

# Завод BIG Filter в Санкт-Петербурге



Роман Зубко

Обозреватель «Движка» побывал на предприятии петербургской компании «БИГ Фильтр», где своими глазами увидел, как работает в современных условиях крупный российский производитель автозапчастей, а также узнал о том, как изменился на фоне «структурной трансформации» экономики российский рынок автокомпонентов. Все подробно — в нашем материале.

Компания «БИГ Фильтр» была основана в 1988 году в Санкт-Петербурге, здесь же находится и производство полного цикла: от разработки деталей до готовой продукции. За последние 9 лет компания инвестировала в развитие производства свыше 306 млн рублей; в 2020–2021 годах объем инвестиций составил более 65 млн.

По итогам 2021 года компания вошла в топ-5 (по другим расчетам — в топ-3) из 350 фильтровальных брендов России по целому ряду показателей: объему продаж в штуках, качеству продукции и широте ассортимента (более 1580 артикулов). В текущем году конвейер покинул 150-миллионный фильтр.

Производственные линии и оборудование на заводе — от ведущих мировых поставщиков из Италии, Швейцарии, Австрии, Германии. Производство, технологии и материалы в компании называют «основой лидерства на рынке».

В настоящее время более 75% в ассортименте «БИГ Фильтр» занимают фильтры для иномарок,

Как работает российский производитель фильтров в текущих реалиях



и поставлять свою продукцию сегодня азиатских внедорожников премиум-сегмента. Несмотря на это, как отмечают в компании, побороть стереотип о «фильтрах на жигули» в сознании покупателей все еще очень сложно.

Именно для этого компания стала выходить в сегмент OEM

и поставлять свою продукцию на конвейеры ведущих автопроизводителей. Цель была простой: чтобы автовладелец, увидев однажды, фильтр какой марки стоит на его машине в оригинале, обратился к тому же бренду при обслуживании автомобиля и в дальнейшем.

«Известно, что для того, чтобы стать конвейерным поставщиком в Европе или Америке, необходимо поддерживать стабильно высокое качество готовой продукции и передовой уровень технологий на производстве. «БИГ Фильтр» на протяжении 12 лет является регулярным поставщиком воздушных фильтров на оригинальную комплектацию ведущего немецкого автоконцерна. А с 2020 года — поставщиком салонных фильтров в гарантийные сети популярных корейских брендов. Это свидетельствует о признании нашего качества мировыми автопроизводителями», — комментирует директор управления продаж «БИГ Фильтр» Евгений Пирогов. В 2022 году



Склад сырья и материалов рассчитан на ближайшие два дня



Лазерный станок для резки фильтровального материала

компания стала поставщиком проекта Augus — премиального отечественного автомобильного бренда.

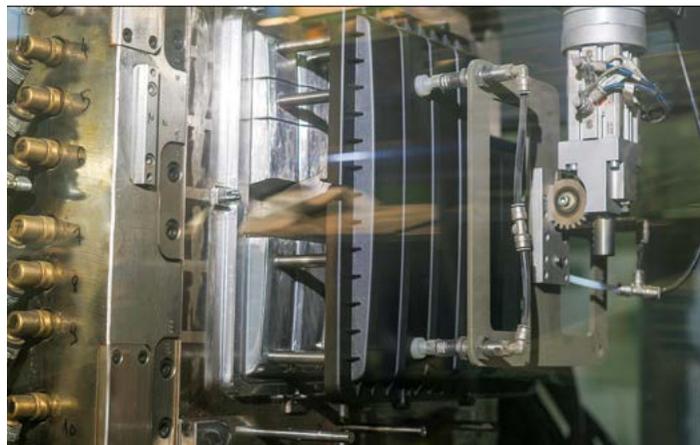
Сегодня «БИГ Фильтр» выпускает от 1 до 1,5 млн фильтров в месяц — больше, чем все остальные российские фильтровальные компании, вместе взятые. По словам Е. Пирогова, компания могла бы продавать существенно больше продукции, чем сейчас, однако производство не справляется с объемами заказов. Кроме того, в «БИГ Фильтр» оказались не готовы к кратному росту спроса, который произошел в конце зимы — начале весны. Сложность и в том, что большая часть сырья и материалов по-



Изготовление круглых фильтров

ставляется из Европы, и период поставки составляет 4–6 месяцев, что также создает трудности в подстройке объемов производства под текущий спрос.

Вопрос с поставками сырья и материалов Е. Пирогов называет основной проблемой в нынешних реалиях. Параллельный же импорт лишь отчасти помогает



Термопластавтомат Engel. Подача роботом готовой формы на конвейер



Здесь топливные фильтры проверяются на герметичность

снабжать производство привычными материалами. К тому же их ввоз осуществляется через третьи страны, что существенно увеличивает логистическое плечо. Компания, по его словам, хотела бы использовать российское сырье, но полноценной замены западным поставщикам (например, в сфере фильтровальной бумаги) в РФ на сегодняшний день нет.

На данный момент технологи компании активно испытывают и внедряют другие материалы, например клей-расплав

и компоненты для полиуретана отечественного производства. Также, по примеру премиальных фильтровальных брендов, компания изучает предложения лучших азиатских производителей бумаги и нетканых материалов.

Уровень внешнего брака для розничного рынка по состоянию на ноябрь 2022 года составил не более 6 ед. на 1 млн выпущенных фильтров. Подобный контроль качества позволил в 2022 году существенно расширить гарантию производителя. Сейчас она составляет 3–4 года на хранение (в зависимости от типа фильтра) плюс 2 года на эксплуатацию. Предоставляется гарантия при условии следования инструкциям по установке и руководству по эксплуатации транспортного средства.

О том, как трансформировался за последнее время российский рынок автомобильных фильтров, «Движку» рассказал генеральный директор компании «БИГ Фильтр» Вадим Нестеров. Интервью с ним — в этом же номере журнала.



Линия для производства панельных фильтров Masrol (Италия) изготавливает полиуретановые отливки и формирует готовые воздушные фильтры с корпусами из полиуретана. Оборудование позволяет выпускать несколько моделей воздушных фильтров одновременно

Гофрирующая машина формирует из плоского материала штору. Ее шаг и высота регулируются машиной. На выходе получается полуфабрикат с приклеенными боковыми планками. Количество гофр подсчитывается специальным лазерным датчиком, который дает команду автоматическому ножу. Последний отрезает фильтр под нужный размер. Далее на боковину наносится маркировка



# На рынке сейчас – дефицит не количества, а качества!

Вадим Нестеров,  
«БИГ Фильтр»



Роман Зубко

Какие изменения произошли на российском рынке запчастей в сегменте автомобильной фильтрации на фоне «структурной трансформации экономики» страны? Стабилизировалась ли ситуация после весеннего шока? Как изменилось поведение покупателей и их восприятие продукции отечественных брендов? Как работает в текущих условиях российский производитель фильтров и удается ли сохранять взаимоотношения с зарубежными поставщиками? Об этом и многом другом «Движку» рассказал генеральный директор компании «БИГ Фильтр» Вадим Нестеров.

❗ **Вадим Владимирович, как изменился российский рынок автозапчастей в уходящем году в сегменте автомобильной фильтрации? Стабилизировался ли он после известных событий конца прошлой зимы – начала весны и сохранятся ли дефицит?**

– Это можно увидеть, зайдя в любой магазин автозапчастей: деталей определенных брендов на полках нет, но все-таки есть что поставить на автомобиль, есть из чего сделать выбор. Другое дело – готов ли покупатель перейти в другой сегмент как по цене, так и по качеству?

С уходом известных брендов рынок в какой-то мере «расчистился». Но, коли уж мы остаемся в парадигме рыночной экономики, – рынок пустоты не терпит, и он начал наполняться



ся. Параллельный импорт – это ручеек, в целом не способный заменить прежние официальные поставки, тем не менее он есть, соответственно, появляются и привычные для многих товары. Кроме того, огромное количество поставщиков потянулось на «всемирную фабрику» – в Китай: начинают везти что-то оттуда.

Многие дистрибьюторы вдруг загорелись желанием создать собственное производство, думая, что это так просто, что они сами начнут изготавливать фильтры и бизнес у них пойдет замечательно. Помимо этого, вновь, как и в 90-е годы, активизировались поставщики из Турции – они снова заваливают наш рынок недорогими запчастями, и это видно, в частности, в сегменте фильтров.

Естественно, мир меняется, и то, что раньше было мусором, сейчас выглядит более или менее качественно. Тем не менее

^ Генеральный директор компании «БИГ Фильтр» Вадим Нестеров

и откровенно мусорных вещей на рынке сейчас много. Вся эта волна хлынула в образовавшийся вакуум, и в такой ситуации, как всегда, на поверхности много «пены». Поэтому с точки зрения количества товара дефицита на рынке сейчас нет – есть дефицит с точки зрения качества.

Как будет развиваться ситуация в дальнейшем – посмотрим: скорее всего, если будут работать законы рынка, эта самая «пена» должна будет «осесть» естественным путем. И если не вернуться западные бренды (официально или полуофициально) – их место займут те, кто сможет наладить производство здесь, либо качественная китайская продукция. Ситуация, на мой взгляд, может нормализоваться к весне следующего года – соответствующие тенденции видны уже сейчас.

❗ **Как на фоне происходящего на рынке изменился спрос на продукцию марки BIG Filter и как изменились продажи компании?**

– Они изменились весьма существенно! Всплеск запросов был зафиксирован уже в конце февраля. Вместе с тем многие ожидали, что уже к маю-июню все придет в норму и большая потребность в товаре отпадет. Но мы понимали, что совпали две вещи: начало спецоперации и окончание борьбы с коронавирусной инфекцией, и потребление выросло в принципе, к тому же с рынка ушли весьма высокая. В связи с этим спрос на нашу продукцию вырос еще больше. К ноябрю-декабрю спрос стабилизировался вследствие наполнения рынка самыми разными товарами, и былого ажиотажа уже нет.

Спрос изменился также по сегментам: в частности, мы не ожидали существенного роста спроса на фильтры для дорогих иномарок, включая такие, как Porsche. Раньше мы выпускали соответствующие артикулы в количестве пары сотен в год, а сейчас у нас есть покупатели, которые просят их по тысяче в месяц! Тем не менее еще весной нами было принято стратегическое решение даже в текущих условиях, когда «рынок все проглотит», делать основной акцент не на количестве выпускаемого товара, а на качестве. Чтобы потребитель, когда все нормализуется, остался с нами.

❗ **Если говорить о потребителях, то как изменилось их поведение по сравнению с докризисным периодом? Стремятся ли они сегодня прежде всего экономить на запчастях и обслуживании**

**или их интересует главным образом наличие деталей для их автомобилей?**

— Это, на наш взгляд, заблуждение, что в моменты кризисов люди стремятся в сегмент лоу-кост. Конечно, такая категория клиентов есть, и какая-то часть спроса переходит туда. Однако основная проблема в эпоху любого кризиса состоит в том, что люди просто откладывают ремонт и покупку запчастей — возникает отложенный спрос. Нынешний кризис отличается тем, что люди не получают продукт определенного качества, соответствующий их ожиданиям.

В последние годы рынок менялся в том смысле, что покупатель потреблял все более качественную продукцию. Поэтому даже сейчас нет тенденции к потреблению чего-то откровенно дешевого с сомнительным качеством. Это касается и собственно автомобилей, и запчастей, и фильтров. Это же касается и марки BIG Filter: нашу

продукцию покупают не потому, что она дешевая, а потому, что мы предлагаем качественную замену оригиналу и премиальным аналогам!

**❷ Фильтры для каких автомобилей сегодня наиболее востребованы на российском рынке: для популярных бюджетных, для премиальных, для автомобилей среднего класса?**

— В сегменте легковых автомобилей наибольшую долю у нас всегда занимала продукция для машин экономкласса: это отечественные авто и бюджетные иномарки. Кроме того, у нас были востребованы отдельные фильтры для автомобилей премиум-класса. Сегодня возрастает интерес именно к сегменту премиум. На наши масляные фильтры для ряда европейских иномарок, например, спрос вырос в сотни раз!

Мы хотели бы эту потребность сохранить. В частности, мы

заключили соглашения с рядом дилерских центров о поставках фильтров для послепродажного обслуживания их машин, включая гарантийное. Это один из способов достижения того, чтобы наша продукция воспринималась как высококачественная.

**❸ Как изменились взаимоотношения компании с поставщиками после начала нынешнего кризиса? Многие ли из них прекратили поставки в РФ, удалось ли найти им замену и работает ли в этой сфере параллельный импорт?**

— Параллельный импорт здесь работает. Но главное — у нас и до нынешнего кризиса локализация производства с точки зрения сырья и материалов была довольно высокой. Другой вопрос, что у наших местных поставщиков доля импортного сырья была весьма существенной, но они, насколько мы знаем, с этим как-то справляются. Кроме того, по некоторым материа-

лам (полиуретану, например) мы начали искать замену импорту гораздо раньше, чем в конце февраля.

С чем возникли, пожалуй, наибольшие сложности, так это с бумагой. Фильтровальный материал к нам шел в основном европейский, а поставщики из ЕС отгрузку в РФ прекратили. Однако эти же бренды имеют, как правило, свое производство в Китае, и уровень качества продукции, произведенной в Поднебесной, ненамного отличается от европейского. Так что там, где это возможно, мы просто перешли на фильтровальный материал китайского производства.

По другому рода материалам отечественная альтернатива есть — нужно просто искать поставщиков, надо с ними работать и помогать им повышать качество продукции до требуемого уровня. Те, кто хочет развиваться в новых условиях, идут на это — с ними мы и работаем!..



## О внедрении алгоритмов бережливого производства «Движку» рассказал учредитель компании «БИГ Фильтр» Борис Бейлин

Тысячи производственных предприятий России инвестируют значительные средства в системы организации труда, в то время как могли бы использовать готовое решение, а освободившиеся средства направить на другие важные задачи. «БИГ Фильтр» видит свою миссию в том, чтобы поделиться успешным опытом бережливого производства со всеми заинтересованными производителями.

Совместно с компанией «1С» «БИГ Фильтр» разрабатывает автоматизированную систему управления бережливым производством, предназначенную для малых и средних предприятий страны. Производство «БИГ Фильтр» здесь выступило в качестве компании-эталона для испытания и внедрения системы.

Эта система подходит для предприятия любого типа, так как касается вопросов оптимальной организации труда, а не разработки технологий изготовления конкретных изделий. Она содержит сотни документов, позволяющих предприятию обеспечить конкурентоспособность своей продукции, а не решение локальных задач. Перевод всех этих документов в «цифру» позволяет легко и довольно быстро их внедрить на любом предприятии.

Система бережливого производства основывается на решении фундаментальных вопросов, которые волнуют каждого предпринимателя: каким видится будущее компании (продукции, организации труда), какой должна быть стратегия, чтобы достичь этого будущего, и как создать условия, удовлетворяющие клиентов (качество, цена, сроки). Логика решения этих задач построена на единых принципах, не завися-

щих от сфер деятельности предприятий, но анализируемые показатели и полученные ответы будут индивидуальными для каждого.

Система управления бережливым производством, таким образом, — это, во-первых, ответы на все вопросы управления, органически соединенные в систему, а не действия отдельных высокоэффективных сотрудников, а во-вторых — это логика действий, позволяющая предприятию иметь возможность выбора путей удовлетворения своих клиентов по таким параметрам, как качество, сроки и цены.

