

СТАВКА НА МЕТАЛЛОТОРГОВЦЕВ

— Александр Александрович, каждый месяц с комбината уходит 11-12 тыс. вагонов с металлопрокатом. Из них 6 тыс. едет в порты, оставшиеся 6 развезаются по всем регионам России. Трудно управлять всем этим процессом?

— На самом деле мы отгружаем гораздо больше. В день с комбината уходит 600 вагонов, т.е. за месяц ММК отправляет порядка 18 тыс. вагонов. Причем помимо металла мы торгуем и сопутствующей продукцией. Недавно мы начали производство электродов, приобрели мощности по выпуску метизной продукции. Цех стеновых панелей делает великолепные утеплители. Таким образом, сортамент продукции, который реализуется дирекцией по сбыту, очень широк. Это и огнеупоры, и стройматериалы, и многое другое.

— Сколько сортов и маркообразов металлопроката вы продаете?

— Даже не берусь ответить на этот вопрос. Счет идет на тысячи. Недавно мы выпустили новый каталог нашей продукции. Там можно найти все: различные стальные профили, тонколистовой и толстолистовой горячекатаный прокат, холоднокатаный лист. Кроме того, мы являемся одним из крупнейших в России производителей белой жести. Правда здесь у нас есть сильный конкурент — Испат Кармет из Казахстана.

— Планирует ли ММК выходить на рынок новой продукции?

— Обязательно. В 2002 году мы запускаем агрегат непрерывного горячего цинкования. Это позволит ММК выпускать оцинкованный прокат для автомобилистов. Кроме того, будут удовлетворены потребности строителей в оцинкованных рулонах. Ведь, как известно, именно строительная отрасль является одним из главных потребителей данной продукции.

Ну и, конечно, очень большие надежды мы связываем с пуском реверсивного двухклетьевого стана холодной прокатки. Это позволит улучшить качество нашей продукции, которое, к сожалению, сейчас не настолько высоко, как хотелось бы. Мы, собственно, и не скрываем, что на данный момент не можем предложить автомобилистам продукцию, аналогичную той, которая предлагается Северсталью и Новолипецким комбинатом. Однако проблема эта будет решена.

— Сколько стали вы намерены поставлять в рамках этой программы для автомобильной отрасли?

— Строительство и ввод в эксплуатацию агрегата непрерывного горячего цинкования предусматривают производство 500 тыс. тонн холоднокатаного листа с цинковым покрытием. Что касается реверсивного стана, то его строительство, а также ввод нового оборудования в действующем цехе холодной прокатки № 5 дадут нам возможность обеспечить качественным подкатом агрегат цинкования в объеме 500 тыс. тонн и выпускать дополнительно 300 тыс. тонн холоднокатаного листа, соответствующего требованиям автомобилестроителей.

— На каких принципах основана работа дирекции по сбыту?

— Дирекция по сбыту создана на ММК 4 года назад. Сегодня в ее составе есть подразделения, занимающиеся торговлей на внутреннем рынке, экспортные подразделения, аналитическое и транспортное управления. Существует и подразделение, которое специализируется на мелкорозничной торговле. Неко-

торое время назад в составе дирекции по сбыту было также выделено подразделение, которое работает с сопутствующей продукцией, причем объем его загрузки постоянно растет. Недавно ММК приобрел Магнитогорский калибровочный завод. Следовательно, с января 2002 года мы начинаем продвигать на рынок и метизную продукцию. Для этого также будет создано соответствующее подразделение в дирекции по сбыту.

Если же говорить о базовых принципах нашей торговой политики, то они заключаются в следующем. Во-первых, мы ориентируемся на увеличение удельного веса высокорентабельной продукции. Во-вторых, ММК намерен наращивать объемы продаж на внутреннем рын-

валось ли мнение аналитической службы?

Безусловно. Сейчас любой инвестиционный проект начинается с аналитической работы.

— Вы могли бы подробнее рассказать о том, когда агрегат цинкования выйдет на проектную мощность?

— Честно говоря, я не хотел бы углубляться в детали. Тема это очень серьезная. Скажу только: мы отлично понимаем, что ММК не один на этом рынке. Коллеги с Карагандинского комбината уже пустили один агрегат цинкования и намерены запустить второй. На Новолипецком комбинате недавно проведены реконструкция существующих мощностей и пуск нового агрегата производительностью 150 тыс. тонн.

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ



Магнитогорский металлургический комбинат признанный лидер российской металлургии. Однако этот факт не только дает ему возможность оказывать существенное влияние на состояние дел в отрасли, но и обязывает одним из первых оперативно реагировать на быстро меняющуюся ситуацию на рынке.

Директор по сбыту ОАО «ММК» А. Ушаков в беседе с главным редактором журнала «Металлоснабжение и сбыт» А. Романовым рассказал о сбытовой политике предприятия и о том, какие изменения будут происходить в ней в ближайшее время.

ке. В-третьих, наше предприятие ориентировано на близкорасположенные промышленные районы, которые являются крупными потребителями металлопроката. В-четвертых, мы стараемся структурировать продажи ММК для основных металлопотребляющих отраслей. И, наконец, в-пятых, на комбинате отлично понимают необходимость гибкого изменения региональной структуры экспортных поставок.

Вообще надо сказать, что сегодня мы делаем ставку на металлоторговцев. Мне кажется, что в отраслевом рынке потенциал увеличения поставок практически исчерпан. Объем продаж на внутренний рынок за последние два года был увеличен комбинатом почти в 2,5 раза. По нему в России мы сравнимы с той же Северсталью. Поэтому мы намерены дополнять свое присутствие на рынке, предлагая новые товары, такие, например, как оцинкованный рулонная сталь.

— Кстати, если говорить об оцинковке, когда вы начинали этот проект, учиты-

Насколько я знаю, в обозримом будущем они планируют пустить совместно с Thyssen еще один агрегат. О планах строительства нового агрегата цинкования в сотрудничестве с Usinor объявила и Северсталь. В Прибалтике в будущем году также будет налажено производство 500 тыс. тонн оцинковки в год.

Тем не менее мы видим перспективы для увеличения продаж оцинкованного листа и уверены в том, что наш агрегат будет загружен на полную мощность. Конечно, основные надежды мы связываем с автомобилистами, особенно если учесть, что проект Северстали будет завершен не ранее 2004 года.

— В начале 90-х годов в различных регионах были созданы торговые организации, в названии которых присутствовали слова «Маг» — сокращение от Магнитки и «мет» — от слова металл. Сколько всего их было? Почему этот проект не получил дальнейшего развития?

— В то время мы действительно создали порядка 40 организаций, которые должны были заниматься дистрибуцией продукции ММК. Я бы не сказал, что проект этот заглох. Просто сбытовая политика комбината с тех пор несколько изменилась. Сегодня 25 процентов этих структур по-прежнему работают. Правда, теперь они абсолютно независимы от Магнитки. Насколько я знаю, эти компании чувствуют себя на рынке вполне уверенно. Более того, сегодня мы вновь возобновляем эту программу, идя по пути создания независимой дистрибуторской сети. Замечу, что ММК будет участвовать в акционерном капитале компаний-дистрибуторов. Это делается для того, чтобы мы были уверены в том, что независимо от состояния рынка дистрибутор будет работать с нашим металлом. Разумеется, построение такой сети будет основано на четком анализе наиболее интересных для нас регионов.

— Что это за регионы?

— Как вы понимаете, основными факторами являются объемы потребления и географическое расположение потребителей. Исходя из этого, мы традиционно считаем приоритетными регионами Урал, Поволжье, центральные области России. Если говорить о внешнем

рынке, то здесь ситуация за последний год ухудшилась. Мы резко сократили поставки в ряд стран, которые традиционно являлись нашими крупными потребителями: Ирак, Сирию, Ливан, Алжир, Филиппины, Таиланд, Сингапур. Можно говорить о том, что, например, такой регион, как Ближний Восток, для нас (как, впрочем, и для других российских предприятий) практически утерян. Произошло это из-за увеличения железнодорожных тарифов. Нам очень трудно конкурировать с украинскими заводами, которые расположены гораздо ближе к морским портам.

— Вы наверняка встречаетесь со своими коллегами с других предприятий. Что дают эти контакты? Намечались ли процесс координации деятельности ведущих сталепроизводителей на внутреннем и внешнем рынках?

— Такие контакты действительно происходят. Недавно на ММК прошла встреча предприятий, входящих в Совет производителей и экспортеров черных металлов СНГ. Кстати, я очень хорошо помню 1992 год, когда возникла идея создать эту организацию. Тогда она воспринималась всеми достаточно скептически. Прошло 9 лет, и мы поняли, что ежеквартальные встречи в рамках Совета действительно приносят реальную пользу. Прежде всего потому, что теперь мы можем нормально координировать свою ценовую политику и товарные потоки на внешнем рынке. Позднее, в 1995 году, появился Союз экспортеров металлопродукции России, членами которого мы также являемся. Понятно, что общественные организации не могут окончательно решить все вопросы, связанные с тарифной политикой государства, естественными монополиями. Однако по крайней мере мы можем теперь обозначить их перед правительством. Именно поэтому наш комбинат принимает самое активное участие в работе объединения металлургов.

— А что Вы можете сказать о координации работы на внутреннем рынке?

— До 1998 года различные вексельные и взаимозачетные схемы просто не давали производителям возможности влиять на внутренний рынок. Начиная с 1999 года ситуация изменилась. Мы стали осуществлять постоянный мониторинг рынка и поняли, что предприятия, какими бы разными они ни были, также должны координировать здесь свои усилия. И если раньше руководители служб сбыта практически не знали друг друга, то теперь мы работаем в режиме еженедельных и ежемесячных контактов. Идет постоянный обмен информацией, касающейся объемов поставок и с Северсталью, и с Новолипецким комбинатом. Причем делается это отнюдь не для того, чтобы сбить потом цены. Я думаю, что уже сейчас в России на 80 процентов сложился цивилизованный рынок металлоторговли. Следующим этапом развития этого рынка, на мой взгляд, должно стать создание дистрибуторских сетей. Постепенно именно металлоторговцы будут играть главную роль на рынке. Необходимо, чтобы конечный потребитель мог получить товар с максимальной степенью обработки. Поэтому перед ММК стоит сейчас задача создания разветвленной сети сервисных металлоцентров.

— Готовы ли к этому металлоторговцы, ведь создание сервисных центров предполагает крупные инвестиции в строительство складских площадей, приобретение оборудования?

— Между производителем и покупателем существует вечное противоречие: один хочет производить крупные объемы ограниченного сортамента, другой — потреблять большое количество различных позиций металлопродукции ограниченными порциями. Разрубить этот узел могут только металлоторговцы. За прошедшие годы в разных регионах России появился целый ряд компаний, прошедших путь от небольшого склада до серьезных складов. Особенно важно, что теперь многие компании стали собственниками этих складских площадей. Появилось первичное сервисное оборудование. С моей точки зрения, металлоторговцы готовы к созданию полноценных сервисных металлоцентров. Конечно, этот процесс займет несколько лет, однако наш комбинат готов в нем активно участвовать. Для этого мы намерены постоянно развивать контакты с металлоторговческими компаниями. В марте 2002 года ММК совместно с Российской ассоциацией металлоторговцев планирует провести семинар у нас на комбинате. Я уверен, что такая встреча будет очень полезной для всех. Поэтому, пользуясь случаем, хочу пригласить всех металлоторговцев, заинтересованных в работе с ММК, на семинар в Магнитогорске. Помимо комбината мы покажем и наш новый бизнес-центр на Банном озере, и горнолыжный комплекс в Абзакове. Мы хотели бы, чтобы нашим партнерам было всегда интересно и комфортно посещать Магнитогорск.

Фото Евгения РУХМАЛЕВА.



В 2001 году производство металлопроката на ММК составило свыше 9 миллионов тонн, что на 3,5 процента больше, чем в 2000 году.