



ИНИЦИАТИВА

Предложения по развитию

На первом заседании комиссии Общественной палаты Челябинской области по экономическому развитию и международному сотрудничеству были сформулированы предложения по развитию экономики региона. Эти предложения направят на рассмотрение врио губернатора Челябинской области, сообщает пресс-служба Южно-Уральской торгово-промышленной палаты.

В работе первого заседания комиссии приняли участие председатель Общественной палаты Челябинской области Вячеслав Скворцов и новый руководитель АНО «Агентство регионального развития Челябинской области» Олег Пермяков. По словам первого вице-президента ЮУТПП Игоря Аристов, комиссия создана для содействия модернизации региональной экономики, широкого применения инноваций, привлечения инвестиций, продвижения товаров и услуг. Среди её основных задач – защита интересов деловых кругов в органах власти Челябинской области, создание эффективной системы общественной экспертной оценки проектов законодательных и нормативных правовых актов в интересах предпринимателей. В состав комиссии вошли доктор и кандидаты экономических, социологических наук, успешные предприниматели и известные общественные деятели Южного Урала.

«Такого состава у нас ещё не было, – отметил председатель Общественной палаты Челябинской области Вячеслав Скворцов. – Думаю, это будет лучшая комиссия Общественной палаты, которая окажет содействие совершенствованию экономической деятельности в регионе».

Участники заседания обсудили ряд инициатив по привлечению инвесторов и развитию экономики региона. В частности, был рассмотрен вопрос о создании на Южном Урале особой экономической зоны и подготовке соответствующего предложения руководству региона. «Мы заинтересованы в том, чтобы в регионе работали все возможные инструменты поддержки инвесторов, и готовы предпринять необходимые действия для реализации проекта по созданию особой экономической зоны на Южном Урале и его развития», – поддержал инициативу глава «Агентства регионального развития» Олег Пермяков.

Кроме того, было принято решение направить на рассмотрение Борису Дубровскому предложение по реализации строительства в Челябинске конгрессно-выставочного центра. Отметим, что на прошедшем в мае форуме малого и среднего бизнеса Челябинской области эту инициативу Борис Дубровский уже одобрил, остаётся только решить вопрос с землеотводом под строительство объекта, что невозможно сделать без господдержки.

Ещё одно предложение касается развития импортозамещения в Челябинской области. Так, например, в 2003 году было заключено соглашение об экономическом сотрудничестве между Южным Уралом и Башкортостаном, которое предполагает взаимные поставки товаров. Обеспечить реализацию этого соглашения поможет разработка соответствующей дорожной карты.

Уважаемые избиратели избирательного округа № 12! Жители 112-го и 114-го микрорайонов, 128-го и 130-го кварталов, посёлка Крылова Правобережного района!

Бесплатные юридические консультации для жителей округа проводятся каждую среду с 17.00 до 18.00 в общественной приёмной депутата Магнитогорского городского Собрания **Владимира Владимировича ДРЁМОВА** (помещение комитета ТОС 114 микрорайона, ул. Советская, 133).

Справки по телефонам: 20-48-82, 24-58-50.

СТРАТЕГИЯ | Приоритет ММК – эффективность основного производства

Гибкий подход



ФОТО: АНДРЕЙ СЕРЕБРЯКОВ

ЕВГЕНИЯ ШЕВЧЕНКО

Единственный путь к достижению устойчивости жизни – непрерывное движение вперед. Этот афоризм можно отнести не только к судьбе человека, но и к судьбе любого предприятия, в том числе и ОАО «ММК».

Динамичному развитию способствуют модернизация производства, внедрение передовых технологий, претворение в жизнь перспективных инвестиционных проектов и интеграция в мировую экономику. Существуют и не такие очевидные, но не менее действенные стратегии. Одна из них – специализация бизнеса, уверен директор по развитию бизнеса и управлению эффективностью ОАО «ММК» **Максим ЛАПИН** (на фото).

– В сороковых–пятидесятых годах прошлого столетия в Западной Европе и Америке была популярна концепция конгломерата – владение портфелем разнородных неинтегрированных бизнесов под одним «зонтиком». Оказалось, эта концепция неэффективна. Бизнес стремится к специализации. Это очевидный факт, все через это прошли, «переболели» и сделали выводы. И в этом плане ММК не отличается от того тренда, который действует в металлургической отрасли. Все крупные металлургические компании решают, какой сервисный и социальный бизнес они могут продать. Какое имущество не является звеном в цепочке чёрной металлургии. И делается это для того, чтобы инвестировать освободившиеся средства в энергоэффективность, в реконструкцию, в новые установки. Мы тоже

высвобождаем инвестированные когда-то средства – чтобы теперь реинвестировать их в профильный бизнес. Наш приоритет – эффективность основного производства. А чем лучше будет чувствовать себя комбинат, тем лучше будет жить город.

– Максим Вячеславович, какие непрофильные активы ОАО «ММК» планируется реализовать?

– У комбината есть социальные и сервисные объекты – и я бы не назвал их непрофильными активами, это было бы некорректно. Ведь для кого-то именно этот бизнес является основным видом деятельности. Руководство ОАО «ММК» рассматривает предложения о продаже сразу нескольких социальных объектов: санаторий «Металлург» в Ессентуках, дом отдыха «Берёзки», санаторий «Ассоль», аквапарка «Водопад чудес». Для ММК профильный бизнес – это чёрная металлургия, в этой сфере мы зарабатываем, имеем репутацию, наращиваем свои компетенции, здесь у нас имя. И в этом бизнесе мы были, есть и будем. Считаю, каждый должен заниматься своим делом. Да, комбинат умеет хорошо управлять социальными и сервисными объектами, но это не означает, что он должен ими владеть. Час, который руководитель потратил не на «свой» бизнес – это час, потерянный для основного производства. Наша задача – концентрироваться на чёрной металлургии, чем мы и занимаемся. Поэтому, если есть возможность найти грамотного профессионального репутационного собственника, можно до-

говариваться о переходе активов между ММК и потенциальным покупателем.

– Выходит, ММК не всё равно, в чьи руки перейдут его «родные» базы отдыха?

– Мы хорошо осознаем, зачем развивали социальную инфраструктуру. Чтобы Магнитка была не просто промышленным моногородом, чтобы условия для жизни здесь были достойными. Причём эту социальную нагрузку комбинат нёс не только во времена СССР – за последние двадцать лет были построены и горнолыжные базы, и аквапарк. И комфортный отдых работников и горожан по-прежнему остаётся важной темой. Поэтому санатории и базы отдыха должны продолжать работать. Новый собственник должен быть профессиональным оператором, заинтересованным в развитии и эксплуатации дома отдыха или санатория. С этим оператором мы готовы заключить договор, чтобы комбинат мог приобретать портфель путёвок для своих работников. То есть, речь идёт о взаимовыгодном сотрудничестве.

– Значит, металлурги и их семьи, как и прежде, смогут отдыхать на полюбившихся базах отдыха?

– Программы софинансирования отдыха, оздоровления сотрудников никуда не денутся. Они, как и наш основной бизнес, всегда были, есть и будут. Другое дело, что появится определённая гибкость – комбинат сможет предложить отдохнуть не только на наших объектах. Появляется альтернатива, значит, отдых станет качественней и разнообразней. Нравится санаторий «Юбилейный» или отдых в Абзакове – пожалуйста. В этом году две партии работников комбината отправились в санаторий «Ай-Петри» в Крыму – с сохранением всех льгот, причём это отдых в хорошем месте с хорошей историей. То есть социальная ответственность комбината остаётся, при этом возможности для отдыха только расширяются.

– Но чтобы найти нового собственника, требуется время...

– Никакой спешки нет. У комбината отсутствует необходимость продать всё «здесь и сейчас», в срочном порядке. Такая нужда может возникнуть у закреплённых проблемных предприятий, а ММК к таковым не относится. Подчеркну, что объекты, за которые отвечает комбинат, функционируют нормально. ММК в своё время вкладывал в них ресурсы, развивая инфраструктуру региона. Санатории современные, хорошо оборудованные, подобран качественный персонал. Базы отдыха рентабельны, умеют работать в рынке и зарабатывать деньги, перспективны и имеют собственную программу развития. Поэтому мы имеем возможность вдумчиво и не торопясь подобрать грамотного и ответственного владельца.

– Вы упомянули о качественном персонале. Удастся ли сохранить коллектив на этих социальных объектах?

– Если вы хотите купить маши-

ну, вы приобретаете её с двигателем, который собственно и позволяет ей ехать. А главный двигатель бизнеса – персонал. Если придёшь и поменяешь сложившуюся команду, что получишь? Сервиса не будет, качества не будет, а будут «провал» в выручке и потеря репутации. Потенциальные покупатели видят, что с существующей командой можно двигаться дальше. Мы в Магнитке умеем работать на результат и умеем быть ответственными. А когда люди умеют работать, с ними не расстаются. Но, с другой стороны, комбинат несёт социальную ответственность перед персоналом, и просто рассчитывать на сознательного собственника не приходится. Поэтому при переходе объектов мы будем обсуждать условия кадровой и социальной политики.

– Среди объектов, которые вы перечислили, есть городской аквапарк. Останется ли он доступным местом отдыха горожан?

– Если сравнивать наш аквапарк с подобными объектами в других городах, то становится понятно: им можно гордиться, он предоставляет качественные услуги. Цены адекватные, люди идут, аквапарк имеет положительный денежный поток. Чтобы привлечь новых клиентов, профессиональный оператор может сосредоточиться на сервисе: проанализировать часы работы, загрузку по месяцам, предложить новые услуги – к примеру, просчитать эффективность, если поставить еще один аттракцион. Так что новый собственник сможет внести в бизнес новые идеи – и при этом аквапарк по-прежнему останется доступным и любимым местом отдыха горожан.

– Знаю, что у комбината есть ещё один актив на продажу – ОАО «ММК-Профиль-Москва» – предприятие, которое входит в Группу ОАО «ММК» и занимается производством профнастила, металлочерепицы, сайдинга.

– До этого мы говорили о социальных объектах, а это – один из примеров сервисного бизнеса. В середине двухтысячных рынок строительных металлоконструкций и, в частности, металлопрофиля был «горячим» и быстро развивался. В него нужно было войти: присутствовать, нарабатывать компетенции, чтобы уметь на этом рынке продавать. И в 2005 году ММК приобрёл этот бизнес. Сейчас ситуация изменилась – рынок насыщенный, на нём много больших и малых игроков с производствами во многих регионах России. У ММК объёмы производства на данном активе не самые большие, к тому же он физически удалён – расположен в Московской области. Поэтому ищем для него эффективного собственника. Подвожу итог: у комбината нет необходимости срочно продавать как сервисные, так и социальные активы. Наша задача – найти профильного грамотного собственника, которому можно бережно вручить наши с любовью построенные социальные объекты, зная, что они останутся в городе и регионе и будут доступны как для наших сотрудников, так и для их семей и всех магнитогорцев ☺

Евгения ШЕВЧЕНКО
ответит на ваши
вопросы на сайте
magmetall.ru

