



Вадим ЛЯНОЙ,
заместитель
генерального
директора
ЗАО НПЦ «Пром-
электроника»

Бренд. Имидж. Реноме

Ключевые понятия современного производства

О главных мировых и российских тенденциях в производстве продукции для железной дороги рассказывает заместитель генерального директора ЗАО «НПЦ «Промэлектроника» Вадим ЛЯНОЙ. В качестве эксперта Вадим Вадимович выступает не случайно: «Промэлектроника» является одним из ведущих производителей систем автоматики и телемеханики для железных дорог, законодателем в области управления качеством в Уральском регионе. НПЦ «Промэлектроника» играет значительную роль в некоммерческом партнерстве «Предприятий промышленного железнодорожного транспорта».

В сентябре этого года в Берлине прошла крупнейшая в мире железнодорожная выставка «Иннотранс-2010». Мы заметили, что очень многие ведущие компании практически не выставляли технику – на выставке позиционировался бренд. Зачастую был стенд с названием фирмы, мониторы, на которых крутятся рекламные ролики, и столы со стульями – импровизированное кафе, где можно отдохнуть и обсудить дела; «железки» были, как правило, у молодых компаний. Это говорит о том, что сейчас в мире ценится не изящная коробочка – ценится репутация предприятия, которое способно решать проблемы заказчика. «Железку» можно купить, даже разработку можно заказать. А вот положительное реноме в глазах заказчика – это те самые нематериальные активы, которые входят на первый план.

Вопрос качества – вопрос выживания

На многих стендах экспоненты с гордостью писали – “IRIS certification”. Это европейская система сертификации на соответствие требованиям железнодорожного стандарта IRIS. Ведущие производители железнодорожной техники задали высокую планку – требования этого стандарта более чем вдвое шире требований международных стандартов управления качеством ISO 9000. В России соответствие даже ISO 9000 пока не слишком распространено. А сертификация по IRIS является неким знаком качества в мире железнодорожного бизнеса: крупнейшие фирмы уже не заказывают ничего у предприятий, не прошедших такую сертификацию. Это знакомое явление.

«Промэлектроника» в течение последнего года ведет подготовку к сертификации по IRIS, и для этого я ез-

дил в Италию, на предприятие Ansaldo Breda – флагман итальянского железнодорожного машиностроения, где нам любезно провели семинар на тему «IRIS». Был интересен не только преподанный материал, но и люди, которые внедряли этот стандарт у себя на месте – у них глаза горели. Когда мы спросили: «Скажите, пожалуйста, IRIS требовала разработки большого количества документов, значит, вы работали по вечерам, по выходным. Платили ли вы тем работникам, которые участвовали в разработке документов к сертификации, дополнительные премии?», итальянцы сначала не поняли, а потом ответил обычный инженер: «Никто даже не думал ни о каких премиях. Просто каждый работник предприятия понимал, что, если мы не внедрим у себя требования этого стандарта, нас в ближайшее время съедят конкуренты, которые это внедрят обязательно».

Дыры в маркетинге

Хочу упомянуть еще об одной выставке – «ТрансЖАТ 2010». Это крупнейший форум работников хозяйства автоматики и телемеханики ОАО «РЖД». Там тоже отразились современные мировые тенденции: финансовая оценка эффективности работы

партнеров «РЖД», ориентация на стоимость жизненного цикла продукции. Форум прошёл под знаком обострения конкуренции и агрессивного маркетинга: многие зарубежные фирмы заявили о готовности поставлять в Россию всю линейку своей продукции, строить и реконструировать железнодорожные участки «под ключ», как это делается за рубежом. Там это практически единственный способ получения подряда – никто не будет разговаривать с предприятием, предлагающим прикручивать одну определенную гайку. И, скорее всего, российский заказчик будет, к сожалению, давать такие подряды западным компаниям.

Но проникновение западной техники на российский рынок объективно затруднено проблемами внедрения ее в эксплуатацию – она абсолютно не адаптирована к нашим условиям. Практически все системы и устройства приходится перерабатывать заново, увязывать с существующей инфраструктурой железных дорог. Это подводный камень, на который многие заказчики не обращают внимания. А маркетинговую политику иностранцы ведут очень грамотно: демонстрируют образцы продукции, называют конкретную, часто недорогую цену... Но неискушенный заказчик не пони-

мает: рубль стоит этот образец, а чтобы его внедрить «под ключ», нужно еще два рубля, плюс стоимость эксплуатации.

Такие компании, как наша, предлагающие полный комплекс продуктов и услуг «под ключ», в России большая редкость, да и по своим финансовым возможностям они уступают транснациональным компаниям-гигантам. В этом наша уязвимость. А большинство российских фирм вообще ведут бизнес в узком секторе: или производят несколько изделий, или проектируют, или строят, или обслуживают. И заказчику такие компании становятся неинтересны. Это общемировой закон.

Опасная дешевизна

В России пока немногие производители железнодорожной техники имеют сертификат ISO 9000, и всего одно предприятие – сертификат IRIS. Причем это – «надводная» часть айсберга, лучшие предприятия, имеющие документированные процессы, строго проводящие верификацию и валидацию продукции в ходе разработки и производства. Но есть еще и «подводная» часть айсберга – недобросовестные фирмы, игнорирующие требования нормативных документов, не проводящие испытания и независимые экспертизы своих систем.

Мы поднимали этот вопрос еще на летней конференции «ПромТрансЖАТ» – он касается не только сферы СЦБ и связи, но и локомотивного, вагонного, путейского хозяйств. Фирма, не обременяющая себя тратами на сертификацию своей продукции, на вступление в СРО, на обеспечение сквозной системы качества на предприятии, естественно, имеет гораздо меньшие затраты. Она покупает в ларьке либо недорогой контроллер (если речь идет о СЦБ), либо китайскую запчасть (если речь идет о машинах). Контроллер программируют, на запчасть наклеивают красивую этикетку и с этим выходят на тендер. В этом тендере участвуют и несколько серьезных компаний, а тут появляется этот «дядя Вася» и дает цену в три раза ниже...

К сожалению, многим заказчикам сейчас не хватает понимания того, как устроен мир производственных взаимосвязей. Критерий, как правило, один – минимальная цена, и «дядя



Вася» об этом знает. Но здесь вступает в силу неумолимый закон стоимости жизненного цикла. Заказчик купил технику за три копейки, а через полгода эта техника сломалась. Он заплатил еще три копейки, чтобы купить новую или отремонтировать старую. В лучшем случае – через полгода еще три копейки, потом еще и так далее. А в худшем, заплатив три копейки, заказчик через три, пять, десять лет получает катастрофу, убытки от которой составят уже не три копейки, а целый рубль. Также нельзя забывать, что, если пострадали люди, если причинен экологический ущерб, проблема переходит в уголовную плоскость. А ведь сертификаты, допуски СРО, и прочие документы, которые подтверждают соответствие продукции требованиям стандарта – это еще и охранная грамота заказчика!

Выживет честнейший

В середине июня этого года в Екатеринбурге прошла выставка-конференция «Технологии обеспечения безопасности движения поездов на путях необщего пользования – ПромТрансЖАТ 2010», где были разработаны и направлены в Минтранс, в Росжелдор наши предложения по повышению безопасности на железнодорожном транспорте применительно к той ситуации на рынке, о которой сказано выше. Но, как водится у нас в России, бумага должна «отлежаться»: эти предложения пока рассматриваются.

В числе прочих было предложение создать при Министерстве транспорта отдел работы с промышленными предприятиями – он как раз занялся бы координирующей работой по созданию технических регламентов. Мы, со стороны НП ППЖТ, уже заявляли, что готовы включиться в работу по формированию требований по безопасности продукции и услуг для промышленного железнодорожного транспорта. Причем мы допускаем, что эти требования могут отличаться от тех, которые выставляет РЖД: в чем-то они будут немножко мягче, более специфичными, отражающими особенности работы промышленного транспорта. Но они должны существовать и неукоснительно исполняться. К сожалению, их пока нет, и «дядя Васи» пользуются этим правовым вакуумом, заявляя, что их продукция предназначена не для РЖД, а для промышленного транспорта.

Я считаю, что в будущем выживать на рынке будут сильнейшие, крупнейшие и, главное, честнейшие – те производители, которые способны удовлетворить все технологические потребности заказчика. Предприятия, имеющие допуски СРО и производящие сертифицированную продукцию, показывают, что они готовы нести расходы, страховать риски, – все делать для того, чтобы их считали достойными игроками рынка. Наша работа в рамках НП ППЖТ направлена на пропаганду такого подхода к делу.