

Форум дистрибьюторов ЭК 2017: игроки прежние, правила новые

Эксперты убеждены, что время классической дистрибуции закончилось

Хотя роль дистрибьютора в последние годы изменилась, она по-прежнему велика. Сегодня в зону его ответственности переходят задачи, которые по каким-то причинам не хотят или не могут решить другие участники рынка. Допустим, производитель не хочет заниматься продажей своих компонентов, перевозчик – брать на себя таможенную «очистку» и готовить необходимые документы, а покупатель – заниматься внешней экономической деятельностью. Профессиональное сообщество уверено: пока это нежелание существует, у дистрибьютора будет работа. Кроме того, одной из его ключевых функций становится помощь в преодолении барьеров, связанных, в том числе, с экспортным контролем и нетарифным регулированием. Выходит, чем больше сложностей, тем больше поле деятельности для дистрибьютора, который, впрочем, должен не только постоянно совершенствовать свои сервисы, но и предлагать новые. Об этом говорили на VIII Форуме дистрибьюторов электронных компонентов, который прошёл в Москве 26 октября 2017 года.

ТЕПЕРЬ СЧИТАЮТ КЛИКИ, А НЕ РУКОПОЖАТИЯ

Безусловно, рынок дистрибуции не стоит на месте, но чтобы понять, чем обусловлена его трансформация, нужно проанализировать ситуацию на рынке электроники. Подробный обзор по теме представил генеральный директор Информационно-аналитического центра современной электроники, исполнительный директор Ассоциации разработчиков и производителей электроники Иван Покровский.



Иван Покровский

По его словам, ситуация на мировом рынке электронных компонентов в целом внушает оптимизм: только в 2017 году рынок полупроводников вырос более чем на 16%. Вероятно, это обусловлено ростом производства конечной продукции и цен, что, в свою очередь, связано с дефицитом компонентов, сложившимся в отдельных сегментах рынка. Известно, например, что в первом полугодии 2017 года Samsung увеличил выручку более чем на 50%, сохранив примерно те же физические объёмы производства, но цены на продукцию компании, в частности на память, увеличились более чем на 40%. Подобные примеры наблюдаются и по другим группам продукции. Понятно, что в сложившейся ситуации дистрибьюторы зарабатывают больше.

Судя по показателям европейского рынка дистрибьюторов, позитивный тренд коснулся многих стран: рост зафиксирован во Франции, Великобритании, Италии, Германии, Швейцарии, Австрии, странах Северной Европы. Однако рынок растёт не за счёт проникновения в новые области или роста физических объёмов производства и развития промышленности – он «подскакивает» ввиду дефицита, который, по мнению спикера,

может являться результатом процессов слияния и поглощения. Допустим, на том же рынке микросхем памяти осталось всего три основных игрока, которые не инвестируют в новые фабрики, ведь их продукцию покупают и по высоким ценам.

С другой стороны, до 2016 года европейский рынок дистрибьюторов электронных компонентов рос невысокими темпами, даже ведущие игроки показывали средний результат. И только по итогам первого полугодия 2017-го данный рынок вырос более чем на 10%. При этом, что интересно, зафиксирован очень большой разброс по показателю «выручка на человека» – от 300 тысяч до трёх миллионов долларов. Во многом это связано со специализацией дистрибьюторов – работают ли они на широкий рынок мелких заказчиков или фокусируются в основном на крупных заказчиках.

Иван Покровский обратил внимание на тенденции рынка дистрибьюторов, о которых в своих отчётах акционеров упоминают глобальные компании. Неудивительно, что один из основных трендов связан с цифровизацией дистрибуции, коснувшейся в первую очередь взаимодействия с клиентами: если раньше эффективность коммуникаций можно было оценить, образно говоря, по количеству рукопожатий, предшествующих заключению сделки, то сегодня взаимодействие сместилось в другое измерение – теперь считают, сколько нужно кликов, чтобы сделка состоялась. А всё потому, что новое поколение закупщиков не хочет тратить время на личные встречи, рукопожатия и обсуждения.

Кроме того, цифровизация запустила процесс интеграции информационных систем. В настоящее время глобальные компании занимаются интеграцией информационных систем своих региональных подразделений. Особенно это актуально для тех, кто «вырос» за счёт поглощения более мелких игроков, имевших свои инфор-

мационные системы. Способствуют подобной интеграции и слияния, происходящие на рынке производителей компонентов. Вполне логично, что все данные должны быть аккумулированы в единой системе, в противном случае ими будет сложно управлять.

Ещё одна тенденция касается продвижения новых технологий. По мнению докладчика, на зрелых сложившихся рынках этот процесс теряет актуальность, поскольку интернет обеспечивает разработчиков всей необходимой технической информацией и поддержкой. И если прежде дистрибьюторы стремились продвигать новые технологии, создавать спрос, сейчас у них несколько иная цель – «поймать» разработчика, когда он ищет информацию по компонентам во Всемирной паутине, и «вести» его в течение всего жизненного цикла конкретного проекта.

Всё более важной компетенцией дистрибьютора становится управление жизненными циклами и рисками. Предпосылкой тому послужил дефицит компонентов, возникший в результате слияний и поглощений, что привело к изменению линейки поставок, ужесточению государственного регулирования, активизации борьбы с контрафактом. Словом, управлять жизненным циклом становится всё сложнее, и в решении этой задачи помогают создаваемые компаниями информационные системы.

Конкуренты объединяются в сообщества

Российские дистрибьюторы не отстают от зарубежных коллег. В подтверждение этого тезиса директор Ассоциации разработчиков и производителей электроники озвучил результаты квартального мониторинга дистрибьюторских продаж в нашей стране, отметив, что на момент проведения форума данные предоставили 16 компаний. Результаты их работы говорят сами за себя: по сравнению с прошлым годом, который был не самым лучшим для отечественных дистрибьюторов, в этом году они демонстрируют большие успехи.

Эксперт считает, что хороший старт в первом-втором квартале 2017 года связан с так называемым отложенным спросом: не все деньги, особенно бюджетные, были потрачены в предыдущем году, они перешли на этот год, обеспечив подъем спроса. Однако и третий квартал прошёл со знаком плюс: по сравнению со вторым квар-



талом 2017 года рост составил 5%, а по сравнению с третьим кварталом 2016-го – рекордные 18,2%. Кстати, сравнив три квартала прошлого года с тремя кварталами нынешнего, увидим рост в 30%.

«В начале года мы прогнозировали, что в 2017-м рынок вырастет процентов на 10. Однако уже сейчас понятно: если четвертый квартал будет таким же успешным, как третий, можно ждать роста в 25%. К слову, гражданские рынки растут быстрее, чем рынки предприятий военно-промышленного комплекса, – пояснил Иван Покровский. – Ещё лучше обстоят дела у глобальных игроков – Arrow, Avnet Silica, EBV. По итогам третьего квартала 2017 года по сравнению со вторым рост их продаж составил 28,3%; если сравнивать с аналогичным периодом 2016 года, то рост уже 45,3%, а по отношению к трём кварталам предыдущего года рост составил 44,4%».

Если посмотреть сегментацию по группам продукции, выходит, что почти 30% продаж на российском рынке – это продажи компонентов отечественного производства. Среди заказчиков с показателем 39% лидирует военная и аэрокосмическая техника, однако в 2016 году её доля сократилась и по итогам 2017-го, скорее всего, она также уменьшится. Спикер назвал этот тренд «демилитаризацией» отрасли. В то же время, по прогнозам, доля производства техники для гражданского назначения будет расти.

В числе наиболее значимых тенденций российского рынка докладчик упомянул об увеличении доли крупнейших заказчиков – это естествен-

ный процесс для конкурентного рынка. Кроме того, растёт доля частных компаний: во многом это связано с тем, что предприятия госсектора не справляются со своими задачами на рынке гособоронзаказа, вследствие чего такие заказы переходят в частный сектор. Между тем, хотя доля рынка гособоронзаказа в последние два года сокращается, доля регулируемых государством рынков растёт – в качестве примера можно привести рынок кассовой техники, фискального оборудования, тахографов, телекоммуникационного оборудования – в основном именно они «вытягивают» спрос.

Существует множество примеров, когда разработчики софта идут в производство «железа», а торговый бизнес – в производство: не секрет, что некоторые лидеры электронной отрасли раньше работали в сфере торговли или занимались дистрибуцией. Другая интересная тенденция – объединение конкурентов в сообщества. Наглядный пример – созданная в 2017 году Ассоциация разработчиков и производителей электроники.

Переосмысливают свои задачи и предназначение государственные корпорации: прежде они были в полной уверенности, что их миссия состоит в развитии российской промышленности, но поскольку особых успехов в этом направлении, откровенно говоря, не наблюдается, поняли, что пришло время изменить векторы.

В состоянии неопределённости находятся зарубежные корпорации: они действительно не понимают, как поступить в текущих политических

условиях – продолжить работать на российском рынке или уйти с него. Эксперт считает, что ответ на этот вопрос будет найден в ближайшее время и иностранные корпорации начнут более активно участвовать в развитии нашего рынка. Вопрос в том, чтобы это участие было максимально корректным и не вытесняло с рынка российские компании. Словом, нужно как-то урегулировать данный аспект.

Разумеется, профессиональное сообщество волнуется, что будет с отечественным рынком электронных компонентов в ближайшей перспективе.

«Мне представляется, что неизбежно произойдёт падение рынка гособоронзаказа, который сейчас финансируется из бюджета страны. Резервные фонды выбираются, и планомерное снижение этого рынка на 5–10% в год, которое мы наблюдаем, к 2020–2021 годам может приобрести более серьёзные масштабы – рынок гособоронзаказа сократится как минимум в два раза, – комментирует Иван Покровский. – Также полагаю, в следующие пять лет для большинства российских производителей электроники экспорт станет нормой, ведь процедуры выхода на другие рынки облегчаются, да и сами компании постепенно преодолевают психологический барьер, связанный с установкой «нас там никто не ждёт». На самом деле очень даже ждут – мировой рынок слишком велик, и наши компании могут просачиваться на него, не встречая сопротивления. Кроме того, в течение 5–10 лет, вероятно, произойдёт одно из двух событий: либо Россия выйдет из Всемирной торговой орга-

низации, либо эта организация распадётся. Многие эксперты признают, что ВТО исчерпала себя: принцип свободной торговли хорошо работает до тех пор, пока рынок быстро растёт, расширяется, есть возможность осваивать новые территории и новые потребности людей. Насыщение рынка влечёт хаос – он проявляется в скачках цен, которые фиксируются, например, на рынке памяти. Возможно, то же произойдёт и на других рынках, когда они достигнут той же степени централизации, что и рынок памяти. Чтобы от этого защититься, Россия и другие страны будут вынуждены «включить» сильное государственное регулирование, и тогда такая формальность, как соглашения ВТО, будет никому не нужна. Скорее всего, российский рынок электронных компонентов не избежит и постепенного преобразования торговых компаний в промышленные холдинги. Как только экспорт станет нормой и будет осознана бессмысленность поддержки принципов ВТО, этот процесс начнёт идти гораздо быстрее».

Что же, в таком случае, будет с дистрибуцией? Эту сферу, очевидно, не обойдёт внедрение принципов ЮС («интернета клиентов»), дающего возможность мониторить и анализировать поведение заказчиков, подключённых к сети, а также ненавязчиво предлагать им свои товары и услуги. Дистрибьюторы точно возьмут этот механизм на вооружение.

Система закупок станет практически полностью автоматизированной – в новой реальности закупки будут осуществляться напрямую со складов производителей и буфер-

ных складов. Следовательно, изменится роль дистрибьютора. Однако это касается в основном стандартных компонентов.

Иная ситуация со сложными проприетарными компонентами, внедрение которых требует некоторых инженерных усилий, – здесь будет развиваться дистрибуция IP без дистрибуции компонентов. Условно говоря, заказчики и поставщики компонентов будут бороться за прибыль, ведь предполагается, что интеллектуальная собственность на такой компонент защищена, принадлежит разработчику, и никто другой не может выпустить что-то подобное. В результате продажа подобных компонентов переходит в продажу и дистрибуцию IP.

Что касается заказных компонентов, главенствующие роли здесь будут отданы агентствам контрактной разработки и дистрибуции IP-библиотек.

БИЗНЕС ЗАЖАЛИ В ТИСКИ

Генеральный директор компании «КОМПЭЛ» Борис Рудяк согласился, что рынок электронных компонентов, безусловно, трансформируется, но, анализируя последствия влияния каких-либо факторов, мы нередко забываем о главном – причинах, которыми они вызваны.

Среди факторов влияния на российский рынок в 2017 году он, в частности, отметил стабильный курс рубля и рост цен на углеводороды, что способствовало реализации отложенного спроса на B2B- и B2C-рынках. Спикер считает, что влияние этого фактора практически закончилось, рассчитывать на него в дальнейшем не стоит.

В то же время активно развиваются технологии фискальных служб. Кстати, раньше острой необходимости в подобных технологиях, обеспечивающих полную прозрачность бизнеса, не было.

«Новый источник бюджета становится таким, каким и должен быть во всём мире: я имею в виду сбор налогов с компаний и физических лиц. В самых здоровых и успешных экономиках мира контроль сбора налогов максимальный, при этом компании чувствуют себя хорошо и планомерно развиваются. Опасаться такой системы сбора налогов не стоит, хотя нужно признать, что немногие компании в России к этому готовы, но это абсолютно неизбежный процесс. Ко



всему прочему, снижается коррупционный налог, но повышается фискальный. Мы это чувствуем на себе: к нам пошли заказы, о которых раньше мы не могли мечтать. Это сильный фактор трансформации рынка», – говорит эксперт.

Он также отметил, что в последнее время к «токсичности» поставщиков добавилась «токсичность» покупателей. Так называемый Compliance department (отдел контроля), действующий в концепции «должной осмотрительности», становится департаментом управления рисками.

«Мы уже привыкли к тому, что государство навязывает бизнесу функцию оперативно-розыскной деятельности: мы должны выяснить, кем на самом деле являются наши поставщики, чтобы исключить сотрудничество с фирмами-однодневками. К этому требованию бизнес вынужденно подстроился, но в последнее время ощущается давление со стороны западных поставщиков, которые взяли нас проверять. По сути, ничего страшного не произошло, но мы понимаем: если откажемся от проверок, рискуем попасть в чёрный список дистрибуторской компании, поставляющей на российский рынок самые передовые компоненты со всего мира. Таким образом, мы чувствуем себя зажатыми в тиски: к давлению со стороны отечественных контролирующих и налоговых органов добавилось давление со стороны зарубежных структур», – признал докладчик.

Между тем мировой рынок активно растёт, экспорт из России увеличивается. Сейчас, считает эксперт, мы перешли в фазу ускорения, что спровоцировало некоторый дефицит компонентов – спрос на них во всём мире превысил производственные мощности производителей.

«Дело в том, что многие производители электронных компонентов, по крайней мере полупроводниковых, считают, что производство должно быть загружено на 80–85% от его мощностей. Тогда и экономические показатели хорошие, и акции компании находятся на высоком уровне. Однако когда мировой рынок начинает динамично расти, загрузка предприятий увеличивается: ажиотаж со стороны покупателей растёт, увеличивается объём «панических» заказов – нередко в такие периоды компании размещают больше заказов,

чем им реально нужно. Это ведёт к перегрузке мощностей и увеличению сроков поставки компонентов, а также к их дефициту», – пояснил Борис Рудяк, заметив, что период превышения спроса на компоненты над предложением, по оценкам аналитиков, закончится только во втором полугодии следующего года.

Да, фактор отложенного спроса сыграл свою роль, но если бы не впечатляющие результаты первого полугодия, то в нынешнем году отечественный рынок электроники вырос бы всего на 5–7%, и это вполне нормально.

«Многие задаются вопросом: будет ли следующий год таким же продуктивным и успешным? Я считаю, что в 2018-м малый и средний бизнес почувствуют улучшение условий существования: экономика перестраивается, у государства появился интерес к развитию малого и среднего бизнеса. Однако нужно быть готовыми к увеличению давления со стороны российских и зарубежных властей», – предупредил спикер.

Он уверен: многие компании, работающие на гражданском рынке, в 2018 году будут придерживаться экспортной стратегии. Вот и Россия переходит от экспорта товаров с низкой добавленной стоимостью к экспорту товаров с высокой добавленной стоимостью. К тому же начнёт развиваться экосистема частных и государственных сервисов, способствующих экспорту товаров.

Однако некоторые вопросы остаются без ответов: например, неясно, какие процессы начнутся после президентских выборов и продолжится ли усиление санкций.

Производители становятся дистрибьюторами

Неоднозначная ситуация сложилась на российском рынке дистрибуции. На него, несомненно, повлияло объединение глобальных производителей компонентов: число прямых каналов поставок компонентов сокращается, следовательно, количество дистрибуторских соглашений в России неизбежно уменьшается. Кроме того, укрупнение производителей ведёт к укрупнению дистрибуторов.

Между тем практически все производители компонентов создают склады готового товара и предлагают клиентам воспользоваться автоматизированными сервисами прямых продаж. По



Борис Рудяк

сути, они становятся дистрибьюторами своих компонентов. Этот процесс был запущен три года назад.

Что интересно, смены поколений в управлении дистрибуторскими компаниями не происходит, однако всё чаще собственники отказываются от оперативного управления в пользу стратегического. Со стороны может показаться, что они отошли от бизнеса, меньше находятся в офисе, но на самом деле они думают о своём бизнесе непрерывно, читают специализированную литературу, общаются с зарубежными коллегами, перенимают опыт.

«Понятно, что дистрибутор зарабатывает сервисом, оказывая соответствующие услуги поставщикам и покупателям компонентов. При этом вендора всё меньше интересуют классические сервисы – логистические и по созданию спроса. Сегодня повышается ценность таких сервисов, как управление финансовыми рисками, рисками экспортного контроля и рисками, связанными с государственным регулированием. Вендор не хочет брать эти риски на себя и передаёт их дистрибутору, который фактически выступает в роли страховой компании, – комментирует эксперт. – Да, эти функции не входят в обязанности дистрибутора, но если он хочет зарабатывать, ему придётся подстраиваться под новые правила».

Коснулись изменения и сервиса, предоставляемого дистрибутором клиенту: ввиду доступности информации о компонентах снижается ценность инженерных сервисов, но растёт востребованность управления рисками возникновения неликвидов и преодоления проблем госрегулирования.



Сергей Карев



Евгения Курышева



Сергей Пацкевич

«Тренд, которого нам не избежать, – это так называемый allocation, когда производитель компонентов распределяет продукцию не среди тех, кто хочет её купить, а среди тех, кому он готов продать. К слову, производители не любят подобные ситуации, поскольку они напрямую отражаются на их репутации, – уточняет спикер. – То, что происходит сейчас на рынке, мы называем термином shortage (некоторый недостаток компонентов), настоящий allocation впереди. Я вижу два возможных решения в сложившейся ситуации: квалифицированные переговоры с вендорами и квалифицированные закупки на свободном рынке».

Ещё один тренд – автоматизация технологий, которая определяет себестоимость существующих сервисов и позволяет создавать новые, необходимые покупателям и поставщикам. Эксперт считает, что все технологии, которые можно алгоритмизировать, в обязательном порядке нужно автоматизировать.

«На мой взгляд, пришло время согласиться с тем, что наш бизнес – не дистрибуция, а создание добавленной стоимости. Мы должны предугадывать потребности поставщиков и покупателей, предлагая им не только те сервисы, которые востребованы сегодня, но и искать новые направления, которые, возможно, кажутся неперспективными, но если мы сумеем правильно преподнести их клиентам, завтра они будут востребованы. Кроме того, российским компаниям нужно стремиться выходить на мировой рынок, который в 200 раз больше отечественного. Тем более низкий курс рубля и высокий инженерный уровень позволяют конкурировать на зарубежных рынках. А диверсификация рынков продаж обеспечивает устойчивость компании, повышает её стоимость и ликвидность», – резюмировал глава «КОМПЭЛ».

БЕРЁТ НА СЕБЯ РИСКИ

В ходе дискуссии, посвящённой трансформации рынка дистрибуции компонентов, генеральный директор «МТ-Системс» Алексей Песляк назвал спорным тезис о том, что в момент аллокации, когда конечный клиент страдает из-за сроков поставки, производители компонентов и дистрибьюторы остаются в выигрыше и хорошо зарабатывают.

«Дистрибьюторы памяти – Samsung, Toshiba, Macronix и другие – вынуждены держать цены на прежнем уровне до последнего, и маржа, наценка в этот момент не то что увеличивается, а сильно уменьшается. В тех случаях, когда мы действительно вынуждены повысить цены, мы всегда едем к клиенту, объясняем, почему должны пойти на такой шаг, и извиняемся за это. В противном случае существует риск потерять клиента», – отметил он.

Иван Покровский предложил перевести разговор в другую плоскость – обсудить возможный отказ от классической дистрибуции, ведь с годами функции дистрибьютора изменились. Генеральный директор ООО «Гамма Плюс» Сергей Карев согласился:

«Десять лет назад главная функция дистрибьютора заключалась в снабжении производства. Сейчас же он всё больше занимается автоматизацией процессов закупки, хотя в некоторой степени продолжает выполнять функции отдела снабжения, отвечать за поставки. Также ему приходится выполнять товарно-кредитные функции. Однако, если говорить об информационно-технической поддержке, то, действительно, заказчики всё больше сами ищут необходимую информацию в интернете. При этом наверняка будет усиливаться такая функция дистрибьютора, как обучение и продвижение – мы на себе это чувствуем: квалифицированные специалисты не возьмутся из ниоткуда. Следовательно, требуются и университетские программы, и обучающие семинары, и семинары на производстве».

Генеральный директор ООО «ЭФО» Сергей Пацкевич заметил: ко всему прочему, дистрибьютор берёт на себя риски заказчиков по формированию складских запасов.

«Рассмотрев финансовые результаты дистрибьюторов на рынке электронных компонентов, можно увидеть, что основные потери здесь связаны не с дебиторской задолженностью и не с какими-то большими накладными расходами, а со складскими запасами и неликвидами на складах. Сегодня крупнейшие дистрибьюторы имеют огромные официальные склады при невысокой оборачиваемости запасов. Таким образом, наши основные риски и потери связаны со складскими запасами, формируемыми для заказчиков», – пояснил он.

Иван Покровский согласился, заметив: чем шире охват клиентов, тем легче управлять этими рисками:

«Очевидно, что у глобальных дистрибьюторов с их охватом клиентов риски неликвидов намного меньше, да и управлять ими значительно легче, имея доступ к заказчикам со всего мира».

ПРОБЛЕМЫ ИЗВЕСТНЫ, НО СЛОЖНО РЕШАЕМЫ

Также на форуме обсудили актуальные проблемы дистрибуции. Заместитель директора по логистике «ПТ Электроникс» Динара Орехова упомянула о «подводных камнях» нетарифного регулирования.

«Под нетарифными методами регулирования внешнеэкономической деятельности я подразумеваю совокупность мер государственного регулирования, выражающихся в ограничениях на ввоз и вывоз товаров, а также транспортных средств с целью защиты экономических интересов страны и обеспечения её национальной безопасности, — пояснила она. — В настоящее время существует порядка 50 способов государственного нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности. Для рынка электронных компонентов значимыми инструментами нетарифного регулирования являются такие как: сертификация ввозимых товаров в рамках технических регламентов Таможенного союза; требование представления нотификации ФСБ для технических средств с функциями шифрования; требование представления лицензий/разрешений на ввоз товаров, содержащих радиоэлектронные средства и высокочастотные устройства; защита интеллектуальной собственности и борьба с контрафактом, а также контроль за импортом товаров двойного назначения».

Подробнее спикер остановилась на проблемах сертификации электронных компонентов, которых на самом деле очень много. Это и бреши в законодательстве, и возможность разночтений текстов технических регламентов, и большое количество «серых» испытательных лабораторий на рынке, и отсутствие регламента отбора образцов и анализа производства. Для полноты картины нужно добавить сюда невозможность маркировки товаров в соответствии с техническими регламентами на территории Таможенного союза и отказ поставщиков маркировать товар в соответствии с технически-

ми регламентами. К тому же таможенные органы отказывают в приёме разрешительной документации, выданной в других странах – участниках Таможенного союза.

Коммерческий директор «ПМ Электроникс» Евгения Курышева продолжила тему аллокации, рассмотрев проблему дефицита и недоступности компонентов на мировом рынке. Она подчеркнула, что от аллокации не застраховано ни одно предприятие, поскольку к форс-мажорам невозможно подготовиться.

Причинами новой волны аллокации стали изменение продуктовой линейки в результате слияний и поглощений, всплеск производства потребительской электроники, рост в области автоэлектроники, ажиотажный спрос сверхнормативных закупок по миру и увеличение сроков производства из-за срывов поставок сырья. В зоне поражения прежде всего оказались микросхемы, пассивные компоненты, электромеханика, силовые дискретные компоненты и модули. Зона поражения постоянно расширяется и в конечном итоге, вероятно, затронет весь рынок, а следовательно, практически всех производителей. Понятно, что аллокация не может длиться вечно, тем не менее этот непростой период нужно пережить.

«Чтобы предупредить распространение аллокации и не сорвать производственные планы, я рекомендую проводить регулярный мониторинг доступности и «статуса жизни» компонентов. Компании, которые внимательно следят за ситуацией на рынке, будут на коне. Также я бы посоветовала в случае превышения спроса над предложением своевременно закупать необходимые компоненты у локального дистрибьютора с учетом запаса для сохранения темпов производства, а также задуматься о внеплановой закупке у каталожного дистрибьютора для ликвидации разрывов в поставках. В случае объявления о снятии товара или серии производства нужно произвести редизайн – экстренный апгрейд проекта и в кратчайшие сроки создать прототип на новых компонентах, полученных от каталожного дистрибьютора или со склада локального дистрибьютора», — отметила коммерческий директор «ПМ Электроникс».

Всего в мероприятии приняли участие около 120 специалистов: менеджеры по снабжению и руководители компаний-



Динара Орехова



Алексей Песляк

заказчиков, представители зарубежных компаний – производителей и дистрибьюторов электронных компонентов, российские разработчики и производители компонентов. Помимо обсуждения ключевых проблем дистрибуции, они поделились опытом организации снабжения и продвижения новых технологий и решений. Организатором форума выступил Информационно-аналитический центр современной электроники. ©

Материал подготовила
Елена Восканян



Фотографии с VIII Форума дистрибьюторов электронных компонентов смотрите на сайте www.soel.ru в разделе «Фотоотчёты».