



Мирослав Трифунович (OMRON)

ПРИОРИТЕТ СТАБИЛЬНОСТИ

На вопросы редактора «Новостей электроники» Геннадия Каневского отвечает Генеральный менеджер по планированию и развитию бизнеса европейского подразделения компании OMRON Мирослав Трифунович.

Геннадий Каневский: Господин Трифунович, бизнес-модель многих японских компаний, в том числе и компании OMRON, предполагает распределение усилий между многими направлениями деятельности, как смежными, в рамках одной отрасли, так и достаточно далекими. Как бы Вы охарактеризовали для читателя, впервые столкнувшегося с именем OMRON, сферы деятельности компании, и какие из этих сфер Вы считаете приоритетными для компании?

Мирослав Трифунович: Типичная японская модель бизнеса базируется на коренной японской культуре и менталитете, которые складывались в специфических исторических обстоятельствах на протяжении 2000 лет. Будучи достаточно изолированными от остального мира в течение более 1000 лет, японцы создали свой собственный стиль жизни, культуры и моральные ценности, искусство, кухню и отношение к труду. Несмотря на некоторые изменения, начавшиеся с XVI века, основы общей культуры и бизнеса остаются стабильными и практически неизменными.

OMRON, так же, как и многие другие крупные японские компании, отдает приоритет стабильности перед риском и качеству перед быстрой прибылью. Для нас кратковременные отношения с нашими партнерами (дистрибьюторами и заказчиками) не представляют

практического интереса. Мы работаем не на сегодняшний день, а с прицелом на завтра.

Г.К.: В чем особенности работы OMRON на европейском и восточно-европейском рынках? Если еще более сузить вопрос — каковы, по-вашему, основные черты современного российского рынка электронных компонентов и готовых электронных изделий?

М.Т.: В нашей работе есть три подхода, которые отражают нашу позицию на рынке и местные особенности в существующей индустрии и в отношениях с заказчиками. В то время как в Западной и Восточной Европе мы имеем преобладающее число прямых продаж с меньшим участием дистрибьюторов, в странах СНГ мы в основном работаем через дистрибьюторов. Для нас дистрибьютор — это не заказчик, он наш партнер, с которым мы вместе работаем, разделяя усилия и результаты.

Российский рынок электронных компонентов проходит стадию модернизации местной индустрии с одной стороны, и стадию «отверточной сборки» в России продукции зарубежных производителей — с другой. Я считаю, что обе области будут усиливаться в будущем, так как знание местного рынка возрастает и добавляет зарубежным инвесторам уверенности для осуществления серьезных вложений.

Г.К.: Как Вы оцениваете потенциал OMRON на российском

OMRON

рынке? Достаточно ли, по-вашему, он реализован и что нужно для его более полной реализации?

М.Т.: Сегодня российский рынок электронных компонентов достаточно мал (например, электронной продукции здесь выпускают меньше, чем в Венгрии). Однако в будущем ожидается сильный подъем, основанный на повсеместном развитии российской индустрии и увеличения объема инвестиций.

В некоторых Европейских странах (Германия, Нидерланды) существуют независимые (легальные) институты, которые свободно собирают данные продаж, полученные местными компаниями. Возможно, это самая надежная оценка общего количества продаж электронных компонентов в стране. При условии полной анонимности каждый участник (и OMRON — один из них) получает собственный отчет о продажах вместе с полным отчетом по продажам по всей стране для каждого вида продукции. В этом случае каждый участник может сделать приблизительный анализ объема всего рынка и своей доли на рынке.

Г.К.: В настоящее время зарубежные компании, работающие в России, условно делятся на те, которые работают через российских дистрибьюторов, и те, которые предпочитают действовать через глобальных дистрибьюторов. Какой подход Вам ближе?

М.Т.: Я бы не стал разделять российских и зарубежных дистрибьюторов. Я бы объединил их в следующие группы: те, которые могут принести добавленную сто-



Один из европейских офисов OMRON в Амстердаме, Нидерланды

имость в процессе продажи, и те, которые просто ждут, чтобы заказчики позвонили им и сделали заказ.

Российские дистрибьюторы лучше осведомлены об особенностях российского бизнеса и русской деловой культуры, чем международного. Так как крупные международные компании обращают повышенное внимание на российский рынок (Rutronik, Spoerle), они также будут получать такую информацию. Вдобавок они действительно имеют больше опыта по продаже компонентов, так как они в течение долгого времени работали со множеством различных стран.

Г.К.: Кого Вы считаете основными конкурентами OMRON на европейском рынке? В чем преимущества продукции OMRON перед продукцией конкурентов?

М.Т.: Скажу о такой группе продукции, как реле. В Западной Европе мы долгое время конкурировали с Tусо и Matsushita. Некоторые битвы мы выиграли, некоторые проиграли. Как бы то ни было, я считаю, что эти три компании достаточно близки по занимаемой позиции на рынке. В ближайшее время рост активности некоторых китайских конкурентов и улучшение качества продукции (главным образом, Hong Fa и Soung Chuan) сделают битву за покупателя более сложной и напряженной.

Г.К.: Каких интересных новинок от OMRON можно ждать российским разработчикам электроники в 2008 году?

М.Т.: В дополнение к новинкам в области реле и переключателей OMRON представит и будет ак-

тивно продвигать новое поколение компонентов, которые основаны на собственных разработках компании. Сейчас, наверное, слишком рано сообщать детали, я думаю, что в апреле мы сможем дать более подробную информацию.

Г.К.: Ваши пожелания читателям журнала «Новости электроники»?

М.Т.: В недавнем прошлом у России был сложный период. Я чувствую, что в результате серьезных политических изменений и духовных поисков Россия сможет снова стать мощной силой, как в политическом, так и в экономическом плане.

Поэтому я желаю читателям Вашего журнала профессионального и карьерного роста, так как подобные возможности открываются не всегда, они приходят и уходят. 