



О.П. Галицкий,
управляющий директор
ООО «Стеклолит Менеджмент»



А.Н. Девятилов,
генеральный директор
ООО «Мегатех Инжиниринг»



В.Ю. Макаров,
генеральный директор
ООО «НПО Славрос»



О ФАКТОРАХ РОСТА И КОНТРАФАКТНОЙ БОЛЕЗНИ

Позитивные сдвиги, наметившиеся в последнее время на рынке геосинтетических материалов в дорожном строительстве, ни в коей мере не могут отвлечь их производителей и пользователей от серьезных проблем, мешающих развиваться этому сектору производства стройматериалов. О далеко не исчерпанных возможностях применения геосинтетики в дорожных конструкциях, необходимости разработки и внедрения инновационных технологий и материалов, специфике взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами строительного процесса и многом-многом другом шла речь на заседании заочного круглого стола, организованного журналом «ДОРОГИ. Инновации в строительстве».

? За последние годы, по мнению экспертов, на рынок геосинтетических материалов вышло более 30 новых игроков. Ощутили ли вы на себе такой рост? Можно ли говорить о стабилизации численности участников рынка в ближайшей перспективе? Или возможны сюрпризы?

Л.В. Потуданская:
— Да, действительно, на рынке появилось много компаний, предлагающих геосинтетические материалы, но

большинство из них — перекупщики, главной целью которых является набиение собственных кошельков, а не поставка качественных материалов. Поэтому сюрпризы возможны, прежде всего, для тех, кто в качестве партнеров выбирает неблагонадежные компании, предлагающие сомнительную продукцию. Но, как говорится, скупой платит дважды. Чудес не бывает: хороший материал не может стоить копейки, цена и качество должны быть сопоставимы!

А.Н. Девятилов:

— Увеличение количества производителей и объемов выпуска материалов — естественный процесс развития геосинтетических технологий, в том числе с точки зрения импортозамещения. На данный момент отече-

ственные производители занимают уже более 50% объема рынка геосинтетических материалов в России, а по нетканым полотнам — более 80%. А с наращиванием строительных объемов и при условии дальнейшего развития научной базы количество производителей будет только расти.

Т.В. Снежко:

— По собственным экспертным оценкам и данным последних маркетинговых исследований рынка, большую часть игроков составляют компании, осуществляющие перепродажу материалов. Яркий пример тому — результаты запроса в поисковой системе «Яндекс» по слову «геотекстиль». Только две из двадцати компаний, находящихся на первых позициях, — производители. А из перепродающих компаний лишь 1/3 действительно являются игроками, то есть занимаются продвижением продукта и его популяризацией, реально разбираются в том, какой именно материал они предлагают. Поэтому вести речь о реальном росте числа поставщиков, тем более о каких-то сюрпризах на рынке геотекстиля, в ближайшие годы не стоит.

Но изменение структуры рынка в целом, как на уровне производителей, так и на уровне продавцов, действительно произошло. В 2005–2009 годах были запущены несколько новейших производственных линий по выпуску нетканого геотекстиля, в частности и на нашем предприятии (2009 год). Это выделило основную пятерку игроков рынка производителей и позволило значительно повысить планку уровня качества. Соответственно, улучшили показатели продукции и компании, ответственно относящиеся к своим материалам. Стандартной практикой стало общение с проектными и исследовательскими институтами по вопросам разработки материалов с особыми характеристиками.

Изменилась и структура продаж геотекстиля. Большие заказы для крупных объектов производители и подрядчики стараются выполнять напрямую, минуя посредников, а мелкие остаются региональным перепродающим структурам.

В.Ю. Макаров:

— Рынок геосинтетики, действительно, последнее десятилетие очень стремительно развивался. В настоящий момент наблюдается значитель-

ный рост числа компаний, предлагающих геосинтетические материалы. Однако большинство из них не являются производителями. Правильнее говорить о выделении пяти–семи российских компаний, реализующих материалы собственного производства. В данном контексте, действительно, наблюдается стабилизация. Что касается сюрпризов, то считаем их возможными, но лишь за счет выхода на рынок иностранных производителей. Появление новых отечественных участников рынка маловероятно.

А.А. Шейко:

— Да, на рынке на самом деле появились новые игроки, но на оборотах нашей компании это не сказалось. Безусловно, сейчас уже можно говорить о стабилизации численности участников рынка. Все крупные производители давно известны. Выпускаемые в настоящее время геосинтетические материалы способны решать любые задачи, но возможны и сюрпризы.

А.И. Софронов:

— С одной стороны новые игроки на рынке — это естественный процесс экономического развития, который приводит к здоровой конкурентной борьбе. Как в природе: если растут грибы, значит этому способствуют благоприятная почва и погода. С другой стороны, для уже зарекомендовавших себя на рынке игроков это является своеобразным сигналом, побуждающим не почитать на лаврах. Необходимо самосовершенствоваться, находить новые решения.

О.П. Галицкий:

— Мы, естественно, заметили как увеличение количества компаний, предлагающих геосинтетические материалы на рынке дорожного строительства, так и усиление конкуренции на этапе включения геоматериалов в проектные решения. Это хороший тренд: сильная конкуренция является мощным стимулом для развития отрасли в целом, совершенствования продуктов и сервиса, выстраивания более эффективных бизнес-процессов. Плохо только то, что конкурентами в основном являются перепродавцы чужой продукции, большей частью из стран Юго-Восточной Азии. Однако, несмотря на жесткую конкуренцию, за прошедший год у ГК «РУСКОМПОЗИТ»



Т.В. Орлова,
коммерческий директор
ООО «ТД ФНМ Туймазы»



Л.В. Потуданская,
руководитель направления
«Геосинтетика» ООО «Габियोны
Маккаферри СНГ»



Т.В. Снежко,
руководитель службы
клиентской поддержки
ООО «Нипромтекс»



А.И. Софронов,
заместитель генерального
директора ООО «Меркурий»



Р.А. Тарашевский,
руководитель направления
ЗАО «ТехПолимер»



А.А. Шейко,
главный эксперт
ООО «СИБУР ГЕОСИНТ»

увеличилось количество заказов, наладились еще более продуктивные партнерские отношения с ключевыми дорожными ведомствами и компаниями, такими как Росавтодор, ГК «Автодор», региональными заказчиками и др.

Что касается появления сюрпризов, то это зависит в первую очередь от экономической ситуации в стране. Если она будет в целом стабильной и объемы дорожного строительства не снизятся, то нас ждет еще более серьезная конкуренция. Если же в этой области наметится спад, то завтра мы можем не увидеть на рынке многих компаний, которые сейчас неплохо себя чувствуют.

Р.А. Тарашевский:

— Действительно, сейчас появилось много компаний, так или иначе занимающихся геосинтетиками, что говорит об осознании всех плюсов их применения как проектными, так и строительными организациями.

Что касается конкурентного давления, то не думаю, что оно усилилось. По сути, на рынке остались все те же крупные игроки, заработавшие себе репутацию и имя. Новые компании — это хорошо, но никто не может гарантировать, что через год они не прекратят свое существование. И какой смысл в этой ситуации менять проверенное качество, надежность, гарантии на... неизвестность?

Конечно, мы задумываемся о будущем и понимаем, что предложений становится все больше, поэтому стремимся развиваться вместе с рынком. За прошедший год компания «ТехПолимер» вдвое увеличила свои производственные мощности, запустила линейку новых продуктов (тоннельную сетку, гидромат), расширила географию поставок.

Т.В. Орлова:

— На мой взгляд, наиболее важно не количество, а качество участников рынка. Производителей геосинтетических материалов среди новых игроков всего три-четыре. И только один из них предлагает продукцию надлежащего качества. Подобных нам производителей полного спектра геоматериалов, с качественными показателями, так и не появилось даже среди уже существующих участников. Вывод таков: на данный момент мы так и не видим достойного конкурента, за которым можно было бы гнаться, кого хотелось бы опередить. Но

это никак не снизило нашего энтузиазма при разработке и выпуске новых видов продукции.

Новым дилерам высокой квалификации мы всегда рады и с удовольствием сотрудничаем с ними. Их численность в этом сегменте рынка невелика и относительно стабильна. Растут как грибы только перепродажники-однодневки, частенько спасающие свои шаткие позиции контрафактом. Вот они-то будут рождаться и умирать непрогнозируемыми темпами.

Жаль, что появились компании, выдающие себя за производителей, занимающиеся фальсификацией документов, обманывающие строителей.

Как результат, количество уложенной в грунты и на откосы продукции с непредсказуемыми показателями не поддается контролю и даст о себе знать через некоторое время в виде провалов на трассах, размывов опор и многого другого.

Раз такие компании есть, значит, как это ни печально, на их продукцию есть спрос. Наивные потребители до сих пор полагают, что можно что-то сразу сделать быстро, дешево и хорошо, игнорируя тот факт, что из этих трех желаний одновременно исполняется не более двух.



В последнее время с различных трибун много говорилось о необходимости приоритетного продвижения на рынок высококачественных геосинтетических материалов российского производства. Удалось ли, по вашему мнению, хотя бы в какой-то мере перейти от слов к делу?

А.Н. Деятилов:

— В нашей стране уже освоено достаточное количество современных технологий для производства геосинтетических материалов. Многие предприятия накопили большой технический опыт и производственный потенциал, и, как представляется, значительный сегмент рынка занят отечественными материалами хорошего качества. Здесь не существует какого-либо существенного дисба-



ланса. Проблемы лежат несколько в другой плоскости, для нас понятия «мировой производитель» и «производитель российский»), к сожалению, как правило, не являются синонимами («И это почувствуют основные игроки рынка геоматериалов после того, как Россия войдет во Всемирную торговую организацию»).

Очень часто качественное отличие геосинтетических материалов друг от друга, а также особенности их эффективного применения заключаются в небольших технологических нюансах, которые не лежат на поверхности, а являются продуктом постоянной и многолетней научной работы. Ведущие мировые производители уделяют этим аспектам особенно пристальное внимание, совершенствуют теоретическую, лабораторную, нормативную базы, завоевывая самым рынок других стран и, соответственно, защищая свои. Отечественный же научный потенциал далеко не всегда должным образом используется в области производства и применения геосинтети-

ческих материалов. Соответственно, это сказывается на инженерных и конструкторских решениях, принимающихся без опоры на фундаментальные исследования.

Сложившаяся ситуация объясняется сравнительно малым временем нахождения нашей экономики в свободных торговых отношениях, а также частым нежеланием ответственно расставлять приоритеты. Пока интересы заключаются в максимально быстрых оборотах инвестиций, а вложения в научные исследования в основном долгосрочны, а в ряде случаев даже могут быть и неоправданными. И тем не менее, чтобы обеспечить реальную конкурентоспособность нашим материалам в настоящее время и, что очень важно, в будущем (как внутри страны, так и непременно за рубежом), необходимо вдумчиво, рационально, беспристрастно и исключительно ответственно подойти к планированию НИОКР, привлечению ученых, организаций, расстановке точных акцентов на фундамента-

ность, а также к работам, выполняющимся на стыке наук.

Т.В. Орлова:

— Если эти слова никому конкретно не адресованы, то и переходить от них к делу некому. Судя по обилию на олимпийских объектах в Сочи английских геоматериалов, решающих задачи, с которыми вполне по силам справиться российским, говорить о приоритетном продвижении отечественной продукции явно не приходится.

Также имеет место и привычка даже очень крупных институтов отдавать проекты на расчеты иностранцам — производителям геосинтетических материалов. Еще один пример: Росавтодором в свое время был заказан ряд работ по использованию геосинтетических материалов, которые были выполнены таким образом, что пользоваться ими невозможно, о чем и говорят инженеры, для которых, якобы, это было сделано.

А мы, производители, и так реализуем мероприятия по продвижению



своей продукции в не меньшем объеме, чем прежде, до произнесения этих слов с трибун.

А.А. Шейко:

— Наше правительство сейчас оказывает повышенное внимание внедрению высококачественных геосинтетических материалов российского производства, четко понимая эффективность их использования. Пример «СИБУРа», наращивающего выпуск геосинтетики, является подтверждением этого тезиса.

А.И. Софронов:

— На данный момент разговорами с трибун, какими бы они высокими не были, быстрого продвижения отечественных материалов не достичь. Согласитесь, геотехнологии для дорожного строительства пришли к нам из Европы, где сложился многолетний опыт использования геосинтетических материалов, над разработкой которых трудились коллективы НИИ многих стран. Разнообразие способов производства, типов и структур, исходного сырья геоматериалов (в мире их свыше 4000, в России — более 100), а также расширение областей их применения (от дорожно-строительной и нефтегазовой отраслей до жилищно-коммунального и ландшафтного строительства) дают право сделать следующий прогноз: объемы использования высококачественных геосинтетических материалов отечественного производства будут только расти.

А переход от слов к делу зависит от многих факторов, среди которых — экономическое состояние страны, разработка нормативной базы с учетом особенностей климатических, почвенно-минералогических и географических условий нашей страны (включая районы Крайнего Севера), а также внесение в проектные решения технологий с использованием геосинтетических материалов различных типов.

Р.А. Тарашевский:

— Наша компания уже 15 лет занимается производством и внедрением геоматериалов российского производства. В целом же ситуация такова, что достаточную долю рынка занимает импортная продукция.

Далеко не каждый российский производитель может выдавать на рынок высококачественные материалы. Зависит это в каждом конкретном случае от разных причин: где-то не хватает средств, где-то пытаются сэкономить на сырье.

Т.В. Снежко:

— Необходимость производства и продвижения только высококачественного геотекстиля — приоритетная идея развития нашей компании, которая в последнее время получила определенную поддержку на самом высоком государственном уровне. В частности, мы обратились с официальным письмом в Министерство транспорта РФ с просьбой о включе-

нии в «Транспортную стратегию РФ на период до 2030 года» мероприятий для стимулирования применения отечественного геотекстиля на объектах транспортного строительства. В ходе общения с представителями Минтранса были получены разъяснения по поводу дальнейших действий, которые необходимо осуществить производителям. Конечно, процесс принятия такого рода и уровня решений длительный и непростой, но мы будем принимать в нем участие до самого его завершения.

Кроме того, продвижение качественного материала зависит от самих производителей. Мы, в частности, пошли на прямой контакт со специализированными проектными и научно-исследовательскими институтами: на протяжении последних трех лет мы ведем с ними совместную работу по разработке особых видов нетканого геотекстиля с улучшенными фильтрующими и механическими показателями.

В.Ю. Макаров:

— В целом можно говорить о положительных сдвигах в этом направлении. Сегодня проектные организации руководствуются «Методическими рекомендациями по применению полимерных геосеток (георешеток) для усиления слоев дорожной одежды из зернистых материалов» (ОДМ 218.5.002-2008) и имеют возможность аргументированно закладывать в проект отечественные геоматериалы. Вместе с тем, чтобы более точно ответить на этот вопрос, необходимо владеть достаточной информацией о случаях применения геосинтетических материалов в российском строительстве.

Государство действительно приняло шаги для поддержки отечественных производителей. Например, Правительство РФ приняло Постановление № 1636 от 27.12.1997 «О правилах подтверждения пригодности новых материалов, изделий, конструкций и технологий для применения в строительстве», а Госстрой РФ — Постановление № 18-23 от 27.03.1998 «О порядке подтверждения пригодности новых материалов, изделий, конструкций и технологий для применения в строительстве».

В области автодорожного строительства вопросы применения зарубежных материалов, изделий и конструкций в дорожном хозяйстве

России регламентируются распоряжением Росавтодора № ИС-155-р от 14.03.2002.

Создана экспертная комиссия, на основе заключения которой решение о применении (или запрещении) вышеупомянутого импорта должен принимать руководитель Росавтодора. Однако на деле мы часто сталкиваемся с такой ситуацией, когда на объекте строительства вполне можно использовать российскую продукцию, а закупают по каким-то причинам импортную. Возникает вопрос: а было ли заключение указанной комиссии и решение руководителя Росавтодора? Ответ скорее отрицательный. Таким образом, все три документа (два постановления и одно распоряжение) остаются номинальными нормами, а реально в силу вступают действия других факторов, зачастую, к сожалению, субъективных.



Стал ли прошедший год если не переломным, то хотя бы относительно позитивным в плане борьбы с контрафактом? Какие меры, на ваш взгляд, могут оказаться здесь по-настоящему действенными?

А.И. Софронов:

— В том то все и дело, что относительно позитивным... Да, борьба с контрафактом на нашем рынке ведется на всех уровнях, о чем становится известно по сообщениям СМИ, в том числе и вашего журнала. В успешности этого процесса заинтересованы не только российские производители геосинтетических материалов, но и простые граждане, которые хотят ездить только по хорошим дорогам, и даже в глубинке.

Контрафакт — это своего рода болезнь, которую, как известно, одной таблеткой не вылечишь. Так и в нашем случае: необходим целый комплекс мер для искоренения данного явления. При этом очевидно, что производители, крупные игроки рынка не стремятся брать на себя юридические риски и портить свой имидж. Одной из первоочередных мер, на мой взгляд, является пересмотр законодательных норм, на основе которых ведется отбор проектировщиков и подрядчиков. Сейчас же, по большому счету, во

внимание принимается лишь один критерий: кто предложит дешевле, тот и выиграл. Подобный тендерный подход ведет к тому, что все начинают экономить (но не в ущерб себе), тем самым создавая условия для использования некачественной продукции, не обеспечивающей гарантий безопасности для потребителей.

В.Ю. Макаров:

— Если коротко ответить на первую часть вопроса, то нет, не стал. Не совсем ясно, что для этого было сделано, кроме рассуждений о необходимости борьбы с контрафактом. А его поставщики продолжают спокойно работать. Словом, одними призывами здесь не обойтись.

Необходимо проводить аудит компаний-производителей, авторизовать их права на поставку материалов хотя бы на федеральные объекты (например, с помощью обязательной сертификации, заключений специальной комиссии Росавтодора).

Со стороны участников рынка также должна исходить инициатива по формированию базы поставщиков контрафакта, своевременному информированию заказчиков. Необходимо создать общедоступный список недобросовестных поставщиков, к которому смогли бы обращаться все заинтересованные организации.

Л.В. Потуданская:

— В прошлом году мы несколько раз столкнулись с тем, что на рынок

поставлялись контрафактные товары под нашей торговой маркой и с нашими сертификатами. Так, например, некое ООО «Тимакс Восток» (Владивосток, генеральный директор С.А. Кокина) поставило заказчику трехмерные маты из полипропилена под нашей маркой «Макмат». В адрес данной компании нами было отправлено письмо с предупреждением о судебном разбирательстве. Заказчик также был осведомлен о том, что на его объекты поставляется контрафакт. Я считаю, что контролировать подрядчиков и следить за тем, чтобы поставляемые материалы соответствовали не только документам, но и всем техническим характеристикам по всем поставляемым объемам, должен прежде всего заказчик.

А.Н. Деятилов:

— Безрадостно, но факт: контрафактные геосинтетические материалы по-прежнему присутствуют в дорожном строительстве. Казалось бы, их «представительство» должно уменьшаться: на рынке достаточно продукции хорошего качества известных отечественных и зарубежных производителей. Ее подмена дешевыми материалами сомнительного происхождения и, соответственно, не менее сомнительного содержания является результатом беспринципного, безнравственного, алчного сговора определенной категории строителей и поставщиков.

Общественный уровень культуры и образования наверняка коррелирует



с объемами контрафакта, и в связи с этим быстро и кардинально ситуацию изменить трудно. Необходимо системно, внимательно и, что немаловажно, честно работать организациям, осуществляющим строительный надзор. Приоритет должен быть отдан созданию саморегулирующейся и самоочищающейся от мошенничества системы, главные акценты в которой будут в первую очередь сделаны на повышение качества материалов. В свою очередь, в основе данного подхода должны лежать инженерные и научные решения, позволяющие достаточно легко идентифицировать продукцию добросовестного производителя и отличить ее от подделок. Соответственно, необходимо в очередной раз констатировать, что и для решения проблемы борьбы с контрафактом и для решения многих других проблем необходимы высокие технологии, современная инженерия и научная фундаментальность, которые бы не позволили мелким фальсификаторам даже приблизиться к установленному уровню требований к геоматериалам.

А.А. Шейко:

— В прошлом году контрафактный материал все реже стал встречаться на объектах, но полностью все-таки не исчез. На мой взгляд, по-настоящему действенной мерой здесь может стать запрет на ввоз китайских геосинтетических материалов, не соответствующих необходимым требованиям, что позволит полностью исключить по-

падание некачественной продукции на строящиеся объекты.

Т.В. Снежко:

— Позитивные подвижки, безусловно, есть, но, увы, слишком незначительные. Подрядчикам зачастую выгодно приобретать материал по демпинговым ценам, не заботясь о качестве полотна. И главной мерой для пресечения применения контрафакта, по моему мнению, может стать лоббирование на государственном уровне геоматериалов только отечественного производства. Необходимо также включить в «Транспортную стратегию» дополнительные меры для продвижения российских геосинтетических материалов, о чем уже говорилось в моем предыдущем ответе. И еще следует изменить ОДМ в части ужесточения требований к материалам, усиления ответственности производителей работ.

Т.В. Орлова:

— Определенный позитив, безусловно, есть. Существенно затруднила проникновение контрафакта на свои объекты ГК «Автодор», единственный из госзаказчиков, кто начал осуществлять попытки не формального, а настоящего входного контроля. Возможно, компания всего лишь завоевывает себе репутацию, но хочется верить, что это осознанный выбор. Тем самым сделан важный шаг в плане повышения производственной культуры (дисциплины) нашего строительства, чего нам прежде так сильно не хватало. А успешное достижение

европейского уровня культурного развития позволит россиянам намного увереннее передвигаться хотя бы по платным трассам.

О.П. Галицкий:

— Анализ данных по объемам применения геосинтетических материалов и реальным продажам крупнейших игроков отрасли приводит к неутешительному выводу: борьба с контрафактом пока не увенчалась успехом, хотя на различных отраслевых совещаниях и конференциях эта проблема постоянно озвучивается. В нашей работе мы также периодически сталкивались с тем, что некоторые подрядные организации полностью не выбирают уже заложенный в проекты объем геосинтетических материалов. Скорее всего, в обход проектных решений они применяют какую-то другую продукцию, возможно контрафактную. К сожалению, здесь учитывается только формальное соответствие материала проектным требованиям, а главным критерием продолжает оставаться его цена. Заказчики не контролируют закупку геосинтетических материалов, не требуют проведения испытаний на соответствие заявленным характеристикам, после монтажа не извлекают пробы для определения эффективности геоматериала в долгосрочной перспективе. Проверяется только его наличие и документация. Все это, к сожалению, негативно сказывается на качестве дорог и сроке их эксплуатации.

В борьбе с контрафактом может помочь жесткий контроль качества поставляемой продукции со стороны заказчика. Возможно, следует создать специальный надзорный орган, который бы, в частности, контролировал соблюдение проектных решений, составлял реестр поставщиков. В перспективе ситуацию может переломить внедрение контрактов жизненного цикла (проектирование — строительство — содержание), в условиях которых подрядчикам будет невыгодно приобретать дешевый, но некачественный материал.

Р.А. Тарашевский:

— Нам прекрасно известны случаи поставок некачественной контрафактной продукции. Такие попытки псевдоэкономии зачастую заставляют строителей менять поставщиков уже на этапе монтажа, что приводит к срыву сроков, дополнительным за-

тратам и т.д. Во избежание подобных неприятностей следует внимательно оценивать уровень ответственности каждой компании, ее репутацию на рынке, наличие сертификатов, аккредитации, положительных отзывов и результатов испытаний продукции.

Наша компания, например, имеет все необходимые сертификаты, аккредитации ОАО «НК Роснефть», ОАО «РЖД», АК «Транснефть», «ТНК-ВР», «ВНИИГАЗ-Сертификат», МЧС России, постоянно приглашает к себе заинтересованные организации на дни открытых дверей, где можно подробно познакомиться с процессом производства. Только открытость и прозрачность могут дать полное представление о предлагаемой продукции. А применение некачественных материалов может остановить только введение стандартов на продукцию.



— На заседании круглого стола нашего журнала, состоявшемся год назад, было высказано практически единодушное мнение о том, что отсутствие нормативной базы серьезно тормозит качественное развитие рынка. Изменилась ли ситуация?

Л.В. Потуданская:

— А воз и ныне там!

А.А. Шейко:

— Да, в положительную сторону. Под эгидой Росавтодора в 2011 году были заложены опытные участки дорог с применением геоматериалов в Рязанской области. Сейчас ведется мониторинг и набор данных для создания национальных стандартов. В начале 2012 года, например, должны быть утверждены ГОСТы по методам испытаний геосинтетических материалов. Если нормотворческий процесс и в дальнейшем пойдет такими же темпами, то в ближайшем будущем вопрос будет полностью решен.

А.И. Софронов:

— Ситуация меняется, но очень медленно. Как показывает практика внедрения нормативной базы, в разных странах этот процесс длился от 7

до 15 лет. Несмотря на всю специфику климатических условий России, нормативная база должна учитывать их без каких-либо противоречий. Правила разработки национальных стандартов содержатся в ГОСТ Р 1.2-2004. Процедура их принятия состоит из 20 этапов, на прохождение которых отводится около двух лет. Для сравнения: на утверждение зарубежного стандарта в качестве национального требуется 7 этапов и 60 дней. Когда у нас будет нормативная база? Выводы делайте сами.

А.Н. Деятелилов:

— Нормативная база, безусловно, может и должна способствовать качественному развитию отрасли, но только в том случае, если при ее разработке были соблюдены определенные жесткие правила и ограничения. Устанавливаемые нормы должны иметь под собой непредвзятые, теоретически обоснованные и экспериментально подтвержденные основания. В противном же случае необдуманными, скоропалительно принятыми положениями и цифрами можно не только не способствовать развитию, но и нанести реальный ущерб.

В настоящий момент Росавтодор делает последовательные шаги для совершенствования нормативной базы, благодаря чему специалисты НИИ ТСК совместно с научно-технической группой ООО «Мегатех Инжиниринг» разработали семь государственных стандартов, гармонизированных с европейскими, а именно: «Классификация, термины и определения геосинтетических материалов, приме-

няемых в дорожном хозяйстве», «Метод определения теплостойкости», «Метод определения стойкости к агрессивным средам», «Метод определения гибкости при отрицательных температурах», «Метод определения устойчивости к многократному замораживанию и оттаиванию», «Метод определения прочности при растяжении», «Метод определения устойчивости к ультрафиолетовому излучению». Стандарты прошли все формальные стадии согласования и уже приняты, что, хочется думать, поспособствует качественному развитию рынка геосинтетических материалов.

Р.А. Тарашевский:

— Хотя и предпринимаются определенные шаги для формирования нормативно-правового поля, считаю, что ситуация не изменилась.

Т.В. Снежко:

— Только отчасти. Но винить в этом какие-то конкретные структуры непродуктивно. Процедура принятия методических указаний, стандартов, как и любой бюрократический процесс, имеет целый ряд особенностей — длительные по времени этапы разработки, обсуждения, внесения поправок. Это не добавляет оптимизма по поводу скорого внедрения новых методических материалов.

Непонятна и передача разработки главных регламентов на откуп частным структурам. Единственными квалифицированными и непредвзятыми в этом вопросе органами, по моему мнению, были и остаются государ-



ственные структуры (Росавтодор, РосдорНИИ).

В.Ю. Макаров:

— О значительном изменении говорить сегодня не приходится.

Конечно, Росавтодор предпринимает определенные шаги. В 2010 году был принят отраслевой дорожный методический документ «Классификация, термины и определения геосинтетических материалов применяемых в дорожном хозяйстве» (ОДМ 218.5.005-2010), который помогает разобраться в разнообразии геосинтетических материалов, формирует единый подход к ним.

Однако есть и другие проблемы. Сегодня проектные институты в своей работе зачастую используют иностранные программы, которые предусматривают применение на проектируемых объектах импортных материалов, не адаптированных к нашим строительным нормам и правилам. Несмотря на это, такие проекты проходят государственную экспертизу. Существующие в настоящий момент документы, регулирующие вопросы применения геосинтетики в автодорожном строительстве, носят рекомендательный характер. Четких установок и норм, которыми могли бы руководствоваться государственные технические эксперты и проектировщики, просто нет.

Т.В. Орлова:

— К огромному сожалению, нет. Видимо, чиновникам следует более глубоко уточнять задачу. Не отсут-

ствие нормативной базы как таковой, а отсутствие рабочей, пригодной для использования нормативной базы серьезно тормозит качественное развитие рынка, никак при этом не препятствуя его количественному развитию. Наши дороги продолжают гробить с помощью множества никому не нужных геоматериалов, плохо скопированных с иностранных образцов, без какого-либо понимания того, почему последнее сделано именно так, а не иначе.

Только в нашей стране делают такую же сетку для покрытий, как и за границей, но... стеклянную. Смешно, но это так. Только в России нормативы по армированию покрытий разрабатываются исключительно из-за того, что у нас есть стеклосетка, это достаточная причина, чтобы ее применять. Такое впечатление, что эти документы создаются для официального закапывания денег, ведь стекло не просто не улучшает покрытие, оно откровенно гробит его. Только в России при расчетах устойчивости оснований по алгоритму, изложенному в новых нормативах, не удается достичь приемлемых результатов, но документы все равно вводятся в действие. Только в России официально рекомендуют укладывать полиэтиленовые геоячейки на откосы в целях их озеленения. И ведь даже нет необходимости доказывать, какой это нонсенс. Достаточно просто проехать по МКАД.

О.П. Галицкий:

— Медленно. Поэтому данный вопрос несколько не утратил своей актуальности. Этот неутешительный вывод

можно сделать, исходя, в том числе, из большого количества тендеров на разработку нормативной документации на геосинтетических материалов в дорожной отрасли. Кроме того, в условиях образования единого таможенного и экономического пространства (Россия, Беларусь, Казахстан), а также вступления России в ВТО товарооборот между государствами должен осуществляться по единым правилам и нормам. К сожалению, при разработке нормативной документации эти факторы учитываются далеко не всегда.



Какими должны быть методы стимулирования проектных и строительных организаций, которые бы реально способствовали более широкому внедрению инновационных геосинтетических разработок?

Л.В. Потуданская:

— Необходима государственная политика в области качества, и это касается не только геосинтетики, но и всех материалов, применяемых на строительных объектах. На государственном уровне должны быть приняты и методы стимулирования инноваций.

А.Н. Деятели:

— Благодаря своим уникальным свойствам и характеристикам, которые обусловлены технологиями пластических масс, высокоориентированных полимеров, композиционных технологий, геоматериалы будут и без стимулирования находить широкое применение в дорожных конструкциях. Такой подход, стимулирование, может быть даже отчасти вреден. Применение должно быть обосновано доказанным экономическим, техническим и, если хотите, социальным эффектом.

А.И. Софронов:

— Проектные и строительные организации — это прежде всего люди, выполняющие свою работу и получающие за нее зарплату. Сама жизнь сейчас диктует острую необходимость применения в дорожном строительстве современных проектных решений и новых технологий с использованием

инновационных геосинтетических материалов. Если же мы по-прежнему будем строить дороги по старинке, то это значит, что работаем мы плохо, а хорошо умеем только разглагольствовать о двух главных российских проблемах.

Т.В. Снежко:

— С 2008 года наша компания проводит для проектировщиков и строителей циклы семинаров, на которых подробно рассказывается о характеристиках геотекстиля и эффективных моделях его применения в различных армогрунтовых конструкциях. По опыту проведения таких мероприятий мы сделали вывод, что самым эффективным инструментом внедрения новых материалов и разработок является именно прямой контакт как с разработчиками нормативной базы, так и с проектировщиками. Последним, в частности, помогаем в подборе геосинтетических материалов для конкретного объекта.

А.А. Шейко:

— Методы стимулирования могут быть разными. Самое главное: и проектировщики, и строители должны понимать, что применение геоматериалов способствует повышению качества строящихся объектов. В западных странах уже давно найдено концептуальное решение — переход к заключению контрактов жизненного цикла, когда подрядчик отвечает не только за строительство, но и последующую эксплуатацию объекта при строго лимитированном объеме финансирования. Тогда и заинтересованность в повышении качества дорог значительно вырастет, ведь это приведет к экономии ресурсов на ремонтных работах.

О.П. Галицкий:

— Метод стимулирования проектных организаций, может быть только один — гарантия «безболезненного» прохождения экспертизы. Для этого необходимо составлять подкрепленные расчетами технико-экономические обоснования предлагаемых решений. Производителям и поставщикам геоматериалов также необходимо вести сопровождение проектов, избавляя тем самым проектировщика от значительного объема работ. Для стимулирования подрядных организаций, на мой взгляд, лучше всего организовывать сопостави-



тельные испытания геосинтетических материалов для различных областей применения.

В.Ю. Макаров:

— Государство уже предприняло шаги в этом направлении, когда организациям, строящим автодорогу, было предложено заниматься ее содержанием. В данном случае возникает заинтересованность в экономичном и качественном строительстве, чему способствует внедрение геосинтетических материалов. Опыт эксплуатации платных автодорог показывает, что заказчики и проектировщики активно используют геосинтетические разработки, так как это страхует от возможных рисков, связанных с увеличением расходов на содержание дороги.

В качестве экономического метода стимулирования можно предложить оплату за сданный объект не сразу, а через определенные промежутки времени его эксплуатации.

Проектным и строительным организациям необходимо предоставить больше свободы в вопросах пересогласования существующего проекта на применение геоматериалов на стадии разработки рабочей документации.

Расчеты экономической эффективности применения геосинтетики по сравнению с традиционными технологиями строительства в большинстве случаев доказывают экономическую выгоду. Необходимо предусмотреть механизм распределения сэкономленных средств между проектной и подрядной организациями. Тогда про-

ектировщик будет экономически заинтересован во внедрении инновационных разработок. Сегодня организация, разрабатывающая проектно-сметную документацию, заинтересована лишь в своевременном выполнении технического задания, поступившего от заказчика.

Заказчик, в свою очередь, при разработке техзадания должен руководствоваться строительными нормами и правилами, ориентированными на инновационные технологии. В этом случае проектная организация будет без какой-либо опаски отдавать свое решение на государственную экспертизу. Как видим, здесь мы опять сталкиваемся с проблемой нормативно-правового регулирования.

Таким образом, решение вопроса о широком применении геосинтетических материалов должно быть комплексным, опирающимся на нормативно-правовые акты и учитывающим интересы всех участников строительства.

Р.А. Тарашевский:

— Нужно не стимулирование, а понимание целесообразности применения геосинтетиков, в том числе и экономическое, что, в свою очередь, поднимет качество проектной документации и самого строительства.

Т.В. Орлова:

— Процесс внедрения в первом приближении очень прост: сбор данных о всех изобретениях, анализ их жизнеспособности и выбраковка, внедрение рабочих технологий. Вопрос: а кто так умеет?



Для начала необходим тщательный отбор организаций на предмет квалификации. Может ли она пройти все три этапа или только один, но хорошо?

Если СибАДИ хочет исследовать и рекомендовать к внедрению продукцию только одного конкретного производителя, который не разобрался еще в принципах выбора сырья, то зачем нужны такие научные работы? Их данные можно использовать только как маленькую крупицу для первого этапа «Сбор данных».

Только программы внедрения, начинающиеся с изучения новейших разработок и изобретений всех российских производителей, ведут к развитию отрасли. Поэтому первый этап необходимо начинать с отделения настоящих производителей от лжепроизводителей независимо от наличия самостоятельно изданной и бесплатно распространенной околонаучной литературы об опыте применения контрафакта на российских объектах. Затем следует составить список реальных производителей и их изобретений, который и есть конечный продукт первого этапа, подлежащий тщательному контролю. Упустим из вида кого-то — затормозим развитие. По ошибке включим контрафактика — пойдем по пути развала отрасли. Этап ответственный и затратный. Отделить зерна от плевел возможно только при фактическом контроле производств и их возможностей, что требует создания рабочей группы из экспертов разных направлений: текстильщиков, специалистов по тканям, экструзии и полимерам. И люди, осуществляющие адресные выезды и подписывающие соответствующие акты, должны нести уголовную ответственность за подлоги, которые уносят подчас человеческие жизни.

Для анализа жизнеспособности отобранных технологий и материалов нужна уже другая рабочая группа из проектировщиков и строителей. Стимулировать заказчиков к дополнительному финансированию предварительных испытаний, а затем и опытных участков лучше всего будет тщательный натурный анализ, который следует контролировать на всех этапах. А на выходе мы должны получить работающие технологии, методики применения и расчетов, инструкции.

Внедрение инноваций вообще не представляет сложности и не требует больших затрат при условии уверенности проектировщиков и строителей в том, что на предыдущих этапах подлог и подтасовка результатов были исключены.

Заказчика следует консультировать по следующим вопросам. Какие технологии и при каких условиях следует рекомендовать к рассмотрению в техзаданиях? Как контролировать этапы строительства при применении тех или иных инноваций? Форма работы — проведение контрольных работ и семинаров. Таким же образом следует организовать и обучение проектировщиков, для чего нужна группа квалифицированных преподавателей.

Еще одно предложение — он-лайн консультации наиболее опытных экспертов. Для этого достаточно открыть небольшой колл-центр в Минтрансе, где можно будет получить информацию любого рода — от рекомендаций по выбору технологии и алгоритму расчетов до списка реальных производителей. Все это в итоге позволит не допустить ошибок в сметах и закупках.

А когда люди со всех сторон защищены от ошибок, они ничего не боятся и никаким технологиям не препятству-

ют. А когда есть доверие внедряемому и внедряющим, страна развивается.



Традиционный вопрос — о ближайших перспективах развития. Способен ли намечающийся весьма значительный рост объемов автодорожного строительства и ремонта сподвигнуть рынок геосинтетики на серьезные качественно-количественные изменения?

Т.В. Снежко:

— Рост количества объектов дорожного строительства вкупе с действиями производителей геотекстиля по продвижению и популяризации новых материалов, конечно, будет иметь положительный эффект. Произойдет ужесточение требований к геосинтетическим материалам в части физико-механических характеристик, экологической чистоты. Не стоит забывать и о расширении сфер применения геотекстиля в дорожном строительстве. Сейчас это в основном армирование оснований и откосов, дублирование других материалов: геоматов, габионов (в данном случае это эксплуатация только динамических характеристик геотекстиля — устойчивости к разрыву, на сдвиг). Но не за горами использование тех же материалов, но с другими целями, например создание нестандартных, удерживающих грунт конструкций (берегоукрепительных и пр.), фильтрующих и дренажных специализированных систем.

В силу последних тенденций развития рынка нетканого геотекстиля можно уверенно утверждать, что в ближайшие 5 лет стоит ожидать ежегодный рост потребления геоматериалов на примерно 13–15%.

А.Н. Деятилов:

— Количественно, то есть рост объема выпуска геосинтетики, уже очевиден, и в ближайшие годы эта тенденция сохранится. Что же касается качественных изменений, то этот вопрос полностью зависит от желания и возможностей производителя и заказчика вкладывать денежные сред-

РАЗДЕЛЕНИЕ ФИЛЬТРАЦИЯ ДРЕНАЖ

Многофункциональный геотекстиль для дорожных конструкций



укрепление оснований



укрепление откосов



уширения дорог



подпорные стенки



укрепление откосов



дренажные конструкции

ства в развитие научных разработок. Европейские производители ежегодно тратят более 5% своих бюджетов на науку, а отечественные порой только повторяют западную продукцию, не разрабатывая новые, более качественные и, что самое главное, адаптированные к российским природно-климатическим условиям материалы. К слову, импортные геосинтетические материалы не всегда пригодны для применения в ряде регионов России. Исправление этого недостатка — одна из главных задач отечественных производителей.

А.И.Софронов:

— Правительством Российской Федерации принято постановление № 848 «О федеральной целевой программе «Развитие транспортной системы России (2010–2015 годы)», которым предусмотрен грандиозный объем работ, затрагивающий не только автодорожную отрасль. Если все намеченные планы будут воплощаться в жизнь, то на рынке геоматериалов, несомненно, произойдут серьезные позитивные изменения в качестве и количестве предлагаемых продуктов..

Л.В.Потуданская:

— Наша компания растет и развивается: за последние два года ее штат увеличился в два раза. Появляются перспективные направления. Концерн «Маккаферри», имеющий 130-летний опыт работы, ежегодно открывает новые производства по всему миру, в том числе и в России.

Задачами компании являются не только производство и поставка материалов, но и, прежде всего, разработка технических решений, отвечающих всем нормативным требованиям. А серьезные качественно-количественные изменения в первую очередь зависят от тех, кто принимает решения.

А.А.Шейко:

— На мой взгляд, скорее всего, да, чем нет. Повышенное внимание со стороны государства, совместная работа отраслевых органов и предприятий — производителей геосинтетических материалов должны привести к серьезным качественно-количественным изменениям в области развития геосинтетике.

В.Ю.Макаров:

— Рост количества объектов строительства, конечно, расширяет

перспективы возможного увеличения спроса на геосинтетику. Вместе с тем наличие тормозящих факторов, о которых говорилось раньше требует от российских компаний, предлагающих геоматериалы, более напряженной самостоятельной работы по внедрению собственных инновационных разработок и материалов.

Т.В.Орлова:

— ГК «Автодор» в своем развитии может единолично влиять на качественно-количественные изменения. Способны на это и некоторые заказчики-энтузиасты. А просто общий объем никак не регулирует ни качество, ни количество. Ведь можно многое строить по старинке или по имеющимся нормативным документам. Потому на этот вопрос может ответить только «голова рыбы»: гнить мы будем или все будет свежо и хорошо.

О.П.Галицкий:

— Мы убеждены, что рациональность и здравый смысл все больше будут преобладать при реализации проектов. Сейчас при всех плюсах применения геосинтетических материалов используются они далеко не всегда, по нашим оценкам, не более чем на 10–15% от возможностей их применения. Это связано с отсутствием нормативной базы и длительного опыта применения, а также с человеческим фактором — нежеланием многих проектировщиков применять новое, то, с чем они ранее не работали.

Последние годы ГК «РУСКОМПОЗИТ» ведет активную работу по развитию отрасли, пропагандируя применение инновационных продуктов и новейших мировых технологий. Мы участвуем в создании национальных стандартов на геосинтетические материалы, бесплатно предоставляем нашу продукцию заказчикам регионального и федерального уровня для проведения длительных сравнительных испытаний, на постоянной основе консультируем проектные организации. Уверены, эта работа принесет свои результаты.

Р.А.Тарашевский:

— Считаем, что динамика развития будет сохраняться. С появлением четких стандартов рынок способен совершить рывок.

Подготовил Валерий Чекали

ООО «НИПРОМТЕКС»
307170, Курская обл.,
г. Железногорск,
ул. Мира, 67;
т.: (47148) 3 68 35, 3 80 44,
(495) 627 78 85;
sbyt@nhp.ru
Nipromtex3@nhp.ru
www.nipromtex-connect.ru

