

(Ред. от 27.02.2013, 18-20)

Стенограмма

научно-практической конференции (круглый стол) «Россия и ВТО: Повышение конкурентоспособности российских предприятий», 8 февраля 2013 года в ТПП РФ

[01:25:39] Воронин Геннадий Петрович: Скитяев Владимир есть? Интерскол.

[01:25:42] Скитяев Владимир: Есть, да.

[01:25:44] Воронин Геннадий Петрович: Задачи развития компании «Интерскол» в условиях... Вот конкретная компания. Вступили в ВТО и как они решают эти задачи. Это интересно. Давайте послушаем.

[01:26:01] Скитяев Владимир: Спасибо, что дали возможность выступить. Я может быть, некоторых людей расстрою, но вот как раз отрасль электроинструмента она не так сильно пострадала и не получила сильной выгоды от вступления в ВТО. То есть, мы не экспортируем ресурсы, чтобы получить доступы на рынке, и мы не производим чтобы... У нас пошлина снизится всего лишь текущих 10% до 8% и 5% по разным группам к 2016 году. При этом, они уже были снижены при создании Единого таможенного пространства с 15% до 10%. И почему еще мы не так сильно от этого зависим? Как сильно это влияет на нашу стратегию? Потому что мы уже лет 15 как бьемся над глобальными мировыми компаниями на нашем рынке.

[01:27:11] Загоруйко Александр Евгеньевич: Компания Интерскол – это российская компания-лидер, которая по качеству продукции электроинструментов приближается к качеству Бош, всемирно известной. Это компания, которая, несмотря ни на что, все-таки, умудрилась выжить в условиях экономических перемен и стала экспортером российской продукции. И очень интересно послушать опыт компании «Интерскол» и их рекомендации – компаниям, общественности, правительству: что нужно сделать для повышения конкурентоспособности российских компаний? Вот, на примере Интерскола.

[01:27:50] Скитяев Владимир: Следующий слайд (2). Я очень кратко о компании, чтобы понять, почему мы строим такую стратегию. Это как раз и про позиционирование, и про наши позиции на рынке. Компания российская, уже существует порядка 20 лет, вышли основные люди из ВНИИСМИ – это главный советский институт, в который входило 16 предприятий по электроинструменту, пневмоинструменту. И, в принципе, костяк управленцев, он сформировался оттуда. Но после развала Союза бизнес начинался «с нуля». Может быть, это во многом нам помогло, потому что мы «с чистого листа» начинали. И сейчас мы строим производство, но уже не имея того багажа, который оставался от многих советских предприятий. У нас сегодня есть производство в России, мы приобрели завод в Испании, и у нас два совместных предприятия в Китае. И большое количество кооперационных партнеров. Потому что сейчас невозможно строить бизнес, работая только на своем предприятии, как раньше были заводы, которые делали все от болтов до готовой продукции. У нас еще две промышленные площадки в России – это Калуга и Владимир. И по всему миру мы тоже имеем либо поставщиков комплектующих, либо поставщиков специализированной продукции. (Например, пылесосы – из Германии – это самые лучшие

производители в мире. Сильные позиции в СНГ и, в принципе, с 2009-2010 года мы выходим на рынки Европы в первую очередь приобретение двух европейских компаний. Но, на 2012 год выручка консолидированная 7 млрд. рублей. То есть, компания не большая. Это средний бизнес, который стремится выйти в лидеры в своей отрасли.

Следующий слайд (3). Это продукция. Всем известная. Все знают. Все пользуются. Не буду останавливаться.

(Слайд 4) Вот история, только вкратце. После развала Советского Союза отрасль развалилась. Остался институт. На базе института создавались новые компании. Из нескольких созданных появилась наша производственная фирма. Интерскол один только выжил. И деятельность начиналась с торговли. В тот момент это были единственные люди, которые брали электроинструмент, чтобы потребности удовлетворить в электроинструменте. Собственно, с 92 по 98 годы это была торговля электроинструментом Блакиндекер, Макита, Бош. В 98 году первое производство создали на базе Ижевского механического завода. В 2002-м в Быково был построен собственный завод. И вот, таким образом, бренд Интерскол потихонечку выходит на первое место в России по количеству проданных изделий. И в 2009-2010 году был первый шаг в международные (облигации). Хотя, с самого начала существования, мы уже были. И вообще, мне кажется, в рамках ВТО это принципиальный подход, что даже булочная в каком-нибудь Переславле, она уже должна мыслить себя в рамках международной конкуренции, потому что она конкурирует с Нестле, она конкурирует с упаковками хлеба, и таким образом.

Можно следующий слайд (слайд 4). Вот по позициям на рынке. Интерскол с 2003 года – «номер один» по количеству проданных штук на российском рынке. Да. Поэтому он имеет все продукты рынка, ну, а наши друзья, партнеры и конкуренты – Макита, Бош – они, в принципе, гораздо меньше нас продают на этом рынке. Хотя, вот смотрите, еще большое количество игроков, которые во многом это китайские заводы или наши дилеры, и мы с ними тоже конкурируем. И я про них скажу немножко.

Дальше (слайд 5). А вот про позиционирование. Интерскол – это средний сегмент. Лучшее соотношение цена-качество. Низкозатратная модель бизнеса. Большие масштабы. За счет этого мы можем предложить лучшее соотношение цена/качество. И вот, в 2013 году мы запускаем новый бренд в профессиональном сегменте. Это как раз линейка из Европы, в первую очередь, там расширенная.

Дальше можно. (слайд 6 «Основные приоритеты развития»)

[01:33:46] Воронин Геннадий Петрович: *****

Вы знаете что, Вы должны убедить кого угодно. У нас же есть инерция мышления. Пусть есть дрель, которая выпускается. И если я привык к дрели Бош. То Вы говорите, «моя дрель такая-то». – «Не верю». А Вы должны мне так сказать, чтобы я верил Вам. Докладывайте просто: «Мы взяли самые современные технологии». Понятно. Помните, я всегда говорю: «Покажите карту технического уровня в своем деле». Покажите Боша и покажите свою рядышком. Что у вас производительность – такая-то, даже лучше. Что у вас качество и надежность – такое-то, даже лучше. Цена вот такая-то. Я говорю: «ребята, жму руку, я ваш друг». Вот тогда всем понятно, что вы взяли самые передовые практики, самый передовой опыт, а Вы сами сказали что «с нуля» начинали делать. Говорите: «И вот мы создали. И я вас

призываю, кто еще завтра может поиграть в этой борьбе, входя в ВТО – идите вот таким-то путем как мы. Вот тогда все будет нормально»

[01:35:00] Скитяев Владимир: Ну, можно углубляться в сравнение продукции. Но доля рынка – это показатель того как потребитель воспринимает продукцию. И по последним исследованиям, 50% нашей продукции уходит именно на профессиональный рынок. То есть, люди... 500 часов работы УШМ (*угловая шлифовальная машина, "болгарка"*) – это сопоставимо с Бошем и с Макитой.

[01: 35:22] Воронин Геннадий Петрович: Вот, коллега мне подсказывает. Я в интернете много что покупаю. Я в интернете смотрю, там, холодильники всех марок, цена, характеристики. Я выбираю... У вас есть в интернете вся ваша продукция в сравнение с этим? И все нормально. И Вам жму руку.

[01:35:51] Скитяев Владимир: Значит, вот основные приоритеты развития. (*Слайд 6 «Основные приоритеты развития»*) То есть, мы говорим, для нас ВТО – это возможность. **Одна из стратегических задач – это выход на международный рынок.** Мы хотим усилиться в Европе, мы хотим выйти на рынок даже Китая и Юго-Восточной Азии.

Но при этом, использование возможностей ВТО – это у нас шестой приоритет. Потому что есть гораздо больше и гораздо более примитивных проблем в компании. Это банально - «хорошо работать», «хорошо разрабатывать продукт», «дешево его производить», «выстраивать систему продаж». Но есть парочка моментов, которые я хотел бы отметить. На четырех пунктах остановиться. Первое – это, все-таки, «что для нас ВТО?». Второе – это международная структура. Третье – продвижение инноваций. И четвертое – производство в России. Вот это наши выходы, наш ответ на ВТО, и, вообще, на конкуренцию которая складывается в мире.

Следующий слайд (7). Вот про ВТО кратенько очень. То есть, мы не самая пострадавшая отрасль, и не такая отрасль, которая получает выгоды от ВТО. Для нас это снижение всего лишь 8-5%. Каких мы больше плюсов сейчас видим? Потому что одна из проблем, которую я в синопсисе хочу упомянуть – это серый импорт. Так вот занижение таможенных пошлин при сером импорте дает не 5% выгоды производителям, а 15-20%. И мы, как лидеры рынка, как компания, которая производит здесь, мы гораздо больше от этого проигрываем, чем от снижения пошлин, которые нам навязывает ВТО. Так вот, если мы пошлины, то значит, что мы с нашими китайскими и европейскими заводами будем иметь те же самые условия, что и «серые импортеры».

Второе. Мы начинаем работать с Европой и Америкой уже на новом уровне как член ВТО. С точки зрения, этого, это наверное, психологический момент. То есть они нас начали воспринимать как равных партнеров, в том числе как бренд. Россия галочку теперь, плюсики, заработала, что мы можем с ними на равных разговаривать.

Ну, и ответ – это новый завод. Мы в Елабуге сейчас строим завод. И в августе 2013 года будет пуск, должна выйти первая партия продукции. У нас потеря от таможенных пошлин. Вот за счет все-таки существующих там льгот мы планируем в течение 10 лет ее отыграть. Плюс, конечно, усилим нашу собственную производственную базу и инновационную, главное. То есть, все новые продукты мы будем производить в России.

Вот, минус такой, что очень активизировались китайские поставщики. Они тоже смотрят «да, Россия, это не страна где медведи могут разорвать и все такое; да, приняты в ВТО». Очень сильно активизировались китайские заводы и при поддержке государства, которое там очень сильное, и там наша отрасль развивается по очень простой причине – что приходят

китайцы и дают кредит на три года с отсрочкой платежа. Все. И не один российский завод не в состоянии такое обеспечить. А у них ставка там, ну, 6% - это уже коммерческая ставка, а так, 3% - при поддержке государства, она от 0% начинается на инновационные продукты, вплоть до прямой субсидии. У нас есть партнеры, которые получают просто деньги от государства в виде субсидий из-за того, что они запускают инновационные продукты.

Следующий слайд (*слайд 7*). Еще важный момент и он характеризует конкурентоспособность. Мы сейчас пришли к тому, к чему Бош или Сименс пришли 25 лет назад. А в Советском Союзе это существовало в виде «отраслевой структуры». Потому что компания не может развиваться, когда нет вот этого полного цикла. Исследования – ОКР – подготовка производства – само производство – сбытовая сеть – и взаимодействие с потребителями. Так вот, многие компании в России раньше это было, вот этот полный цикл он поддерживался внутри отраслевой структуры в министерстве и институтах. И у Интерскола развитие пошло вот таким образом (стрелочка зеленая). Мы начали от продаж, потом пришли в производство, потом мы стали создавать собственные модели, потом мы стали создавать новые инженерные решения, сейчас мы работаем уже с инновациями. Так вот, внутри больших корпораций, глобальных, с которыми все столкнулись после вступления в ВТО, вот эта структура уже работает десятилетиями. А у нас она во многом не работает, действительно, только сейчас создают. Так вот, приоритетная задача Интерскола сейчас – этот цикл воссоздать на рабочем хорошем уровне эффективности.

Вопросы госполитики, да, у нас сейчас все увлеклись виртуальной экономикой Сколково, Роснано такие вещи. Это заход вот с этих синих блоков. Мы отдаем ученым деньги – они что-то придумывают, но 70-80% ресурсов корпораций крутится вот в этой области – в области производства, маркетинга и продаж. То есть, реально зарабатывают на инновациях не творческие ученые коллективы, а глобальные корпорации, которые создают, доводят и, главное, продают этот продукт. Есть правда примеры, когда пять человек что-то придумали и оно «выстрелило», но правда, такое только в Интернете работает. В машиностроении, в химии, в новых материалах это не работает.

(*Слайд 9,10*)

Вот предложение, акцент с поддержки команд и виртуальной экономики нужно перенести на поддержку компаний в реальной экономике, которые создают спрос на инновации. Но конкурируя, выйти в Европу с обычным продуктом не получится. Нужно что-то предложить, чем-то заинтересовать. Во Франции мы с сетями говорили, а они: «ребят, у нас есть Бош, у нас есть Макита, да вы дешевле, ну это не главное. Дайте нам что-то интересное и мы вас поставим. Когда у вас будет три-четыре продукта интересных, мы возьмем всю вашу линейку». Поэтому у нас сейчас есть, в мае выходит уникальная машинка. Это новый двигатель на 70% более эффективный, и, в принципе, уникальный для нашей области.

(*Слайд 12*) Синописис. То, что нам, конкретно, нужно, как производителю. Вот, такие предложения для государства. Сегодня половина рынка, а у нас рынок больше миллиарда долларов, половина рынка – идет серый импорт с занижением таможенной стоимости. Пример. С открытием Таможенного пространства все повезли через Казахстан. Товар из Финляндии идет в Казахстан, там таможенится по схеме и приходит в Россию. Так вот, на этом мы гораздо больше теряем, чем на таможенных пошлинах вместе взятых. И государство наше тоже теряет. Есть несколько топовых производителей, включая Интерскол, которые не работают по серым схемам. Но половина рынка дают преимущество странам за счет вот этого – получают китайцы выгоду 10-20% в цене только за счет того что идет занижение таможенной стоимости.

Второй момент, что вот, нам бы от государства хотелось бы получать поддержки в рамках инноваций и инвестиций. Да, мы сейчас ищем инвестиции. 12% для строительства завода. Для того чтобы отгрузить в Европу, в мае уходят пилы с новым двигателем, мы сразу отгружаем в Европу на экспорт. Вот, чтобы дать отсрочку 6 месяцев, например, чтобы поставить во все сети это тоже стоит где-то 15% кредит. То есть, поддержка инвестиций с технологического экспорта по линии кредитных ставок. Если мы получаем не по всей продукции... В России хорошо, у нас оборачиваемость большая, только по этому мы двигаем в Европу... В идеале, получить хотя бы как китайцы.

Второй момент, второй пункт, что хорошо поддерживаются инновационные компании, то что выходит из Роснано и Сколково, но они уже сейчас сталкиваются с проблемой. Не будем про Глонасс говорить, когда мы всех заставляем купить. Нужно поддерживать тех, кто могут продать инновационные вещи. И вот этот момент он очень важен. Мы просто это чувствуем.

Ну, и сюда, четвертым пунктом, я бы поддержал идею с торговыми представительствами России, чтобы они работали как Сингапур, то мы могли бы появиться в гораздо большем количестве стран, потому что вот, реальная ситуация: интересный рынок в Бразилии. Но нам, чтобы провести исследования там – это просто одна командировка обойдется в несколько сотен тысяч рублей, да, а если бы они могли совместно с нами...

[01: 45:39] Воронин Геннадий Петрович: Всё, всё. Спасибо!

[01: 45:44] (реплика): Вопрос. Я больше по качеству. У меня вопрос, Владимир, такой. Проблема в России существует в том, что мы можем единичные выпускать продукты качественные, а массово не можем выпускать. Как Вы решаете вопрос массового выпуска качественной продукции? Ну, и насколько я читал, в Китае применили систему контроля качества, которая по своим припускам...

[01:46:36] Скитяев Владимир: Очень-очень много решений, которые сейчас используются, это решения, из Советского Союза, история той структуры. И это те инженеры, которые тогда работали. Потому что вот сейчас в Китай приезжает наш инженер из Даугавпилского Латвийского завода – он там как гений, как гуру. Потому что они, до сих пор, они производят перфораторы, и не умеют считать размерные цепочки. Просто они копируют. Но они уже одни из крупнейших производителей в мире по перформаторам. Вот. Поэтому у нас есть за что зацепиться: у нас есть технологии, у нас есть люди с опытом. Вопрос, на самом деле, больше в именно стратегии в глобальной. Мы выстраиваем стратегию исходя из глобальной конкуренции уже 10 лет. Это нам помогает. Это очень здорово. А то, что у нас лучшие инженеры, если сравнивать с Германией, сравнивать с Азией, то это 100%. И это наш ресурс.
