

02.10.2024

Михаил Мураховский, генеральный директор United Industrial: «Важно, чтобы техника в полях работала»

Сегодня российское сельхозмашиностроение переживает непростые времена. Сталкиваясь с проблемами, отрасль в то же время успешно перестраивается, демонстрируя жизнеспособность. Производители не забывают: их техника является ключевым элементом в обеспечении продовольственной безопасности страны. В октябре в Москве состоялось знаковое мероприятие — выставка «Агросалон-2024», — на которой были представлены передовые образцы такой техники. О том, чем живёт рынок сельхозмашиностроения, и отечественный, и мировой, мы поговорили с генеральным директором компании United Industrial Михаилом Мураховским.

— Михаил, как сегодня обстоят дела с обслуживанием имеющейся импортной техники, и как дилеры помогают в этом отношении потребителям?

— Вопрос сервисного обслуживания и обеспечения запасными частями всегда был и будет оставаться приоритетным для нашей компании. Это обусловлено тем, что, следуя той школе, которую мы прошли, мы сопровождаем продукт на протяжении всего жизненного цикла. В этом году нам удалось восстановить поставки запасных частей и, прежде всего, их наличие на нашем складе в объёмах, которые были у нас в период до февраля 2022 года. Если говорить о цифрах, то на сегодняшний день на нашем центральном складе мы имеем в наличии более двух миллионов штук запасных частей. Это 75 тысяч уникальных артикулов, позволяющих обеспечивать потребности наших клиентов на рынке. Для нас это высокая ответственность, в силу того, что большое количество техники, произведённой и реализованной на территории Российской Федерации под брендами New Holland и Case IH, трудится сегодня в полях, включая более 12 тысяч единиц самоходной техники.

— Что ж, перспективы обнадёживающие: раз есть запас, значит, есть потенциал. Тем более сегодня обозначился тренд на ремонт имеющейся техники, а не на приобретение новой. Когда парк стареет, его нужно ремонтировать — для этого требуются запчасти.

— Статистика полностью подтверждает ваши слова: сегодня устойчиво растёт спрос именно на машины, срок эксплуатации которых превышает десять лет. Думаю, этот тренд в ближайшие два-три года вряд ли изменится, поскольку, среди прочего, сейчас происходит перераспределение в сторону переработки. То есть, инвестиции развёрнуты немного в другую сторону. И мы понимаем, насколько важно, чтобы техника в полях работала.



— Помимо обеспечения запчастями, очень важно помогать аграриям с установленными на технику автоматизированными системами. Здесь тоже возникает много вопросов, поскольку часть компаний перестала их обслуживать, обновлять программное обеспечение. Насколько сегодня те, кто используют системы точного земледелия, могут быть уверены в завтрашнем дне?

— Ещё в то время, когда наша компания называлась CNH Industrial Russia, мы прорабатывали альтернативный сценарий в качестве решения по системам точного земледелия для наших клиентов. И уже тогда мы начали переговоры с нашим китайским партнёром, чтобы совместно развивать продукцию на рынке Российской Федерации. Обстоятельства сложились так, что на сегодняшний день это наш единственный партнёр, с которым мы успешно ведём бизнес. Китайские коллеги очень быстро и оперативно реагируют на все наши запросы, адаптируя продукт для специфики нашего рынка. Почему? Потому что для них это тоже развитие. Напомню, на пороге 2021–2022 годов рынок российского точечного земледелия был одним из передовых. И сейчас нам гарантированы поставки, на нашем складе это оборудование всегда в наличии, причём оно постоянно улучшается и дорабатывается.

При этом в портфеле имеются решения, которые позволяют использовать радиосигнал, спутниковый сигнал, то есть весь набор инструментов, который доступен в мировом масштабе. Данное направление бизнеса было и остаётся приоритетным. Тема автоматизации, цифровизации для нас очень важна. Мы прекрасно понимаем, что наши клиенты сталкиваются у себя в хозяйствах с разными трудностями, в том числе кадровыми. Технологии точного земледелия позволяют им решать эти вопросы. Важнейшим инновационным элементом является также телеметрия, которая чётко дает понять, что и когда происходит с трактором или комбайном, чем они заняты. Клиенты, особенно те, у кого крупное хозяйство, крайне нуждаются в объективных данных о состоянии техники.

— А какова ситуация с вашей дилерской сетью, она претерпела изменения?

— Незначительные. У нас добавился один дилер — это Техника Мэйджор Агро, — и к настоящему времени нам удалось фактически полностью сохранить нашу дилерскую сеть. Более того, с точки зрения покрытия сервисной сетью территорий, там, где эксплуатируется наша техника, ситуация даже несколько улучшилась. Речь идёт о количестве дилерских и сервисных центров в Центральном федеральном округе в первую очередь, а также Южном федеральном округе.



STRATEGIES FOR BUSINESS IN MOSCOW

— Как сейчас выглядит пакет ваших брендов?

— Конечно же, мы сохранили наши исторические, якорные бренды New Holland и Case IH. В рамках этих брендов мы по-прежнему поставляем тракторы и комбайны, плюс у нас добавился новый бренд: это продукция известного итальянского производителя Argo Tractors, бренд McCormick. Он имеет исторические корни, пересекающиеся в том числе с нашими якорными брендами, где мы представляем тракторы в мощностном ряде от 60 до 340 лошадиных сил.

— Как обстоят дела с локализацией, каков её процент в России?

— В этом плане я хотел бы отметить один важный момент: несмотря на то, что с точки зрения производства тракторов ситуация изменилась драматическим образом, нам удалось сохранить производственную активность. В 2024 году мы инвестировали в развитие производства глубокорыхлителей под брендом Ecolotiger более 200 миллионов рублей (это наш проект Tiger Pro в республике Татарстан). Здесь, если мы говорим о локализации, она сегодня составляет более 90 %. При этом оставшаяся часть — это вся продукция из дружественных стран. Также важным элементом локализации является бизнес запасных частей. Почему? Потому что за период с 2022-го по сегодняшний день мы последовательно реализуем нашу стратегию по импортозамещению в том числе запасных частей и добились здесь определённых успехов. Может быть, цифры покажутся небольшими с точки зрения общего объёма, но учитывая, что в конце 2021 года это был ноль, думаю, определённый прогресс достигнут. На сегодняшний день глубина локализации по запасным частям составляет более 5%, и мы последовательно развиваемся в этом направлении.

— Речь идёт о прицепной технике или также о самоходной?

— О самоходной в том числе. В предыдущие годы, ведя работу по локализации импортных тракторов, мы сформировали довольно продуктивные взаимоотношения с отечественными производителями части компонентов. И сегодня, видя этот успех в прошлом, мы понимаем, что у российских производителей компонентов есть хороший потенциал, что они способны быстро и качественно наладить выпуск тех деталей, на которых специализируются.

— Объём закупок новой самоходной техники сегодня снижается, это очевидно. Вы можете тот же тренд отметить в отношении прицепной техники?

— К сожалению, статистика это подтверждает. Если мы сравниваем с аналогичными периодами прошлого года, то, к сожалению, видим негативную динамику. Это характеризует общее состояние отрасли, в первую очередь связанное с финансовой устойчивостью сельхозтоваропроизводителей. Это находит своё отражение не только в самоходной технике, но и в прицепной. Речь идёт об общем замедлении инвестиционной активности сельхозтоваропроизводителей.

— К сожалению, ваши слова подтверждаются не только ожиданиями, но и цифрами, которые уже есть по предварительным итогам 2024 года. Вместе с тем есть определённые направления, где, наоборот, мы наблюдаем всплеск: это, как раз, переработка. Будем надеяться, что инвестиции сейчас ушли туда, и в ближайшее время произойдёт обратное перераспределение.

— Вы отметили важный момент: те компании-сельхозтоваропроизводители, которые занимаются производством первичной сельхозпродукции, занимаются также переработкой. И чем глубже эта переработка, тем эти компании более финансово устойчивы, и тем больше и последовательнее они инвестируют в своё развитие.


NEW HOLLAND

— Если мы говорим о дилерской сети, это, в первую очередь, определённая ответственность и определённые ожидания. Раньше стандарты диктовались напрямую, вариантов не исполнять их не было. Сегодня эта жёсткость в требованиях к стандартам исчезла. Как изменилась цепочка взаимоотношений до конечного клиента?

— Примерно в 2015–2016 годах мы стали прикладывать довольно большие усилия по стандартизации и форматированию дилерской сети. Во всём этом объёме стандартов были вещи, которые действительно имели ценность для конечного потребителя, и были вещи, которые имели ценность для глобальной корпорации. В последние два года мы серьёзно пересмотрели эти стандарты, и делали мы это вместе с дилерской сетью, чтобы определить и идентифицировать именно то, что важно клиенту. И сегодня я бы сказал, что система и структура этих стандартов стала проще, понятнее и в большей степени ориентирована на конечного потребителя. То есть, на тех людей, которые каждый день выходят в поля на наших машинах, что для них жизненно важно. И вот это упрощение позволило перераспределить ресурсы и усилия дилерской сети как раз на потребности клиентов.

— Какие конкретно стандарты важны для клиента и сколько их?

— Ну, например, время реакции по сервису, так называемый даунтайм. Это базовый приоритетный параметр. Далее, сроки поставки запасных частей. Когда мы говорим о стандартах, мы их выставляем не только для дилерской сети, но и для себя. Почему? Потому, что это наша зона ответственности — обеспечить клиентов запасными частями. Приведу достаточно показательный пример из прошлого: что важно для клиента, а что нет. У нас один из дилерских центров не прошёл сертификацию по нашим стандартам, в силу того, что высота ворот оказалась на лазерной линейке на 5 мм меньше, чем стандарт.

— Значит, туда не могла уже заехать какая-то машина?

— Нет, как раз все машины заходили. Но вот эти 5 мм, которые условно являются зазором погрешности, не позволили этому дилерскому центру получить определённый уровень сертификации. Конечно, сейчас мы смотрим на эти вопросы значительно более гибко, и ещё раз повторюсь: основная задача — оттолкнуться от параметров, заложенных нами как базовые. Например, от даунтайма. Наличие сервисного автомобиля в исправном состоянии, комплектованного необходимым набором запчастей для осуществления ремонтов, **—** важный параметр.

— Плюс обученный персонал.

— Да, это очень важный момент. Мы находились на определённом перепутье и приняли для себя совершенно чёткое решение: учебный центр у нас должен быть, причём он должен быть ориентирован не только на дилерскую сеть. Сейчас мы подошли к этапу, когда мы уже внедряем обучение для операторов — тех людей, которые непосредственно работают с этими машинами на регулярной основе, а не только во время их запуска в полях. Соответственно, наши клиенты могут отправить своих механизаторов-операторов для прохождения обучения по продукту.

— Это прекрасно, поскольку в полях бывает всякое. Например, пропадает связь, и нет возможности сообщить, что машина сломалась. Скажите, как сейчас выстраиваются взаимоотношения с вашими партнёрами, что важно доносить до конечного клиента?

— Те изменения, которые произошли за последние два-три года, в первую очередь коснулись внешнего периметра. Всё это время нашей задачей было, чтобы наш конечный клиент здесь, в России, прошёл этот путь трансформации максимально безболезненно. Но если мы говорим про внешний периметр, то здесь мы вступили в совершенно новую реальность. Эта новая реальность касается, прежде всего, вопросов логистики, финансов и платежей. Всё предыдущее

время и по настоящий день мы всегда преодолевали те препятствия, которые возникали перед нами, и сейчас находимся в постоянном поиске того, как это делать ещё лучше. И у нас получается. Это одна из приоритетных задач, о которой мы думаем и с которой мы работаем ежедневно, последовательно.

— Мы обсудили вашу позицию. В условиях, когда внешние обстоятельства изменились, была ли какая-то обратная связь от партнёров, дилеров? Были ли с их стороны попытки изменить структуру взаимодействия, скажем, с целью оставить себе больше свободы, независимости в принятии решений? Чтобы никто жёстко не требовал делать или не делать какие-то вещи.

— Безусловно, такие попытки были, но в последнее время в нашей коммуникации с дилерской сетью стало больше точек соприкосновения, аргументов, которые воспринимаются с пониманием. Мы находимся в некоем пространстве баланса, когда учитываются интересы всех сторон. Это крайне важно. Вы отметили важный момент, связанный с традиционными дилерскими стандартами: делать надо только так и больше никак. Но сейчас всё по-другому. Сейчас это диалог двух партнёров, у которых есть общая цель. И в рамках этого диалога мы вырабатываем решения, которые позволяют и нам, и нашему партнёру, нашему дилеру достичь этих целей. Обе стороны движутся в одном направлении, то есть, качество дискуссии, качество диалога с дилерской сетью значительно улучшилось.

— Сегодня мировой рынок сельхозмашиностроения имеет в целом не очень позитивную тенденцию, фактически происходит стагнация. Да и в нашей стране есть определённые негативные обстоятельства. Как вы сейчас видите этот вопрос, какие процессы, идущие на глобальном рынке, вы отслеживаете?

— Мы внимательно отслеживаем ситуацию в том числе на мировом рынке и видим, что последние прогнозы таких мастодонтов сельхозмашиностроения, как John Deere, AGCO, CNH не столь оптимистичны, как прогнозы, сделанные в начале года. Если тогда говорили о падении рынка в первом квартале 2024 года на 7–10%, то сейчас диапазон смещён к

20–25%. При этом нужно отметить, что прогноз уважаемой компании John Deere (20-25%) относится к периоду до конца их финансового года, то есть до 31 октября. Соответственно, в ноябре и декабре тенденция продолжится, и такой результат покажут самые крупные рынки: США, Европа, Латинская Америка. Исходя из той информации, которую мы имеем, это общая тенденция. Она коррелирует с проблемами на российском рынке, то есть с высокой себестоимостью сельхозпроизводства и низкими ценами на продукцию. Но рынок Российской Федерации несколько раньше вошёл в эту турбулентность в силу внешнего давления и сейчас уже находится, скажем так, несколько дальше зарубежных коллег по цеху.

— Мы понимаем, что есть определённые обстоятельства, которые сейчас оттягивают ресурсы. Но люди как хотели кушать, так и будут хотеть. Единственное, что здесь может произойти, — перераспределение по культурам и потребностям: кому-то нужно просто утолить голод, а кому-то нужна именно вкусная еда. Минус 25% — колоссальная цифра. Если помечтать, есть ли возможность восстановления этих объёмов, к примеру, на горизонте ближайших пяти лет?

— Думаю, да. По крайней мере, рынок Российской Федерации и требовал, и продолжает требовать обновления парка с точки зрения всех показателей, логически и математически обоснованных. Однозначно мы будем иметь эффект отложенного спроса, это неизбежно. Что касается мировых рынков, там аналогичная ситуация, обусловленная ростом количества населения, возросшей потребностью в продуктах. Этап, цикл, в который вошли сельхозтоваропроизводители и те, кто создаёт для них машины, завершится в обозримой перспективе. Как правило, кризисы такого рода продолжаются два-три года, а дальше возникает эффект отложенного спроса. Если мы отмотаем «киноплёнку» немного назад, то увидим, что похожие события уже происходили, хотя и в силу других обстоятельств. И каждый раз эти события завершались восстановлением и далее неким пиковым годом, каким был у нас 2021-й.

— Сегодня в мире полным ходом идут поиски альтернативных источников продовольствия. Один из очевидных трендов — промышленное выращивание съедобных насекомых. Пока этот сектор занимает на

глобальном рынке весьма скромное место, но может ли он настолько вырасти со временем, что сельхозмашиностроители будут переориентироваться на производство принципиально иной техники? Условно, комбайнов по сбору муравьёв или улиток.

— Вряд ли. На протяжении многих тысяч лет человечество потребляет базовый набор продуктов, таких как мясо, крупы. Не представляю, как можно настолько резко изменить гастрономические привычки в обозримой перспективе. Сейчас мы говорим о сельском хозяйстве, но не надо забывать про мировой океан, в котором колоссальные запасы белка. Поэтому, если замещение и будет происходить, то, в первую очередь, оттуда. Альтернативные продукты (назовем их так), те же самые насекомые, требуют, в конечном итоге, определённых запасов воды, а также земель, пригодных для выращивания чего-либо. В любом случае, на горизонте ближайших лет мы не увидим какого-то взрывного роста.

***

Врезка о компании:

ООО «Юнайтед Индастриал» (до 29.05.2023 – ООО «СиЭнЭйч Индастриал Руссия») было создано в 2010 г. как совместное предприятие между ПАО «КАМАЗ» и CNH Industrial Group.

В 2013 г. CNH Industrial Group приобрела 100% в уставном капитале Компании.

В 2023 г. CNH Industrial Group продала доли в уставном капитале менеджменту компании, в связи с чем произошла смена наименования на ООО «Юнайтед Индастриал».

На текущий момент «Юнайтед Индастриал» является дистрибьютором сельскохозяйственной техники

McCormick, Case IH и New Holland в России. Помимо самоходной техники, компания представляет широкий спектр прицепной и навесной техники для обработки почвы, посева и заготовки кормов. В портфолио также представлено оборудование для технологий точного земледелия и телематика, оригинальные запасные части и смазочные материалы. Сервисное обслуживание осуществляется через дилерскую сеть, которая включает свыше 18 дилеров, филиалы и сервисные центры которых расположены во всех агрорегионах РФ.