

Круглый стол о роли отечественных производителей на российском рынке АСУТП

В свете активного обсуждения в обществе и в прессе путей развития российской промышленности и поддержки отечественного производителя поговорим на заседании виртуального круглого стола о положении дел на рынке промышленной автоматизации. Обратимся к топ-менеджерам отечественных компаний сектора автоматизации с вопросами о том, как оценивают свое положение на рынке отечественные разработчики средств и систем автоматизации, что предпринимают для увеличения объемов продаж, повышения конкурентоспособности своей продукции, на что надеются, какой помощи ждут от правительства.

Представляем участников виртуального круглого стола.

Аблин Илья Евгеньевич – ген. директор компании ИнСАТ.

Клоков Александр Валентинович – ген. директор компании MicroMax Systems.

Крюков Олег Викторович – канд. техн. наук, доцент, главный специалист ОАО "Гипрогазцентр".

Лебедев Владислав Олегович – канд. техн. наук, директор ООО "УМИКОН", руководитель группы УМИ.

Мягков Александр Альбертович – коммерческий директор ЗАО "НВТ-Автоматика".

Перцовский Михаил Изидорович – канд. физ.-мат. наук, директор "Лаборатории автоматизированных систем (АС)".

Сердюков Олег Викторович – канд. техн. наук, ген. директор компании "Модульные Системы Торнадо".

Тучинский Сергей Владимирович – канд. техн. наук, технический директор ЗАО "Экоресурс".

Ведущий круглого стола: Аристова Наталья Игоревна – канд. техн. наук, главный редактор журнала "Автоматизация в промышленности".

Ведущий. Тревожные прогнозы по поводу ускорения темпов роста импортной продукции на различных секторах российского рынка порождают разговоры о необходимости поддерживать отечественных производителей. С различными предложениями, позволяющими защитить отечественные предприятия, выступают ученые и политики. Понимание данной проблемы и ее актуальности сформировалось. Пора переходить от слов к делу. Но пока обсуждаются предлагаемые механизмы защиты и поддержки, разгораются жаркие дискуссии и принимаются постановления, отечественные предприятия продолжают работать и отстаивать свое место в занимаемой ими рыночной нише. Постараемся понять, как видят проблемы отечественного производителя изнутри, глазами специалистов, работающих на производствах или непосредственно связанных с ними.

Начнем разговор с определения, какие предприятия можно считать отечественными производителями, ведь на территории России функционируют предприятия с различной формой собственности и различной долей участия российского и иностранного капитала.

Мягков А.А. Согласно словарям "отечественный" – относящийся к отечеству, принадлежащий ему, не иностранный. Применительно к теме – отечественным производителем можно считать предприятие возможно и с иностранным участием, но под российским контролем, производящее товары, основой которых являются российские разработки. Форма собственности предприятия – отечественного произво-

дителя средств автоматизации должна быть ОАО, ЗАО или находиться в собственности государства.

Тучинский С.В. Это предприятия с преимущественной долей участия российского капитала.

Аблин И.Е. Это предприятия со штаб-квартирой и ключевым производством, дислоцированными в России. Для производителей интеллектуальной продукции ключевым производством является разработка новой продукции. Изготовление может быть хоть в Китае.

Клоков А.В. Отечественные производители – это компании, выполняющие любые типы работ на территории РФ, создающие добавочную стоимость продукта. При этом работы, связанные только с распределением товара (дистрибуция и т.п.) или добавлением к нему других готовых изделий (например, приложить кабель или монитор к системному блоку), не входят в данную категорию.

Сердюков О.В. В данном случае важен не сам факт рождения предприятия в России или доля российских учредителей. Здесь первостепенной является технология и конечный продукт компании. Если продукт разработан в России, если он отвечает отечественным отраслевым требованиям и условиям, которые зачастую более жесткие, чем в других странах, если компания также может обеспечить полный цикл производства и сопровождения продукта в течение жизненного цикла (в том числе технический сервис и эволюцию продукта) пусть даже с участием иностранных партнеров, то ее можно считать российской

компаний, по крайней мере, с технологической точки зрения. К сожалению, формальный подход ("резидент" — "нерезидент") эти факторы не учитывает.

Лебедев В.О. Согласен. Главным критерием является то, кем разработаны производимые средства и системы автоматизации. Если разработки выполнены отечественными специалистами, то и предприятия можно считать отечественным.

Перцовский М.И. Отечественные производители — предприятия, на которых работают наши специалисты, используются отечественные методологии и технологии. А если какой-то зарубежный субъект пожелает вложить деньги в отечественное предприятие, то такие предложения нужно приветствовать. Но вложение западных денежных средств в отечественное предприятие не переведет последнее в разряд иностранных. Это по-прежнему будет отечественное предприятие, и работать на нем по-прежнему будут отечественные специалисты.

Крюков О.В. Исторически сложилось так, что большинство отечественных предприятий, оставшихся после распада СССР наедине с рыночными процессами и не обладая квалифицированным менеджментом, продолжали существовать лишь за счет сохранившихся заказов. Пытаясь изменить ситуацию, руководство таких предприятий стало делать ставку на новые разработки, но из-за того, что рыночная система не дает много времени на научно-техническую апробацию, направления работ выбирались на основе разработок зарубежных фирм или более успешных отечественных. Приватизация определила возможности перехода отечественных предприятий на различный уровень отношения к собственности и связи с зарубежными производителями. В результате сегодня мы имеем пеструю картину отечественных предприятий, большинство из которых не имеют возможности в полной мере конкурировать с зарубежными компаниями-лидерами (с их брендом, уровнем культуры производства и автоматизации, с их огромными капиталовложениями в инновационные разработки и десятилетиями складывавшимися технологиями). Кроме того, проблемой корпоративных отечественных компаний является традиционно раздутые штаты, мешающие движению к автоматизации процессов управления производством. Вместе с тем, уникальность России в том, что здесь есть свои системы и средства автоматизации и свои сильные специалисты в этой области, создающие практически с нуля новые предприятия. Поэтому на ведущих российских производствах есть базовая автоматизация, что позволяет внедрять современные высокотехнологичные САУ более высокого уровня.

Ведущий. Как ощущают сегодня свое положение на внутреннем рынке отечественные производители?

Сердюков О.В. В целом, по-прежнему, как ущемленное или, точнее, как зависимое. Не секрет, что абсолютное большинство российских компаний, работающих на рынке АСУТП, за основу берут готовые зарубежные продукты или комплектующие. Это закономерный итог сложной ситуации на отечественном рынке. Зависимость от иностранных поставщи-

ков — проблема, с которой можно справиться только целенаправленной и длительной поддержкой российских компаний со стороны государства.

Аблин И.Е. Как более слабое по сравнению с глобальными компаниями с точки зрения лоббистских возможностей в ситуации, когда решения принимаются без учета результатов реального сравнения продукции.

Крюков О.В. Можно выделить следующие характерные особенности положения отечественных производителей:

- для менеджмента характерны лояльное отношение к коллективу и большая дистанция от коллектива;
- средний коллектив предприятия не желает сам принимать решения, но и не признает внутри конкуренции;
- многие проблемы корпоративного управления, такие как негибкость управления зачастую связаны не только с некомпетентностью менеджмента, но и с особенностями взаимоотношений руководителей и подчиненных.

Существуют факторы, влияющие на положение предприятия со стороны потребителя:

- неплатежи за отгруженную продукцию, связанные с задолженностью со стороны потребителей;
- у большинства потребителей нет четкого плана поставок и продаж, зависящих от заказов;
- негативное мнение о продукции отечественных фирм и нежелание потенциальных потребителей переходить на импортозамещение.

Наибольшее влияние на отечественного производителя оказали западные высокотехнологичные, автоматизированные производства с широчайшей номенклатурой продукции и доступными ценами (особенно компании из Китая и Тайваня).

Ведущие зарубежные компании выигрывают за счет лучшей адаптации и гибкости к нуждам заказчиков. Однако есть и слабая сторона дистрибьюторов — отсутствие на складах многих компонентов и большие сроки поставок зарубежных систем (3...8 недель), что снижает их конкурентный потенциал.

В связи с процессами глобализации и все большим участием России в мировой экономике на российский рынок не могут не влиять изменения мирового рынка. Здесь основная проблема — низкое качество наших комплектующих и сырья. За счет этого снижается надежность наших систем и их конкурентоспособность.

Причем оказываются в затруднительном положении не только те предприятия, отрасли которых не поддерживаются, но и все те, которые многие годы имели крупные заказы. Поэтому все большее число российских потребителей переходят на зарубежные детали и сырье.

Развивая свою продуктовую линейку необходимо перейти на открытые стандарты (к сожалению, для отечественных производителей это желание зачастую торпедируется слабо развитой технологической производственной базой). Наиболее важны надежность, возможность получения информационной поддержки, прохождение предварительного обучения. Кон-

салтинг и/или передача заказа на программирование значительно удешевляет внедрение перспективных контроллерных архитектур для современных АСУТП.

Причины чрезмерной закрытости наших производителей кроются как в опасении открыть больше, чем нужно конкурентам, так и в желании облегчить бремя налоговой нагрузки на предприятие.

В течение последних нескольких лет конкуренция стала еще ощутимее по следующим причинам:

- снижение общего объема рынка и числа "живых" проектов с реальным финансированием;
- выход на рынок азиатских производителей, предлагающих продукты и решения по более низким ценам;
- выход на рынок ряда крупных иностранных производителей;
- конкуренция не всегда прозрачна и цивилизована, поскольку применяются запрещенные приемы (откаты, личные связи, "черный PR").

Кризис привел к снижению спроса на продукцию, изменению стратегии и тактик продвижения в выставочных программах (уменьшились площади стендов) и тотальной экономии даже "на спичках".

Таким образом:

- рынок автоматизации России сформирован и поделен между основными игроками;
- уровень автоматизации промышленных предприятий по сравнению с зарубежными крайне низкий;
- рынок автоматизации в России является одним из наиболее привлекательных в мире;
- конкуренция на российском рынке оборудования промышленной автоматизации очень острая, не всегда добросовестная;
- наиболее востребованы продукты и услуги по автоматизации в ТЭК, машиностроении, ВПК;
- рынок до сих пор переживает последствия кризиса 2008 г.;
- государственная поддержка промышленной автоматизации отсутствует;
- степень открытости игроков рынка низкая с пресом контрольных органов (личными материальными интересами отдельных чиновников, "приватизирующих" выполнение тех или иных государственных функций).

Мягков А.А. Бюджеты на производство и продвижение продукции отечественных производителей несопоставимы с бюджетами иностранных холдингов. Импортная продукция даже при более высокой стоимости и сопоставимых технических характеристиках оказывается более востребованной из-за грамотной рекламы и льготных условий на приобретение (лизинг, кредитование и т.п.).

Те средства, которые удастся выручить отечественному производителю от продажи продукции в условиях жесткой (и не всегда честной) конкуренции как с другими отечественными производителями, так и с импортерами тратятся в основном на поддержание существования. Финансирование развития и совершенствования производства идет по остаточному принципу, что в конечном

Каждый хочет, чтобы его информировали честно, беспристрастно, правдиво - и в полном соответствии с его взглядами.

Гилберт Честертон

итоге приводит к снижению конкурентоспособности и захвату рынка иностранными производителями.

Лебедев В.О. Полностью разделяя предыдущее мнение о фактической дискриминации отечественных производителей в собственной стране, хочу подчеркнуть печальную тенденцию деградации: постепенно сокращающееся число отечественных производителей в основном пытается повторять зарубежные образцы, опираясь на свой прежний опыт, а в худшем случае просто выполняют "отверточную" сборку импортной техники, еще и комплектуя ее зарубежным ПО. Но, как известно, нельзя не только обогнать, но и догнать, повторяя — обязательно нужно привносить что-то новое, необходимо опережающий технический рывок.

Клоков А.В. Отечественные производители понимают особенности российского рынка, поэтому они адаптировались к реальности в большинстве своем (кто выжил и есть голова на плечах). Это дает им некоторую фору перед иностранными производителями. Это, видимо, характерно для продуктов не для массового рынка. На массовом же рынке противостоять международным монстрам/корпорациям крайне тяжело.

Перцовский М.И. Отечественные предприятия как работают, так себя и ощущают. Если производство основано на серьезной методологии, технологии, то такое предприятие в условиях рынка ощущает себя хорошо.

Например, "Лаборатория автоматизированных систем (АС)" имеет опытное производство. У нас работают грамотные российские специалисты, мы используем годами наработанные методологии, проверенные временем технологии. И мы не ощущаем себя ущемленными на нашем рынке. Наоборот, в чем-то у нас имеется преимущество перед иностранными компаниями. Мы говорим с заказчиками на одном языке, понимаем российский менталитет, специфику наших предприятий, мы всегда рядом и готовы в любой момент прийти на помощь партнерам, обеспечить более глубокое и комфортное сопровождение, помочь в решении неотложных проблем.

Известная русская пословица гласит: "Нет пророка в своем отечестве". Возможно, отдельные промышленные предприятия с недоверием относятся к разработкам отечественных производителей. Но мы должны заставить уважать себя, заставить потребителей обратить внимание на нашу продукцию. Все в наших силах. Чтобы быть конкурентоспособными, необходимо быть в курсе научных достижений, тенденций, самим проводить научно-исследовательские работы. В своих разработках необходимо применять самые современные и проверенные решения. В этом случае производитель будет чувствовать себя уверенно на рынке, а продукция его будет конкурентоспособной.

Отмечу, что сегодня отдельные западные производители, например, в сфере производства продуктов

В некоторых отраслях промышленности (например в нефтегазовой) директивными решениями принято направление на импортозамещение старой техники при модернизации и приоритетное использование продукции отечественных производителей в новых проектах. Однако этот процесс еще только в самом начале и встречает много трудностей объективного и субъективного характера.

Необходима реально действующая государственная политика регулирования рынка промышленной автоматизации и участников рынка, включая ликвидацию дефицита кадров путем их подготовки для предприятий, занимающихся автоматизацией. В связи с этим большую роль приобретают учебные центры как государственные, так и негосударственные, занимающиеся подготовкой специалистов для производства.

На законодательном уровне необходимо выработать политику в вопросах конкуренции и регулирования и найти способ разрешения проблем, возникающих вследствие того, что простая приватизация гигантских неэффективных предприятий порождает систему огромных неэффективных частных монополий. Следует также определить порядок государственного прекращения субсидирования различных отраслей и разработать налоговые системы, способные обеспечить финансирование деятельности правительства.

Специалисты, анализирующие оборот теневой экономики, оценивают его не менее чем в 40% ВВП.

Основные проблемы малых предприятий в России следующие:

- 1) высокий уровень налогообложения;
- 2) недоступность кредитных ресурсов;
- 3) административные барьеры.

4) недоступность финансовых ресурсов — в России организации, представляющие финансовые услуги предпринимателям, охватывают лишь 1% потенциального рынка.

Требуется тщательно выверенная, последовательно приводимая в жизнь система отбора, позволяющая предоставлять осязаемые приоритеты тем, кто более полезен обществу.

Законодательная база, на которую сейчас может опираться малый бизнес, пока несовершенна, а во многих очень существенных положениях вообще отсутствует. Нет сводной единой законодательной основы для сегодняшней деятельности отечественных предприятий малого бизнеса, а имеющиеся разрозненные постановления претворяются в жизнь далеко не полностью.

Лебедев В. О. Правительство могло бы на законодательном уровне обеспечить приоритетность отечественных средств автоматизации — приобретение зарубежных должно допускаться только при отсутствии отечественных аналогов, а не наоборот, как сейчас.

Сердюков О. В. Проблема в том, что сегодня в стране нет явных экономических и политических стимулов увеличивать долю российских технологий и продуктов. Заказчикам удобнее и надежнее работать с

мощными иностранными брендами, хотя зачастую это "удобство" является мнимым и выливается в целый ряд проблем при внедрении на объекте. Законодательное ограничение участия иностранных производителей в тендерах на российских объектах тоже не выход. Это может снизить конкуренцию, возможно, что такие радикальные решения могут иметь и ряд других негативных последствий. По сути, все 20 лет нашей жизни мы были никому не нужны, и мы научились выживать. В каком-то смысле мы достигли своего предела развития. Для выхода на новый уровень развития требуется новый уровень отношений и задач. Это сложный клубок вопросов, и необходимо умное участие государства в лице экспертов, кадров. При этом самое главное — не бояться дать нам серьезные заказы, осуществляя действенный контроль за их выполнением. Тогда появятся и у нас мировые бренды. В других странах находят пути инновационного развития. Чем мы хуже? Вроде ничем, но только пока ничего кроме шума и слов. Смотреть на это больно.

Ведущий. Что могут сегодня предпринять отечественные производители средств и систем автоматизации для повышения конкурентоспособности своей продукции?

Крюков О. В. Несколько советов.

1. Реструктуризация заказов с комплексной заменой устаревших бизнес-процессов на новые с учетом их оптимального применения и на основе ИТ-технологий. В первую очередь реинжинирингу должны подвергнуться процессы технологии, маркетинга и НИОКР.

2. Переход на полный цикл производства от комплектующих до системного монтажа (комплексные блоки, щиты) "под ключ" с мониторингом и техобслуживанием в течение гарантийного срока.

3. В противовес стратегии погони за лидером ("подражания конкурентам") необходимо делать упор на собственный научный потенциал и умелый, оперативный маркетинг.

4. Международная сертификация и адаптация к общемировым стандартам производства, маркировки, совместимости с максимально возможным расширением своих номенклатурных линий.

5. Создание учебных центров для специалистов по АСУТП из России и ближнего зарубежья. Этим обеспечивается возможность для предприятий-заказчиков оценить компетентность будущих поставщиков, сделать осознанный выбор оборудования для своих проектов.

6. Поставки продукции производителям сырья, например, для нефте- и газоперерабатывающих предприятий; при этом лучше предлагать комплектное оборудование с ПО.

7. Создание стратегических альянсов для долгосрочных соглашений о сотрудничестве с другими российскими предприятиями на взаимовыгодных условиях или с зарубежными лидерами.

8. Тактические же положительные результаты на предприятии могут быть достигнуты за счет повышения качества производимой продукции, снижения

сроков поставок, своевременного обеспечения потребителей необходимой информацией о новинках, грамотного позиционирования продукции на рынке.

Тучинский С.В. На отечественных предприятиях сегодня предпринимается все, что удается, в рамках наших возможностей: повышение качества и расширение ассортимента выпускаемой продукции, осуществление качественной и всесторонней технической поддержки, участие в выставках, рекламные кампании и пр.

Лебедев В.О. Необходимо отслеживать потребности именно отечественных потребителей и стремиться удовлетворить их, с одной стороны, с применением самых современных технических средств, а с другой — использовать при этом собственные технические решения.

Мягков А.А. Сегодня нужно работать. Много работать и готовиться к завтрашнему дню. А чтобы входить в завтрашний день уверенно, нужно находить средства для новых разработок и силы для подготовки кадров.

Продуманная рекламная компания с использованием выставок, семинаров, средств массовой информации и грамотная маркетинговая стратегия помогут увеличить сбыт продукции, а значит — повысят ее конкурентоспособность. Конечно, на это тоже нужны средства. И не малые.

Перцовский М.И. Прежде всего, мы не должны прекращать учиться. Как только предприятие перестает учиться, оно становится неконкурентоспособным. Учиться должны все. Чем выше пост занимает сотрудник, чем больше у него опыт, тем лучше он должен осознавать необходимость расширять свои знания.

Далее, предприятия должны владеть технологиями и проводить исследования рынка, знать все предположения и потребности рынка; использовать зарубежный опыт. В своих разработках не изобретать велосипед, а четко формулировать исходную точку — современную, а не вчерашнюю.

Кроме того, для повышения качества обслуживания клиентов необходимо вкладываться в развитие сервисных функций, в комфортность использования продукта.

Клюков А.В. Работать, работать и еще раз работать! Изучать международный опыт, интегрироваться в мировую экономику. Один только локальный рынок не может дать компании возможности реального развития.

Аблин И.Е. Иногда синергетический эффект может дать кооперация взаимодополняющих друг друга производителей, например, производителя "железа" с производителем "софта". Возможно, в ряде ситуаций надо заботиться о выработке собственных стандартов. И, конечно, надо искать способ сменить тренд восприятия отечественного как уступающего "западному". Для этого мало достичь качества и уровня инновационности не худшего, чем у западных конкурентов. Нужно еще популяризовать эти достижения, сломить сложившиеся стереотипы. И здесь роль профессиональной прессы особенно велика.

Сердюков О.В. Необходимо улучшать качество и надежность, а также активнее работать с заказчиком. За 20

лет внедрения иностранных продуктов АСУТП в современной России стало ясно, что далеко не все зарубежные продукты полностью удовлетворяют требованиям современных технологий автоматизации. К сожалению, чем крупнее производитель, тем у него меньше экономических стимулов делать высококачественный продукт, улучшать его надежность и наработку на отказ. В этой ситуации даже при мощнейшем административном давлении западных игроков, качество и грамотная информационная работа с заказчиком может сыграть решающую роль для отечественных компаний. У нас пока единственное оружие в конкурентной борьбе — быть лучше наших конкурентов с Запада.

Ведущий. Подводя итоги обсуждения ситуации на рынке промышленной автоматизации и роли отечественных производителей в развитии этого сектора народного хозяйства, необходимо отметить, что поддержка отечественных производителей крайне необходима, тем более, что на рынке присутствует значительный сегмент отечественных предприятий, готовых к конкурентной борьбе с зарубежными игроками.

Отечественные производители трезво оценивают рыночную ситуацию. В ходе обсуждения были сформулированы трудности, с которыми им приходится сталкиваться, выходя на внутренний рынок с отечественной продукцией. Это и зависимость от зарубежных поставщиков комплектующих, и недоверие со стороны заказчиков, и не вполне конкурентоспособные цены на продукцию. При этом участники обсуждения неоднократно возвращались к мысли о том, что отечественные производители имеют по ряду вопросов преимущества перед иностранными производителями. Эти преимущества весомы, и ими можно и нужно воспользоваться.

Участники высказали свои пожелания о поддержке отечественных производителей на уровне государства. При этом предприятия самостоятельно прикладывают всевозможные усилия — маркетинговые, организационные, кадровые, научные, производственные, направленные на развитие и повышение конкурентоспособности производимых ими средств и систем автоматизации.

В ходе обсуждения высказывалась необходимость учиться, повышать квалификацию каждого сотрудника предприятия, перенимать зарубежный опыт, исследовать рынок и его потребности, проводить научно-исследовательские работы, уделять пристальное внимание сервисным функциям при работе с клиентами.

Таким образом, отечественные производители сектора промышленной автоматизации не сидят сложа руки в ожидании помощи от государства. Работая на реальных предприятиях, специалисты четко представляют, как следует развивать производство, какие проблемы следует преодолеть и предпринимают определенные шаги в этом направлении. И хочется верить, что в ближайшее время усилия производителей умножатся помощью государства, и поддержка отечественных производителей приобретет реальные черты.

Контактный телефон (495) 334-91-30.