

АВИТОН: БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ДИСТРИБЬЮТОР

Рассказывают генеральный директор компании Авитон А.Сапончик и коммерческий директор М.Гурбашков



Чем должен заниматься дистрибьютор электронных компонентов? Ответ, который напрашивается в первую очередь, – "закупками и поставками компонентов" – формально верен. Но современный рынок диктует довольно жесткие условия. Развить свой бизнес, не только стать сильным участником на рынке, но и формировать его сможет лишь та компания, которая вовремя найдет и предложит потенциальному заказчику особенные, ценные для него услуги и предложения. Петербургская компания "Авитон" – яркий пример того, как вовремя найденная "изюминка" помогла простому дистрибьютору стать уважаемой и серьезной компанией, которая не просто осуществляет комплексные поставки электронных и электромеханических компонентов, но и участвует вместе с заказчиком в сложнейших, ответственных проектах. О пути становления и развития своей компании рассказывают генеральный директор компании "Авитон" Андрей Сапончик и коммерческий директор Максим Гурбашков.

Как начиналась ваша деятельность на рынке дистрибуции компонентов?

А.Сапончик. Наша компания была образована в 1998 году, и первые два года в ней работали всего два человека, которые и были ее основателями. Многие фирмы того времени начинали свою работу с комплексного обеспечения компонентами различных российских производителей, тогда это в основном были крупные заводы. Компоненты поставлялись как отечественные, так и зарубежные, и в целом бизнес развивался достаточно хорошо – у "Авитона" были крупные заказчики из телекоммуникационной отрасли, производители светофорного и дисплейного оборудования.

Я начал свою работу в компании в 2000 году в качестве менеджера по продажам. Мы накапливали клиентскую базу, искали новых поставщиков и старались осознавать свою будущую роль на рынке дистрибуции компонентов. К тому времени уже сформировался круг крупных игроков, имевших партнеров из числа широко известных производителей, таких как Analog Devices, Maxim и т.д. У нас же не было какой-то особой специфики, нашими партнерами становились крупные локальные дистрибьюторы. Поставляя любые компоненты – от пассивных до электромеханических, – мы смотрели на рынок широко открытыми глазами, наблюдая и участвуя. Это и был период становления компании.

Как вы начали сотрудничать с крупными производителями компонентов?

А.С. Обращать внимание на свободные ниши на рынке дистрибуции мы начали благодаря нашим заказчикам, которым требовались компоненты, либо вообще отсутствующие на рынке, либо представленные недостаточно полно. Кроме этого, на рынке уже работали крупные дистрибьюторы, поэтому новая компания могла выжить только за счет тесного взаимодействия с покупателем и понимания его потребностей.

Может быть, этот подход и стал одним из факторов, определивших будущий успех фирмы. С нашим первым поставщиком – производителем импульсных источников питания, тайваньской компанией Mean Well – мы начали работать в 2001 году, и это сотрудничество продолжается по сей день. Это была первая прямая поставка и первый опыт работы с крупным производителем компонентов. Для нас это стало бесценным знанием – мы узнали, что называется, работу дистрибьютора изнутри.

Мы должны всегда спрашивать и у самих себя, и у заказчика: что мы можем сделать еще?

Что помогло компании не просто выжить, но и развиваться в условиях достаточно серьезной конкуренции со стороны крупных поставщиков компонентов?

Поначалу мы ничем не отличались от прочих компаний-дистрибьюторов. Конечно, любая компания ищет что-то особенное, любая "изюминка", которой нет у конкурентов, становится сильной стороной. Мы смогли заинтересовать клиентов не только ценами и наличием компонентов на складе, но и постоянным личным общением, желанием понять и удовлетворить его потребности. Мы должны всегда спрашивать и у самих себя, и у заказчика: что мы можем сделать еще? Ведь зачастую есть то, что можно сделать лучше, либо то, что мы еще вообще не делали и можем сделать, стараясь решить поставленную задачу. Поэтому поиск новых партнеров и брендов – не самоцель. Главное – это не пройти мимо потребностей заказчика, предложить ему комплексное решение. При этом мы понимали, что в результате мы сможем найти ту самую "изюминку", которая поможет нам развиваться дальше.

Что же стало первой такой "изюминкой"?

А.С. Нашим заказчикам потребовались точные маломощные приводы. Такая продукция не была представлена на нашем рынке; мощные приводы производства известных в России и в мире фирм, таких как Siemens и т.д., относились к другой области

Продукты и решения – это главная ценность производителя, дистрибьютор же должен предоставлять сервис.

применения. Узнав о желании заказчика, "Авитон" стал искать решение и нашел его. В 2004 г. мы стали эксклюзивным российским представителем швейцарской фирмы тахон motor AG – производителя прецизионных микро- и маломощных электроприводов. Можно сказать, что благодаря нашим заказчикам мы нашли привлекательную нишу на российском рынке. Более того, мы создали новый рынок маломощных прецизионных приводов и сейчас активно участвуем в его развитии.

Как вы пришли к необходимости участия в проектах заказчика?

М.Гурбашков. Продукция многих наших партнеров, в том числе и тахон motor, – это относительно небольшая доля стандартных каталожных позиций и множество уникальных изделий, созданных под конкретные требования заказчика. Поэтому при работе с такими поставщиками невозможно ограничиваться исключительно логистикой. Более того, на современном рынке такие услуги уже мало кого интересуют. Продукты и решения – это главная ценность производителя, дистрибьютор же должен предоставлять сервис. Одной из составляющих нашего сервиса стал поиск уникальных решений, максимально адаптированных под требования заказчика. Причем адаптация

может быть разной степени – начиная от простых доработок под климатические условия и заканчивая разработкой изделий с нуля по техническому заданию заказчика. Например, мы принимали участие в крупном проекте, связанном с робототехникой, для которого компания тахон motor изготовила с нуля полностью заказные компоненты. С точки зрения масштабов работы и полученного нами опыта это был уникальный проект.

Интересно, что до недавнего времени отечественного и зарубежного разработчика отличала одна характерная черта: российский инженер пытался применять те решения, которые уже есть, полагая, что нестандартное обойдется значительно дороже, западный разработчик всегда формулировал собственные требования и ждал предложений от производителей. В России эта ситуация постепенно меняется, и не без нашего участия. Мы стараемся донести до разработчиков идею, что не нужно ограничиваться только тем, что есть в каталогах. И это ни в коем случае не догма, а лишь повод для начала совместного поиска решения.

Какую продукцию предлагает "Авитон" сегодня?

М.Г. У нашей компании четыре основных направления поставок. Мы продолжаем поставлять электронные компоненты широкой сферы применения. В отдельное направление выделены поставки источников питания и адаптеров – кроме компании Mean Well, мы представляем производителя адаптеров питания фирму Sunny (Тайвань) и источники питания под нашим собственным брендом Blitz-power. Также мы предлагаем лабораторные источники питания Delta Elektronika (Нидерланды), чья продукция, к слову, включена в Государственный реестр измерительных средств РФ.

Третье направление нашей работы – это точные сервоприводы, микродвигатели, редукторы, энкодеры и т.д. Здесь

мы представляем компании тахомотors, Harmonic Drive (Германия), Ever Elettronica (Италия) и еще несколько производителей.

Еще одно направление – инерциальные датчики и системы швейцарской фирмы Colibrys и норвежской компании Sensorog. Мы ведем переговоры с несколькими компаниями, работающими в этой области. Инерциальные датчики уже давно известны и востребованы; но нам наиболее интересны устройства, созданные по технологии МЭМС, которые занимают свою нишу на сформировавшемся рынке наряду с волоконно-оптическими или лазерными датчиками. Причем наш выбор – это не массовая продукция, которую производят многие фирмы, например, такие гиганты, как Analog Devices, а устройства, чья точность, надежность и прочие характеристики превосходят массовые аналоги. МЭМС-датчики компаний Colibrys и Sensorog успешно применяется в различных ответственных областях – навигационных системах, геофизическом оборудовании, т.е. в высоконадежных и стабильных устройствах.

"Авитон" сегодня – это еще не интегратор, но уже больше, чем дистрибьютор.

С какой целью вы начали выпуск изделий под собственным брендом Blitz?

А.С. Выпуск изделий под собственным брендом – продолжение нашей политики по поиску сбалансированных решений для определенного круга задач и применений заказчика. Мы считаем себя профессионалами в определенных областях, поэтому должны закрывать эти потребности рынка полностью. Изделия под брендом Blitz дополняют линейку поставляемой нами продукции.

М.Г. Под брендом Blitz в настоящее время мы предлагаем DC/DC-преобразователи с расширенным

температурным диапазоном Blitz-power и линейные приводы на базе шаговых двигателей Blitz-motion, которые изготавливаются на заводах в Юго-Восточной Азии по нашим техническим заданиям и под нашим контролем.

Есть круг задач (например, точное позиционирование), решением для которых могут стать приводы Blitz-motion. Производством подобных приводов в мире занимается довольно много фирм, но в России аналогов у наших изделий мало.

Что же такое "Авитон" сегодня?

А.С. Для нас важен принцип комплексного решения. Мы предлагаем не разрозненный набор различных компонентов, а совместимые элементы, подготовленные к установке в систему заказчика. Поэтому "Авитон" сегодня – это еще не интегратор, но уже больше, чем дистрибьютор.

Правильность и востребованность нашего подхода доказывает успешная практика работы со сложными проектами. Компоненты, которые мы предлагаем, на первый взгляд, имеют немного общего друг с другом. Но если представить себе, например, андроида, то окажется, что в его конструкцию входят и электроника, и приводы, и источники питания, и датчики. Здесь мы готовы предложить оптимальные решения, которые находятся в сфере наших знаний и компетенций.

Чувствуете ли вы конкуренцию со стороны других фирм?

М.Г. Конкуренты есть и будут всегда – это признак здорового рынка. Мы – лидеры в определенных областях, причем это мнение не наше, а участников рынка. Если мы замечаем, что наши методы копируют, – это, скорее всего, значит, что мы делаем все правильно. Мы стараемся задавать тон, быть впереди в определенных, узких нишах рынка. Быть лидером во всем – невозможно.

К тому же, кроме конкуренции на современном рынке существует и сотрудничество. Каждая серьезная компания имеет собственные сильные стороны и преимущества, поэтому некоторые участники рынка, которые формально являются конкурентами, – наши партнеры.

В 2008 году вы совместно с компанией тахоп мотор открыли в БГТУ "Военмех" учебный центр. Расскажите, пожалуйста, о нем подробнее.

А.С. Наш учебный центр в Санкт-Петербурге успешно работает уже несколько лет. Это был первый опыт такого рода не только для нас, но и для тахоп мотор: раньше их сотрудничество с вузами заключалось лишь в поставке образцов продукции для проведения каких-либо работ преподавателями или студентами. С предложением создания учебного центра выступил "Военмех", мы развили эту идею и донесли ее до тахоп мотор. Со своей стороны университет предоставил помещение, совместно с нашим техническим отделом были разработаны методические материалы, учебные стенды и т.д. Отдельно мы хотим поблагодарить за поддержку этой работы Юрия Владимировича Загашвили, заведующего кафедрой мехатроники и управления.

Какие цели вы преследовали, создавая учебный центр?

А.С. В первую очередь, это, конечно, помощь вузам и студентам в знакомстве с современным оборудованием. Материальная база в вузах зачастую, к сожалению, устаревшая, причем по большей части из-за того, что технический прогресс идет очень быстро. Мы предоставляем вузам оборудование на специальных условиях, и молодые специалисты получают возможность познакомиться с современным оборудованием и научиться с ним работать. Мы понимаем, что это очень долгосрочная инвестиция, но она обязательно будет приносить плоды.

Причем результаты уже есть – недавно к нам обратился специалист, проходивший практику в нашем учебном центре, и захотел приобрести продукцию, с которой он там познакомился.

Кроме этого, учебные центры – это

"Авитон" – это команда профессионалов, чей опыт способствует развитию компании и решению все новых и новых задач.

площадки для обмена опытом и организации мероприятий для специалистов. На практических семинарах инженер изучает продукцию, в итоге сокращая время на ее внедрение на стороне заказчика. Ведь обучение, понимание – это важнейший этап перед началом работы, и для помощи и специалистам заказчика, и себе мы проводим обучающие семинары.

Планируется ли расширять образовательную деятельность?

А.С. В следующем году исполняется 10 лет присутствия компании тахоп мотор в России. И к этой дате мы открываем еще один учебный центр в Москве, на базе МГТУ им.Баумана, одного из старейших технических вузов России, который ведет подготовку специалистов практически по всему спектру современного машино- и приборостроения. Открытие учебного центра запланировано на начало марта 2014 года. Все оборудование уже поставлено, идет процесс оснащения лабораторий, готовятся учебные материалы и т.д. Пользуясь случаем, хотим пригласить всех заинтересованных лиц на это мероприятие.

Как вы видите развитие компании в дальнейшем?

М.Г. Мы вряд ли кардинально поменяем методы нашей работы. То, что мы успешно развиваемся, показывает, что

наши методы правильны и перспективны. "Авитон" – это команда профессионалов, чей опыт способствует развитию компании и решению все новых и новых задач. Мы стараемся принимать участие в проектах, интересных не только с финансовой, но и с технической точки зрения. Поэтому один из векторов нашего развития – это повышение технической сложности проектов, под которые поставляется продукция.

Если оглянуться и посмотреть на путь развития компании, можно увидеть, что развитие шло от простого к сложному. За 15 лет сформировалась широкая линейка поставок, отвечающая самым высоким требованиям. На протяжении всех этих лет нами

"Точность решает всё"
для нас означает не только
свойство поставляемой продукции,
это и мерило качества
всей нашей деятельности.

велась планомерная работа по исследованию потребностей рынка, испытаниям предлагаемых решений совместно с нашими партнерами и анализу результатов применения продукции в различных системах в России и за ее пределами. И теперь мы с уверенностью можем сказать, что мы предоставляем максимально конкурентные предложения ведущих мировых производителей по качеству и цене. Изучая рынок в целом и деятельность наших заказчиков в частности, мы понимаем, какие дополнительные элементы и компоненты систем могут быть им полезны. Исходя из этого, мы ищем новых поставщиков, тех, кто предлагает интересные решения на западном рынке, и пытаемся найти незанятые ниши на российском. И мы точно знаем, что на рынке продуктов специального назначения такие ниши есть.

Слоган вашей компании – "Точность решает всё". Какой смысл вы вкладываете в эту фразу?

А.С. Точность – это один из важнейших аспектов работы нашей компании. Во-первых, имеется в виду точность механическая: мы работаем с производителями прецизионных приводов и прочих электромеханических устройств. С ростом этого рынка все изделия становятся компактнее, повышается степень интеграции, и точность начинает приобретать все большее значение. Некоторые наши поставщики – швейцарские фирмы, для этой страны точность стала практически национальной чертой.

Во-вторых, мы точны при работе с заказчиками, поставщиками, и в отношениях внутри компании. За 15 лет компания прошла путь от группы молодых выпускников вузов, занимающихся поставками электронных компонентов по каталогам, до слаженной команды специалистов, работающей на рынке с сильной конкурентной борьбой и предлагающей современные технологии и решения ведущих мировых производителей. От действий каждого члена команды зависит, насколько точно заказ будет соответствовать ожиданиям заказчика. "Точность решает всё" для нас означает не только свойство поставляемой продукции, это и мерило качества всей нашей деятельности.

И, наконец, мы стремимся к тому, чтобы точность стала основной линией наших бизнес-процессов. Несмотря на то, что в жизни все не так просто и ничего идеального не бывает, нужно точно придерживаться своего курса и стремиться к достижению поставленных целей. Только в этом случае мы сможем быть лидерами.

Большое спасибо за интервью.

С.А.Сапончиком и М.Гурбашковым
беседовали М.Шейкин и О.Саликова

