

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ НА РЫНКЕ МЕТАЛЛООБРАБАТЫВАЮЩИХ СТАНКОВ



Корнилов Сергей Владимирович

Управляющий Директор
ООО «МеталМастер»

Глобализация, аутсорсинг, система менеджмента качества - как это связано с нами, с обычными людьми? Зачем нам знать все эти термины и что они принесли в нашу жизнь? Сегодня мы поговорим о глобализации и о том, как она связана с производством оборудования, с директором компании Metal Master Сергеем Корниловым.

Расскажите, что сегодня происходит на рынке промышленного оборудования?

Начать, наверное, надо не с рынка промышленного оборудования, а с того, что уже далеко не один год происходит в мире. А происходит у нас в мире то, что называется глобальным производственным аутсорсингом. Например, немецкие и японские автомобильные концерны разрабатывают автомобили по всему миру, многие свои детали и комплектующие производя в различных странах мира – в Польше, в Китае, в Тайване, а потом выполняют сборку на конвейере, в том числе в России. Сети федерального уровня создают коллекции под собственными брендами и отшивают их в Юго-Восточной Азии. Самая известная в мире американская компания по производству и продаже фаст-фуда производит свою продукцию в России и в замороженном виде снабжает ей Россию и практически всю Восточную Европу. Причина этих изменений лежит на поверхности - любая компания стремится к развитию, к расширению аудитории ее покупателей, и все это без потери качества.

Вы хотите сказать, что компании переводят производства в другие страны ради выгоды потребителя?

Совершенно верно. Именно ради выгоды потребителя. Многие вещи, произведенные и собранные в «стране рождения» были бы просто недоступны для большинства покупателей, как частных, так и компаний. Тут чистая экономика. Например, стоимость часа рабочего в Китае и стоимость часа рабочего в Германии существенно отличается не в пользу Германии.

А как же качество продукта? Логистика?

Сейчас в мире широко используется обширный арсенал методик управления качеством на основе TQM (total quality management). Поэтому серьезные компании не испытывают проблем с отслеживанием качества продукта. Производственная площадка, где бы она ни была, выполняет производственный цикл в соответствии с точным техническим заданием, описывающим все, вплоть до точных свойств используемых материалов. Плюс дополнительный внешний контроль качества после производства гарантирует сведение проблем с качеством к возможному практическому минимуму. Это вопросы управления. Что касается логистики, то при сегодняшнем уровне развития транспорта и информационных технологий (цепочек поставок) это тоже не представляет никакой проблемы.

Давайте вернемся в промышленному оборудованию, в частности, к металлообрабатывающему. Что происходит в вашей сфере?

Да все также, как и в целом в машиностроении, и этот процесс затрагивает почти всех. Все стремятся предоставить потребителю лучшие условия. Большая часть производимого крупными и средними сериями индустриального, промышленного и особенно полупрофессионального (DIY, для хобби) оборудования, которое для своей деятельности приобретают средние и малые компании, а также частные предприниматели, при производстве в странах рождения бренда, была бы доступна единицам. Можно предположить, что станок, собранный в Швейцарии из швейцарских же деталей, имел бы розничную стоимость в разы, если не в десятки раз выше аналогов из ЮВА.

Но на промышленном рынке до сих пор преобладает традиционное консервативное восприятие. Происхождение бренда многими, по-прежнему, используется как самый простой и понятный, не всегда верный и справедливый в сегодняшней реальности

способ оценки качества продукта. Если рассматривать направление «металлообработка», то мышление в нем, во многом, осталось из советских времен, где были две полярные точки зрения. Одна из них «советское – самое лучшее», второе «все лучшее – иностранное», причем, как иностранное в данной ситуации рассматривалось оборудование из Европы и США. Для некоторых покупателей магически звучат слова «произведено в Германии» или «это Швейцария». Надо понимать, что уже достаточно давно ни Германия, ни Швейцария не производят оборудование из деталей и узлов только местного производства, по сути там осуществляется только сборка с широким использованием деталей и комплектующих из ЮВА. Для европейского машиностроения сегодня также характерно сочетать младшие линейки оборудования, полностью собранные в ЮВА, со старшими, собранными в стране происхождения бренда. Но традиционное восприятие остается. Например, когда мы видим, что наши покупатели могут составить неверное мнение о продукции на нашем рынке, мы спрашиваем их про компанию Apple – штаб-квартира в Калифорнии (которая делает попытки выйти из США), дизайн бюро, программисты и поставщики по всему миру, сборка в Китае. И из какой страны тогда Apple?

Получается, что сегодня страна происхождения продукта не самое главное. А каковы тогда критерии выбора?

Надо смотреть на компанию, на профессионализм ее сотрудников, на их приверженность качеству. Оборудование продается через консультации, через людей, это в первую очередь общение профессионалов. И чем лучше подготовка персонала, чем выше уровень технической поддержки, тем больше компания дорожит своей репутацией. А ведь репутация, это то, что строится только со временем. А это важно для компаний, которые на рынке всерьез и надолго. Такие компании заинтересованы в качестве готовой продукции, осуществляют серьезный контроль качества на всех этапах производства с помощью своих представителей на месте. В частности, мы не заинтересованы получить сиюминутную прибыль и недовольных покупателей, наша компания ориентирована на долгосрочное сотрудничество, станки не покупают на короткий срок.

Мы организовали компанию Metal Master по продаже металлообрабатывающих станков в те годы, когда российское производство металлообрабатывающих станков было не в лучшем состоянии. К сожалению, оно и сейчас находится не в лучшем положении, несмотря на многочисленные попытки руководства страны изменить ситуацию. Тогда мы изучали спрос, находили и закупали в разных странах оборудование и привозили его в Россию. Но довольно скоро стало ясно, что требования российских пользователей к металлообрабатывающим станкам отличаются от того, что существующие станки могли предложить нашим клиентам. И мы задумались над тем, как привести ситуацию к балансу.

До экономического образования и степени MBA я получил высшее инженерно-техническое образование. Я всегда любил работать руками и имею опыт работы на токарном станке. И поэтому мне всегда хотелось улучшить качество работы специалистов в области металлообработки, сделав

их работу более удобной и продуктивной. Что мы делали? Мы много разговаривали с нашими клиентами – отечественными специалистами – пользователями листогибов и токарно-фрезерных станков, другого оборудования. Мы собирали их мнения по улучшениям и доработке, а потом с помощью немецкого инжинирингового бюро дорабатывали конструкцию станков, внося в нее сбалансированные изменения. Таким образом, отечественные пользователи озвучивали свои требования к металлообрабатывающим станкам, а в Германии проводились все конструктивные доработки. Например, некоторые наши конкуренты, вроде бы достаточно известные, годами, если не десятилетиями, поставляют на российский рынок токарные станки с пластиковыми шестернями в трансмиссии, совершенно игнорируя огромное количество нареканий и просто просьб клиентов заменить их металлическими. У Metal Master они металлические, что делает ресурс работы станка существенно выше и больше подходит требованиям наших клиентов. Сейчас станки Metal Master производятся на разных площадках в разных странах мира – от России и Польши до Китая и Тайваня – но при этом мы ни разу не выбирали площадки по принципу «самые дешевые». Да, мы стараемся оптимизировать затраты, но при этом не снижаем планку качества. Низкие затраты позволяют нашему оборудованию быть доступным как можно более широкому кругу российских предприятий, да и просто всем, кто желает и умеет работать руками. А производственные площадки в Китае за последние годы сделали огромную работу по повышению качества производимой продукции.

Мы искренне хотим, чтобы российские специалисты развивались и совершенствовались. Мы тоже нацелены на развитие и сами стараемся совершенствоваться. Работаем, как над конструктивом и технологией, так и с людьми. Специалисты нашей компании проходят серьезную подготовку в начале работы, дальнейшее обучения и аттестации являются неотъемлемой частью производственного процесса.

Давайте подведем итог по теме. Может быть Вы хотите дать какие-то рекомендации нашим читателям? Как выбрать поставщика оборудования?

Да, конечно! Говорите с людьми в компаниях, задавайте любые вопросы. Например, мы заинтересованы давать максимально объективную информацию о продукте, у нас есть ответы на любые вопросы, и мы хотим, чтобы клиенты к нам возвращались, даже если это просто обратная связь о наших продуктах или сервисе – для нас это тоже важно.

А, вообще, мы живем в мире стереотипов. Изменить восприятие достаточно сложно, но мир стремительно меняется и всем нам – производителям и покупателям – нужно быть более гибкими и смотреть, в первую очередь, не на «развешиваемые бирки», а на качество продукции, сервиса и репутацию компании. А брендодержателям хочу сказать, что очень важно быть честными со своими покупателями. Надо понимать, что обман на промышленном рынке не прощается.