

# Основные принципы работы Analog Devices в России останутся неизменными

**Экономический кризис затронул всех без исключения. Как противостоять кризисным явлениям и продолжать эффективно вести свой бизнес? Это темы беседы, в которой участвовали Питер Кольберг (Peter Kolberg), директор восточноевропейского отделения компании Analog Devices Inc., Евгений Вышинский, директор представительства компании Analog Devices Inc. в России, СНГ и странах Балтии, и Ольга Зайцева, заместитель главного редактора журнала «Компоненты и технологии».**

— *Планируются ли изменения вашей политики на российском рынке?*

**П. К.** Я думаю, и да, и нет. Основные принципы нашей работы в России останутся неизменными. Мы продолжим инвестировать в российский рынок, так как Россия — это существенная часть нашего европейского бизнеса.

Выбранная нами концепция работы через локальных дистрибьюторов полностью себя оправдала, и у нас нет оснований менять что-либо кардинально. Нам удалось найти модель эффективного ведения бизнеса, и мы будем работать в рамках этой модели.

— *И сейчас этого достаточно?*

**П. К.** Нет, этого недостаточно, мы последовательно развивали наш бизнес на протяжении многих лет: в 1993 г. начались продажи Analog Devices в России, в 2000 г. было открыто официальное представительство. И мы будем только усиливать свое присутствие в России, уделяя особое внимание работе с конечными заказчиками.

**Е. В.** Наша политика была успешной, и было бы странно, если бы мы решили ее менять, но в то же время на рынке произошли изменения, к которым надо адаптироваться.

**П. К.** Совершенно верно. Давайте чуть подробнее рассмотрим, над чем мы работали и чего добились за прошедшие годы. Нами вложено много усилий в продвижение торговой марки Analog Devices в России. И мы в этом преуспели. У нас сейчас очень хорошая позиция на российском рынке, выраженная в объективных показателях объемов продаж.

Также мы всегда уделяли много внимания крупным заказчикам и будем продолжать эту практику. С особой тщательностью мы относимся к подбору сотрудников, которые непосредственно общаются с заказчиком. Такого же принципа придерживаются наши дистрибьюторы. Каждый, кто общается с заказчиком, имеет инженерное образование и должен досконально разбираться в интересах и сфере деятельности конечного заказчика.

На данный момент мы несколько смещаем акценты в нашей работе. Если первым этапом было продвижение торговой марки, то нашим следующим шагом станет укрепление связей с заказчиками. У нас есть два офиса — в Москве и Петербурге, где работают высококвалифицированные сотрудники. При необходимости мы будем набирать новых людей, чтобы иметь возможность уделять внимание большому количеству заказчиков.

— *Каково ваше мнение о российском рынке?*

**П. К.** Для нас Россия является частью Европы, а в настоящий момент продажи продукции Analog Devices в Европе достигли показате-



Питер КОЛЬБЕРГ (Peter Kolberg), директор восточноевропейского отделения компании Analog Devices Inc., Евгений ВЫШИНСКИЙ, директор представительства компании Analog Devices Inc. в России, СНГ и странах Балтии

телей, сравнимых с продажами в таких регионах, как Юго-Восточная Азия и США, где они были традиционно велики. Европа вышла на лидирующие позиции в мире. И бизнес в России внес большой вклад в наши общеевропейские достижения, поэтому Россия для нас очень важна не только с точки зрения размера рынка, но из-за потенциала роста. Поэтому мы верим в российский рынок.

— *Каковы основные направления развития? Какие новые продукты появятся в ближайшее время?*

**П. К.** Если рассмотреть сегменты мирового рынка электроники, то самые сильные позиции ADI имеет на рынке промышленной электроники. Это справедливо и для России. И именно для этой части рынка компания Analog Devices разрабатывает множество различных продуктов. Этот сегмент является очень прибыльным и, соответственно, приоритетным для нас. Мы сфокусированы на таких линиях продукции, как управление электропитанием, микроэлектромеханические датчики и РЧ-компоненты.

Следующий по важности сегмент после промышленной электроники, на который будут направлены наши усилия, — это медицинское приборостроение. Кроме того, нельзя забывать о счетчиках электроэнергии. В частности, на стратегию развития продуктов для счетчиков электроэнергии сильное воздействие оказали именно требования российского рынка. В результате, в этом сегменте у нас уникальные позиции. Мы начали выпуск новых продуктов двух популярных семейств цифровых сигнальных процес-

соров — Blackfin и Sharc, которые, по нашим прогнозам, будут успешны на российском рынке.

Мы постоянно работаем над совершенствованием и продвижением наших новинок с тем, чтобы выбор продукции под торговой маркой Analog Devices стал очевидным для разработчиков электронной техники. ADI является крупнейшим поставщиком высокопроизводительных аналоговых микросхем для обработки сигнала на российский рынок, несмотря на то, что в мире существуют более крупные компании, производители аналогичных продуктов.

— *Расскажите о стратегических планах ADI в России.*

**П. К.** У нас нет специального плана для нашей страны, потому что все, что компания делает в мировом масштабе, соответствует требованиям российского рынка.

— *Какие продукты наиболее востребованы в России?*

**П. К.** На этот вопрос очень трудно ответить. Дело в том, что в мире существует тенденция, когда компании-производители начинают с заказа отдельных продуктов, а потом приходят к возможности применения целых решений. Поскольку ADI всегда очень тщательно следит за потребностями заказчиков, то мы не могли не обратить внимания на такую тенденцию и являемся теперь, в пер-

вую очередь, поставщиком решений. У нас есть отдельные продукты, которые в совокупности представляют собой готовые решения, позволяющие заказчику быть более успешным на конечном рынке. Поэтому нельзя говорить в отдельности о каких-то продуктах. Технологии, которые предлагает ADI, позволяют решать проблемы заказчиков не только на российском рынке, но и в других странах. Но мы постоянно изучаем специальные требования российских заказчиков и создаем те решения, которые учитывали бы специфику их приборов.

— *Как повлиял кризис на политику ADI?*

**П. К.** Я бы вел речь не о кризисе, а об определенных трудностях, потому что, если вы подготовились, как это сделали мы, то сможете занять более сильные позиции, чем прежде. И если продолжать разговор о кризисе, тогда он действительно случится для тех, кто о нем говорит. Некоторые скрывают свои проблемы за словом «кризис», а у нас хорошая команда, и поэтому мы уверены, что сможем достойно преодолеть этот сложный для всех период.

**Е. В.** Люди используют кризис для оправдания ошибок, которые они совершили. Мы ведем себя последовательно и, достойно преодолев кризис 1998 года, мы стали только сильнее. Сейчас у нас нет никаких планов сокращения штата. И думаю, что мы вместе

с нашими заказчиками и партнерами успешно выйдем и из этого кризиса тоже.

Безусловно, есть ряд характерных для этого непростого времени тенденций. Компании стараются максимально сократить свои издержки, экономить на всем, на чем это только возможно. Правда иногда, особенно в России, это приводит к обратным результатам. В частности, в последние месяцы обострилась проблема так называемых «серых поставок»: когда российские производители в погоне за привлекательной ценой на компоненты начинают работать не через официальных дистрибьюторов. В результате, участились случаи поставок поддельных, некондиционных или перемаркированных компонентов. Нельзя сказать, что это явление имеет характер «эпидемии», но количество зарегистрированных случаев, когда к нам обращались бы заказчики, которые купили по «серым» каналам некачественную продукцию, все-таки возросло. Поэтому мы хотим предостеречь наших клиентов от работы с неофициальными поставщиками, на наш взгляд, в данном случае прекрасно работает принцип «скупой платит дважды». К тому же, у нас очень надежная система контроля качества, технической поддержки и поставок через наших официальных дистрибьюторов, все преимущества которой с лихвой окупают разницу в цене между официальной и «серой» поставкой. ■