

Внешнеэкономические связи ММК

Для трудящихся комбината не новость, что наше предприятие на международной арене считается традиционным крупным поставщиком металлопродукции. На экспорт ежегодно металлурги комбината выпускают чугуна и стали, сортового и листового проката более чем на 150 млн. рублей.

— В чем же тогда назначение отдела внешнеэкономических связей, во главе которого вы недавно назначены в ранге заместителя генерального директора комбината? — с этого вопроса началась наша беседа с Алексеем Андреевичем РУДЧЕНКО.

— Ответ на этот вопрос содержится в постановлении Совета Министров СССР о дальнейшем развитии внешнеэкономической деятельности государственных и кооперативных предприятий и организаций. Оно принято в конце прошлого года и преследует задачи — расширить сферу внешнеэкономических связей, активно использовать различные формы внешнеэкономической деятельности на принципах валютной самокупаемости и развития социалистической предприимчивости. Чтобы целенаправленно и грамотно вести это дело, и создан отдел.

— Насчет социалистической предприимчивости понятно. А вот как относительно «принципа валютной самокупаемости»?

— Вот тут мы и подошли к сути дела, с нее мне и хотелось начать нашу беседу. Не только на иностранную или конвертируемую валюту можно производить закупки необходимых для нашего предприятия и его трудящихся оборудования и товаров. Существует еще и торговля на основе бартерных сделок: мы предлагаем заграничным покупателям свою продукцию в обмен на их товары. И сразу хочу особо отметить: мы имеем право производить бартерные сделки с зарубежными партнерами только за счет собственной сверхплановой продукции при условии полного выполнения заказов и договорных поставок. Никаких других источников для приобретения товаров и оборудования за рубежом, которые мы считаем необходимыми, у нас нет.

— О каких товарах и о каком оборудовании идет речь? Кто реша-

ет: что купить и в каком количестве?

— Прежде чем решать «что» и «сколько», мы должны иметь сверхплановую продукцию, достоящуюся коллективу тяжелым трудом. Что мы можем производить сверх плана? Любой работник комбината вам скажет: металл. Затем надо найти на него покупателя. Иными словами, мы должны знать, каков спрос за рубежом, изучать его, находить выгодных партнеров, как это принято в мировой практике. Именно эти обязанности — и не только эти — возложены на наш отдел.

Предлагая на обмен свою продукцию по договорным ценам, мы должны знать, что предложат нам и по какой цене. Следовательно, надо изучать и знать не только спрос, но и предложение. И знать, не «в общем и целом», а конкретно в каждом отдельном случае.

А теперь пойдем дальше: согласны вы, к примеру, приобрести китайскую эмаль посуду?

— Зачем? Наши наборы из эмалицы разве хуже?

— Вот видите. Поэтому с представителями Китайской Народной Республики мы договорились, что можем отправить две тысячи тонн некондиционной белой жести. Они заинтересованы в этом. В обмен нам предложили одежду, белье, обувь более чем на 5 млн. рублей. Кто принял решение именно по этой конкретной сделке? Администрация по согласованию с профкомом и СТК комбината. Приказом по комбинату, который подписан около трех месяцев назад, заключение сделок и их проработка возложены непосредственно на наш отдел.

Оформляя закупки по бартеру, мы руководствуемся программами

социально-экономического развития комбината и внешнеэкономических связей, действуем в соответствии с ними. К примеру, на днях у нас были представители деловых кругов ФРГ, и мы договорились о подписании контракта: в обмен за наш металл они обеспечат поставку томографа для медсанчасти комбината и аппаратуры ранней диагностики и лечения почек для первой горбольницы. По нашей просьбе Дальинторг нашел в Японии поку-

пателя на 30 тысяч тонн нашего чугуна и некондиционной заготовки в обмен на медицинское оборудование. Этой же организацией для нас подписан договор о приобретении за металл видеотехники, цветных телевизоров, которые мы будем реализовывать через магазин «Контакт». На днях мы дали запрос на приобретение стиральных машин и пылесосов — опять-таки за нашу сверхплановую продукцию. То есть мы продолжаем поиск новых партнеров.

ВЫХОД В МИР

Хочу закончить свою мысль на тему о том, «кто решает что купить». Решает администрация, согласовав общие направления нашей работы с советом трудового коллектива комбината. Три дня назад СТК обсудил программу развития наших внешнеэкономических связей до конца текущего и на будущий год для решения своих проблем технического и социального развития. Но сразу хочу заметить: по каждой конкретной сделке мы не можем собирать «новгородское вече» и выяснять, кто чего желает. Мировая практика торговли такова: с момента заключения бартерной сделки до выполнения контракта отводится в среднем три месяца. Неосновательно затягивая решение, мы теряем не только порой выгодную сделку, а — партнеров,

и свою деловую репутацию. Есть предложение — нужно принимать определенное решение, не откладывая на завтра. В этих случаях время — действительно деньги. Если вчера мы не умели налаживать прямые связи с заграничными партнерами, а сегодня не научимся этому, то завтра наверняка отстанем.

— Каковы формы нашей внешнеэкономической деятельности? Опыт работы с югославской фирмой «Симпо» по производству мебели — это...

— Это и есть одна из эффективных форм нашей деятельности — долгосрочная кооперация. На ее основе мы увеличили производство товаров для народа с лучшими потребительскими свойствами и экономически выиграли. Другая форма, которая получит свое развитие, — деловое участие комбината в совместных предприятиях. Работа в этом направлении только начинается, поэтому говорить о ее результатах преждевременно. И третья — традиционная торговля на иностранную валюту или в обмен на товары, что и называется бартерными сделками.

— Что нам удалось приобрести на основе бартерных сделок?

— Не только товары народного потребления, например, облицовочную плитку из КНР, которая реализовывалась через магазин «Контакт». Сверхплановая продукция в результате бартерных сделок возвращается к нам оборудованием. Югославия поставит для общепита мясоперерабатывающий комплекс суточной производительностью три тонны. Автотранспортным цехом получены «Икарусы», в июле — августе поступят 16 микроавтобусов — появится возможность с большим комфортом перевозить трудящихся комбината и наших отпускников в дома отдыха и профилактории. Обсуждается возможность приобретения специальной запорной арматуры для кислородно-конвертерного цеха. 26—27 июня по этому поводу успешно прошли переговоры в Москве. О медицинской технике уже упоминалось. И, наконец, изучаются возможности приобретения компьютерной техники...

— И каков общий объем этих сделок?

— В мае-июне Минчерметом подписаны приказы, разрешающие комбинату приобрести по бартерным сделкам товары народного потребления на общую сумму 25 млн. рублей, медоборудования на 15 млн. рублей и оборудования для линий производства товаров народного потребления на 150 млн. рублей в течение 1989—91 годов.

Приказ этот появился в результате ходатайства руководства и СТК комбината.

Среди наших зарубежных партнеров — не только Япония и Китай, Югославия и ФРГ. В соответствии с программой работы нашего отдела мы договариваемся с фирмами «Фест Альпине» из Австрии и «Монета» из Италии о строительстве новой линии по производству эмалирования и с другими покрытиями посуды на базе ПТНП, агрегата алюминирования для новой линии по производству металла с покрытиями. С югославами обсуждаются возможности строительства цеха по производству кухонной мебели производительностью до 20 тыс. комплектов в год. За счет своей сверхплановой и некондиционной продукции планируется закупить кирпичный завод. Успешно прошли переговоры с пакистанской фирмой «Табани» о приобретении партии одежды на общую сумму около 3 млн. рублей.

Круг наших заграничных связей расширяется. Такова динамика жизни, основанная на том, что нашим предприятиям дается больше самостоятельности, что мы все увереннее осваиваем экономические методы ведения хозяйства.

Марка «ММК» имеет хорошую репутацию. Но, естественно, что требования растут, и нам нельзя терять престиж ни по качеству нашей продукции, ни по предприимчивости и деловитости в ходе различных контактов.

Успех наших взаимовыгодных связей с зарубежными партнерами целиком и полностью зависит от успешной работы коллектива металлургов, от обеспечения сверхпланового производства продукции комбината.

Беседу вел В. КАГАНИС

Возвращаясь к напечатанному

ЕЩЕ РАЗ ОБ УСЛУГАХ

В майском выпуске рекламного приложения были опубликованы ориентировочные виды услуг, оказываемые в цехах комбината. В редакцию стали звонить читатели, поступил ряд писем. В частности, работник ЛПЦ № 1 М. В. Лорман подчеркивает: «...раз создали отдел услуг, то он и должен заниматься всеми заказами — и машинами, и кранами, а не отпихивать заказчиков в цехи: иди и вышибай». Л. Н. Челищев в письме рассказал о своих мытарствах, когда он попытался воспользоваться рекламным приложением. Одним словом, недовольных было немало. Отдельные читатели прямо обвиняли редакцию в том, что она опубликовала непроверенные данные.

Мы попросили ответить на ряд вопросов начальника отдела товаров народного потребления и услуг населению Владимира Федоровича ГРИЦЕНКО.

— Владимир Федорович, как вы расцениваете замечания читателей?

— Сначала несколько цифр. План пяти месяцев по оказанию услуг населению был 6 млн. 350 тысяч рублей. Мы его перевыполнили без малого на 67,9 тыс. рублей. А по результатам работы за прошлый год ММК вышел победителем в смотре-конкурсе среди предприятий черной металлургии по оказанию услуг населению, награжден Почетной грамотой МЧМ и ЦК профсоюза с присуждением третьей денежной премии.

Но надо прямо сказать: некоторые читатели правы. В нашей работе далеко не все идеально. Как появился ориентировочный перечень услуг? Мы запросили цехи о том, какие услуги они могут оказывать населению. В цехах назначили ответственных за услуги и т. д. Общий

перечень услуг и был опубликован. Но в ряде цехов к этому делу отнеслись несерьезно. Поэтому и случились те досадные недоразумения, на которые указывали читатели. К примеру, Челищеву мы помогли с экскаватором, я думаю, он остался доволен. Что касается замечания Лормана, то наше бюро услуг и планировалось таким образом, чтобы принимать заказы от населения и вести работу с цехами. Так и будет. Но пока наше бюро не имеет даже постоянного помещения. Люди разбросаны по разным цехам.

К примеру, один человек сидит в ПТНП, другой — в УКХ и т. д. Сами понимаете, что такая разбросанность не способствует плодотворной работе. Наши представители побывали в Симферополе, где перенимали опыт работы по

оказанию услуг. Там есть специальный салон, где действует выставка, работают дизайнеры, здесь же в салоне человек оформляет заказ. Одним словом, нет нужды ходить по всевозможным кабинетам.

— Владимир Федорович, ваш отдел — один из новых на комбинате. А новое дело, как правило, не обходится без трудностей...

— Понимаете, в чем сложность нынешней ситуации? Услуги населению — это совершенно новое направление в работе многих цехов комбината. Естественно — это дополнительные трудности. Поэтому в ряде цехов стараются «отфутболить» заказчика, стремятся не осложнять себе жизнь. Хочется видеть в читателях газеты соратников в этом трудном деле, а не сторонних критиков. Сейчас, к примеру, мы хотим обратиться к профсоюзу, самой массовой общественной организации на комбинате, чтобы он взял под свой контроль оказание услуг в цехах комбината. Ведь планы у нас огромные. Если в прошлом году мы произвели товаров народного потребления на 64,5 млн. рублей, то в нынешнем году план — 83 млн. рублей, а вышестоящие организации предлагают нам уже в этом году достичь цифры 87 млн. рублей. В следующем

году план 104 млн. рублей, а в 1995-м — 177 млн.

Кстати, вот эта реальная работа, началом которой послужило опубликование перечня услуг, позволила нам уже сейчас изучать потребительский спрос. Ведь всякое большое дело начинается с мелочей. К примеру, недавно в магазине «Контакт» появилось несколько

видов изделий из механических цехов: муфты, переходники, и т. д. Так вы бы видели, как радовались продавцы магазина, работники механического цеха, когда товар нашел спрос у покупателя. Будем и дальше продолжать эту работу. В книге предложений магазина «Контакт» уже есть дельные высказывания покупателей, которые будут учтены в нашей работе. Наша задача — поднять всех на производство товаров для народа, на оказание услуг для населения.

— Владимир Федорович, каковы ближайшие планы вашего отдела?

— Буквально на днях выйдет на комбинате документ, в котором обобщены многие нормативные акты по оказанию услуг. В частности, в нем перечислена автотехника и в каких цехах она находится. Начальникам цехов передаются многие права по отпуску товаров, чтобы человек меньше ходил с бумагами по кабинетам. Короче говоря, этот документ будет основополагающим в работе по оказанию услуг населению.