

ОБОЖАЮ КОНКУРЕНЦИЮ ВО ВСЕХ ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЯХ

Рассказывает генеральный директор компании "Компэл"
Борис Рудяк



В журнале принято предварять каждую публикацию редакционным вступлением, вводящим в суть рассматриваемых проблем. Но в данном случае это, пожалуй, неуместно. Наш собеседник – Борис Рудяк, генеральный директор ЗАО "Компэл".

Борис, на фоне кризиса 2008 года мировой рынок дистрибуции стал меняться. Появились новые модели дистрибьюторских компаний, начали развиваться новые услуги. Как подобные тенденции отразились на российском рынке электроники

в целом и на компании "Компэл" – в частности?

Во-первых, что такое кризис? Кто-то считает, что он закончился. Я же уверен, что это не так. Если под кризисом понимать период быстрых изменений, то он, возможно, и закончился.

Однако на самом деле происходит процесс переформатирования мировой экономики, и мы находимся в самой середине этого процесса, а может, еще и до середины не дошли.

Конечно, в конце 2008 – начале 2009 годов слово "кризис" означало чрезвычайно быстрые неблагоприятные изменения. Но уже тогда было понятно, что все это всерьез и надолго, что в мире долго копились глобальные проблемы, которые прорвались наружу. Устарели и перестали работать какие-то системы регуляции мировой экономики. Затем процессы быстрого падения перешли в быстрое восстановление, но первоначальные причины кризиса никуда не делись.

Да, пожар кризиса потушили деньгами. Это как больному с очень высокой температурой дают жаропонижающие таблетки, просто чтобы он не умер. Но болезнь они не лечат. Так и экономике дали жаропонижающее – жар спал, болезнь осталась. Сейчас мир пытается разобраться с причинами этой болезни и начать ее лечить через новые регуляторные механизмы. Но причины пока не выявлены, методы решения проблем еще не найдены, следовательно, болезнь не начинали лечить. Поэтому когда жаропонижающее перестали давать, температура снова стала повышаться. Медленно, примерно с апреля этого года, глобальная экономика снова пошла вниз, и с тех пор каждый месяц макроэкономические показатели говорят об ухудшении ситуации во всем мире. В России положение аналогичное. Соответственно, нас ожидает снижение экономических показателей вплоть до возможных сценариев конца 2008 года.

Помню, как в июне 2008 года я перестал понимать происходящее на рынке. В августе ситуация стала нарастающей, а в сентябре уже было ясно, что на дворе – кризис. В ноябре его почувствовали все. Весьма возможно, что сейчас ситуация повторяется. Ухудшение ситуации ускорит процессы переформатирования как

глобальной экономики, так и экономик отдельных стран, наконец будут найдены какие-то реальные лекарства для этого.

Насколько серьезно кризис 2008 года сказался на рынке электронных компонентов в России?

В целом по России продажи электронных компонентов производителям электроники уменьшились примерно на 40%. Это не значит, что настолько же снизились объемы производства. У всех были складские запасы

Ухудшение ситуации ускорит процессы переформатирования как глобальной экономики, так и экономик отдельных стран

под будущее производство с учетом его роста. Поскольку они оказались избыточными, закупки уменьшились или остановились. Само же производство снизилось в меньших объемах. Когда ситуация стала восстанавливаться, начался обратный процесс – производителям перестало хватать складских запасов, и они спешили пополнить их быстрее, чем росло реальное производство. К тому же начался дефицит компонентов, поскольку их изготовители не успевали восстанавливать объемы выпуска после закрытия некоторых фабрик. Как следствие, многие начали размещать заказы сверх необходимого. Дефицит усилился еще больше. Произошла разбалансировка планирования.

Сейчас ситуация стабилизировалась?

Бурный рост продаж продолжался до марта-апреля этого года и с тех пор продажи медленно, но верно снижаются. Все успевают отследить изменения и спокойно принять решения. В ноябре-декабре 2008 года многие с оптимизмом полагали, что через два-три месяца все восстановится.

Действительно, перед этим 10 лет рынок только рос. Сейчас все внимательно наблюдают за рынком, не проявляя ни излишнего оптимизма, ни излишнего пессимизма. Однако я предполагаю, что в ближайшее время мы увидим довольно глубокий спад второй волны кризиса и медленное неустойчивое восстановление.

Западные компании не могут принять наши правила игры, потому что они противоречат их законодательству, их корпоративной этике, их методам работы

Очень часто приходится слышать, что российский рынок электроники полностью определяется государством. Но, если это так, то кризис на него должен был подействовать в минимальной степени. Насколько это верно?

Я предполагаю, что российская экономика зависит от госбюджета примерно на 50%, сейчас возможно даже на 60%. Часть экономики, которая от госбюджета не зависит (40–50%), естественно находится под влиянием всех глобальных рыночных процессов. Что же касается государственных секторов экономики – так ведь государство тоже находится на рынке, только на глобальном. И как участник глобального мирового рынка, оно подвержено всем его колебаниям. Экспорт сырья, зерна, систем вооружений, других продуктов существенно влияет на всю экономику страны. Деятельность государства на внешнем рынке неизбежно транслируется на внутреннюю экономику, пусть и не так непосредственно, прямолинейно, как на свободном рынке. Поэтому вся экономика России находится на рынке. Только часть ее реагирует на изменения быстрее, другая часть – медленнее.

Еще совсем недавно будущее российского рынка электроники, в том числе – электронных компонентов многие связывали с тем, придут ли в Россию

глобальные контрактные производители. Прошло время, но прорыва в этой области мы не видим. В чем, на ваш взгляд, причина?

Действительно, глобальные контрактные производители на российском рынке сейчас практически не работают. В 1990-х – в начале 2000-х годов эти компании активно размещали свои производства в Восточной Европе – в Венгрии, Чехии, Польше. После того, как эти страны вошли в Европейский союз, цены там возросли, и контрактные производители стали рассматривать Украину и Россию как возможные территории для расширения своего присутствия. Но в силу известных причин они пока не хотят работать в этих странах. Да, периодически мы видим какие-то отдельные редкие события. Но нет того массового явления, как, например, приход в Венгрию глобальных контрактных производителей, которые начали там выпускать продукцию для всей Европы.

Конечно, когда-нибудь глобальные контрактные производители будут работать и в России, но в отдаленной перспективе. Пока мы от этого момента все дальше и дальше. Основная проблема – это та система, которая сложилась в стране, и в первую очередь – коррупция. К нам нельзя придти и о чем-то договориться в открытую. Западные компании не могут принять наши правила игры, потому что они противоречат их законодательству, их корпоративной этике, их методам работы. Пока эти правила игры сохраняются, крупных зарубежных компаний здесь не будет. Ведь мало того, что любой стандартный для западных стран процесс у нас сопровождается большим количеством дополнительных действий, что ведет к существенным дополнительным расходам. Для крупных компаний коррупция – это вопрос даже не расходов, а морали, их корпоративной этики.

Второй сдерживающий фактор – Россия не входит в ВТО. Все остальное их вполне устраивает.

Может быть, проблема не в бизнес-среде, а в том, что внутренний рынок России не достаточно велик, чтобы создавать здесь массовое производство?

Для глобального производителя неважно, есть ли в стране большой рынок или нет. Венгрия, Польша, Чехия – это ведь не самые большие страны, но там производства работают в интересах всего европейского рынка. В чем-то это похоже на калининградскую модель, когда в Калининграде стали организовывать всевозможные производства товаров, чтобы потреблять во всей России.

Более того, практически все зарубежные компании верят в Россию. У всех перед глазами ярчайший пример – компания Nokia. Этот лидер мирового рынка вырос на территории, которая 100 лет назад была одной из самых отсталых территорий Российской империи, а сегодня Финляндия – это высокотехнологическая держава. В мире примеров таких превращений много. Что было в Южной Корее 50 лет назад? Слабое сельское хозяйство – и ничего больше. А чем был Тайвань 50 лет назад? Никакой промышленности и никаких технологий. А Китай? Тоже практически ничего не было. Сегодня все они – мощные технологические державы. И если они стали таковыми из ничего, что уж говорить о стране, которая первой послала человека в космос!

В способности России вновь стать великой технологической державой никто за рубежом не сомневается. Как и в потенциале ее рынка. Все прекрасно понимают, в чем проблемы, и уверены, что раньше или позже они будут решены. Вопрос только во времени. Как только бизнес-среда у нас станет комфортной, сюда непременно захотят придти все лидеры мировой электроники.

Недавний пример – в Россию приехал руководитель компании Texas Instruments, оборот которой – порядка 14 млрд. долл. Сегодня российский

рынок для такой компании – меньше полупроцента его оборота. Тем не менее, первое лицо корпорации приезжает в Россию, изучает обстоятельства, встречается с местными компаниями, тратит на это время. На мой вопрос: "Зачем? Это же очень маленький для вас сегодня рынок", он ответил: "А я верю, что когда-нибудь этот рынок для нас будет очень большим". Вопрос только – когда.

Так что мотивация у зарубежных производителей огромная – только возможности сегодня ограничены. Все понимают: чтобы получить большой бизнес, надо сначала потратить деньги, время, силы. Никто не боится инвестировать сегодня, чтобы получить прибыль в будущем. Это совершенно нормально для мировой практики. Главное, повторюсь, чтобы можно было работать, не нарушая законы своей страны, общепринятые корпоративные правила. Ведь уже были серьезные

Как только бизнес-среда у нас станет комфортной, сюда непременно захотят придти все лидеры мировой электроники

скандалы, когда выяснялось, что американские или немецкие компании для продвижения своей продукции в России кому-то давали взятки. Там за это серьезно наказывают. Хуже того, когда за рубежом подобные факты становятся общеизвестными, это огромный удар по репутации.

Поэтому в ближайшее время я не ожидаю появления глобальных контрактных производителей в России. Если, конечно, руководители нашей страны не предпримут какие-то очень сильные действия, чтобы эту ситуацию в корне изменить.

А насколько плохо, что глобальные контрактные производители не работают в России?

Что происходит, когда крупный производитель приходит на тот или

иной рынок? Он волей-неволей этот рынок развивает. Прежде всего, глобальный контрактный производитель приносит современные технологии. Он принимает на работу людей, обучает их. Совершенно неизбежно новые технологии начинают распространяться по стране. Посмотрите на КНР – сегодня они умеют делать практически все. Что, китайские предприятия сами научились всем технологиям? Нет, к ним пришли тысячи, десятки тысяч зарубежных компаний из разных отраслей промышленности, построили фабрики, обучили рабочих, инженеров и продол-

Продолжают использовать отечественные компоненты лишь те, кто не может от них отказаться в силу специфики задачи

жают их учить каждый день. Только на обучение в Китае западные компании ежегодно тратят миллиарды долларов. У КНР просто не хватило бы собственных денег, чтобы дать такое практическое образование своим гражданам. Теперь они его получили и многое делают сами. К сожалению, в России подобных процессов почти нет.

Вы хоть как-то ощущаете в своей деятельности наличие отечественных компонентов на рынке?

Нет, не замечаю. Раньше мы принимали довольно много попыток их продавать, но это ни к чему не привело. Их перестали применять в сколь-нибудь заметных масштабах. Мы ведь поставщики, и поставляем именно то, что хотят применять клиенты, а они не запрашивают у нас отечественные электронные компоненты.

Производители не хотят применять отечественные компоненты по очевидным причинам. Три основных параметра выбора элементной базы – цена, качество и надежность поставок. И все они по отношению к отечественным компонентам плохи.

Даже если иногда один или два параметра оказываются на уровне, то все три – практически никогда. А заказчикам ведь нужен именно комплект: качество, цена, стабильность поставок. Продолжают использовать отечественные компоненты лишь те, кто не может от них отказаться в силу специфики задачи – для военных, специальных применений. Но даже там доля зарубежных компонентов растет и в ряде случаев достигает 70%.

С другой стороны, если в качестве компонентов рассматривать электронные модули, например для промавтоматики, тут успех есть, российские компании производят вполне конкурентные модули, разумеется, из зарубежной элементной базы. Такие компоненты отечественного производства мы продаем. И постоянно ищем на российском рынке компании, которые производят подобные продукты, элементы систем, и готовы с ними сотрудничать. Масштаб этого бизнеса пока не велик, но он развивается. В качестве примера одного из успешных проектов назову наше сотрудничество с ООО КБ "ГеоСтар навигация". Эта компания производит модули навигационных приемников систем GPS/ГЛОНАСС. Мы продвигаем их продукцию, предлагаем разработчикам образцы – оказываем полный комплекс дистрибуторских услуг, причем с хорошими коммерческими результатами. Это не просто проект, который когда-нибудь окупится – все уже работает и приносит прибыль. И мы, и КБ "ГеоСтар навигация", надеюсь, довольны сотрудничеством.

Другой пример – модульные источники питания. Если говорить о традиционных применениях источников питания, то на массовом рынке доминируют в основном компании Тайваня, Китая и Японии. Но в последнее время возникла новая область применения источников питания – полупроводниковая светотехника. И здесь пока еще есть возможность для российских компаний быть успешными, разрабатывая

и производя источники питания. Для систем светодиодного освещения требуются специфические источники питания. Азиатские поставщики это очень хорошо понимают и рвутся на рынок. Но сам рынок еще не столь зрелый, поэтому и влияние зарубежных производителей не столь сильно. Мы видим примеры успешного производства источников питания российскими компаниями для собственных нужд и удачные попытки производить эти источники питания на продажу.

Мы всегда готовы работать с отечественными производителями. Например, у нас в области источников питания больше 10 поставщиков. Все вместе они закрывают практически любую потребность наших покупателей. Поэтому расширять число поставщиков по источникам питания для нас особого смысла нет. Но если речь идет о российском производителе, у нас появляется дополнительный интерес. Мы заинтересованы помогать российскому производителю – не только источников питания, но и любой другой продукции.

Однако даже при наличии таких производителей при работе с ними возникают специфические для российского рынка проблемы.

Какие именно?

Мы сотрудничаем и продаем продукцию более десятка российских компаний. Но в каждом случае это относительно небольшие продажи, не идущие в сравнение с объемами продаж продукции зарубежных поставщиков. Конечно, есть положительная динамика, но российские производители очень медленно развиваются. Наверное, одна из причин в том, что отечественные компании могут прекрасно выполнить разработку, очень хорошо произвести, но не умеют или не хотят строить современные системы продвижения и продажи своей продукции.

Кроме того, есть некие стандартные действия и процедуры, которые

нужно проделать, чтобы работать на рынке. К сожалению, далеко не все российские производители ими владеют. Например, совсем недавно у нас была встреча с одним из российских производителей. Мы задаем стандартные вопросы, чтобы понять, как построить сотрудничество, и выясняется, что они их себе еще не задавали. Мне не нравится образование МВА, мне кажется, что оно ограничивает творческое начало человека. Но в данном случае, возможно, в компании полезен был бы специалист с образованием МВА, чтобы просто поставить банальные, стандартные процессы. Ведь у нас полагают, что главное для компании – это уметь разработать и произвести хороший продукт. Однако в мире успешен не тот, кто разрабатывает и производит хорошие продукты, а кто при этом еще и умеет их продавать. А для этого нужно прежде всего выполнить ряд стандартных действий. К сожалению, в России мало кто из производителей так поступает.

Одна из главных проблем в России – непонимание и низкая востребованность функций дистрибьютора

Одна из главных проблем в России – непонимание и низкая востребованность функций дистрибьютора. Все знают, что он вроде бы нужен, но зачем – не вполне ясно. Ведь многие надеются, что дистрибьютор будет продвигать товар, начнет продавать единицы, а потом, когда дело дойдет до серьезного бизнеса – производитель будет продавать свою продукцию сам, напрямую. Но в этой схеме не учитывается интерес дистрибьютора. Соответственно, многие из дистрибьюторских компаний с большой опаской относятся к российским производителям. Я не говорю про всех, но в очень многих случаях, с которыми мы сталкивались, все происходит именно так.

Чтобы товар продавался, его надо продвигать на рынок. Само продвижение требует больших расходов – реклама, инженеры, которые знают продукцию и о ней рассказывают, поставка образцов, опытных партий, создание склада и т.д. Если все это грамотно и хорошо сделать, начнутся продажи, которые через какое-то время покроют расходы на про-

Зарубежный производитель никогда не продаст товар напрямую тому заказчику, с которым уже работает дистрибьютор

движение и начнут приносить прибыль. Но не сразу. Если дистрибьютор не видит момента, с которого он начнет получать прибыль, пусть через год или два, он не возьмется работать с продуктом.

Что же происходит в действительности: дистрибьютор продвигает товар всеми средствами, через какое-то время его стараниями возникает спрос. Но на продукте всегда указан изготовитель. Найти контактную информацию – дело нескольких минут. Любой потребитель думает: "А зачем мне дистрибьютор? Я куплю у производителя". И обращается к производителю напрямую. Российский производитель в этой ситуации в большинстве случаев охотно продаст: "Ко мне обратились, я и продал, а что я должен был делать"? Но в результате дистрибьютор понес убытки – он вложил средства в раскрутку продаж, а продал другой. И поэтому не хочет продолжать подобное сотрудничество. А производитель этого не понимает. Не осознает, что в каком-то смысле он у дистрибьютора деньги украл. Сам не понес расходов на продвижение товара, но получил продажи.

Все зарубежные производители эту проблему давно решили. Они четко отслеживают, кто создал спрос, кто занимался продвижением товара. В результате прибыль получит тот, кто первым пришел к потенциальному заказчику, кто

принес образец, кто рассказал, кто потратил месяцы, а иногда и годы, на то, чтобы потом началось промышленное производство товара. И никогда производитель не продаст товар напрямую тому заказчику, с которым уже работает дистрибьютор, хотя мог бы получить большую маржу. Иначе дистрибьютор откажется работать с таким партнером, что в долгосрочной перспективе обернется большими убытками.

Какие новые направления, услуги появились в последнее время в деятельности компании "Компэл"? Какие новые возможности открываются для заказчиков?

Если говорить именно про дистрибуцию электронных компонентов, мы можем двигаться только в направлениях, соответствующих меняющимся интересам наших покупателей. В чем прежде всего состоят эти интересы?

Во-первых, любой заказчик предпочитает сокращать до разумного минимума число поставщиков вплоть до того, чтобы приобретать всю комплектацию у одного поставщика. Конечно, это возможно далеко не всегда, но очевидно, что расширение линейки поставок соответствует интересам наших покупателей. Поэтому мы стремимся добавлять в число наших поставщиков новые компании с какими-нибудь замечательными продуктами.

Еще пять-семь лет назад мы в основном занимались поставками полупроводниковых приборов и источников питания. Сегодня в нашей номенклатуре много пассивных и электромеханических компонентов, мы постоянно расширяем эти направления. Так, в ближайшее время мы планируем подписать соглашение с TE Connectivity (прежнее название – Tyco Electronics).

Кроме того, мы должны реагировать на новые тенденции в области электроники. Так, сегодня активно

развивается полупроводниковая светотехника. Мы начали проект по обеспечению этого направления в самом начале кризиса, в конце 2008 года. Конечно, у нас были колебания – стоит ли начинать сейчас, все-таки кризис, продажи падают. С другой стороны, мы считали, что независимо от кризиса технология светодиодного освещения будет развиваться. И оказались правы. Может быть, кризис даже помог, поскольку энергосбережение стало одним из факторов повышения экономической эффективности, а светодиодное освещение как раз направлено на увеличение энергосбережения и уменьшение, как это сейчас называют, стоимости владения прибором. Сегодня полупроводниковое освещение в России активно развивается. У нас примерно 15 поставщиков связано с тематикой полупроводникового света. Из них пять – только в области модульных источников питания, дополняющие друг друга. При том, что наш давний партнер, компания Mean Well, выпустила хорошую линейку источников питания для светодиодного освещения. Но она не перекрывает всех потребностей. Мы поставляем вторичную оптику, системы термоменеджмента, специальные датчики для автоматизации управления светом и т.д. В области светодиодов мы стали дистрибьютором компании Cree. У нас есть практически весь ассортимент товаров, которые нужны для светотехнических решений. А если чего-то и не хватает, то наверняка скоро появится.

Еще одно направление, которое мы недавно начали активно развивать – системы автоматизации.

Но ведь это направление достаточно популярно в России уже давно. Почему вы только сейчас обратили на него столь серьезное внимание?

Действительно, тема автоматизации не нова. Просто мы обнаружили, что у нас довольно много продаж на рынке систем автоматизации,

хотя специально туда не стремились. В основном это источники питания, но и немало другой продукции. Раз уж мы работаем на этом рынке, почему бы не расширить линейку поставок? Поэтому мы стали целенаправленно развивать данное направление. Так, мы договорились о сотрудничестве с компанией EATON – одним из мировых лидеров в производстве компонентов систем автоматизации.

Таким образом, расширение ассортимента – это главное, что должен делать дистрибьютор.

Кроме того, у нас активно растет группа инженеров по применению, инженеров технической поддержки. Это специалисты по отдельным группам компонентов – микроконтроллеры, дисплеи, светодиоды и т.п., которые хорошо знают продукцию и могут квалифицированно отвечать

Мы должны реагировать на новые тенденции в области электроники

на все вопросы покупателей. А если сами не знают ответа, то могут обратиться к специалистам производителя и на высоком инженерном уровне обсудить проблему, выработать возможные решения для наших клиентов.

Конечно, у нас подобный сервис был всегда, но уровень был категорически недостаточным. Поэтому за последние два года мы чрезвычайно усилили инженерные компетенции. И наши покупатели оценили наши усилия. Для них это важно, поскольку подобные услуги в конечном итоге сокращают сроки разработки нового изделия. А это – критический фактор для любого производителя электроники. Ты можешь просто опоздать, твой конкурент выйдет на рынок с аналогичной продукцией раньше. Поэтому применяются все доступные методы сокращения сроков разработки. И один из них – это наша техническая поддержка.

Как именно происходит такое содействие?

Безусловно, это сервис не для всех, он предназначен для компаний, сотрудничество с которыми – удовольствие для обеих сторон. В задачу инженеров техподдержки входит общение с разработчиками таких кли-

Дистрибьютор не должен заниматься производством, иначе он начинает конкурировать со своими клиентами

ентов. Поскольку мы ни в малейшей степени не являемся конкурентами, от нас практически никогда не скрывают задачи, над которыми работают. Наши инженеры стремятся выяснить, какие основные проблемы в разработке, какие параметры требуется достичь? Минимизировать цену, или добиться максимальной надежности, или обеспечить какие-то специальные технические характеристики и т.п. Зная эти требования, мы подыскиваем лучшие решения у наших поставщиков. Поскольку мы работаем с лидерами мирового рынка, такими как Texas Instruments, ST Microelectronics, Maxim, International Rectifier и т.д., практически для любой задачи у нас есть что предложить. Причем мы не навязываем заказчикам какое-то одно решение, у нас их много: вот решение от Texas Instruments, вот от ST Microelectronics – выбирайте, что вам больше подходит.

Разумеется, мы по-прежнему очень активно проводим технические семинары и конференции. Например, за последние два года мы организовали несколько конференций по полупроводниковой светотехнике в Москве, Санкт-Петербурге и в Киеве, а технические семинары по этой тематике мы провели в большинстве крупных городов России. Это очень интересная, живая деятельность. Практика показывает, что специалисты предпочитают выставкам именно тематические

конференции, где с утра до вечера проходят доклады, работа по секциям, кофе-брейки, фуршеты. Есть возможности для общения, приходят новые идеи, завязываются новые отношения. Мы уделяем такой работе очень большое внимание, суммарно проводим в год по всей стране 50-70 технических семинаров и конференций, больших и маленьких.

Один из наших сервисов – это on-line выбор компонента по параметрам у нас на сайте. Мы постоянно заносим информацию о новых компонентах в базу данных, и любой разработчик может, введя нужные ему параметры, получить набор предложений. Это сильно облегчает выбор компонентов для разных задач. К слову, такого рода параметрический поиск – это довольно редкий сервис в мире.

Естественно, все это – инвестиционная часть нашего бизнеса. Компания на технической поддержке ничего не зарабатывает – наоборот, тратит очень много ресурсов. В расчете на то, что если в результате изделие нашего заказчика будет удачным и пойдет в производство, мы на поставке компонентов вернем наши затраты и начнем зарабатывать прибыль.

Некоторые дистрибьюторы электронных компонентов – как в России, так и в мире – так или иначе приходят к собственному производству изделий электроники. Вы не планируете заняться производственной деятельностью?

Дистрибьютор не должен этим заниматься, иначе он начинает конкурировать со своими клиентами. А правило номер один в любом бизнесе – нельзя конкурировать со своими клиентами. Поэтому "Компэл" никогда не будет заниматься производством какой бы то ни было продукции.

Но мы активно способствуем развитию современного производства в России. Ведь наша миссия – приносить в страну самые современные технологии. Мы отслеживаем выпуск

каждого нового компонента любого нашего поставщика. И все время оцениваем, интересен ли он для российских разработчиков.

Например, в России нет массовых производств компьютеров или мобильных телефонов. Поэтому ни рынку, ни нам не интересны специализированные компоненты для них. Напротив, если речь идет о компонентах для промышленных применений, для систем безопасности, медицины, счетчиках расхода ресурсов и т.д. – мы тут же начинаем ими интересоваться, оцениваем их достоинства по сравнению с существующими на рынке. И если видим перспективность нового компонента, тут же начинаем его продвигать: писать статьи, включать его в программы семинаров и т.д.

Три года назад вы были одним из инициаторов создания Ассоциации производителей электронной аппаратуры и приборов. Какова сегодня судьба этого проекта?

Я из этого проекта вышел. На этапе становления я делал все от меня зависящее, чтобы Ассоциация производителей электронной аппаратуры и приборов (АПЭАП) возникла. Больше всего я хотел, чтобы она работала в интересах всей отрасли, всех производителей электроники. И очень боялся, что ассоциация будет приватизирована какими-то компаниями, которые начнут там доминировать, используя ее как инструмент в достижении своих корпоративных целей. К сожалению, именно так и произошло. Ассоциация – это коллективный голос большого числа участников отрасли, который могут услышать там, где не слышны голоса отдельных компаний. Ассоциация от имени участников рынка может разговаривать с государством, решать общие проблемы. В России подобные профессиональные ассоциации есть, например – Ассоциация торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК) или Ассоциация предприятий

компьютерных и информационных технологий (АПКИТ).

Я не хочу сказать, что никакого полезного результата от АПЭАП нет. Он есть, но настолько незначительный, что ради него я бы и не стал тратить столько сил. Хотя можно привести примеры даже не завершенных процессов, показывающие полезную деятельность ассоциации. Например, АПЭАП участвовала в формулировке определения "российского производителя". Безусловно, полезным был проект по созданию Стратегии развития отрасли до 2025 года. Была сформирована энергичная группа, мы очень часто встречались, обсуждали разные вопросы, в результате, хорошо или плохо, но создали эту концепцию. Наверное, нужно бы продолжать эту работу, но вскоре в АПЭАП начались неблагоприятные процессы, из-за которых я решил выйти из ассоциации. Можно сказать, что я пока взял паузу, перешел в позицию наблюдателя.

Но ведь задачи остались?

Конечно. Назову лишь несколько проблем, в решении которых заинтересованы все производители электроники. Так, абсолютно всем сегодня мешают таможенные пошлины на электронные компоненты. Во всех раз-

Больше всего я хотел, чтобы ассоциация работала в интересах всей отрасли, всех производителей электроники

витых странах их нет. Соответственно, нет дополнительной нагрузки на себестоимость продукции. В России же, себестоимость продукции существенно возрастает просто потому, что на компоненты налагается таможенная пошлина. Хуже того, существенные средства необходимо потратить просто для прохождения таможенных процедур, на содержание штата соответствующих специалистов, на поддержку документооборота. Все

это никак не способствует росту конкурентоспособности отечественной продукции.

Крайне усложненные таможенные процедуры мешают и при экспорте продукции. Более того, если экспортер пытается вернуть НДС на свой товар, как это положено по закону, он гарантирует себе тяжелые налоговые проверки – в нем сразу подозревают вора.

Если экспортер пытается вернуть НДС на свой товар, как это положено по закону, он гарантирует себе тяжелые налоговые проверки – в нем сразу подозревают вора

А налоговые проверки – это всегда проблемы, поскольку налоговые инспектора не могут уйти, ничего не обнаружив. Тогда уже их начнут проверять вышестоящие инстанции: "А чего это они ничего не нашли? Им заплатили"? Поэтому никто не хочет провоцировать налоговые проверки. Тем более на начальном этапе экспорта заработать нельзя – можно только тратить на маркетинг, на продвижение. В результате экспортная деятельность электронных изделий в России крайне затруднена. Это проблема, которую нужно решать совместно.

Не менее важны для компаний-разработчиков налоговые послабления. Да, сейчас что-то сделано, по закону должны предоставляться налоговые льготы по выплатам с зарплаты разработчика. Но я не знаю компании, которые пользуются такой возможностью. Наверное, они есть, но широкого распространения льгота не получила. По тем же причинам: "Ты льготу хочешь? Наверное, ты уклоняешься от налогов. Сейчас мы тебя проверим".

Любая попытка получения законных льгот на практике не дает никакой выгоды в связи с деятельностью контрольных органов. Скажем, на определенные компоненты установлена

нулевая ставка таможенной пошлины. И компании могли бы пользоваться такой возможностью, – но чаще всего этого не делают. Чтобы доказать таможене свое право, придется потратить гораздо больше времени и сил. Будут проверять, сомневаться, тормозить груз на время принятия решения или брать залог за товар, выпущенный в свободное обращение, пока не закончится проверка. Проще и быстрее заплатить пошлину, даже если по закону ничего не нужно платить, но избежать всей этой головной боли.

Еще одна важная для всего рынка электроники проблема – профессиональное инженерное образование. Система подготовки специалистов деградировала. Сегодня в России почти невозможно получить качественное образование в области электроники. Конечно, какие-то вузы еще поддерживают приличный уровень образования в электронике – МВТУ, МЭИ, МИЭТ, ряд других. Но зачастую приходит человек с дипломом – и не может отличить микросхему от транзистора. Поэтому в интересах всех – восстановить систему подготовки инженеров.

Вы по-прежнему прилагаете усилия, чтобы консолидировано разрешить эти проблемы?

Конечно, этой работой заниматься нужно. Различными способами. В этом году нас дважды приглашали на заседание Комитета Госдумы по промышленности. На этих заседаниях мог выступить любой, кто вовремя записался, безо всякой цензуры. Презентационные материалы тех, кто выступить не успел, разместили в свободном доступе на сайте Комитета по промышленности. Меня в хорошем смысле удивил формат этих заседаний. Не знаю, как в других случаях, но на обоих заседаниях, где я присутствовал, шла реальная работа, причем свобода слова была абсолютная. Все слушали всех.

На меня все это произвело очень сильное впечатление, и в дальнейшем была организована встреча с председателем этого комитета С.В.Собко. Произошел очень заинтересованный разговор. Мы хотели предложить наши идеи, главная из которых – России остро необходим закон о развитии электроники. Именно Закон. С законодательной инициативой может выступить думский комитет. С.В.Собко разделяет эту идею. Суть его замечаний – чтобы подготовить закон, нужно заметное время. Сейчас, в предвыборный период, в Думе образовалась большая очередь законов, требующих рассмотрения. На новые законодательные инициативы пока просто нет времени. Тем не менее, работу над законом нужно начинать. По сути, он благословил нас на это дело. Событие это было для меня настолько удивительным, что придало веру в возможность что-то реально изменить в сфере российской электроники.

Я не претендую на то, что маленькая группа может разработать этот закон. Но какую-то инициативу мы хотим проявить. Может быть, к нам кто-то присоединится, а еще лучше – если будет работать параллельно. Пусть появится несколько проектов закона об электронике, разработанных разными структурами. Главное, чтоб началось активное движение, в результате которого появится закон. Тут любые разумные действия хороши. А самый лучший вариант – если возникнет конкуренция проектов. Не дай бог сейчас кто-нибудь один начнет контролировать процесс подготовки закона. Это самое плохое, что может случиться. Не страшно, если наш проект провалится, выиграет какой-то другой – тут не может быть никаких амбиций. Главное, чтобы какой-нибудь проект выиграл, был принят Думой и начал работать.

Я вижу, насколько хорошо начал работать Закон об энергосбережении. Он был принят три года назад и запустил важные механизмы. Я, как

дистрибьютор, наблюдал активный рост компаний, производящих все виды счетчиков расходов ресурсов – электричества, газа, воды, тепла. Ведь чтобы начать экономить, надо сначала измерить. Вначале на рынке оказались массово востребованными инструменты для измерения расходов. Затем бурно стала расти потребность в энергосберегающих технологиях, включая полупроводниковое освещение. Значит, закон, если он разумный и востребованный жизнью, может работать. Поэтому я уверен: если будет хороший закон о развитии электроники, он тоже сработает.

России остро необходим Закон о развитии электроники

Сейчас предпринимается попытка сформировать ассоциацию дистрибьюторов. В чем цели подобного объединения?

Действительно, сейчас происходит третья попытка создания ассоциации дистрибьюторов. Первая была в конце 1990-х годов, ее инициатором выступал Малькольм Пенн, президент английской аналитической компании Future Horizons. Его тогдашний сотрудник в России Сергей Орлов активно собирал дистрибьюторов на встречи, вел организационную работу. Целью было создать нечто похожее на зарубежные дистрибьюторские ассоциации. Тогда это не получилось, скорее всего, из-за активно распространявшихся слухов, что на самом деле М.Пенн – это агент английской разведки, который хочет разнюхать все секреты российской военной промышленности. Через несколько лет уже самими дистрибьюторами была предпринята вторая попытка по созданию ассоциации дистрибьюторов, которая тоже закончилась ничем.

Сейчас я наблюдаю третью попытку создания ассоциации дистрибьюторов. Это прежде всего говорит о том, что существует потребность

в такой структуре. Другой вопрос, что потребность не слишком велика, иначе ассоциация была бы создана давно. Общие интересы есть, но достаточны ли они для того, чтобы пройти тяжелый период становления, период

Я люблю конкуренцию хотя бы за то, что конкуренты вместе развивают рынок.

В итоге победителями будут все

сомнений, ошибок? Я не знаю, не уверен. Но полезная составляющая всех этих попыток всегда очень велика. Например, в 1990-х годах М.Пенн с С.Орловым организовали большое количество разных событий – встреч, конференций. Очень многие тогда познакомились, стали дружить, организовалось сообщество, партнерство. Не в формате ассоциации, а на уровне прямых отношений людей, компаний. И это было очень полезно. Примерно такой же эффект дала и вторая попытка создать ассоциацию дистрибьюторов. Поэтому я не сомневаюсь, что полезные результаты будут вне зависимости от того, будет ли успешной третья попытка.

В этом году "Компэл" поддержала выставку "Новая электроника", предпочтя ее проходившей одновременно традиционной "ЭкспоЭлектронике". В следующем году компания также будет участвовать в "Новой электронике"?

Произошло любопытное явление – прямая, лобовая конкуренция среди выставок. "ЭкспоЭлектроника", будучи сильной, мощной, грамотной выставкой, очень высоко подняла цены на свои услуги. Многих возмущало, что квадратный метр на мюнхенской выставке Electronica – на самой главной выставке электроники в мире – стоит дешевле, чем на "ЭкспоЭлектронике". Причем все попытки диалога с организаторами сводились к их утверждению:

"У нас такие цены. Не нравится – не участвуйте". Менять свою ценовую политику они не хотели. Это возбудило эмоции и, кстати, стало толчком для начала процесса третьей попытки создания ассоциации дистрибьюторов. Многие решили поддержать новую конкурирующую выставку. Конечно, "ЭкспоЭлектроника", по идее, должна сейчас быть более адекватной и понизить свои цены. Но если не поддержать "Новую электронику", а быстренько вернуться к "ЭкспоЭлектронике", то цены, скорее всего, снова вырастут. Поэтому я намерен содействовать "Новой электронике", тем более, что они ищут новые форматы, новые сервисы. И это здорово. Ищут – значит, найдут.

Это не значит, что я противник "ЭкспоЭлектроники", пусть они тоже развивают новые сервисы, пусть конкурируют. Возможно, мы будем участвовать в обеих выставках.

Разве это не дороже?

Что значит "дороже"? Бизнес – это инвестиции, которые должны возвращаться с прибылью. Дорого – это не значит плохо. Плохо, когда дорого и бесполезно.

Кроме того, мне очень нравится конкуренция. Обожаю конкуренцию во всех ее проявлениях. Она всегда приносит пользу всем ее участникам. Мы как компания состоялись только благодаря конкуренции. Если ко мне приходит поставщик и говорит: "Я хотел бы с вами работать, готов предоставить эксклюзив на мою продукцию" – все, разговор закончен. Никакого эксклюзива нам не надо. Минимум два, лучше три дистрибьютора этого поставщика на российском рынке, тогда я работаю. Я люблю конкуренцию хотя бы за то, что конкуренты вместе развивают рынок. В итоге победителями будут все.

Спасибо за интересный рассказ.

*С Б.Рудяком беседовали
И.Шахнович и О.Овсиенко*