для нас кризис - это кризис только денежной массы»

Валентина КОКШАРОВА

Треть производства чулочно-носочных изделий в Приволжском федеральном округе приходится на Пермский край. Брендовым предприятием в этом сегменте рынка по-прежнему остаётся Лысьвенская чулочно-перчаточная фабрика. За более чем 70-летнюю историю она пережила немало подъёмов и спадов. В переходный период от социализма к капитализму удержалась на плаву, стойко пережив экспансию дешёвого китайского носка на российские прилавки. Нынешние времена для фабрики тоже не самые лучшие. Но продукция с маркой ЛЧПФ продолжает держать свою нишу на отечественном рынке. Предприятие не сворачивает производственную программу, напротив, намерения акционеров и топ-менеджеров не лишены амбициозности: увеличить объёмы выпуска и выйти с продукцией на зарубежные рынки. С какими реальными вызовами сталкивается предприятие сегодня и насколько серьёзна в этом роль экономического кризиса? Обо всём подробно - в разговоре с генеральным директором ЛЧПФ Игорем ТОРБЕЕВЫМ.

ДВЕ БЕДЫ: ДЕНЬГИ И КАДРЫ

- Игорь Александрович, как утверждают аналитики, в прошлом году рынок чулочно-носочных изделий только-только восстановился и показал хороший рост. Лысьвенская фабрика тоже сработала пусть с небольшой, но прибылью. Но грянул новый кризис. Для фабрики это новые проблемы, а может, шанс уйти от рисков импортозависимости?

- По большому счёту, для нас кризис - это кризис только денежной массы. Недостаточно оборотных средств. Кредиты дорогие. В настоящее время спрос на продукцию фабрики на 40% превышает возможности её производства. Не хватает «оборотки», чтобы увеличить объёмы выпуска, и дефицит кадров.

Выросла стоимость сырья. Мы работаем с российскими поставщиками, а они закупают сырьё за рубежом за валюту. К сожалению, производства пряжи в России практически нет. Есть только текстильный полиамид, но и у его произво-

дителей большая доля продукции идёт на экспорт - в страны СНГ, Китай, Восточную Европу, Индию, Турцию.

- В этих условиях вам приходится снижать объёмы?

- Нет, нынче выходим на те же, что и в прошлом году. А вот роста нет.

- Причина, наверное, ещё и в острой конкуренции на рынке?

- Да мы её сегодня особо во внимание не берём. Спрос на нашу продукцию на рынке большой, мы его не в состоянии удовлетворить в полном объёме. Нет оборотных средств, чтобы увеличить объёмы. Но если с поставками пряжи, денежной массой и оборачиваемостью средств сейчас ситуацию восстановили, то с кадрами - большая проблема. Октябрьский план в 1 млн 300 тысяч пар чулочно-носочных изделий выполнить не можем: на производстве не хватает 40 человек. Вакансии вязальщиков, швей, формировщиков остаются открытыми. Если честно, даже не знаем, как их в



Каждая пара изделий проходит через руки швей-кettelниц

Лысьве найти. Бывшие работники разошлись по ларькам, по магазинам. К тому же выпуск специалистов для фабрики прекращён.

Знаете, что самое обидное? Размещаем объявления о наборе кадров в Лысьве и в Чусовом, а люди настоюще: мол, фабрика закрылась.

- Возможно, у вас были простои, а слухи имеют обыкновение лететь быстрее молнии...

- Простои были. Не из-за спроса и сбыта, а из-за поставок сырья. Как положено по закону, людей отправляли в вынужденные отпуска с оплатой в две трети. С одной стороны, кризис нас напрямую не коснулся, а с другой - отрикошетил по нам в том плане, что поставщики сырья весной перешли на предоплату. Раньше мы пряжу брали и распределяли оплату на месяц-два. А в мае, очень трудном для нас месяце, по-

ставщики работать по этой схеме не стали: сначала деньги - потом пряжа. Поэтому в августе из-за отсутствия полиамида мы стояли почти весь месяц.

- Это проблемы только фабрики или отрасли в целом?

- Всей отрасли. Она ведь сегментирована: есть товар дорогой, есть экономкласса. Все, кто выпускает продукцию недорогую, массового спроса, оказались в аналогичной ситуации. У работающих в сегменте более дорогой продукции, возможно, есть свои проблемы, вызванные кризисом. Я не готов это комментировать. Могу только предположить, что и там продажи падают - люди сейчас экономят на всём.

СБЫТ: ПОМЕНИЛИ СТРАТЕГИЮ

- Насколько нам известно, руководство фабрики в вопросах сбыта переориенти-

ровалось на розничные сети, посчитав их самым перспективным каналом реализации продукции. Это действительно даёт дополнительные конкурентные преимущества в сбытовой политике предприятия?

- Безусловно. Лысьвенская фабрика никогда не работала с торговыми сетями. В прошлом году начали сотрудничество с ними. Подключили региональные сети - «Виват», «Семью», «Тропическую магию», «Домино». Заключение договоров с крупными федеральными сетевиками - «Детским миром», «Дочки-сыночки», «Иж трейдинг», с группой компаний «Спад», «ЦентрОбувь». До конца октября нужно провести две группы крупной отгрузки. Беда в том, что на данный момент не можем её обеспечить в полном объёме. Поэтому договорились: будем наращивать поставки постепенно.



ДОСЬЕ.

Игорь Торбеев - экономист по образованию. Родом из Гремячинска, он долгое время жил и работал за пределами края. В 2000 году вернулся в Пермь. В должности гендиректора ОАО «ЛЧПФ» - год. Признается, что профиль - производство чулочно-носочных изделий - для него новый. Шутит: лишь полтора года назад узнал, из чего делаются носки. А сегодня, уверен, уже в

деталях изучил рынок, роль и возможности ЛЧПФ.

Вместе с акционерами разработал стратегию развития предприятия. Главная особенность топ-менеджера - хороший опыт в организации бизнеса и продвижении его на рынке. Говорит, для него не важно, в каком сегменте рынка работать, главное - понимать его структуру, правильно организовать дело и собрать команду грамотных специалистов.

Трудоголик. Не курит и на работе чай-кофе «не гоняет». Отрицательно относится к курильщикам, считая, что они расточительно много рабочего времени теряют в курилках. Далеко не всем это нравится. Поэтому, по его словам, чтобы собрать эффективную и результативную команду менеджеров по сбыту и продажам, пришлось сменить более сорока человек.

Женат. Воспитывает четверых детей.

«ИСКРА»
31 октября 2015
СУББОТА
№ 127 (16194)
WWW.ISKRA.LYSVA.RU

5

ИЗ ПЕРВЫХ УСТ



Преимущество налицо. Насколько крупными ожидаются поставки, можно судить по тому, что только одна «сетка» будет составлять 10% наших объёмов. Когда подключимся к отгрузке по уже существующим договорам для федеральных сетей, это ещё такой же объём. Грубо говоря, 5-7 торговых сетей заменят всех наших многолетних клиентов.

Это планы на ближайшие полгода. Они уже не стратегические, а тактические. Сейчас составили бизнес-план на первое полугодие 2016 года по спросу и продажам. Делаем расчёты по производству, чтобы входить в сезонность и исключить неудовлетворённый спрос.

НА СТАРЫХ СТАНКАХ СОВРЕМЕННЫЙ НОСОК НЕ СВЯЖЕШЬ

- Год назад была информация о намерении акционеров провести большую модернизацию производства. Что-то удалось реализовать из задуманного?

- Я пришёл на фабрику в мае прошлого года консультантом по модернизации. Ещё ранее в этом же качестве подключался к решению энергетических, коммунальных вопросов. В целом проблемами предприятия мне пришлось заниматься с конца 2013 года.

Что касается модернизации, закупки и наладки нового оборудования. В прошлом году организовали новый цех, в котором разместили итальянское и китайское оборудование. Цель - перейти на новый ассортимент. Вообще с ассортиментом пришлось серьёзно поработать.

- Но фабрика всегда славилась именно большой гаммой цветов и широким ассортиментом. Вы что, их реально сокращаете?

- Сокращаем, убираем ненужное, дублирующее. Было такое - наша продукция конкурировала сама с собой. Сейчас стараемся отойти от артикулов, дублирующих друг друга, и перейти к моделям современным. Купили новое красивое и швейное оборудование. Продукция, массово выпускаемая в первом цехе, устарела. Ей сложно конкурировать на рынке. Почему? Потому что фабрика в своё время перешла на её выпуск последней, когда наши конкуренты уже прочно заняли ниши с подобной продукцией.

Новый ассортимент - это иные приоритеты, другая продукция и другой принцип работы. Тут крайне важны подходы по цвету, рисунку, по сочетанию цветов. Раньше изделия выпускались 50 цветов, чем фабрика гордилась. Выпускали и выпускали: что-то берут, что-то нет. Специалисты тщательно образом проанализиро-

вали спрос на рынке. Выяснилось: у потребителя свои приоритеты. Далеко не все цвета ему по вкусу. Вот посмотрите: розовый цвет колготок - приятный, ничего не скажешь, но сделать его чуть-чуть другого оттенка, и сбыта не будет.

Поэтому решили сократить число цветов до 19 и взять в производство только самые популярные. Теперь у фабрики есть ассортиментная политика, и мы продолжаем работать в этом направлении. В настоящее время в новом цехе выпустили два вида детских колготок с новыми рисунками, презентовали их в Москве. Проблемы, конечно, есть, работа сложная.

Несколько слов о политике сбыта. Здесь пришлось всё в корне менять. Сегодня, можно сказать, знаменательный день: впервые за много лет сбытовики поехали по региону. Сотрудники молодые, толковые. Старых работников заменили - они были не готовы перестраиваться. Сменилась стратегия сбыта, внедрили современные правила учёта, продаж, работы с клиентами. Подход стал более научным. Не просто сидят «говорящие головы», как сбытовиков нередко называют, а работают люди, чётко понимающие, кому, что, когда и за какие деньги реализовать. В итоге вышли уже на объёмы, которые старый сбыт нарабатывал годами.

- Вы сказали, самое серьёзное внимание в этом году уделяли в первую очередь коммерческому блоку. В чём это выражается?

- Коммерческий блок делится на две части. Есть структура, работающая с клиентами на фабрике. Это четыре человека. И менеджеры по развитию продаж в Перми. Есть отдел взаимодействия с торговыми сетями и отдел маркетинга. Команда сформирована, она работает эффективно, а главное - результативно. Сейчас уже готовимся к весенне-летнему сезону.

ПРОДЕРЖАТЬСЯ ИЛИ РАЗВИВАТЬСЯ?

- В числе острых проблем вы назвали нехватку кадров. Не секрет, что кроется она в низком уровне оплаты труда. Он далеко неотягивает не только до среднекраевого, но и до среднегогородского. Как вы намерены решать этот вопрос?

- Сейчас при выполнении плана рабочие получают в среднем тысяч 14. К сожалению, пока нет ресурсов поднять зарплату намного. Но подготовлены расчёты на её увеличение с ноября на 10%.

Вы думаете, руководство не понимает всей глубины кадровой проблемы? Она не только в оплате труда. Производству нужны новые люди, нужна молодёжь. Она приходит, есть



Художник Юлия Мозжерина и поммастера Дмитрий Астраханцев вместе разрабатывают и внедряют новые модели

примеры, когда из учеников ребят переводили в кадровый состав. Но их немного. В основном всё-таки приходят, чтобы месяц-два «проболтаться», получить ученические и уйти в центр занятости. Надо сказать, процентов 80 новых кадров нам направляет ЦЗН, но на предприятии эти люди не остаются. Безусловно, хотелось бы создать большую привлекательность для работников, но мы сейчас не в том финансовом состоянии, чтобы нести дополнительные социальные нагрузки. У нас главная цель - не снижать объёмов производства и минимум миллион пар чулочно-носочных изделий в месяц выпускать. Пока это очень трудно. И ещё - не снижать темпов в период спада продаж, исторически сложившийся в отрасли. Это декабрь, январь, февраль.

- Какие задачи ставят акционеры на следующий год: продержаться, пережить или развиваться? Если развиваться, то за счёт чего?

- Пережить? Такой и задачи не стоит! Пережить - значит опять упасть в стагнацию. Нет, в планах - только развиваться: наращивать объёмы и сбыт. Есть даже намерение выходить на внешний рынок - в ближнее зарубежье, Восточную Европу.

КАЖДАЯ КОПЕЙКА - В ПРОИЗВОДСТВЕ.

- Вы год работаете в должности гендиректора. За это

время часто приходилось выяснять отношения с рабочими?

- Да. В основном это вопрос зарплаты. К сожалению, пусть небольшие, но задержки её были. Конечно, людей такое не устраивает, но до сих пор нам удавалось все конфликты улаживать.

Рабочие же видят: экономим на всём. Посмотрите окна в кабинете директора: стёкла едва держатся, но позволить себе стеклопакеты пока не можем. Каждая копейка идёт в производство. Я прекрасно понимаю людей. Приходит на приём женщина: нет денег, кормить детей нечем, надо платить кредиты... Если честно, мне даже порой ответить нечего. Но повысить зарплату до более достойного уровня пока не могу. Нет реальной возможности. Можно пообещать и не выполнить. Так тоже не могу.

У СЛУХОВ ГЛАЗА ВЕЛИКИ?

- Вернёмся к слухам и домыслам о банкротстве предприятия. Ситуация действительно парадоксальна. Со сбытом всё в порядке - каналы есть. Производство держится на уровне прошлого года, сокращений персонала не предвидится. Напротив, фабрика крайне нуждается в рабочей силе. А в народе упорно идёт молва о закрытии ЧПФ. Скорее всего, это связано с недавней информацией об иске москов-

ской фирмы МСП «Лизинг» с требованием признать предприятие банкротом. Да и долги перед налоговой службой имеются. Вот вам и негатив...

- Действительно, это всё есть, но ситуация изменилась. Зарплату, налоги платим вовремя. Долги закрываем. Налоговая служба сняла даже обременение, которое было наложено на земельный участок.

Что касается иска московской фирмы, то с её представителями проведены переговоры. Они побывали в Лысьве. Мы обсудили дальнейшие действия и нашли общий язык. Думаю, процедура будет прекращена в ближайшее время.

В разговоре с директором мы невольно вновь и вновь возвращались к теме кризиса и импортозамещения. Теоретически с падением курса рубля возможности фабрики, как и других компаний на отечественном рынке, увеличиваются: импортная продукция становится менее конкурентоспособной. Даже китайская. Спрос растёт на изделия недорогие, качественные - именно такие сегодня в ассортиментном портфеле ЛЧПФ. Но чтобы реализовать это преимущество, руководитель неоднократно подчёркивал остроту проблемы с оборотными средствами, дорогими кредитами и кадровым голодом. И это - реальные и серьёзные вызовы времени для российского бизнеса.

ФОТО ФЁДОРА ПРОКОФЬЕВА

Весь ассортимент продукции фабрики представлен в отделе сбыта. Здесь работают люди, чётко понимающие нынешнюю стратегию продаж и конкурентную среду на рынке