

СДЕЛАТЬ ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА ДОСТОЙНОЙ



Идет уборка картофеля.



Колбасные изделия с маркой ММК.

НАУЧИТЬСЯ ПРОИЗВОДИТЬ...

Лет восемь назад довелось мне побывать в Доме правительства Республики Башкортостан. Во время обеда в столовой обращаю внимание, что женщины, работающие в этом главном офисе республики, довольно скромно одеты. Это не могло не броситься в глаза, ведь в период наибольшего расцвета так называемого бартера магнитогорки были одеты очень даже прилично, в добротные и недешевые вещи. В то время работников комбината, помните, называли в нашем городе «детьми Ромазана» за то, что гардероб у них был пусть не очень разнообразным, зато целиком импортным и фирменным, и потому легко узнаваемым.

И продукты питания выменивал комбинат на свою металлопродукцию в разных концах света, даже из Новой Зеландии и Австралии привозили мясо и продавали его по ценам трудящимся. Тащили на себе металлурги мешки с сахаром и мукой, несли с работы домой гречку и макаронные изделия. По большим праздникам распределялись в трудовых коллективах наборы обычных продуктов, составлявших тогда страшный дефицит: сгущенка, копченая или полукопченая колбаса, кофе, чай, цитрусовые, шоколадные конфеты. Сейчас вспоминаешь все это, как забавный сон. Будто и не с нами все это было. А ведь дело доходило до того, что на комбинате вынуждены были освоить изготовление обычного хозяйственного мыла, которое варили из дорогостоящего пальмового масла в третьем листопрокатном цехе.

Именно тогда руководство комбината пришло к мысли, что надо расширять и усиливать собственную производственную базу, которая создавалась еще вместе с Магнитостроем. Был сделан вывод: производительность и промышленными товарами надо обеспечивать не одних только металлургов, но и по возможности весь город — не может быть искусственным оазиса благополучия в океане тотального дефицита и нищеты. Градообразующему предприятию, каким является комбинат, и по статусу положено быть ответственным за весь город. (Если, конечно, эта ответственность осознается и воспринимается руководством градообразующего предприятия близко к сердцу.)

Комбинат реконструировал молочный завод Молочно-овощного совхоза, в результате чего этот старенький, с примитивной технологией заводик превратился в современное перерабатывающее предприятие, оснащенное передовой голландской технологией выработки широкого спектра продуктов, пользующихся повышенным спросом. Был приобретен и построен современный мясоперерабатывающий комплекс в составе австралийского убойного цеха и двух колбасных цехов, вооруженных югославской и немецкой техникой.

Голландская линия по переработке овощей и фруктов, установленная и пущенная в эксплуатацию в прошлом году в Теплично-садовом со-

вхозе, позволила значительно расширить ассортимент витаминной продукции. В прошлом же году на продовольственном рынке города появился продукт, который никогда ранее не производился в Магнитогорске и его окрестностях — растительное масло, выработанное на построенном в Бурганном совхозе современном заводе. Мощнейшим стабилизирующим фактором на продовольственном рынке Магнитки стала фабрика хлебокондитерских изделий, оснащенная французской технологией и оборудованием. Именно благодаря ее деятельности покрывались многочисленные мини-пекарни, которые еще смогли бы некоторое время существовать за счет накручивания цен на свою продукцию. Не берусь предположить, по какой цене был бы сегодня в городе хлеб, если бы комбинат не закупал каждый год большое количество пшеницы и не выпекал на своем хлебозаводе из нее хлеб.

Повторяю эти хорошо известные уже факты лишь для того, чтобы показать, какой широкий комплекс проблем приходится решать комбинату для создания благоприятных социально-политических условий стабильного поступательного развития предприятия. То, что прежде входило в круг забот государства и регулировалось им (не совсем, правда, успешно), в переходный период предприятие вынуждено было взять на себя и выполнять несвойственные ему функции, осваивать совершенно новые, непривычные сферы деятельности. Много проще было бы ничего этого не делать, уповая на то, что на произведенную металлургами продукцию можно купить где угодно любые товары, в том числе и продукты питания, чтобы в достатке обеспечивать ими работников комбината. Но такой путь обязательно привел бы к противостоянию между комбинатом и остальной частью города, к неизбежному обострению в нем социальной напряженности. Руководителям комбината хватило мудрости не пойти по этому пути наименьшего сопротивления.

И НАУЧИТЬСЯ ТОРГОВАТЬ...

Создание комплекса перерабатывающих предприятий повлекло за собой необходимость системы специализированной службы для постоянной и квалифицированной реализации этой продукции. То есть следовало создать сеть торговых организаций. Не в цехах же, в самом деле, продолжать продажу всего необходимого спектра продуктов и товаров. (В конце восьмидесятых-начале девяностых годов некоторые цехи и производства обзавелись своими рефрижераторными вагонами, используемыми в качестве продовольственных складов, помещениями, приспособленными под магазины, и даже мощными колодами для рубки мясных туш, одну из которых и надо бы, наверное, оставить в музее комбината, как память о тяжелом периоде всеобщего дефицита.)

Финансовый кризис 17 августа 1998 года ускорил принятие на комбинате решения о создании собственного управления торговли. Разрушение банковской системы страны фактически

лишило торгующие организации банковских кредитов, а значит и оборотных средств. Резкое сокращение торгового оборота вынудило крупные магазины сдавать свои торговые площади в аренду. Этот процесс мог привести город к непредсказуемым последствиям. Во всяком случае, рядовой, небогатый покупатель, уж конечно бы не выиграл. Срочно созданное на комбинате новое структурное подразделение — управление торговли — приняло на себя в критический период буквально взрывоопасную ношу, но сумело с честью выйти из сложнейшей ситуации.

Команду молодых профессионалов поручили возглавить Андрею Феоктистову. Он, металлург по образованию, прошел производственную закалку в прокатных цехах комбината, а навыки маркетинга получил в службе сбыта продукции. Скорее всего, новое для себя дело он осваивал бы долго и болезненно, если бы идея создания на комбинате собственной мощной и надежной системы обеспечения горожан продуктами питания и всеми необходимыми товарами не овладела бы им целиком, не стала его внутренним содержанием.

Сегодняшняя торговая сеть комбината — это 24 крупных магазина с общим товарооборотом до 80 миллионов рублей в месяц, ориентированных практически на все слои населения: и на малообеспеченные, и на покупателей с высоким уровнем доходов, с запросами которых тоже приходится считаться. Через систему управления торговли расширяется список предоставляемых работникам комбината услуг и платежей в различные муниципальные и акционерные организации и учреждения города. Объем оплат услуг в сфере сервиса вырос с двух миллионов рублей до 15—20 миллионов рублей в месяц и продолжает расти. Сколь велики эти абсолютные цифры в масштабах города, можно увидеть из такого соотношения фактов.

Товарооборот торговой сети комбината занимает в сегодняшнем объеме оборота торговой сети города пока только 17 процентов. Но 60 процентов налогов от товарооборота поступают в городской бюджет именно от торговой сети комбината. Нельзя не заметить, что ярмарки и рынки на которые приходится 56 процентов городского товарооборота, обеспечивают лишь 7 процентов сборов в городской бюджет. Это соотношение, кроме того, что могут вызвать у рядового магнитогорского налогоплательщика много вопросов, свидетельствует о добросовестном выполнении комбинатом своих обязанностей перед городским бюджетом.

И перед покупателем. Сравнение цен одних и тех же товаров в магазинах города показывает, что стоимость продуктов потребительской корзины в торговой сети комбината на 2—3 процента ниже. К тому же все все товары имеют здесь стопроцентную гарантию высокого качества. Это обеспечивается тем, что в организации закупок управление торговли отдает предпочтение не просто отечественному, а прежде всего местному производителю. Подавляющая часть продуктов, предлагаемых покупателю, выращена на полях региона, переработана на местных предприятиях, а квалифицированный контроль ка-

чества осуществлен при закупке, непосредственно на месте производства. Потому, наверно, и жалоб покупателей на неудовлетворительное качество купленных продуктов в управлении торговли ОАО «ММК» пока не имеется.

Попробуйте на любом из многочисленных рынков города получить сколько-нибудь достоверную информацию об интересующих вас товарах, ознакомьтесь с сертификатами качества и соответствия их стандартам — вряд ли вы сможете это сделать, во всяком случае, без нервотрепки. Даже не во всех городских магазинах охотно пойдут вам навстречу. В магазинах торговой сети комбината покупатель может немедленно получить любую информацию по потребительским характеристикам предлагаемых товаров.

МОНЕТКУ — «МОНЕТКЕ», МОНЕТКУ — В КАРМАН

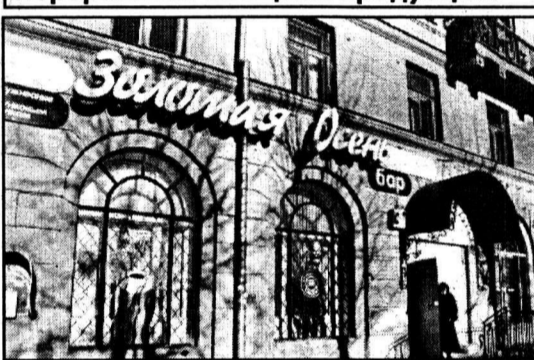
Наша газета уже сообщала, что акционерное общество «Универмаг» преобразовано в торговую компанию «Класс». Это не просто смена вывески. За этим последовали изменения в самом содержании работы торговой сети. Она теперь разделена как бы на две части — магазины системы «Класс» и магазины системы «Монетка».

Разделение это вызвано дифференцированным подходом к удовлетворению запросов покупателей. Сегодня уже не отмахнешься от такого факта, что в нашей городе, как, собственно, и по всей стране, сформировался круг покупателей с высокой платежеспособностью, готовых приобретать необходимый товар, невзирая на цену. Такой покупатель вправе требовать и разнообразия ассортимента предлагаемых товаров, и более высокого их качества, и более высокого уровня обслуживания. Но сложился довольно широкий перечень товаров, необходимых практически каждой семье повседневно. Это, прежде всего, 30—35 наименований продуктов питания, приобретаемых в течение всего месяца и в больших количествах. Этот ассортимент и представлен в магазинах системы «Монетка», ориентированных на широкие слои покупателей.

Нам, людям, воспитанным при советской системе, проповедовавшей социальное равенство, трудно было воспринимать эту сложившуюся ситуацию, порожденную рыночной экономикой. Но разве и прежде не было товарных баз для избранных, особо-



Переработка овощной продукции.



К услугам горожан бар.

го ассортимента продуктов для покупателей «с заднего крыльца»? Декларации оставались декларациями, а жизнь складывалась независимо от них.

Разделение же магазинов по двум системам не означает резкого разделения покупателей: богатые ходят только в магазины «Класс», все остальные — в «Монетку». Разделение магазинов помогло управлению торговли пересмотреть ценовую политику и решить проблему оказания дифференцированной помощи малообеспеченным покупателям. Дело в том, что в магазинной системе «Монетка» цены на продукты повседневно спроса установлены на 10—15 процентов ниже, чем в магазинах системы «Класс». Это во многом и определяет растущий поток покупателей в магазины «Монетка». Поэтому и планируется, что магазинов этой системы будет в три раза больше, чем магазинов системы «Класс», двери которых будут оставаться открытыми для всех желающих. И здесь можно будет заказывать товары самых известных, самых престижных фирм мира по их каталогам. А в магазинах «Монетка» будут представлены продукты прежде всего местных перерабатывающих предприятий, что определит более низкие цены по сравнению с привезенными издалека товарами.

Формирование предприятий агропромышленного комплекса и их интенсивное развитие, создание мощной и современной торговой сети, ориентированной не только на металлургов, но и на весь город — это значительная часть социальной политики ОАО «ММК», направленной на полное удовлетворение потребности людей труда, создающих и укрепляющих базу этой самой социальной политики.

М. КОТЛУХИНА