

«Метинвест-СМЦ»: Мы предвосхищаем потребности наших клиентов

Игорь Тонев, генеральный директор «Метинвест-СМЦ»



Несмотря на смену руководителя, ключевые задачи "Метинвест СМЦ" остались неизменными – сохранение лидирующих позиций на рынке, повышение клиентского сервиса и стимулирование металлопотребления. Для их решения, как рассказал Игорь Тонев – генеральный директор компании, уже сейчас реализуется ряд проектов по совершенствованию логистики складских процессов и диджитализации операций. Кроме того, рынку планируется предложить услугу комплексного сопровождения строительных объектов, а до конца года запустить онлайн-продажи металла. При этом, внедряя данный сервис, компания рассчитывает предвосхитить потребности, которые могут уже в ближайшие годы сформироваться у небольших клиентов.

– Игорь Михайлович, Вы недавно возглавили "Метинвест-СМЦ", какие задачи стоят перед Вами, как новым руководителем компании?

– «Метинвест-СМЦ» занимает лидирующие позиции на рынке Украины. Помимо удержания этих позиций, задачей нашей команды я вижу стимулирование металлопотребления нашими клиентами, повышение стандартов клиентского сервиса. Ни для кого не секрет, что Украина, производя более 20 млн. тонн стали, потребляет чуть более 4 млн. тонн*. Поэтому так важно изменить ситуацию в лучшую сторону. Мы уже сегодня разрабатываем различные механизмы стимулирования спроса – это программы поддержки экспорта для наших клиентов, новые инструменты ценообразования, освоение новых продуктов и модификация существующих продуктов для наших потребителей, различные другие торговые условия, направленные на увеличение спроса.

– Какие новшества, изменения планируется внести в работу компании в ближайшей и среднесрочной перспективе?

– Наши усилия будут направлены на оптимизацию внутренних процессов СМЦ. Главный акцент – на качественный сервис. И для этого мы уже сейчас начали реализовывать ряд проектов по совершенствованию логистики складских процессов, диджитализации операций – это единый формат маркировки продукции, идентификация проката, что позволяет осуществлять онлайн приемку и отгрузку. Мы планируем со следующего года внедрить электронную карту складов, пилотно запустить сервис электронной очереди. И в конечном итоге это все положительно отразится на сервисе, который мы предлагаем клиенту.

В этом году был создан департамент проектных продаж, и в следующем году мы будем активно расширять его деятельность. Внедрение проектного управления начали с отрасли строительства, где мы планируем вывести на рынок новую услугу – комплексное сопровождение строительных объектов для

Максимальной конверсии бетона в металл при строительстве. Это абсолютно новый для нас опыт, и уже сегодня есть несколько успешных кейсов, когда такая комплексная работа с заказчиком на ранних этапах (по сути, на стадии идеи или проекта) позволили добиться конверсии, при которой заказчик изменил решение строить в железобетоне в пользу металлоконструкций. В среднесрочной перспективе эту модель проектных продаж можно тиражировать и на другие отрасли.

– Какие тенденции были характерны украинскому рынку металлопроката за 7 месяцев года по потреблению?

– По нашим оценкам увеличилось потребление таких продуктов как арматура, катанка, оцинкованный прокат, трубы. В частности, по арматуре и катанке (+2-3%), по оцинковке (+3-4%), по трубам для строительства (+9-10%). Потребление других видов проката снизилось: прокат с полимерным покрытием – на 2%, угол, балка, швеллер – на 3%. Поставки ГК проката остались на уровне прошлого года, без существенных изменений.

– Отличалась ли покупательская активность по регионам?

– Да, мы обратили внимание на то, что в потреблении металлопроката наблюдаются разнонаправленные тенденции. Активно развивается западный регион, там наблюдается наибольший рост потребления. Мы связываем это с активным строительством в том регионе. По восточному региону также есть рост, который я больше связываю с низкой базой сравнения. Неплохие показатели потребления металла в Киеве и Одессе. В центральной Украине хорошим было потребление в прошлых годах, и какой-то особой динамики в этом году я не наблюдаю.

– Почему, при сохранении практически без изменений емкости рынка сортового проката в целом, в сегменте сорта наблюдался рост, фасона – снижение?

– Да, действительно, пожалуй, строительная отрасль, одна из немногих отраслей, которая показывает в этом году положительную динамику и рост потребления. И с этим связан рост потребления арматуры. Снижение в фасоне я больше связываю с тем, что эти продукты, где возможно, были вытеснены трубой, которая все больше используется в строительстве и, в отличие от фасона, практически всегда есть на складах. Думаю, тренд, при котором труба будет замещать фасонный прокат, будет продолжаться.

– Какой компания видит динамику импорта сорта и фасона в Украину до конца года? Каких изменений в закупках импортной продукции стоит ожидать от "Метинвест-СМЦ"?

– Динамика импорта будет оставаться на текущем уровне, существенного роста поставок не ожидаем ни из РФ, ни из Турции по причине сезонного снижения потребления и снижения цен на внутреннем и внешнем рынках, что повышает риски возникновения убытков при работе с импортным прокатом.

Если говорить о "Метинвест-СМЦ", то импорт фасона – это импорт продукции Promet Steel. Мы расширяем свою сортаментную линейку, и загружаем заказами завод группы "Метинвест". Поэтому и дальше мы планируем увеличивать поставки уголка с нашего завода. "Метинвест-СМЦ" ожидает в ноябре еще 1 судно из Болгарии с фасонным и сортовым прокатом, около 3 тыс. тонн, этого должно быть достаточно для рынка до февраля 2020 года.

– Сегодня российские игроки развивают продажи металлопроката через интернет-магазины. Насколько востребованным такой способ продаж может стать для рынка Украины?

– До конца года мы планируем запустить онлайн-продажи металла. Откровенно говоря, сегодня нет большой потребности в покупке металла через Интернет, но мы несколько предвосхищаем ту потребность в онлайн-сервисе, которая точно появится у розничного клиента, у клиента среднего и малого бизнеса уже в ближайшие годы. Важно понимать, что сам сайт и онлайн-магазин без комплексной реорганизации внутренних процессов, обеспечения логистики, скорости, оперативной доставки будут неэффективными. Необходимы инвестиции и ряд комплексных организационных изменений для того, чтобы именно продажи через онлайн действительно стали эффективными, и мы получили новых клиентов, а не просто переход уже имеющихся клиентов в онлайн.

– Как изменилась за последнее время сбытовая сеть компании? Какой эффект от этого получили?

– В принципе, сбытовая сеть "Метинвеста" уже сформировалась, последние три года мы не расширяем активно свою сеть баз и развиваемся больше посредством партнерских программ, прежде всего с нашими дистрибьюторами. В этом году мы открыли распределительный центр в Днепре. Это крупнейший объект такого рода в Украине емкостью порядка 40 тыс. тонн металлопроката, который в будущем сможет пропускать более 120 машин и 30 вагонов в сутки. Мы сможем не только быстро и эффективно отгружать продукцию клиентам, но и оперативно пополнять наши склады и склады наших партнеров с этого распределительного центра. Если говорить о будущем, мы планируем дальше развиваться посредством партнерских программ с дистрибьюторами, но не отказываемся и от открытия

собственных баз. Для нас важно быть представленными в тех регионах, которые являются для нас привлекательными с точки зрения динамики потребления в розничном сегменте и сегменте среднего и малого бизнеса.

– На какие объемы потребления металлопроката, и сортового в частности, может выйти украинский рынок по итогам года? Какие объемы продаж ожидаете по СМЦ?

– В целом, мы ожидаем, что рынок может вырасти где-то на 1%-2%, а сортовой прокат при этом прибавит не менее 3%-4%. То есть весь этот рост в пределах 1%-2% будет как раз за счет роста сорта. СМЦ планирует увеличить сбыт продукции за счет того же сортового и оцинкованного проката.

– Как Вы считаете, можно ли рассчитывать на рост потребления металлопроката, и сортового в частности, в Украине в 2020 году?

– Бума потребления в 2020 году не ожидается. Мы прогнозируем рост в районе 3-4%, и он будет практически во всех традиционных отраслях потребления металла. Большой рост возможен только в случае значительной активизации инвестиций в инфраструктурные объекты, прежде всего в дорожную инфраструктуру.

** Потребление стали в Украине - 4,7 млн. тонн в 2018 г. по данным World Steel Association. В эту цифру включаются объемы потребления готового проката – плоского, длинномерного и труб.*