



МИР ХОМУТОВ

Как известно, за каждым успешным предприятием стоит личность, человек, сумевший воплотить идею в жизнь. Конечно, обстоятельства и рынок тоже оказывают влияние, но они не способны создать успешный бизнес. В этом номере журнала своим видением того, что влияет на рост и развитие компании, с редакцией поделился Семен Анатольевич Либерман – основатель компании «Мир Хомутов», которая на сегодняшний день является ведущим производителем, импортером и оптовым поставщиком хомутов для труб, шлангов, патрубков. Компания работает на отечественном строительном рынке уже более 23 лет.

Ставка на качество!

Американский экономист Питер Друкер сказал: «У истоков каждого успешного предприятия стоит однажды принятое смелое решение». Что стало таким решением для вас?

Первоначально я работал в автомобильной промышленности, в лаборатории неметаллических материалов НАМИ. Там и возникла идея сделать хомут, способный выдерживать агрессивную газовую среду. Отправной же точкой стало, пожалуй, решение о сотрудничестве с немецкой компанией Norma, которая пришла в Россию в период перестройки. И хотя начиналось все с продаж немецкой продукции, мы все-таки рискнули организовать производство собственных хомутов – первым стал Либро МХ. В итоге, начав с автомобильных хомутов, мы пришли к комплексным поставкам для различных сегментов рынка. Сейчас нашу продукцию производят китайские партнеры по нашим технологиям и чертежам. «Мир Хомутов» – официальный дистрибьютор ведущих мировых производителей крепежных изделий, мы предлагаем более 10 тыс. видов хомутов и сопутствующей продукции.

Что помогло компании утвердиться на рынке?

Я считаю, что наше главное преимущество – это так называемый инженерный подход. Мы

не торгующая организация, которой главное продать, а в первую очередь компания инженерная. Мы внимательно следим за потребностями рынка и быстро на них реагируем. Например, сейчас актуальны ВМ-модели. И задача поставщиков – предоставить их проектировщику. Как правило, продавцы хомутов плохо представляют, что это такое. В основном это продающие компании или производители, не имеющие собственных конструкторских отделов.

Конечно, большую роль играет качество продукции. То, что у нас очень хорошее качество и от нас, как правило, не уходят партнеры, несомненно поспособствовало тому, что все-таки мы завоевали свою нишу. Ведь снабженцы поначалу не очень смотрят на качество, их интересует в первую очередь цена. И только потом, когда к ним начинают идти рекламации, они начинают по-другому расставлять приоритеты. Поэтому нам проще заранее решить вопрос с качеством, чтобы и проблем не возникало, чтобы эти снабженцы пришли к нам снова. Как результат, среди наших клиентов очень маленький процент организаций, которые перестали у нас покупать. Мы добились того, что качество всегда преобладает. Рано или поздно люди, которые делают ставку на качество, выигрывают.

Добиться такого качества на собственном производстве – это сложно?

Это дорого. Мы знаем, как это сделать, но это значительно удорожает продукцию.

На сегодняшний день наша продукция изготавливается в Китае, России, Беларуси и Индии. С Китаем и Индией мы сотрудничаем уже более 10 лет. Более 85 % всего объема продукции заводов в этих странах составляют наши хомуты. Когда требуется произвести новый продукт, мы поставляем конструкторскую документацию и на заводе изготавливают чертежи и пресс-формы. Через 25 дней завод готов к запуску нового продукта. Это очень быстро.

Не пугало сотрудничество с Китаем? На рынке много некачественной продукции именно из этой страны.

Дело в том, что китайские производители делают то, что хочет потребитель. Они сделают товар с тем качеством, которое вам нужно и за которое вы заплатили. Если вы заказываете хомут или любую другую вещь очень дешевую и к качеству претензий не предъявляете, то именно это и получите.

Должен отметить, что наши китайские партнеры работают очень качественно. Производство оборудовано высокопрофессиональной лабораторией, практически сопоставимой по уровню с европейскими, например Norma group. То есть они берут на себя ответственность за качество.

Проблем не возникает?

С производством – нет. Но, к сожалению, есть логистика. Тут, конечно, главная проблема – финансовая. Платежи становится осуществлять все сложнее. Кроме того, необходимо доставить произведенную продукцию. Мы осуществляем железнодорожные перевозки, и тут тоже бывают сбои, логистика неравномерная. А ведь среди наших клиентов есть крупные заводы, для которых очень важна стабильность поставок.

Поэтому держите большие складские запасы?

У нас три больших склада в России. Один из них – склад дальнего хранения в Московской области. Например, на основном складе можем держать трехмесячный запас, а все, что свыше, отправляем на дальнее хранение и в случае необходимости быстро восполняем объем продукции.



■ Небольшая часть ассортимента хомутов и сопутствующей продукции

Были ли случаи, когда имелся риск закрытия компании?

Только если на ранней стадии. Если вы посмотрите финансовые документы нашей компании, то заметите плавный рост на протяжении всего периода развития предприятия. Это связано с тем, что у нас очень мощная диверсификация. Мы не концентрируемся на чем-то одном. Количество направлений большое, соответственно, это позволяет компенсировать неудовлетворительные результаты каких-то одних направлений успехом других.

В вашей компании большинство сотрудников работают более 15 лет. Как вам удается выстраивать такие доверительные отношения с командой?

Мы очень уважительно относимся к своим сотрудникам. Плюс интерес к работе и грамотная премиальная система. Это, пожалуй, ключевые моменты.

Какой ваш ключевой принцип в отношениях с клиентами? Почему они выбирают вас и работают с вами десятилетиями?

Мы – клиентоориентированная компания. Но это не значит, что мы готовы потакать любым прихотям клиента, скорее мы стараемся предвидеть его требования и обеспечить их, предложить оптимальные варианты решений. Для этого на складе всегда должна быть необходимая продукция, ведь главное для заказчиков – это цена и срок поставки.



▪ Профессиональная команда «Мир хомутов»



▪ Более 4000 м² собственных складов

В случае рекламации мы вместе с клиентами разбираемся в причинах. Заменить – это самое простое, важно разобраться, ведь, возможно, проблема не в изделии, и тогда в следующий раз мы можем снова с ней столкнуться.

Каким вы видите будущее сферы крепежных изделий именно в России?

Какое-то время у нас не развивалось производство. Зачастую дешевле было привезти из другой страны, чем сделать в России. Но история с санкциями, с одной стороны, ударила по промышленности, а с другой – создала условия для развития своего производства, которое и стало активно развиваться.

К сожалению, пока это не всегда рентабельно. Потому что объем продаж недостаточно высок. Если бы мы могли делать здесь и продавать глобально, это обеспечило бы объемы производства и, соответственно, снижало бы стоимость

единицы продукта. Тем не менее тенденция наметилась. Рынок подстраивается под то, что имеется. Когда зарубежная продукция перестает поступать, то так или иначе производство организуется. Тем более материалы, металл – все есть! Да, имеется проблема с оборудованием: требуется высокопроизводительное оборудование, которое мы не производим и, поскольку оно малотиражное, думаю, что и не будем. Поэтому его надо каким-то образом купить и доставить. Это еще можно сделать.

Я думаю, что со временем у нас произойдет так называемая глобализация, т. е. рынок будет сконцентрирован на паре компаний-лидеров. Подобные процессы в свое время шли на Западе. Та же Norma group, которая скупил практически всех своих конкурентов. Рано или поздно мы тоже придем к чему-то подобному. Сейчас уже идет постепенное уменьшение количества игроков. Глобальные игроки могут создать рынок в каждом городе, открыв склад и обеспечив наличие необходимой продукции. Представляете, насколько это удобно? Не закупать в Москве, а по таким же ценам получить товар на месте. Но чтобы обеспечить такие же цены, нужно возить крупными партиями плюс очень дешево арендовать склады.

Какие планы на дальнейшее развитие у компании «Мир Хомутов»?

Продолжим развивать наши главные направления плюс охватывать смежные области продукции. Сантехника, вентиляция, – скорее всего, мы будем расширяться в этом направлении, заниматься поставкой продукции, которая слабо представлена на нашем рынке. ●

