

"ЕВРОМАРКЕТ ГРУП"

ДИМИТЪР ИЛЧЕВ

финалист в конкурса "Мениджър на годината" - 2010 и 2011 г.

Господин Илчев, какво беше ползотворното въздействие на кризата върху организацията на работа в "Евромаркет Груп"?

- Кризата наистина даде невероятни възможности. По време на криза много фирми изоставаха или фалираха, като по този начин освобождаваха пазари и клиенти. Това дава възможност на добре управляваните и работещи фирми, на фирмите с резерви, да увеличават своя пазарен дял. Освен това дава невероятен импулс за оптимизиране на процесите в една компания и най-вече за повишаване на нейната ефективност. Ние се възползвахме от тези възможности, като оптимизирахме изцяло организацията си на работа и въведохме редица подобрения, например: система за ясно индивидуално целеполагане, произтичащо от общите корпоративни цели; система за мотивация, обвързваща размера на възнаграждението с конкретните резултати от работата; стриктна система за контрол на

разходите и ефективно използване на ресурсите на компанията; система за непрекъснат мониторинг на основните KPI's (ключовите показатели за ефективността); задължителен Кредитен съвет за оценка на риска при големите и дългосрочни проекти. Въведохме ERP система със CRM модул, която включва управление на търговската дейност, данъчна счетоводна отчетност и др. Използването ѝ дава възможност за единно планиране и контрол на материални, дълготрайни, времеви и финансови ресурси и по този начин допринася за оптимизиране на разходите и повишаване на ефективността.

- Какви модерни тенденции в мениджмънта следва да се наблюдават?

- От началото на 2009 г. в едно от дружествата въведохме изцяло ERP система. За една година прогонихме системата и като резултат, считано от 1 януари 2010 г., я въведохме в цялата група фирми на 100%, с всичките ѝ модули. Така че днес разполагаме и работим с мощен управленски инструмент, който обхваща цялата ни дейност и ни помага да управляваме ефективно.

Въведохме по-ясно и по-детайлно корпоративно планиране, съпроводено с индивидуални планове (цели), събдени до абсолютно всеки служител в компанията.

Успоредно с ERP системата въведохме редица допълнителни индикатори за измерване (KPI's), а също така съкратихме периодичността и сроковете за тяхното измерване, отчитане и анализиране. Това ни помогна да извършваме цялостен и детайлен мониторинг върху всички основни аспекти, да наблюдаваме всеобхватно бизнеса и на тази база да взимаме по-бързи и по-аргументирани управленски решения. Всичко това води до едно много по-ефективно и модерно управление.

- Като най-големия гоставчик на индустриално оборудване и строителна техника в България какви нови тенденции в сектора създадохте през последните години и какви нови ниши открихте?

ФАКТИ

ДИМИТЪР ИЛЧЕВ е главен мениджър и председател на надзорния съвет на "Евромаркет Груп". Завършва Инженерно-строителен институт в Русия, специалност "Промислено и гражданско строителство". След дипломирането си работи като експерт в строителната дирекция на "Контролно-заваръчни устройства" - тогавашен монополист в производството на резервоари, танкери, цистерни и т.н., с големи обекти в Чехия, Кувейт, Бруней и други. През 1992 г. заедно с Боряна Радева основават "Евромаркет Груп" - днес най-голямата търговска компания за индустриално оборудване и строителна техника в България. Заема висши мениджърски позиции в редица дружества от групата на "Евромаркет". Член на управителния съвет на Българския съюз по заваряване. Член на комитета "Инвестиционни проекти и инфраструктура" към КРИБ. Един от учредителите на фондация "Етерна", която иницира и от 10 години развива програмата "Вечните сгради на България". Говори английски, руски и испански.



“ ВАЖЕН ФАКТОР ЗА УСПЕХ В НАШИЯ БИЗНЕС Е ДА НАКАРАШ КЛИЕНТА ДА РАЗБЕРЕ В ДЪЛГОСРОЧЕН ПЛАН КАКВИ СА ИКОНОМИЧЕСКИТЕ ПОЛЗИ И СИГУРНОСТТА ОТ ПОКУПКАТА НА ПРОДУКТА ТИ. ”

- Една от успешните тенденции, които създадохме в нашия бизнес, е предоставяне на оборудване на дългосрочен наем (Long Term Rental). До момента такива практики бяха по-скоро изключение. По този начин клиентите имат възможност да се фокусират върху основните си цели и задачи, а не да се занимават с несвойствени за тях дейности като поддържане на мобилна собственост, търсене на заместващи мощности, назначаване на оператори и специалисти за поддръжка, извършване на ремонти и т.н. Това си е чист аутсорсинг на тези дейности за нашите клиенти. Те наблюдават и управляват единствено общия разход за дейността.

През 2011 г. взехме решение да обрнем специално внимание на проектите в сферата на екологията и опазването на околната среда, в това число разделно сметосъбиране, рециклиране, преработка на биологични и органични отпадъци и др. Насочихме наши водещи мениджъри в тази нововъзникваща индустрия, създадохме съответната организация и структура и установихме стратегически партньорства с фирми от бранша. В рамките на групата създадохме компания, специализирана в бизнеса с машини и техника, свързани с опазването на околната среда, осигурявайки технически решения за тази нова индустрия. Изминаха 1-2 години и на третата решението в тази сфера дадохме изключително положителен резултат, като почти половината от ръста ни за 2014 г. беше в тази нова за компанията сфера. Това решение беше още повече стратегическо, тъй като в тази област има осигурени значителни европейски фондове.

Друг пример за нови дейности в компанията е създаването на специализирано звено в областта на машини и инструменти за измерване. Всички знаем, че повишаването на конкурентоспособността минава през неминуемо повишаване ефективността на производството. Един от задължителните пътища за това е подобряването на техническите измервания, които касаят почти всяко производство. Това става чрез внедряване на най-съвременни техники за измерване. През 2009 г. създадохме специализирано звено и днес ние сме лидер в бизнеса с измервателни машини и инструменти, като по европейската програма "Развитие на конкурентоспособността" доставяме машини по десетки европроекти.

- В какви посоки е стратегията ви за развитие в момента?

- Стратегията ни за развитие включва, от една страна, внедряване на съпътстващи основния ни бизнес допълнителни интелигентни услуги, синергично свързани с него. Например дългосрочни наеми, технико-икономически разчети, енергоспестяващи анализи и решения, оценка на цената на собствеността за целия период на експлоатация, удебелени гаранции, дългосрочни договори за следпродажбено обслужване и други подобни. От друга страна - съответното повишаване на квалификацията на нашите служители, така че те да трансферират тези услуги до клиента по най-добрия начин.



Разбира се, постоянни цели остават подобряване измерването на всички основни бизнес показатели (KPI's) и подобряване качеството и бързината на обслужването на клиентите ни.

- Голяма ли е конкуренцията в бранша в България?

- Пазарът постепенно се възстанови, като конкуренцията стана жестока. Ако преди липсваха някои световни марки на нашия пазар, вече всички са тук. От друга страна, клиентите станали по-взискателни, вече избират по-дълго, преди да купят.

В "Евромаркет Груп" разбираме техните нужди, желания и очаквания и затова усилията ни са насочени към предлагането на качествено и високопроизводително оборудване, към предоставянето на високоефективни и енергоспестяващи решения и осигуряването на максимално качествено и бързо сервизно обслужване.

По този начин даваме комплексно решение на нашите клиенти с максимална добавена стойност за бизнеса им. Осъзнаваме, че малко фирми оцеляха на пазара в кризата. Без да сме безгрешни, с гордост мога да заявя, че "Евромаркет Груп" е най-надеждната, най-състоятелната и най-стабилната компания в нашия бизнес.

Забелязва се тенденция чужди дистрибутори да се опитват да се намесят на българския пазар, но той е много специфичен и засега не успяват. Характерно е още, че и баба Ганка да беше направила фирма, щеше да продаде багер. Този бизнес изчезна с идването на кризата.

Определено размерът на българския пазар в момента е по-близо до естественото си състояние, отколкото беше през 2008 г., когато тотално се надценяваше. Тогава нямаше нищо общо с реалния потенциал на икономиката, нейната производителност и покупателната способност на бизнеса в България.

- Кои са новите фактори за успех във вашия бизнес?

- Изборът основно по цена, разглеждайки нещата само краткосрочно и само по един или два параметъра, в перспектива ще отшумява. Мисля, че важен фактор за успех в нашия бизнес е да можеш да накараш клиента да разбере в дългосрочен план какви са икономическите ползи и предимства, и сигурността от покупката на продукта ти.

- Кои са най-ценните моменти от корпоративната култура на "Евромаркет Груп"?

- В "Евромаркет" имаме ясното разбиране, че нашият основен капитал са служителите, и затова наша стратегическа цел е да се грижим за тях и тяхната мотивация. Внимание и грижа към служителите на компанията проявяваме чрез специалните поздравявания, които отправяме за личните и професионалните им празници (навършен стаж, юбилей, раждане на дете и др.). Практика е и популяризирането на благодарността към служителите от голями клиенти.

Даваме максимална гласност на успеха и оказваме особено внимание на успешите ни служители със специални награди и писма.

Традиционно организираме футболен турнир за купата на "Евромаркет", който събира служителите от цялата страна и заграничните офиси и е истински празник за тях.

Много популярни са и провежданите всяка година тимбилдинг програми по бизнес направления, които подобряват комуникацията между колегите, изграждат успешно работещи екипи и разтоварват от стреса и напрежението.

- Как се отрази на компанията търсенето на социален ефект от дейността ви?

- При всички положения дава в някаква степен имидж на социално отговорна компания, но с ограничен ефект, тъй като не търсим публичност и не даваме гласност на такива наши действия. Сигурно дава и самочувствие на една част от служителите - по-информирани и ангажирани с тези проекти.

"Евромаркет Груп" е изключително социално отговорна компания. Ще дам два примера за участие в такива проекти. Като основател на фондация "Етерна" - организация с идеална цел, създадена за възстановяването на Боянската църква - ние иницирахме дарителска кампания и станаме първи дарител. Така само за четири месеца фондацията събра необходимите средства за възстановяването на стените в източната част на Боянската църква и за цялостното реставриране на храма. Днес може да се видят впечатляващите резултати от тази кампания. Друга социална инициатива е събирането на помощи за Дома за сираци в село Томлебен, област Плевен. Представете си, правим това повече от десет години! А каква радост, колко усмивки имат децата, когато им предоставяме тези помощи, колко голяма е и благодарността от персоната на дома.

- Продължават ли да са силно политически обвързани възможностите за бизнес в България и какво

е необходимо да се направи в полза на по-добър бизнес климат?

- Въпреки че при това правителство като че ли леко понамаляха, все пак възможностите за бизнес в България си остават политически обвързани. Доказателство за това е, че по търгове се появяват чисто нови фирми, напълно непознати в бранша, без опит и история, и печелят по неясни критерии, на високи цени. Най-вероятно те са договорени извън правилата. Въпреки че изглеждат документално изрядни, търговете всъщност са фиктивни, с препореден на практика победител.

- Според вас какво трябва да се случи, за да се задвижи икономиката в България?

- Първо, трябва генерално да се спре с ненужното политизиране, защото то хаби изключително енергия. Трябва да има добър политически климат и отговорно поведение на политиките в България.

Второ, необходимо е правителството да поддържа строга фискална политика. България успява да запази фискална стабилност и затова заслужава похвала. Виждате какво стана с Гърция, а България има лесноранима икономика.

На трето място, нужно е повишаване на производителността на труда във всички области. Целта е да има по-голям резултат при по-ниски разходи!

Политическата и финансовата стабилност, и високата производителност освен всичко друго ще стимулират изключително много чуждестранните инвестиции.

ФАКТИ

"ЕВРОМАРКЕТ ГРУП" е най-голямата компания в България в бизнеса с индустриално оборудване и строителна техника. Създадена през 1992 г., компанията е сто процента българска и е официален представител за България на световни лидери в бранша като Komatsu, Ammann Compaction, Gardner Denver Compressors, Lincoln Electric, Toyota BT, Manitou, Gedore, Karcher, Bosch, Pferd и други. Предлага пълна гама от ръчни, електрически и пневматични инструменти; измервателна техника; заваръчни машини, консумативи и аксесоари; техника за рязане и обработка на метал; компресорно оборудване, генератори и филтриращи инсталации; подземно-транспортна и почистваща техника; стелажни системи; оборудване за автосервизи, гумицентрове и центрове за ГТП; земекопна и товарачна техника; минно-кариерна техника; техника за производство на бетонови и арматурни изделия; пътностроителна, пътноремонтна и подземно-строителна техника; техника за комунално строителство. Предлаганите от "Евромаркет Груп" машини са произведени в Европа, САЩ и Япония и отговарят на световните стандарти за качество (DIN, ISO, AWS и др.) и изискванията за безопасност на Европейската общност. Холдингът има добре изградена структура и разполага с регионални офиси в осем български града и гъщерни гужества в Украйна, Сърбия, Македония и Румъния. В него работят над 600 души. "Евромаркет Груп" е единствената компания, чиито лидери достигнаха четири пъти до финала на конкурса "Мениджър на годината". Това са Димитър Илчев, главен мениджър и председател на надзорния съвет - през 2010 и 2011 г., и Ивайло Борисов, главен изпълнителен директор - през 2012 и 2013 г.