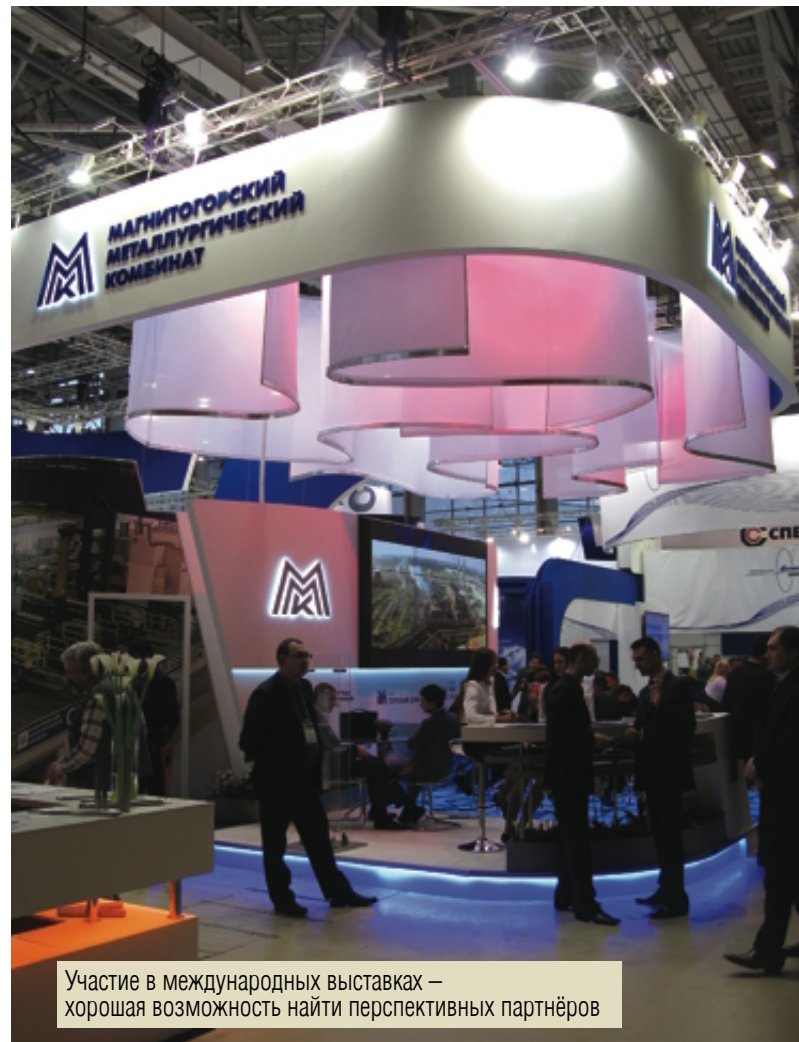




Нынешние сбытовики хорошо знают и помнят тех, кто работал в этой службе раньше



Участие в международных выставках – хорошая возможность найти перспективных партнёров

рынок демонстрирует восстановление объёмов металлопотребления: по прогнозам, в 2018 году рост составит три процента, – отмечает Николай Лядов. – За пять месяцев текущего года отгрузки ПАО «ММК» на российский рынок увеличились в сравнении с прошлыми годами показателями на 500 тысяч тонн. В части импортозамещения видим хорошие перспективы в сегменте высокопрочного, оцинкованного и полимерного проката. С вхождением Лысьвенского металлургического завода в состав Группы ПАО «ММК» расширилась сортаментная линейка: на заводе освоена технология производства проката с покрытием, который раньше в России не производили – поставляли из-за рубежа. Всё это укрепляет наши позиции на внутреннем рынке. Нам важен внутренний рынок, важен рынок СНГ, важна продукция с высокой добавленной стоимостью. Это обеспечивает комбинату более высокую экономическую эффективность. Все крупные металлургические компании пришли к пониманию того, что необходимо увеличивать объёмы продаж на своих домашних рынках.

В 2017 году ММК увеличил отгрузку на российский рынок и рынок стран ближнего зарубежья до 8,5 миллиона тонн. Доля внутреннего рынка составила 75 процентов от общего объёма продаж комбината. В нынешнем году у руководства ММК в планах – дальнейшее увеличение продаж. И текущие результаты подтверждают реалистичность этих планов. По итогам пяти месяцев отгрузка ПАО «ММК» на рынок РФ и стран ближнего зарубежья выросла на 15 процентов, а доля внутреннего рынка составила более 80 процентов.

Всегда на передовой

– Внутренний рынок напрямую зависит от тенденций мирового, – отмечает Алексей Кузьмин. – За этим следят наши маркетинговые специалисты, кто, на каких регионах создаёт

конъюнктуру. Вот сейчас США закрыли свои границы, ММК напрямую это не касается, потому что мы никогда туда металлопродукцию не отправляли, но есть крупнейший производитель – Китай, который делает уже по 80 миллионов тонн металлопродукции в месяц, в то время как вся российская промышленность – чуть больше пяти миллионов тонн. Как Китай перераспределит свои потоки и создаст конкуренцию на тех регионах, которые мы считали своими?

Несмотря на существующие проблемы, в частности усиливающийся демпинг металлургов Китая и Казахстана, ММК находит резервы для успешной работы. Ежегодное улучшение производственных и экономических показателей позволяет смотреть в будущее с оптимизмом и ставить все новые цели.

– Инвестиционная программа ММК очень амбициозна: два года – новая суперсовременная агломерационная фабрика, ещё два – новая доменная печь, ещё два – новая коксовая батарея, – рассказывает Николай Владимирович. – Новые производственные объекты – это новые возможности, новые современные технологии, которые в первую очередь ориентированы на снижение техногенной нагрузки на экосистему Магнитогорска. Конечно, реализация этих амбициозных планов зависит от всех нас, но у сбыта здесь особая роль – от того, как правильно мы оценим рыночные возможности, как загрузим заказами станы, насколько эффективно сумеем реализовать произведённую продукцию, напрямую зависит реализуемость этих планов...

В сбыте нельзя работать вполсилы, это подразделение всегда «на передовой». Основная задача службы – поиск эффективного заказа и установление долгосрочных отношений с клиентами. Одним из каналов продвижения металлопродукции Группы ММК стал Торговый дом, который включает 30 подразделений в

России – с головным офисом в Магнитогорске – и пять подразделений в Республике Казахстан. Стратегическими регионами присутствия компании являются Урал, Поволжье и Сибирь. Главный производственный актив Торгового дома ММК – завод в городе Щёлково, на котором выпускаются профнастил, сайдинг, сэндвич-панели, доборные элементы, производится резка рулонного металлопроката. Торговый дом ММК продолжает развивать продажи высокопрочного и износостойкого проката марки MAGSTRONG. Металл этой марки широко востребован в производстве строительного, сельскохозяйственного, горнодобывающего оборудования. Российские потребители ознакомились с его свойствами и заинтересованы в поставках металла. Сейчас Торговый дом ММК успешно продвигает стали MAGSTRONG на рынок Казахстана.

Равнение на лучших

– Наша работа – это в первую очередь люди, а потом уже цифры и тонны, – считает Алексей Кузьмин. – Мы работаем с двумя видами клиентов – внешними, которых мы обеспечиваем металлопрокатом, и внутренними – это подразделения ММК, которые мы обеспечиваем заказами. За взаимоотношения с внутренними клиентами отвечает функциональный офис, которым руководит Алексей Александрович Зайцев. Чтобы что-то произвести, сначала нужно это продать. То есть у чугуна, который сейчас льётся, уже есть заказчик.

Обеспечение того, чтобы производственные подразделения ПАО «ММК» максимально эффективно работали с заказами, полученными службой продаж, – основная задача функционального офиса. Процессы планирования и формирования в корпоративной информационной системе приказов на производство и отгрузку продукции, а также контроля их исполнения, осуществляет

группа оперативного планирования, возглавляемая Максимом Александровичем Баженовым. В состав подразделения также входят группы под руководством Ангелины Владимировны Авраменко и Елены Анатольевны Коваленко. Задачами данных групп является формирование отчетно-

сти, контроль за деятельностью дочерних обществ, вовлечённых в процесс продаж, анализ финансовых результатов деятельности службы продаж, а также контроль ценообразования и экспертиза сделок, совершаемых сотрудниками службы продаж, и многое другое.

Справка «ММ»

В разные годы службу сбыта ММК возглавляли: Моисей Яковлевич Иоффе, Сергей Михайлович Кириллов, Арсений Артёмович Тулупов, Тимофей Яковлевич Халезин, Илья Яковлевич Костенко, Борис Евгеньевич Попов, Александр Сергеевич Бобровских, Василий Петрович Шишкин, Павел Иванович Борый. В 1986 году, когда производственный отдел и отдел сбыта были объединены в управление по производству и поставкам продукции, службу сбыта на ММК возглавил Виктор Филиппович Рашников. На его долю и пришёлся так называемый переходный период, когда комбинат, как и вся отечественная промышленность, переходил на рыночные рельсы. Тогда же в лексикон руководителей ММК вошло слово «хозрасчёт», а чуть позже комбинат с головой окунулся в рынок. От Виктора Филипповича Рашникова бразды правления службой принял Андрей Андреевич Морозов, в 1997–1998 годах начальником управления сбыта ММК работал нынешний директор Магнитогорской энергетической компании Василий Николаевич Кочубеев, в 1998–2003 годах должность директора по сбыту занимал Александр Александрович Ушаков. Игорь Иванович Шпак работал директором по сбыту на экспорт в 2003–2004 годах, нынешний губернатор Челябинской области Борис Александрович Дубровский в 2003–2005 годах занимал должность директора по сбыту на внутреннем рынке, в 2005–2007 годах – должность директора по сбыту. В 2007–2009 годах директором по сбыту был Николай Андреевич Коломиец, в 2009 году службу сбыта на комбинате возглавил Николай Владимирович Лядов, заместитель генерального директора ПАО «ММК» по продажам.

Николай Владимирович подчёркивает, что нынешние сбытовики хорошо знают тех, кто работал в этой службе раньше, и помнят о них – в системе сбыта на различных руководящих должностях работали многие знаковые для комбината люди. История службы, имена руководителей нашли отражение на своеобразной стене почёта. Для молодых сотрудников это хороший ориентир для профессионального развития, ведь равняться нужно на лучших...

– Мы по привычке называем дирекцию по продажам службой сбыта, и в этом тоже дань уважения нашей истории, – считает Николай Лядов. – Хочу поздравить с юбилеем всех сотрудников службы. И тех, кто стоял у её истоков, и тех, кто продолжает её историю сегодня. Крепкого всем здоровья и семейного тепла.