

В стратегии Mitsubishi Electric Россия — перспективный рынок развития

Эксклюзивное интервью нашему журналу дал Норитсугу Уэмура, новый генеральный директор представительства Mitsubishi Electric Europe B. V. в Москве.

— После 10 лет присутствия на российском рынке ваша компания впервые открывает в Москве полноценное представительство. Связана ли такая пауза с процессами, происходящими на российском рынке?

— Я бы хотел сразу пояснить, что Mitsubishi Electric Europe B. V. — европейское подразделение Mitsubishi Electric — открыло свое нынешнее представительство в Москве 10 лет назад, в декабре 1997 года. Что же касается продукции компании, то она действительно известна на российском рынке с давних времен.

За прошедшие с момента основания представительства 10 лет (короткий, по меркам японской корпорации, основанной в 1921 году, период) в результате быстрого роста экономики Россия стала одним из наиболее перспективных товарных рынков в мире. На фоне повышения цен на нефтегазовые ресурсы и в рамках нынешней государственной политики российская экономика в несколько ближайших лет, видимо, будет способна сохранять высокие темпы роста. На фоне этого компания пришла к выводу о необходимости поиска новых путей расширения бизнеса в России.

В первую очередь это касается изучения возможности перевода работы московского представительства на иной организационный уровень, а также активизации изучения российского рынка и поиска новых возможностей для продвижения здесь продукции компании. Этим во многом и было продиктовано решение штаб-квартиры корпорации о назначении японского менеджера новым генеральным директором московского офиса — первого за всю историю работы в России. Так совпало, что первый глава представительства г-н Седов, создавший уникальную команду профессионалов, как раз в 2007 году ушел на пенсию. Сегодня он является советником генерального директора представительства.

— Что нового из широкого ассортимента компании будет представлено на российском рынке?



— Mitsubishi Electric производит широчайший диапазон высокотехнологичной продукции, с успехом применяемой во всем мире как в промышленности, так и в быту и социальной сфере. На сегодняшний день в России уже представлены четыре продуктовых направления: системы кондиционирования воздуха, индустриальная автоматика, электронно-визуальные системы и системы отображения информации, а также силовые полупроводники. Но это лишь малая толика того, что производит корпорация. Мы и наши японские и европейские коллеги работаем над тем, чтобы в будущем этот список был расширен. Мы считаем, что в России будет пользоваться спросом такая продукция Mitsubishi Electric, как лифты и эскалаторы, транспортное оборудование (к примеру, метро Нью-Йорка

оборудовано нашими кондиционерами воздуха и тяговыми приводами), автомобильные электрические и электронные компоненты, энергетическое оборудование, в частности силовые трансформаторы.

Что касается сегодняшнего дня, то Mitsubishi Electric постоянно обновляет линейку своих продуктов, а также выводит на рынок принципиально новые модели. Так, например, в России начались продажи системы кондиционирования воздуха ZUBADAN. По-японски это означает «суперобогрев». Уникальность этой системы в том, что ее конструкция позволяет как охлаждать воздух, так и работать на обогрев, причем без потери эффективности при температуре до минус 25 градусов.

Как я уже отмечал ранее, российская экономика развивается очень быстро, и сейчас идет активное инвестирование в производственные отрасли, в частности в автомобилестроение. Многие иностранные производители приходят в Россию, например, Toyota, Nissan и Suzuki основывают здесь свои производства. Мы считаем, что для России очень важно иметь производства подобных японских промышленных «тяжеловесов». Это подтверждает серьезность намерений иностранных инвесторов, которые изучают возможности долгосрочного инвестирования в российскую экономику. Благодаря иностранным и отечественным промышленным инвестициям мы получили возможность расширить поставки своего оборудования и систем индустриальной автоматизации.

Хорошие перспективы есть у электронно-визуальных систем (фотосистемы, системы безопасности) и у систем отображения информации (мультимедийные проекторы и видеостены) производства Mitsubishi Electric. Эти продукты представлены в России как на рынке бытовой электроники, так и на рынке оборудования для промышленного применения. Среди наиболее ярких примеров использования этого оборудования — применение цифровых видеорегистраторов Mitsubishi Electric в системах безопасности крупнейших российских банков, установка видеостен Mitsubishi Electric в ситуационных центрах региональных органов власти, а также на объектах энергетики.

Кроме того, увеличиваются поставки в Россию силовых полупроводников Mitsubishi Electric — это очень перспективный продукт для рынка вашей страны. Одна из наиболее важных для России областей применения этой продукции — железнодорожный транспорт. Он сейчас активно развивается и обновляется в вашей стране. Взяв, к примеру, амбициозные проекты высокоскоростных поездов из Москвы в Санкт-Петербург, Нижний Новгород и Сочи. Опыт Японии позволяет предположить, что развитие этого вида транспорта может стать мощным стимулом экономического роста российских регионов.

— Существуют ли хотя бы отдаленные планы по организации производства в России? О какой продукции при этом может идти речь?

— Насколько я знаю, таких планов на сегодняшний день нет.

— Есть ли российские производители, с которыми возможно осуществление совместных проектов?

— Ко мне достаточно часто обращаются представители российских компаний и компаний из стран СНГ с предложениями о создании совместных производств. Я внимательно их изучаю, но среди предложенных идей я пока не встретил достойных дальнейшего обсуждения.

— Какие функции будет выполнять московский и, возможно, другие региональные офисы, как изменится работа с дилерами и дистрибьюторами?

— Как я уже отмечал, мы только изучаем возможность и пути перевода московского представительства на новый организационный уровень. Когда это произойдет, я пока не могу вам сказать. В настоящее время в функции представительства входит сбор, обработка и распространение информации о рынке, маркетинг, реклама и изучение рынка тех четырех групп товаров, поставляемых Mitsubishi Electric Europe B. V. на территорию России, о которых уже говорилось выше. Пос-

ле того как представительство будет преобразовано в филиал Mitsubishi Electric Europe B. V. или будет создана российская дочерняя компания, перечисленные функции будут расширены — мы получим право оказывать техническую поддержку нашим клиентам, осуществлять сервис нашей продукции и т. д.

Но уже сегодня компания расширяет деятельность по изучению рынка и продвижению в России бренда Mitsubishi Electric. Для этих целей в прошлом году было открыто представительство Mitsubishi Electric Europe B. V. в Екатеринбурге. В скором времени будет объявлено и об открытии представительства в Санкт-Петербурге. Мы считаем, что вслед за московским представительством и питерский офис сможет быть переведен на новый уровень работы. Тогда в его функции будут входить и оказание технической поддержки нашим клиентам в Северо-Западном регионе, в первую очередь японским автопроизводителям — Toyota, Nissan и Suzuki. Пока же эти услуги будут осуществляться нашими дистрибьюторами в Санкт-Петербурге.

Что касается наших российских дистрибьюторов, именно они позволили компании расширять продажи в России все годы работы компании здесь. Поскольку российский рынок является крупнейшим в мире с точки зрения географии, нам для его полноценного охвата необходимы партнеры во всех регионах России. Таким образом, наша сеть расширялась и будет расширяться вместе с ростом бизнеса.

Количество дистрибьюторов в том или ином регионе зависит от продукции, от числа ее потребителей. Так, например, сейчас сеть дистрибьюторов систем кондиционирования воздуха состоит из более чем 10 компаний в России и странах СНГ; подразделение индустриальной автоматике Mitsubishi Electric Europe B. V. сотрудничает с 12 дистрибьюторами в России и странах СНГ и с 13 российскими компаниями — системными интеграторами. Схожая ситуация и в системе дистрибуции электронно-визуальных систем и систем отображения информации.

С силовыми полупроводниками дело обстоит несколько иначе. Специфика этой продукции такова, что нам необходимо знать наших клиентов в лицо, знать, что именно им нужно, поэтому для работы с ними требуется меньшее количество дистрибьюторов.

Другими словами, количество официальных партнеров Mitsubishi Electric Europe B. V. в России соответствует потребностям и планам компании по расширению ее бизнеса и будет увеличиваться по мере освоения рынка.

— Будет ли компания готовить специалистов для работы на российском

рынке, используя местные кадры? Где и как будет происходить обучение?

— В настоящее время в представительстве в Москве работает только один японский менеджер. Остальные сотрудники родились в России и других странах бывшего СССР. Все они получили образование в отечественных вузах, и я могу только подтвердить их высокий профессиональный уровень — в настоящий момент как раз я учусь у них работе на российском рынке. Надо признать, что мои коллеги — отличные учителя и при этом очень терпеливые.

— Ваша компания присутствует на отечественном рынке не первое десятилетие. Как Вы оцениваете результаты этого сотрудничества и какие планы строите на будущее?

— Поставки оборудования Mitsubishi Electric осуществлялись еще в советское время. Я могу прокомментировать ситуацию лишь последних 10 лет — когда существовало представительство в Москве. Все эти годы объем продаж продукции корпорации в Россию и страны СНГ неуклонно рос. Особенно можно выделить несколько последних лет. Так, мы ожидаем, что объем продаж компании в России в 2008 финансовом году, который закончился 31 марта этого года, превысит 75 млн евро. В прошлом, 2007 финансовом году объем торговли Mitsubishi Electric Europe B. V. с российскими партнерами превысил 60 млн евро — это больше чем в два раза выше показателей 2005 финансового года. В будущем мы планируем улучшать эти показатели, в том числе и благодаря изменению статуса представительства.

В стратегии роста Mitsubishi Electric значительное место занимает расширение зарубежных операций. Поэтому Россия, благодаря успехам ее экономики и широкому спектру деловых возможностей, рассматривается штаб-квартирой Mitsubishi Electric как один из перспективных источников развития бизнеса корпорации.

В наших планах — расширять границы своего присутствия на этом рынке. В России есть еще много регионов, которые нам только предстоит для себя открыть. В Екатеринбурге и Санкт-Петербурге компания уже открыла свои представительства — это четкое свидетельство интереса к Уральскому и Северо-Западному регионам. Еще один перспективный регион — Татарстан. Я был в Казани и встречался с руководством республики. Этот регион получает хороший доход за счет добычи природных ресурсов, там растут инвестиции в промышленность и развитие экономики. Изучение потенциала регионов вашей страны является одной из основных целей нашей работы здесь.