

## «ПЕТРОКОММЕРЦ»: ЗНАНИЯ ПРИНОСЯТ ПРИБЫЛЬ

«Петрокоммерц» — компания, безусловно, успешная со всех точек зрения и в то же время несколько неожиданная. То же самое можно сказать и о ее руководителе — Михаиле Будневиче. Чтобы лучше его представить, отступим от канонов, и в аннотации приведем блиц-опрос с генеральным директором. — **Вы диктатор или либерал?** — Чуть ближе к либералу. — **Вы предпочитаете принимать решения, предварительно все обдумав, или интуитивно?** — Если шкалу «интуиция-расчет» проградуировать -100...+100, то где-то в районе +10. — **Оглядываясь назад, бывает ли, что Вы сожалеете о сделанном?** — То, что было сделано, осталось во вчерашнем дне. Можно изредка, наедине с собой, посидеть, оглянуться на прошедшее, но не более. — **Вы — 20 лет назад и сегодня. В чем основные различия?** — 20 лет назад было мало знаний (по сравнению с тем, как сегодня) и много энергии. Сегодня — наоборот.



— **Расскажите вкратце о себе. С чего начинался Ваш путь в бизнес?**

— Я — коренной петербуржец. Окончил ЛПИ им. Калинина (кафедра физико-химических исследований), ныне это государственный технический университет. Три года проработал в НИИ, а потом перешел в «Ленинградское оптико-механическое объединение» («ЛОМО»). В то время на заводе работали около 25 тыс. человек, и это было одно из крупнейших предприятий города. Там я прошел почти все ступени карьерной лестницы: от мастера до начальника отдела и начальника цеха, занимался, в т.ч. технологиями и конструированием печатных плат. В «ЛОМО» я проработал 15 лет, до 1991 г., когда все начало разваливаться. В то время в Санкт-Петербурге работало бюро фирмы RODE, занимающейся печатными платами, и они пригласили меня на работу, но в 1994 г. RODE прекратила деятельность в России. Вот тогда я и еще двое моих коллег решили организовать свою компанию. Собственность новоиспеченной компании состояла из шкафа, пары столов и двух компьютеров с 286-ми процессорами.

Это было очень непростое время, в тот момент мы не знали, чем будем заниматься, печатными платами или, условно говоря, торговлей бананами, поэтому и дали нашей компании неопределенное название, произошедшее от Петербурга и некой абстрактной коммерции. Вот так и родилась компания «Петрокоммерц», 20-летие которой мы будем праздновать в этом году. Но поскольку в технологии печатных

плат мы разбирались профессионально, а в бананах ничего не понимали, то и решили заниматься печатными платами, вернее сначала — материалами для производств печатных плат, мы стали продавать импортные материалы. Далее перешли к технологиям производства, и в конце 1990-х гг. организовали технологическую группу и сервисный центр — прообраз нынешнего сервисного центра.

Сегодня в «Петрокоммерц» работают более 70 сотрудников, 80% из них имеют высшее образование, есть и кандидаты наук. Наш годовой оборот превышает 1 млрд руб. «Петрокоммерц» является коллективным членом Европейского института печатных плат.

— **Собрать команду высококвалифицированных специалистов очень непросто. Многие руководители сетуют на проблемы с кадрами...**

— Одно из наших самых больших достижений — это наши сотрудники. В начале 2000-х гг. мы, действительно, с трудом находили специалистов для нашей отрасли. Но в 2009—2010 гг. ситуация изменилась, к нам стали приходиться очень толковые, грамотные специалисты. Большинство из них были молоды, и сейчас средний возраст специалистов в компании составляет 35—38 лет. Возраст многих руководителей подразделений варьируется в пределах 25—35 лет. Например, и техническому, и коммерческому директорам всего лишь по 35 лет.

В то же время с нами остались и те, с кем мы начинали. За все время по собственному желанию от нас ушли

только два сотрудника. И увольнять почти никого не пришлось. Когда принимаем на работу, оцениваем техническую подготовку соискателя, конечно, присутствует и субъективная оценка: «нравится — не нравится», без этого не обойтись. Но, думаю, такая оценка тоже правомерна, человек вливается в новый коллектив, мы присматриваемся к нему, он — к нам. У нас отличный коллектив, наши сотрудники не просто добросовестно отработывают «положенное» время. В коллективе очень доброжелательные отношения, новичков принимаем радушно, но и от них ждем открытости и порядочности, поэтому даже если соискатель — замечательный специалист, но по каким-либо причинам не соответствует нашим «человеческим» требованиям, мы его не возьмем.

У нас все открыто и честно, мы доверяем друг другу. У всех руководителей фирмы есть подготовленная смена. Я тоже давно выбрал своего преемника, знаю, и тех, кто заменит моих заместителей. И кандидаты на эти должности тоже осведомлены об этом. Они готовы оставаться в резерве, но не из-за отсутствия честолюбия, а потому что понимают: им еще есть, чему учиться. Но они знают, что их ждет, у них есть уверенность, а это — главное. Я, в свою очередь, уверен в них и могу спокойно уехать в отпуск, зная, что система отлажена и работает. Думаю, даже мое длительное (два и более месяца) отсутствие не скажет отрицательно на работе компании.

— **Самое время спросить, как организована работа компании?**



разработка проектов  
производств печатных плат  
и очистных сооружений

технологический консалтинг

поставка оборудования  
и материалов

сервисное обслуживание

информационная  
поддержка клиентов

A vertical decorative graphic on the left side of the page, consisting of white lines and circles that resemble a circuit board or data paths.

**20  
ЛЕТ**  
надежной  
работы

ООО «ПЕТРОКОММЕРЦ»

[www.petrocom.ru](http://www.petrocom.ru)

[info@petrocom.ru](mailto:info@petrocom.ru)

8 (800) 250 52 85

— В компании существуют три центра: коммерческий, технический и проектный. Первый из них занимается логистикой и внешнеэкономической деятельностью. Проектный центр совместно с генеральным проектировщиком проводит работы от разработки технического задания и технологической проработки до изготовления опытной партии и сдачи работы «под ключ».

В состав технического центра входят сервисный отдел и отдел перспективных направлений. Как видите, все как у всех, кроме отдела перспективных направлений. Вот о нем, пожалуй, стоит рассказать подробнее. Одна из задач этого отдела — проведение конференций и семинаров. Первую конференцию мы провели в 1998 г. С тех пор мы организовали примерно 10 конференций и 15 семинаров, где выступали и специалисты «Петрокоммерц», и наши европейские и американские партнеры. В общей сложности наши мероприятия посетили более 1500 человек. Мы хотим сделать такие конференции ежегодными.

Другая сторона деятельности этого отдела — сотрудничество с Европейским институтом печатных плат. Мы планируем переводить и публиковать на нашем сайте новости и материалы этого института. Конечно, отдел перспективных направлений занимается ОКР, и это основное направление его деятельности. Мы хотим смотреть вперед и понимать тенденции развития нашего направления. Технология должна опережать конструирование. Нам надо быть готовыми к появлению новых конструкторских решений, чтобы предложить соответствующие технологии для их реализации. Сейчас мы ведем две ОКР и, надеюсь, к концу года откроем еще 1–2 работы. Это работа на перспективу, эффект от нее мы почувствуем не сегодня, но завтра. В ближайшей перспективе мы обязательно будем развивать это направление, в т.ч. привлекая к работе молодых перспективных ребят.

### — Проведение ОКР не характерно для компаний-дистрибуторов. Кто их финансирует?

— В какой-то степени расходы ложатся и на нас, но в одиночку, без помощи партнеров, мы не сможем провести полноценный ОКР. Мы работаем вместе с нашими постоянными партнерами, и с теми, кто в перспективе могут стать нашими заказчиками. Предлагаем им участвовать в наших работах, и они понимают нас, понимают, что нельзя жить только

сегодняшним днем, надо уметь «заглянуть за горизонт» и уже сегодня иметь хотя бы общее представление о технологиях завтрашнего дня, быть готовыми к их приходу. Но я хочу приписывать себе лавров первооткрывателя, такой подход исповедуют во всех промышленно развитых странах.

Мы — дистрибуторы и, конечно, значительная часть сотрудников так или иначе занимается актуальными на сегодня продажами. Но у нас есть инженеры и технологи очень высокой квалификации, которые занимаются только ОКР. Если договора на проведение ОКР помимо всего прочего окупают и зарплату этих высококвалифицированных сотрудников, это замечательно. Если не окупают, тоже не беда. ОКР приносят не прибыль, а знания, которые только завтра могут принести прибыль. Такова наша философия.

### — Признаться, несколько неожиданный философия. А в дистрибуторской деятельности у вас «все как у всех» или тоже есть отличия?

— Я не возьмусь судить, как у всех, лучше расскажу, как у нас. В основу своей деятельности мы заложили некоторые принципы и стараемся их соблюдать. При создании фирмы мы приняли решение работать честно, платить все налоги, никаких зарплат «в конвертах», словом, решили построить капитализм «с человеческим лицом» в отдельно взятой фирме. Мы никогда не обманываем и не подводим своих сотрудников и наших партнеров. По отзывам заказчиков, наш сервис — один из лучших в России. Мы ценим своих клиентов, мы готовы снизить прибыль и даже на каком-то этапе потерять деньги, но наш заказчик не должен иметь к нам никаких претензий. При таком отношении он придет к нам еще раз, и у нас есть постоянные покупатели, которые давно стали нашими партнерами, и, мы надеемся, что будем еще долго сотрудничать. Согласно официальным данным Государственной статистики РФ, по сумме показателей финансово-хозяйственной деятельности за 2012 г. мы заняли третье место в России по направлению «Оптовая торговля эксплуатационными принадлежностями и материалами машин и оборудования». Заметьте, не только среди компаний, работающих на рынке электроники, а среди всех компаний России!

### — Каким Вам видится современное развитие российского рынка электроники?

— Рынок постоянно растет, т.к. государство вкладывает в него деньги. На наш взгляд, ежегодный рост составляет 15–20%. Думаю, такое положение дел сохранится еще 4–5 лет. Но бесконечно так не может продолжаться, рано или поздно государственные инвестиции сократятся, и тогда на рынке останутся не те компании, которые имеют хорошие связи, а те, которые предлагают хорошие продукты или сервисы. В пример могу привести ЗАО «Связь инжиниринг». В этом году компания должна закончить строительство завода в Дубне, на севере Московской области. Этот завод рассчитан на среднесерийное производство печатных плат, а это — десятки или сотни тысяч штук в год. Думаю, что постепенно мы придем к тому, что главным заказчиком будет не ВПК, а, условно говоря, домохозяйка. Примерно такая ситуация сейчас в западных странах. Именно бытовая электроника движет рынком, там многомиллионные тиражи.

### — Некоторые дистрибуторские компании расширяют свою деятельность и начинают заниматься производством. Вы отлично разбираетесь в технологии производства печатных плат. Нет ли у Вас намерений начать производство печатных плат?

— Для того чтобы начать производство печатных плат, требуются значительные инвестиции, требуется иной маркетинг. Мы можем войти в этот бизнес в качестве партнеров, но не самостоятельно. Если у нас появятся интересные предложения, мы очень внимательно их изучим и, если нас все устроит, то почему бы и нет? Но сейчас мы работаем в своей нише и, поверьте, нам и здесь хватает работы.

### — Коль скоро мы заговорили о будущем, то скажите, какой Вы видите «Петрокоммерц», скажем, через 3–5 лет?

— Скорее всего, через 5 лет произойдет технологический скачок, и мы должны быть к нему готовы. Я собрал своих специалистов и попросил их продумать будущее нашей компании. Я сказал, чтобы они пришли через пару месяцев, мы все обсудим. Всерьез обсудим даже те предложения, которые на первый взгляд кажутся фантастическими или, простите, дурацкими. Каждому будет дано слово, каждый сможет высказать свою точку зрения. Быть успешным — значит опережать. Не бояться ошибок, думать и двигаться вперед.

*Материал подготовил Леонид Чанов*

НОВЫЙ ПОРТАЛ ДЛЯ РАЗРАБОТЧИКОВ ЭЛЕКТРОНИКИ



# ЭЛЕКТРОННЫЕ КОМПОНЕНТЫ

НОВОСТИ | ОБЗОРЫ | ИНТЕРВЬЮ | СОБЫТИЯ  
АРХИВ ЖУРНАЛА «ЭЛЕКТРОННЫЕ КОМПОНЕНТЫ»

[www.elcomdesign.ru](http://www.elcomdesign.ru)

электроника  
*медиагруппа*