

Качество наша позиция



Интервью Рубена Оганяна, председателя совета директоров фирмы «Универсалприбор»

— Начать разговор хотелось бы с рассказа о самой компании. Когда и как появилась фирма?

— В том виде, в котором фирма существует в настоящее время, она была создана более пяти лет назад. Мы начинали работать как компания, занимающаяся продажей отечественных и импортных радиоизмерительных приборов, а также паяльного оборудования. Можно с большой уверенностью сказать, что до появления нашей компании рынок Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона России располагал только отечественными приборами, а зарубежных не было в принципе — попадались лишь штучные поставки. Мы первыми начали поставлять паяльное и радиоизмерительное оборудование ведущих производителей. Сначала практически никто из заказчиков не мог нас понять, но сегодня мы убедились в правильности своего решения. За последние пять-шесть лет рынок заметно изменился: востребованы радиоизмерительные приборы ведущих мировых производителей, паяльное оборудование и все необходимое для монтажа печатных плат. Если на первой стадии были только паяльные станции, то с развитием наших заказчиков (а мы, естественно, развивались вместе с ними) стали появляться более сложные устройства — полуавтоматические и автоматические линии для монтажа печатных плат, а также широкая номенклатура про-

мышленной химии. Появилось и очень востребовано такое направление, как специализированная промышленная мебель. Однако хочу отметить, что идеология фирмы заключается в поставке высококачественного, но доступного для российского производителя оборудования и оснастки.

— Вы упомянули, что компания делает ставку на качество. Насколько актуален этот вопрос для нашего рынка?

— На наш взгляд, бытует ошибочное мнение, что большую часть рынка занимают дешевые варианты (измерительное оборудование и паяльники китайского производства, отечественная промышленная мебель — вплоть до самодельной, которую делают непосредственно на производстве). Оперировать статистическими данными я не могу — мы не проводили аналитических исследований рынка на эту тему. Наше ощущение как компании немножко иное. Действительно, года три-четыре назад подавляющее большинство поставок занимало китайское оборудование. Паяльным станциям типа «Соломон» и другим дешевым решениям — до 40 долларов за паяльную станцию — принадлежало около 80% рынка. Абсолютное большинство дешевого оборудования не соответствовало требованиям качества. Сейчас ситуация изменилась на диаметрально противоположную — процентов 80 производителе-

лей закупают для производства именно дорогую технику. Наша компания поставляет паяльные станции фирм Pace и Weller — по объективным оценкам одних из лучших производителей паяльного оборудования. Устройства Pace и Welle — это промышленные продукты, предназначенные для круглосуточного использования в условиях современного производства. Нормальный срок службы для таких станций на поточных линиях — 10–15 лет. Следующими по уровню качества идут паяльные станции компании Ersa — пример немецкого качества, но они больше ориентированы на уровень лабораторий. За ними следуют приборы различных производителей Восточной Азии. Этот уровень мало кого устраивает и мало кому интересен.

— А что вы скажете о японских производителях, например, о Накко?

— Накко находится в странной ситуации: компания существует и пытается выходить на различные рынки с разнообразными продуктами, но мы не видим тех, кто их использует. Хотя компания и представлена в России, но отечественным производителям не подходят такие продукты — нет смысла экономить 10–15 долларов для того, чтобы купить не высококачественное оборудование. В основном, продажи продуктов такого класса, по нашему мнению, совершаются из-за отсутствия полной информации у покупателя. Если бы с нашей стороны велась более интенсивная маркетинговая политика, думаю, 99% покупали бы именно продукты класса hi-end. Даже такой показатель, как цена оказывается незначительным, поскольку разница в стоимости продуктов просто смешна. Относительно промышленной мебели сложилась такая ситуация: примерно пять лет назад наша фирма и еще некоторое количество поставщиков в Москве и регионах начали продавать мебель фирмы Treston. По истечении пятилетнего срока Treston полностью «окупили» регион, хотя в Москве он имеет сильных конкурентов.

— И кто же конкурирует с ними в Москве?

— Могут лишь отметить, что конкуренты есть и по качеству они мало уступают упомянутым продуктам. На петербургском рынке очень сложно продавать что-то другое. Сейчас мы являемся единственной фирмой в России, имеющей контракт с Treston. Эксклюзивные поставки на Северо-Запад и в Санкт-Петербург — это очень много значит. Сейчас, в связи с открытием московского офиса, могут произойти большие изменения в нашей политике.

— У вас нет планов производить мебель в России?

— Что касается возможности производства мебели здесь, мы всегда думали о том, что неразумно возить мебель из-за рубежа и перевозить туда деньги. Нужно давать развиваться своему производителю и производству. Если можно продать российское оборудование, то в первую очередь надо продавать его, но мы не можем отвечать и бороться за его качество. Пока наш производитель не выйдет на мировой уровень по качеству своих продуктов, то о каких-либо существенных продажах и конкуренции говорить не имеет смысла. Я, например, пока не знаю производства в России, оснащенного оборудованием, аналогичным «Treston». Я был в этой компании и предлагал открыть здесь ее филиал. Представители компании проявили определенного рода интерес к этой идее, хотя в случае положительного решения речь идет об инвестициях в миллионы долларов. Ранее мы считали, что все просто: возьми пятерых сварщиков, баллон краски и делай металлическую мебель. Но производство Treston в большей части полностью автоматизировано, и чтобы добиться такого качества здесь, нужно вложить десятки миллионов долларов. Сейчас никто в России на это пойти не может. Поэтому проще ввозить продукцию из-за рубежа, чем заниматься здесь оснащением подобного производства. Либо можно создавать дешевые подобию, что, собственно говоря, и делается. На такие продукты есть свой спрос, но ведущие производства, которые хотят сертифицироваться по стандарту ISO (не формально, а на самом деле) и принимать делегации из Европы и других частей света, иметь хорошие заказы — не будут экономить даже 50% стоимости мебели, срок службы которой 10–15–20 лет. Например, наша «Красная Заря» была оснащена в 1980 году и до сих пор мебель стоит как новая, несмотря на полную загрузку в две смены. Что будет с мебелью наших производителей через 20 лет, я не знаю.

— Вы сказали, что есть и другие поставщики Treston в Москве? Вы единственная фирма, которая имеет договор на поставку этой мебели на Северо-Запад России, то есть в Петербург и прилегающие регионы. Теперь вы открываете офис в Москве. Будете ли вы добиваться эксклюзивных прав на поставку в Россию?

— Не знаю. Это было бы логично, но у нас нет никаких глобальных амбиций. Дело в том, что если другие фирмы, которые продают Treston, поймут, что нужно бороться не друг с другом, а с конкурентами Treston, то мы не будем добиваться никаких эксклюзивных прав. Если же они будут пытаться предпринимать демпинговые действия по продукции Treston, то было бы логично оставить одного представителя этой фирмы, который предоставит хорошие скидки, но будет вести единую политику по всей России. И конечно, мы постараемся стать таким представителем.

— Остальные будут вашими дистрибьюторами?

— Да, эта система хорошо работает в России. Например, такую же политику проводит Weller. Сейчас эта фирма имеет двух представителей; раньше, когда представитель был один, объемы и условия продаж были еще выше.

Rase, например, имеет в России только одного представителя — компанию «Аргус» — и хорошо продается через дистрибьюторов, в том числе через нас. Почему не поступить так же в случае с Treston?

— Скажите, какова ситуация на рынке измерительного оборудования?

— Ряд московских фирм очень активно продвигает продукты китайского производства. Я должен отдать должное коммерческой хватке конкретных людей. Это энтузиасты своего дела. Для того чтобы так «раскрутить» продукцию китайского производства, нужно иметь большой талант.

Я считаю, что нельзя заполнять российскую промышленность китайским оборудованием. Американцы и европейцы хотя бы придерживаются уровня стандартов, близкого к российским. Понятия стандарта качества для китайской продукции, по моему личному опыту, просто не существует. Наша фирма старается никогда не продавать такого уровня продукты и решения, пока экономическая ситуация не заставит нас это сделать. Такова наша позиция по отношению ко всем продуктам, которые мы продаем. Мы не можем предлагать нашему заказчику компромисс.

— Как сейчас устроен рынок измерительного оборудования?

— Тот сегмент, в котором находимся мы, это рынок крупных потребителей, крупных предприятий — мне проще говорить непосредственно о нем. Как правило, такие компании интересуют возможность работать через год и более, а не купить сегодня дешевле. Если учесть все накладные, то здесь неуместно говорить об экономии на поставке какого-то оборудования, поскольку при экономии на одном покупателе потеряет в другом, т. е. дешевизна относительна.

— Что происходит на рынке оборудования? Насколько я понимаю, сейчас наблюдается процесс переоборудования старых производств и массового создания новых?

— Да, эти процессы начались довольно давно. Мы появились чуть раньше, поэтому были готовы к его началу. Шесть лет назад над нами смеялись, когда мы предлагали паяльные станции за 3000 долларов. Тогда никому не могло прийти в голову покупать такие продукты, а сегодня заказчики просят ускорить поставку. Рынок возник где-то четыре-пять лет назад, и на нем даже не сказался финансовый кризис.

Можно сказать, что и мы «не заметили» кризиса. Рынок находится в развитии, сейчас он немножко стабилизировался и упорядочивается, игроков (по крайней мере, крупных) на рынке становится меньше, идет открытая игра. Все знают своих конкурентов, заказчик знает всех основных поставщиков, он может выбирать, и это играет на руку добросовестным и солидным фирмам, которые не теряют свою клиентуру. Мелким фирмам, которые только пытаются выйти на рынок, конечно, сложно. Но начинают работать оборонные предприятия, хорошо работают иностранные компании, наша российская продукция востребована во многих странах, и, более того, она уникальна. По своему направлению мы стали по сути дела эксклюзивным поставщиком для завода Ford во Всеволожске.

Есть и проблемы — например, утрачены прежние наработки в области приборостроения, и нет стандартов, аналогичных прежним ГОСТам.

К тому же на рынке очень много старой продукции.

Но самое главное, что этим приборам нет замены — как импортными, так и новыми отечественными. Каким-то образом можно догадаться, как была проведена сертификация импортных приборов (например, они аттестованы как средство измерения), но ни один метролог, которому приносят его на проверку, не подтвердит ее. По сути — это просто фикция для того, чтобы продать устройство. На-



верное, это связано с тем, что сертификация дорога, ее стоимость может доходить до 5000 долларов за прибор. Номенклатура огромна. Фирмам-поставщикам приходится очень сложно. У них нет возможности столько платить, потому что приборы уникальные и поставляются по три-четыре штуки в год. Это не радиоприемники, которые возят контейнерами. Поэтому возникает ситуация, когда люди мечутся между старым российским или несертифицированным импортным оборудованием.

— Легко ли сертифицировать низкокачественную продукцию?

— Конечно. Это касается, например, мультиметров или блоков питания. Трудно сертифицировать дорогие осциллографы, дорогие

анализаторы спектра, дорогие приборы анализа электронных плат. Они стоят десятки тысяч долларов, и никто не покупает их вагонными, а сертифицировать их практически невозможно, потому что их стоимость взлетит до небес. Это большая проблема.

— Расскажите, пожалуйста, об открытии вашего московского офиса.

— Офис в Москве уже открыт, сейчас туда завозится оборудование, комплектуется штат сотрудников. К нам поступали постоянные звонки из регионов, из Москвы, Московской области с вопросами о том, где находится наш офис. Спрашивали, куда можно подъехать, где наше представительство. Когда мы отвечали, что в Москве представительства у нас нет, мы теряли заказчиков.

Московский офис будет специализироваться в первую очередь на наших эксклюзивных предложениях. Это Essemtec — автоматы и другое технологическое оборудование для монтажа, продукция Treston и конечно все остальное.

— Насколько тяжело для петербургской фирмы открывать московский офис?

— В большой степени. Работать с удаленным офисом всегда нелегко. Правда, в этой области у нас имеется опыт, например, работа на выставках. К открытию московского офиса нас подтолкнули не столько финансовые причины, сколько удобство и интересы наших заказчиков. ■

Интервью провел Павел Правосудов