

Оксана Афанасьева

2011 год для промышленной автоматизации: устойчивый рост или временное улучшение?

Обзор по итогам выставок и конференций ПТА.

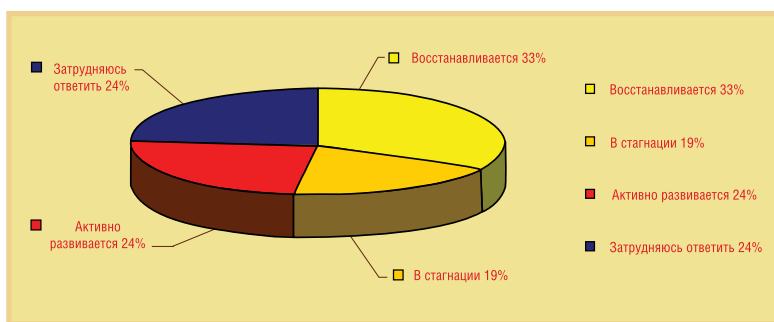


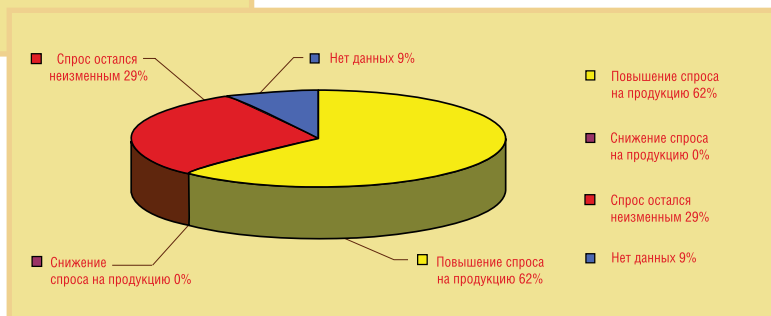
Рис. 1. Состояние рынка автоматизации РФ

Представляем Вашему вниманию обзор российского рынка промышленной автоматизации на основании опросов партнеров компании «ЭКС-ПОТРОНИКА», организующей выставки



Рис. 2. Изменение спроса на продукцию в 2010 г.

Рис. 3. Изменение спроса на продукцию в 2011 г.



и конференции «Передовые Технологии Автоматизации. ПТА». Это сводные данные по итогам мероприятий, проведенных в 2011 году, которые предлагаем сравнить с результатами 2010 года.

Рынок, спрос, платежеспособность клиентов

На вопрос: «Как Вы оцениваете состояние рынка автоматизации РФ?», ответы распределились следующим образом: восстанавливается – 33%, активно развивается – 24%, в стагнации – 19%, затруднились ответить – 24% (рис.1)

Большинство компаний констатируют повышение спроса на продукцию и услуги за последний год (рис. 2) и (рис.3).

Однако рост платежеспособности заказчиков отмечают только 24% респондентов, о снижении говорят 19% опрошенных, не видят особых изменений – 43%, и еще 14% компаний не ведут такую статистику (рис.4) и (рис.5).

Если верить данным опроса, то, учитывая тренд «запаздывания» выставочного сектора в среднем на 1–2 сезона после основного сегмента рынка по теме выставки, вполне вероятно, что специализированные форумы, которые с 2008 года сокращались в объемах, остановятся в падении и начнется этап возрождения.

Отраслевая востребованность продуктов и услуг автоматизации

Распределение, показанное на диаграмме 2010 года, отражает процентное соотношение денежных средств, затрачиваемых предприятиями данных отраслей, на услуги и оборудование по автоматизации. В 2011 году соотношение сил практически не изменилось (рис.6).

Отдельная, очень объемная, тема автоматизация для нефтегазовых и нефтехимических предприятий. В рамках «ПТА-2011» 21 сентября состоялся круглый стол «Автоматизация предприятий нефтегазовой отрасли: успехи, проблемы, перспективы». Эксперты отрасли представили сообщения об успешных примерах внедрения передовых технологий автоматизации на предприятиях нефтегазовой отрасли, обсудили насущные проблемы и поделились прогнозами развития отрасли на период до 2030 года в контексте Энергетической стратегии России. Стенограмма круглого стола на www.pta-expo.ru/moscow/2011/rt.htm

Маркетинг

При запросе – указать приоритеты в текущей маркетинговой стратегии компании за последний год – мы становились свидетелями бурных дискуссий между сотрудниками компаний. Как вывод: компании осуществляют комплексное использование маркетинговых опций. Среди них: участие в специализированных выставках 48%, участие в отраслевых выставках 43%, активные продажи 43%, прямой маркетинг 38%, аналитика 33%, реклама в СМИ и интернете 24% (рис.7).

В целом, в эпоху интернета ответы о приоритетном участии в выставках несколько неожиданные, но не стоит забывать, что опрос проводился среди экспонентов и посетителей выставок\ конференций.

По-прежнему аналитике отводится одно из последних мест. По уже сложившейся печальной традиции большая часть отечественных компаний не отслеживают влияние производимых PR и рекламных акций на рыночные позиции компании.

Косвенно это подтверждает и анализ процесса подготовки экспонентов к работе на выставке: 90% экспонентов подготовили раздаточные материалы, 52% выбрали стенд и заказали застройку, 50% – направили приглашения партнерам, 50% – разместили анонсы на корпоративном сайте. Только 33% разработали концепцию, включая цели и задачи.

При выборе мероприятия для включения в маркетинговый план компании руководствуются несколькими параметрами. На первом

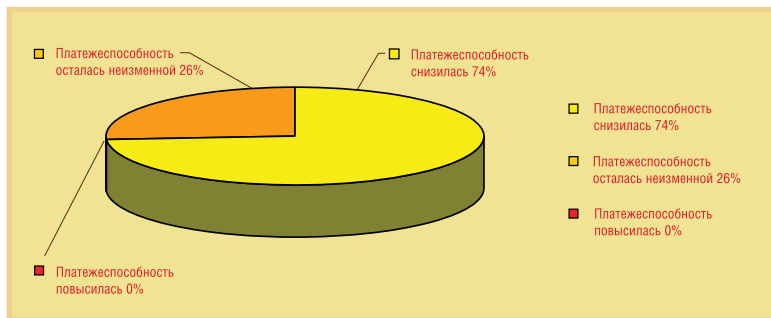


Рис. 4. Изменение покупательской способности в 2010 г.

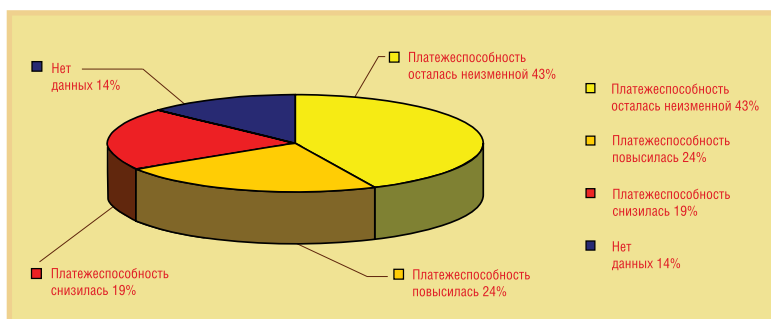


Рис. 5 Изменение покупательской способности в 2011 г.

месте – актуальность тематики, второе разделяют эффективность и престижность мероприятия, третье – привычка. При этом доминирующим фактором, подтверждающим успех либо неуспех участия в выставке, является количество розданных посетителям рекламных материалов и собранных анкет. Погрешность в разы увеличивается при участии в выставках, объединяющих несколько тем. Конечно, на таких мероприятиях рекламные проспекты разлетаются как горячие пирожки, а на стендах наблюдается столпотворение. Вот только значительный (до 70%) процент этих посетителей нецелевые, т.е. визуальный эффект

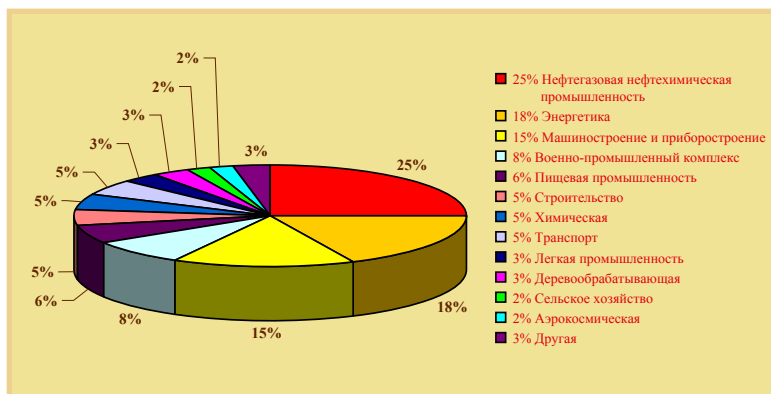


Рис. 6. Распределение расходов на оборудование и услуги по автоматизации в разных отраслях промышленности

Рис. 7. Приоритеты в маркетинговой стратегии компании



является мнимым. В Германии, которая является законодателем выставочных тенденций, мероприятия узкой специализации успешно вытесняют многопрофильные выставки – экспонентам просто не хочется тратить впустую ресурсы компании. Думаю, подобная перспектива и у российских выставок.

100% предприятий, участвующих в специализированных выставках и конференциях и отвечавших на вопросы анкеты, ставили целью поиск новых клиентов, 67% – поддержание имиджа компании, 52% – представление нового продукта, 33% – поддержание имеющихся контактов.

Подготовили новинки продукции лишь 50% участвующих компаний. И, как показал дальнейший анализ, именно компании, демонстрирующие на выставке новинки, ответили, что им удалось найти потенциальных партнеров.

Кадровый вопрос

Кадровые ресурсы компании пополняют, прежде всего, за счет удержания дорогостоящих опытных специалистов. Так поступают 52% опрошенных. 38% респондентов привлекают молодых специалистов, 10% передают часть функций на аутсорсинг (Рис.8).



Рис. 8. Кадровый вопрос

Завершая обзор, обобщу все вышесказанное:

- Рынок автоматизации России постепенно оправляется от кризиса. Следующий год покажет, являются ли позитивные изменения устойчивым трендом или нас ожидает очередная волна рецессии, как прогнозирует определенный круг экспертов.

- Наиболее востребованы продукты и услуги по автоматизации в ТЭК, а самыми актуальными в этой сфере задачами являются энергосбережение и энергоэффективность.

- Маркетинговые стратегии у большинства компаний выражены неярко. Компании достаточно активно используют различные инструменты, но методология оценки эффективности этих инструментов пока не выработана.

- По-прежнему является острой проблемой нехватка квалифицированного персонала.

Афанасьева Оксана

Валентиновна, почетный член Международного общества автоматизации ISA, с 2005 г. генеральный директор компании ЗАО «ЭКСПОТРОНИКА».



Опросы проводились среди руководства более 100 компаний, которые были представлены на выставках ПТА в 2010-11 гг., и более 3000 посетителей. Другие обзоры, а также статьи, стенограммы и меморандумы конференций и круглых столов на www.pta-expo.ru/automation/index.htm



Комментарии:



Новик Юрий Аркадьевич – заместитель начальника отдела по автоматизации (отдел энергетики и автоматизации) минерально-химической компании „Еврохим”.
Выпускники вузов - в основном это sale-менеджеры, которые стремятся продать. Грамотных инженеров, которые имеют опыт разработок, очень мало. Человек, работающий в автоматизации, - это человек с определенным производственным опытом, если он пять лет не проработал на внедрение систем управления, то какие решения он может предложить?

Соркин Леонид Рафаилович – д.т.н., профессор, генеральный директор компании Honeywell.

Наша компания международная, и мы являемся участником образовательного процесса, последние 10 лет есть своя кафедра в физико-техническом институте, откуда идет пополнение персонала нашей компании. Стратегическое партнерство связывает нас с кафедрами Губкинского университета.



Рубштейн Александр Владимирович – заместитель генерального директора по направлению автоматизация компании „ИТСК”.

Особенность именно российского рынка: мы все очень хорошо умеем работать в коллективах, в которых мы привыкли работать. В отличие от России на Западе продают услугу: качественно или некачественно, а в России зачастую „продают” не услугу, а людей. Вот если заказчик верит в этого человека, что он его не подведет, он с ним много чего сделал, вот тогда он и говорит, что он хочет этого человека. ... Система внедряется и ее надо обслуживать. Это относительно новая форма обслуживания в области автоматизации, так называемый аутсорсинг.

Тихон Павел Михайлович – директор компании B&R.
Наш офис находится на территории Московского института радиотехники, электроники, автоматики, с ним нас связывают довольно тесные взаимоотношения. И сотрудничаем с вузом ЛЭТИ в Санкт-Петербурге, где уже в течение 10 лет находится наша лаборатория, где изучают средства промышленной автоматизации общепромышленного назначения.

