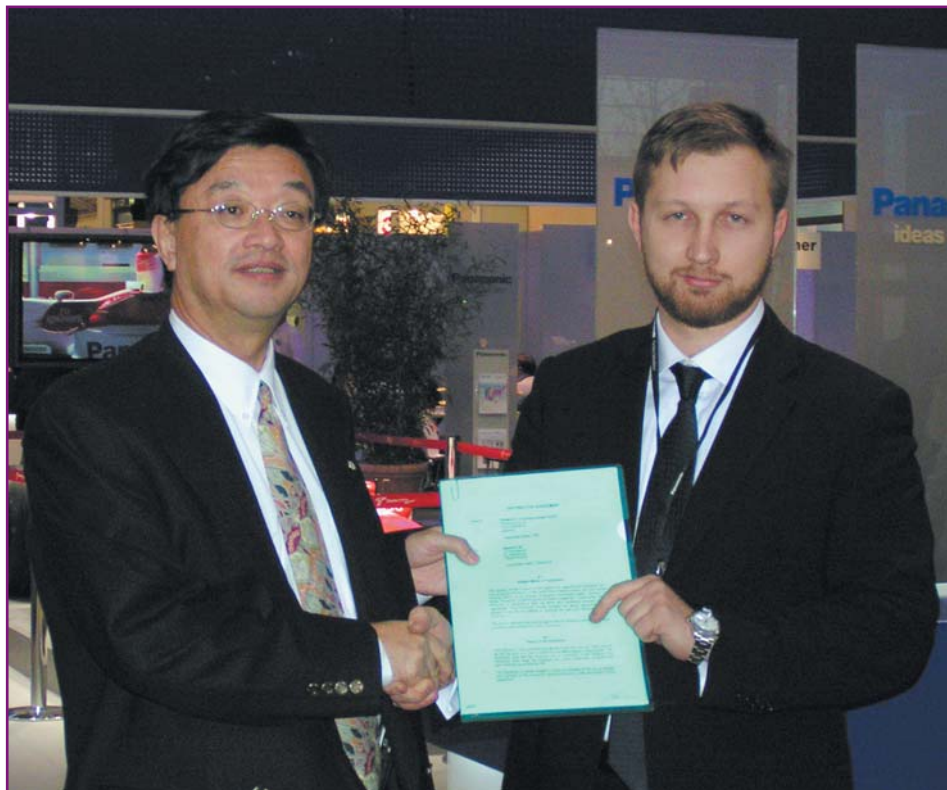


Panasonic выбрал партнера в России

В ноябре этого года в Мюнхене на выставке Productronica '2007 компания Panasonic представила широкой публике свою новейшую разработку — установку поверхностного монтажа компонентов SM101. Данная установка сочетает в себе все самые передовые технологии компании, воплощенные в экономичном решении для среднесерийного производства. Но не только презентация стала главным событием на стенде Panasonic в Мюнхене. Очень важен для российского рынка тот факт, что теперь оборудование компании будет полноценно представлено и на территории Российской Федерации. В ходе выставки был подписан контракт между компаниями Panasonic и «Абсолют», широко известным поставщиком оборудования, материалов и инструментов для всего технологического процесса производства электронных устройств. Событие, безусловно, знаковое для всего рынка электроники России. Но это только начало дальнейшего плодотворного сотрудничества, которое в первую очередь имеет важное значение для отечественного производителя и возможности для роста рынка в целом. Своим видением партнерства и мыслями о перспективах его развития делятся г-н Ито, представитель Panasonic Factory Solutions Europe, г-н Карасев, генеральный директор компании «Абсолют», а также представители компании Panasonic г-н Лукин и г-н Непомнящий.



Подписание договора: г-н Каваса, президент европейского представительства Panasonic Factory Solutions Co., Ltd, и Андрей Карасев, генеральный директор компании «Абсолют»

Представитель Panasonic Factory Solutions Europe г-н Ито, отвечающий за продажи в Восточной Европе, заявил:

— При выборе партнера на активно развивающемся российском рынке мы обращали внимание на потенциал компании, технический уровень персонала и умение работать с клиентами. Компания «Абсолют», имеющая неоценимый опыт работы по поставке комплексных решений для производства электроники, несомненно, является одним из лидеров отрасли. Для нас же такое сотрудничество — это прежде всего возможность представить новейшие разработки в области поверхностного и выводного монтажа на российском рынке. Компания Panasonic рассчитывает на долгосрочное партнерство с «Абсолютом», чья главная цель — обеспечение наилучшего сервиса для наших покупателей.

Представители компании Panasonic Алексей Лукин и Тимофей Непомнящий ответили на несколько вопросов главного редактора нашего журнала Павла Правосудова.

— Компания Panasonic вышла на российский рынок позднее основных своих конкурентов. С чем это связано?

Т. Н.: Компания Panasonic всегда ориентировалась на высокопроизводительное оборудование для крупносерийного производства. В России очень мало потребителей такого оборудования, обеспечивающего производительность до 100 000 компонентов в час. Сейчас мы разработали новую линейку оборудования, с меньшей производительностью, но сохранившую все технологии, точность, качество старших моделей. Эта линейка предназначена для средне- и мелкосерийного производства.

А. Л.: На последней выставке Productronica мы представили такую модель, подходящую для российского рынка.

Т. Н.: Это не низкосортное оборудование, там применимы те же технические решения, что и в высокопроизводительном оборудовании. Используются те же узлы и технологии, просто эти машины меньше, медленнее, дешевле.

— Насколько продукция Panasonic конкурентна по цене?

Т. Н.: Panasonic никогда не выпускала дешевую технику, она всегда занимала уровень

по цене выше среднего. Но заказчик рано или поздно приходит к тому, что он не хочет покупать дешевое оборудование, которое быстро устаревает, требует постоянного технического обслуживания и т. д. Большинство моделей наших конкурентов требует ежемесячного, ежегодного обслуживания, которое дорого. Возможно поначалу, когда оборудование новое, наши машины и те, что представлены конкурентами, работают одинаково. Но когда начинаем рассматривать долгосрочную работу — 1, 3, 5 лет, то оборудование Panasonic работает до 10 лет без существенных вложений. Становится понятно, что конкуренция как таковой нет.

А. Л.: Ниша Panasonic — высококачественное оборудование, более дорогое, но значительно более качественное, чем в среднем по рынку.

Т. Н.: Кроме всего прочего, в новой линейке SM101 мы представляем полный набор опций, который только возможен для поверхностного монтажа, и по этому показателю мы вне конкуренции в секторе среднепроизводительных установщиков.

— Как шел поиск дистрибьютора?

Т. Н.: Panasonic никогда не дает эксклюзивных прав на свою продукцию, поэтому количество дистрибьюторов мы не ограничиваем. Приоритетная задача — это оказание сервисной поддержки и обеспечение заказчиков всем необходимым для того, чтобы дистрибьютор мог перенести знания, полученные от нас, своим заказчикам. На данный момент компания «Абсолют» работает по Центральному и Северо-Западному Федеральному округам. Это не значит, что в будущем только за ней одной закрепляется эта территория. Возможно, будет создана своя дилерская сеть.

— На российском рынке представлены почти все производители оборудования для монтажа компонентов. Какую нишу планируете занять вы?

Т. Н.: Это очень простой вопрос. У Panasonic есть слоган — мы предоставляем решение для заказчика. Мы производим оборудование не только для поверхностного монтажа. Panasonic — это поверхностный монтаж, включая установки для трафаретной печати, это оборудование для выводного монтажа и для микроэлектроники, это целый спектр оборудования для электронной промышленности. Ни одна из других компаний не предоставляет такого широкого спектра моделей. Так что понятно, какую нишу здесь занимает Panasonic.

— То есть Panasonic закрывает все производство полностью?

Т. Н.: Да, за исключением таких машин, как конвейеры для подачи печатных плат: они тоже производятся, но для азиатского рынка. Просто неприбыльно производить их в Японии и продавать в Европе. И конвекционные печи плавления тоже не производим. Это те вещи, которые мы не продаем под маркой Panasonic, но используем, привлекая других поставщиков. Остальные потребности рынка Panasonic закрывает полностью.

— Очень важный вопрос при поставках оборудования — техническая поддержка. Как вы планируете ее организовать?

Т. Н.: На первом этапе, в течение года-двух мы будем передавать дистрибьютору все знания по оборудованию и поддержке заказчиков. В результате компания «Абсолют» должна сама выйти на уровень, достаточный для работы со своими клиентами по обслуживанию оборудования и сервисной поддержке. В любом случае мы будем оказывать помощь, которая будет заключаться в посредничестве между глобальной компанией Panasonic и компанией «Абсолют».

— Первое время вы будете осуществлять техническую поддержку совместными усилиями?

Т. Н.: Запланировано обучение сотрудников «Абсолюта» в нашем тренинговом центре, в Австрии. Естественно, мы сами будем консультировать специалистов компании «Абсолют» и на первых порах максимально им помогать.

А. Л.: Сначала поддержка в плане сервиса обеспечивается многоуровневая, какие-то простые вещи — установка оборудования, тренинг для операторов — могут проводить специалисты компании «Абсолют» почти сразу же после начала продаж. Следующий уровень — наладка, сложные технические проблемы — могут первоначально осуществлять инженеры Panasonic. А еще более сложные задачи — настройка и поддержка работы программного обеспечения — тоже пока планируется оставить в зоне ответственности Panasonic. Мы не собираемся бросать «Абсолют» наедине с техническими проблемами, в каждом конкретном случае мы готовы оказать полную техническую поддержку.

По поводу обучения конечных заказчиков, их инженеров и операторов. В отличие от многих конкурентов, компания Panasonic при продаже оборудования предоставляет возможность бесплатного обучения операторов и инженеров. Операторы обычно обучаются на месте, обучение инженеров может быть организовано в Австрии.

— Сколько инженеров будет непосредственно в штате представительства?

Т. Н.: Нас всего двое, но это не так и мало. У нас за спиной большая компания, высококвалифицированные западные коллеги...

А. Л.: ...И очень хорошая поддержка из Германии, инженеры с российскими визами, которые готовы в любой момент вылететь сюда.

— Адаптируете ли вы работу автоматом к русской среде?

Т. Н.: Интернациональный язык компании Panasonic — английский. Конечно, были разговоры о переводе меню машин, частично интерфейса, на немецкий язык, но не стали это делать, поскольку это неоправданно. С другой стороны, раньше существовало две линейки оборудования, обе производились Panasonic, но имели разные версии развития. Был Panasert и Panasonic. Их пользовательские интерфейсы имели отличия. Сейчас, с выходом новой серии, интерфейс полностью унифицирован. То есть оператор, единожды по-

работав на оборудовании SM-серии, не встретит трудностей, если компания — его работодатель — приобретет другие устройства этой серии, и это большой плюс.

Интервью генерального директора компании «Абсолют» Андрея Карасева

— Ранее вы не работали с оборудованием для средне- и крупносерийного монтажа компонентов. Почему вы решили выйти на этот рынок, новый для вас?

— Ваш вопрос построен на той информации, что заключение соглашения между компаниями Panasonic и «Абсолют» связано именно с предложениями поставок для крупносерийного монтажа. Но это не так. Действительно, компания Panasonic известна в мире и занимает, по оценкам специалистов, порядка 30% мирового рынка устройств для крупносерийного монтажа. А если говорить о высокотехнологичных изделиях, таких как портативные компьютеры, то на оборудовании Panasonic собирается до 80% устройств. До последнего времени Panasonic не занимался оборудованием для предприятий среднего или мелкосерийного опытного производства. Однако в 2007 году как раз произошло изменение позиции компании Panasonic в том плане, что ею было разработано и предложено на рынок устройство и комплексное предложение по оснащению предприятий средней производительности. Это оборудование для монтажа компонентов с заявленной производительностью 25, 18 и около 8 тысяч компонентов в час. Оно отлично соотносится с особенностями российского рынка сборочно-монтажного производства, требующего, по большей части, машин для выпуска средних и мелких серий относительно большой номенклатуры. И мы в основном ориентируемся на продвижение именно этой линейки устройств. Она была анонсирована на выставке в Мюнхене, где впервые была представлена для европейского рынка. Но у нас уже было достигнуто соглашение, что мы продвигаем в первую очередь именно эту линейку, хотя это и не исключает возможности поставки топовых моделей. Если заказчику необходима высокопроизводительная линия, он ее также легко сможет получить. Мы понимаем, что на российском рынке таких заказчиков немного. Мы их хорошо знаем и будем работать с ними, потому как именно их задачи наилучшим образом могут быть решены с помощью оборудования Panasonic, имеющего максимальные скорости и точность и минимальные затраты на обслуживание. По нашим оценкам и по результатам специализированного опроса среди потенциальных заказчиков, который мы проводили последние несколько месяцев, мы видим, что это вполне реальное рыночное предложение, и у компании Panasonic есть шанс занять нишу на сложившемся рынке. Это не является каким-то поворотом компании «Абсолют» в сторону гигантов индустрии, производителей продукции для массового сектора, а как

раз наоборот, это означает, что компания Panasonic повернулась лицом к производителям среднего уровня, к тем, кто составляет основу российского рынка.

— **Как распределяются торговые, маркетинговые, сервисные обязательства между вами и Panasonic?**

— Обратите внимание на количество рекламы, в том числе и на телевидении, и вы поймете, что Panasonic как корпорация в целом вкладывает очень большие средства, в том числе и на продвижение своего бренда. Безусловно, у Panasonic существуют представительства, и их задача — организовать сбытовую сеть, управлять ее работой и поддерживать ее, исключая какие-то крупные проекты по специализированной технике. Работу с транснациональными компаниями-монстрами они, разумеется, оставляют себе.

А что касается линейки, о которой идет речь, здесь мы полностью выполняем функции дистрибьютора. Это означает, что мы продвигаем эту продукцию, непосредственно заключаем договоры на поставку и обеспечиваем продажу ее от своего имени и «под ключ», предоставляя стандартные сервисные услуги. Например, такие как предпродажная консультация, поставка, монтаж, пусконаладка, обучение операторов, гарантийное обслуживание и т. д., а также ряд специфических услуг — интеграция в существующее производство, выбор, внедрение и отладка технологического процесса, оперативное снабжение необходимыми расходными материалами, срочный ремонт. То есть полный цикл.

— **«Абсолют» будет эксклюзивным дистрибьютором Panasonic на территории России?**

— Сразу необходимо заметить, что Panasonic — очень крупная компания, которая выпускает разнообразную продукцию, и даже в группе оборудования для производителей электроники есть множество видов и моделей. Поэтому мы не можем говорить об эксклюзиве. Однако, в рамках утвержденной контрактной ниши и группы оборудования, работа осуществляется исключительно нашей организацией.

— **Panasonic на российском рынке оборудования — пока малоизвестная марка. За счет чего вы собираетесь занять свою нишу?**

— Во-первых, рынок сложился, но не насыщен, он развивается. И мы знаем предприятия, которые нуждаются в собственном производстве или планируют организовать его с нуля, по современным технологиям, то есть потребность существует. Действительно, до последнего времени оборудование марки Panasonic не было широко представлено в России. Однако новые модели имеют сильные конкурентные преимущества, в частности, используется технологическая база топ-овых моделей, которые уже более 15 лет присутствуют на рынке, они отработаны и стали мировым стандартом для данного вида оборудования. Фактически все передовые решения Panasonic применены в новой модели SM101, лишь для снижения стоимости в ней уменьшено число установочных голо-

вок с четырех до одной, оставлен только один установочный стол, то есть снижена скорость работы без ущерба качеству. Некоторые функции выведены в дополнительные опции. Такая конфигурация востребована рынком производителей среднего масштаба. Мы уверены, что, продавая лучшее в мире оборудование на рынке, где имеется объективная потребность в подобном продукте и услугах, где существует платежеспособный спрос, мы сможем достичь необходимых запланированных результатов.

— **Насколько конкурентно оборудование Panasonic по стоимости?**

— Компания Panasonic может позволить себе определять стоимость оборудования в зависимости от ситуации на рынке, а не от себестоимости. По этому параметру она будет позиционирована на уровне аналогов своих конкурентов: цена будет среднерыночная. У нас есть своя, особая специфика рынка: иногда можно говорить даже о малых сериях, выпускаемых предприятием. Но оно работает на оборудовании, предназначенном для средних серий, по двум причинам: мелкосерийное лабораторное оборудование не обеспечивает необходимого качества, и изготовить эти изделия можно на оборудовании более высокого класса, обладающем определенными свойствами и техническими характеристиками. В то же время, даже если суммарный объем производства можно отнести к мелкосерийному, то потребность в скорости изготовления таких изделий заставляет иметь устройство более производительное, когда нужно «залпово», в течение короткого времени (изделие нужно, как всегда, — «вчера») изготовить необходимый объем продукции и, для этого берется оборудование с более высокой производительностью.

— **В этом году объем мировых продаж технологического оборудования упал на 23% по сравнению с 2006-м. Как вы оцениваете отечественный рынок?**

— Российский рынок производства электроники, составляющий незначительную долю мирового, в меньшей степени подвержен общемировым тенденциям. Кроме того, технологически отставание было крайне велико. В настоящее время, разумеется, наш рынок растет быстро. А рынки коммерческой продукции и изделий для государственных и специальных нужд растут просто стремительно. Поскольку государство назвало приоритетом развитие высокотехнологических производств и вкладывает очень серьезные деньги в развитие электронной промышленности, создаются предпосылки для производства изделий, отвечающих мировым стандартам. По нашим оценкам, это не меньше 15–20%, а может, даже и больше, поскольку часть проектов засекречена.

— **Эффективность оборудования зависит не только от его мощности, но во многом и от квалификации специалистов. Как компания «Абсолют» будет осуществлять обучение персонала и сервисное обслуживание продукции Panasonic?**

— Компания «Абсолют» осуществляет серьезные мероприятия по обучению персонала. Мы регулярно проводим технико-технологические семинары для наших заказчиков и смело можем сказать, что многие конкуренты копируют наш опыт. Раз в год в течение ряда лет проводим большой семинар на Северо-Западе с приглашением заказчиков — производителей электронного оборудования со всей страны, мы приглашаем наших партнеров-поставщиков, которых представляем в России. Последний семинар собрал специалистов из более чем 60 организаций (предприятий-производителей) и 15 специалистов фирм-производителей из разных стран — от Японии до США. В этом году мы начали практику выездных семинаров, чтобы вовлечь в это мероприятие тех специалистов, которые по тем или иным причинам не могут приехать в день проведения всероссийского семинара.

Кроме того, результаты семинаров мы публикуем в виде тезисов и напрямую по своим каналам распространяем их среди заказчиков. Возможно, они будут размещены и в Интернете в электронном виде, в режиме ограниченного доступа. Что касается непосредственно обучения персонала, Panasonic выгодно отличается от ряда других производителей именно своим отношением к обучению и продвижению. Тут представлены в полной мере и японская скрупулезность, и традиции долговременного стратегического планирования. Естественно, наши сервисные специалисты получают исчерпывающую информацию по установке, обслуживанию, ремонту оборудования в фирменных сервисных центрах Panasonic. Руководитель направления будет проходить обучение непосредственно в Японии, в том числе и для того, чтобы получить знания по специфике продаж и продвижения данного оборудования. Даже учитывая немалый опыт и достижения специалистов компании «Абсолют», подобную «полировку навыков» невозможно переоценить. Кроме того, Panasonic ввела интересную практику так называемого кредита на обучение. Заказчик, приобретая оборудование, получает определенное количество мест на курсах для операторов, на которые он может направить своих сотрудников в учебный центр Panasonic в Европе. Для тех, кто по каким-либо причинам не сможет этим воспользоваться, естественно, наши специалисты проведут обучение непосредственно на предприятии заказчика. И это не просто запуск, а именно обучение и постановка технологического процесса. Подобный опыт у нас есть.

— **С получением звания дистрибьютора Panasonic компания «Абсолют» может поставлять оборудование для производства «под ключ» — от печатных плат до монтажа компонентов. Это с самого начала так задумывалось?**

— Да. Мы рассматриваем это как наше конкурентное преимущество. Даже по сравнению с рынком Европы, не говоря уже про АТР, наш рынок откровенно маленький, и количество

продаваемых единиц одного вида оборудования небольшое.

У нас дистрибьютор не может существовать и развиваться, специализируясь на какой-то одной марке оборудования. Немного статистики по компании Panasonic. Если в Юго-Восточной Азии сейчас продается в месяц несколько сотен единиц этого оборудования, а в Европу только Panasonic продает несколько десятков единиц таких устройств, не считая других производителей, то в России за год продается значительно меньше сотни машин.

Речь идет о «нормальных» автоматах, мы не рассматриваем разнообразные настольные и ручные модели. Кроме того, есть другой немаловажный и, на наш взгляд, основополагающий для нашего рынка аспект. Конечный потребитель, то есть мы с вами, приобретает готовое электронное устройство, а не кусок пластика с прикрепленными кусочками кремния. Технологически процесс производства электроники крайне сложен. Это связано и с прогрессирующей миниатюризацией, и с длинной цепочкой этапов технологического процесса производства микрокомпонентов, печатных плат, последующего монтажа компонентов, изготовления корпуса, монтажа в корпус, тестирования и т. д. Наше конкурентное преимущество в том, что мы знаем эти процессы в деталях и их взаимосвязь между собой. Причем на современном уровне,

в соответствии с международными стандартами, так, как это должно быть. Мы знаем, как получить на выходе качественное работоспособное изделие, которое продается. Набор разномастного оборудования, даже от лучших производителей, никогда не обеспечит выпуск качественного изделия. Это как оркестр без дирижера.

В какой-то мере наш рынок, выделявшийся своим технологическим отставанием, а, зачастую, что еще хуже, работающий по тупиковой технологии, первым создал спрос на услуги так называемого «аутсорсинга знаний». Технология развивается так быстро, что малые предприятия просто не могут себе позволить иметь отдел специалистов, которые ездят по всему миру по выставкам, семинарам, изучают технологию и ее развитие, сравнивают решения конкурирующих фирм, а между поездками ищут информацию в Интернете. Мы можем себе это позволить и предлагаем подобную услугу, причем зачастую данные знания достаются нашим клиентам фактически даром, в составе проекта.

Кстати, мы прогнозируем рост спроса на подобные услуги и в Европе, где масштаб рынка уменьшился и сместился в сторону малых предприятий, которые, урезав штат и сократив расходы, столкнулись с сильной конкуренцией, в том числе и в отношении качества продукции, с предприятиями Японии

и Тайваня, а скоро столкнутся и с серьезным технологическим отставанием от Китая, Малайзии и других стран. Эффект масштаба. Уже сейчас многие европейские дистрибьюторы объединяются, расширяют ассортимент и повышают свой уровень знаний в смежных отраслях.

Специализироваться на одном бренде, к сожалению, невозможно.

— *Получается, что «Абсолют» — уникальная компания. До этого фирмы занимались поставкой оборудования для производства печатных плат или для монтажа. По печатным платам работали три компании, но, тем не менее, было четкое, исторически сложившееся разделение. И вдруг одна компания начала работать и на том, и на другом рынке.*

— Монтажом мы занимались с самого начала. Другое, высококачественное оборудование для поверхностного монтажа, такое как печи, устройства селективной пайки и т. д., поставляется достаточно давно, кроме того, поставляются расходные материалы. Это не новый для нас рынок: мы с этими предприятиями работаем давно. Но у нас не было предложения по высококачественным автоматам для поверхностного монтажа компонентов, а сейчас оно появилось.

*Интервью провел
Павел ПРАВОСУДОВ*