

"Якби не допомога LTL GROUP, то виробництва фарбованих фасадів в мене не було б"

дата публікації: 2021.05.12



Незважаючи на пандемію та кризу, на українському ринку продовжують зростати обсяги споживання лакофарбової продукції. Сьогодні ми розповімо на прикладі компанії МАГНІТ, як допомогти українському бізнесу зростати, якщо ти постачальник лакофарбових матеріалів для виробника.

Виробничий бізнес складається з довгого ланцюга процесів. І з кожною додатковою ланкою вартість кінцевого продукту для споживача збільшується. Але купівельна спроможність - навпаки, зменшується.

Якщо фарбування виробів - це можливість збільшити цінність для споживача, то є сенс збільшувати кількість та якість компаній, що надають таку послугу (реалізують фарбовані деталі, меблі тощо).

МАГНІТ - це компанія, що за 23 роки свого існування з локального (у м. Біла Церква) постачальника комплектуючих для виробництва меблів перетворилася у помічника меблевиків всієї України. У 2014 році вона розпочала виробництво кухонних плівкових фасадів під власним брендом СЕНАМ.

Наприкінці 2019 року Євген Савельєв - власник компанії МАГНІТ, вирішив додатково запустити виробництва фарбованих фасадів. Але процес потребував інвестицій та достатньої кількості знань для запуску процесу з нуля.

Складнощі, що були перед Євгеном перед початком робіт:

- відсутність досвіду у роботі з фарбованими виробами;
- недостатня кількість кваліфікованих кадрів;
- недостатнє розуміння необхідної суми для інвестування;
- відсутність покрокового плану дій.

У якості партнера з запуску нового виробництва було обрано компанію LTL Group, оскільки вона мала багато успішних кейсів з запуску та оптимізації виробництв, та надійну репутацію на ринку постачальників ЛФМ.

Формат взаємодії включав в себе:

1. Аудит наявного виробництва
2. Розробка стратегії розвитку виробництва (фінанси, ресурси, тощо)
3. Покроковий план дій
4. Технічний та технологічний супровід і підтримка
5. Зріз результатів та планове масштабування виробництва

Першим етапом став аудит, що дозволив сформувати точку А (старт) та точку Б (бажаний результат). Було проаналізовано:

- кількість пофарбованих виробів, які компанія планувала реалізовувати;
- наявне технічне устаткування та локацію, що можна задіяти;
- кваліфікацію робітників виробництва, що можна задіяти у новому напрямку.



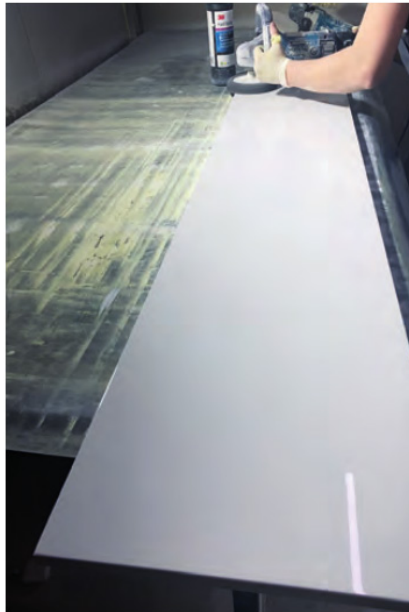
Для зменшення необхідної кількості інвестицій було обрано стратегію масштабування. А саме: першим етапом необхідно було вийти з 0 до 500 м² пофарбованих виробів на місяць і вже після того, як купівельна здатність ринку буде підтверджена фактично, збільшити кількість виготовлених фасадів вдвічі - до 1000 м².

До складу команди LTL Group, що працювали над проектом увійшли - Вадим Гнідий, який керував процесом та команда технологів, що допомагала компанії МАГНІТ вийти на заплановані показники.

Після аудиту з'явилось чітке розуміння планів, наявного обладнання та людських ресурсів, а найголовніше - визначення суми для інвестування та періоду окупності. Наступний етап - розрахунок та розташування обладнання за планом приміщення (одразу розділяючи потоки за методами ощадливого виробництва).

Також, важливим моментом було переналаштування та перенесення вже наявного обладнання, оскільки необхідно було планово збільшити пропускну спроможність ділянок розкрою та шліфування, і підвищити кваліфікацію наявного персоналу (шліфувальників тощо).

Оперуючи ТОС (теорією обмежень) та LEAN вдалося розрахувати виробництво таким чином, щоб одразу уникнути зайвих переміщень, рухів та дій, що зекономило кількість залучених ресурсів.



Під супроводом фахівців LTL Group компанії МАГНІТ вдалося всього за 9 місяців:

- 1. Відкрити повністю функціонуючий процес виготовлення фарбованих фасадів.**
- 2. Оптимізувати існуючі процеси на виробництві (наприклад, зменшити собівартість виготовлення плівкових фасадів).**
- 3. Підвищити кваліфікацію технічного персоналу (малярів, шліфувальників тощо) і стандартизувати їх знання. В тому числі за рахунок навчання у Школі малярів.**
- 4. Покращити навички менеджерів з продажу нового продукту - фарбованих фасадів.**
- 5. Досягти планових економічних показників (окупності інвестицій та маржинальності готових виробів).**
- 6. Запровадити принципи ощадливого виробництва (LEAN).**
- 7. Стати комплексним постачальником комплектуючих для меблевиків України.**

Завдяки запуску реалізації фарбованих фасадів компанії МАГНІТ вдалося збільшити маржинальність своїх виробів. А цільове інвестування і відсутність непередбачуваних та зайвих витрат допомогли повернути залучені кошти менше ніж за рік. Сьогодні МАГНІТ став найбільшою компанією серед виробників фарбованих фасадів у Білій Церкві і вже працює над збільшенням потужностей вдвічі.

Резюмуючи. У 2021 році кожен постачальник повинен інвестувати свої ресурси у свого клієнта. Допомогти йому зростати, відкривати нові напрямки та завойовувати нові ринки збуту. Оскільки саме постачальники є носіями експертизи та знань, і саме вони можуть вплинути на вихід України з економічної кризи через розвиток переробників своїх матеріалів. А успіх LTL Group та її клієнтів - доказ тому.

Тому, якщо твоєму бізнесу необхідне масштабування, оптимізація виробничих витрат чи навчання фахівців (від малярів та шліфувальників до менеджерів з продажу чи начальника виробництва) - звертайся до LTL Group.

Відгук про роботу LTL Group від власника компанії МАГНІТ Євгена Савельєва:

"Якби не допомога LTL Group, то виробництва фарбованих фасадів в мене не було б. Чому? Фарбу купити - не проблема. Та вирішальну роль відіграють знання. Яких було недостатньо. Я не розумів, як грамотно влаштувати процес виробництва фарбованих фасадів, щоб інвестиції були доцільними та мінімальними.

Я працюю над тим, щоб моя компанія надавала послуги преміальної якості за помірну ціну. Мені було важливо, щоб собівартість одразу виключала можливість зайвих витрат. Тому я звернувся саме до LTL Group.

Фахівці з LTL допомогли мені налаштувати процес фарбування, побудувати всі процеси, навчити людей та не "злити" кошти, оскільки всі рекомендації з закупівлі обладнання чи інші інвестиції були доцільними, а технічний супровід - зрозумілим та ефективним.

Тепер я маю одразу оптимізоване виробництво, що дає мені конкурентну собівартість та вироби, у яких впевнений кожний співробітник моєї компанії. А ще - партнера, що йде зі мною від результату та далі."

Київ, Харків, Дніпро, Одеса, Черкаси, Запоріжжя, Полтава
(044) 503 84 95 www.ltl.com.ua

журнал "Покраска Профессиональная" №2 (112)2021

Джерело: