



Дмитрий Валерьевич Краснов: Нам удалось создать стабильно работающее предприятие в непростой период

— Дмитрий Валерьевич, давайте начнем с истории. Как создавалась производственная компания «Приводная техника»? Кто стоял у ее истоков? Почему был выбран именно этот профиль работы?

— Все начиналось 15 лет назад, в 2000-м г., когда команда молодых специалистов — выпускников Бауманского института — приняла решение создать свой собственный бизнес. И была создана компания НТС «Приводная техника», которая до сих пор так и называется и занимается разработкой и производством промышленных электроприводов.

Надо сказать, что до этого у меня был семи-летний опыт работы в должности руководителя немецкой компании в аналогичной области. Поэтому мы, конечно, начали не с нуля, а пришли уже с опытом, который был наработан на базе немецких технологий, немецкого производственного бизнеса. Соответственно, профиль работы мы выбрали, исходя из нашего опыта. Но, по сравнению с немецкой компанией, у нас очень сильно расширена номенклатура изделий. И компания представляет сейчас многопрофильный холдинг в области автоматизации промышленного электропривода.

— История у вашей компании пока не очень длинная. Тем не менее, за прошедшие годы многое удалось сделать. Как Вы оцениваете пройденный путь? Все ли, что намечалось, удалось осуществить?

— Нашей компании 15 лет. Для России это достаточно длинная история. Как раз в период становления нашей компании создавались новые бизнесы, осваивались новые направления.

Мы считаем, исходя из того что мы начинали с нуля, что нам удалось создать стабильно



работающее предприятие в сложной технологической сфере в непростой период, когда был общий спад производства. И сейчас мы себя чувствуем уверенно, и у нас большие планы, особенно в рамках дальнейшего развития производства.

— Экономическая ситуация в стране сложная, и, естественно, это отражается и на вашей компании. Какова тактика «Приводной техники» в этот сложный период? Удалось ли правильно оценить и просчитать все риски и проблемы, с которыми вы столкнулись?

— Экономическая ситуация в компании на самом деле очень сложная, но при этом мы видим



для себя этот период как время новых возможностей. И, конечно же, политика импортозамещения, локализации, которая сейчас — в основе политики страны, является для нас крайне положительным фактором, потому что мы прекрасно к этому подготовились, мы открыли новое производство в самом современном технопарке России «Технополис Москва», мы объединили офис с производством, мы инвестировали в развитие этого производства.

У нас очень хорошие западные партнеры. Мы не планируем делать все самостоятельно, это просто бессмысленно — сейчас никто велосипед не изобретает. У нас есть хорошие наработки по технологиям, по партнерам. И, самое главное, мы очень известны на рынке в этой области. И наши планы в рамках текущей экономической ситуации — расширить ниши и подвинуть западных поставщиков за счет расширения локального производства современных компонентов высокоточных электроприводов.

— Та широкая номенклатура изделий, которую производит ваша компания, требует кропотливой инженерной работы по улучшению их характеристик с тем, чтобы сделать их более привлекательными для потенциальных потребителей. Как строится маркетинговая политика «Приводной техники»?

— Конечно, у нас номенклатура очень широкая, — для этого существует команда инженеров-разработчиков и инженеров-проектировщиков. И наша основная задача — сделать упор на специализированные продукты (не на стандартные, которые сейчас можно привезти из Китая, что будет, наверное, дешевле) и на создание решений, ориентированных на клиентов. Вся наша продукция сейчас ориентирована на то, чтобы предложить клиенту наиболее эффективное решение в каждой конкретной области.

Мы работаем в разных отраслях — начиная ЖКХ и заканчивая военной промышленностью. В промежутке есть энергетика, производство, нефтянка. И в каждой этой отрасли, где требуется какое-то движение, используются приводы. Именно для этих отраслей мы стараемся делать наиболее приемлемые для клиентов решения.

Что касается маркетинговой политики, мы активно участвуем в выставках, постоянно находимся на площадках Интернета, у нас очень хороший высококоотируемый сайт, который легко находится по ключевым словам.

Мы запустили очень интересный проект совместно с ведущим профессором в России в области электроприводов, доктором технических наук Георгием Борисовичем Онищенко — серию коротких видеолекций, в которых кратко, наглядно и очень интересно рассказываем студентам и специалистам о том, что такое приводная техника, как она строится. Этот проект представляет собой простое изложение вузовского курса. Но вместо того, чтобы читать книги или ходить на лекции, здесь можно посмотреть видеоролики на youtube. Их всего 9, каждый из них порядка 20 минут, они очень легко воспринимаются — с картинками, с анимацией. И это стало очень хорошим шагом — последний видеоролик набрал около 7000 просмотров.

Соответственно, те специалисты, которые просмотрели наши видеоролики, автоматически заходят на наш сайт и становятся нашими потенциальными клиентами.

Плюс к этому, мы активно участвуем в различных конференциях, ассоциациях и ведем достаточно активную маркетинговую политику.

— В условиях реальной конкуренции одним из главных факторов успеха является продуманная эффективная и четкая кадровая политика. Как ваша компания подбирает персонал? Как построена система материальной и социальной мотивации работников компании?

— Кадровая политика сейчас крайне важна, это одна из основных проблем, особенно что касается инженерного персонала. Мы работаем с кадрами, проводим внутреннее обучение, плотно работаем с вузами. У нас два учебных центра: Ивановский энергетический университет и Нижнекамский химико-технологический институт. И в рамках этого плотного взаимодействия мы выходим на новых квалифицированных специалистов.

— У управленцев есть такая формула: «Обогнать западных конкурентов, не догоняя». Как этот девиз реализуется у вас в компании?

— Я не большой сторонник лозунгов и девизов. И знаю по опыту: не надо делать ставку, чтобы кого-то обогнать, надо просто научиться правильно, хорошо, профессионально делать свое дело на высоком конкурентном уровне. При этом кооперация с нашими западными партнерами является абсолютно



логичной — мы очень охотно и активно перенимаем опыт западных компаний, при этом добавляя свои ноу-хау, свои наработки, ориентированные на потребности наших российских клиентов.

— **Сегодня в книжных магазинах огромное количество литературы по менеджменту. Следите ли Вы за книжными новинками? Изучаете ли Вы лучший отечественный и зарубежный опыт или идете своим путем?**

— Да, слежу. Более того, я сейчас прохожу дистанционное обучение по программе МВА в университете Дармштадт в Германии. В рамках этого обучения есть проработанный курс видеолекций. Они очень четко структурированы, и с их помощью у меня получается системно обучаться менеджменту по программе немецкого вуза.

Это очень хорошо, потому что это система, причем интерактивная, которая позволяет

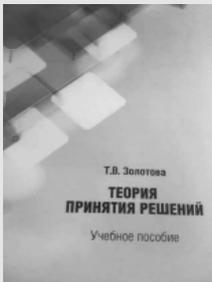
общаться с немецкими профессорами по скайпу, решать задачи.

Система обучения в Германии построена очень интересно, в том плане, что примерно 50% времени — это не просто чтение книг, а решение задач и кейсов. Это интерактивная работа, и она очень полезна, потому что если человек что-то делает сам, он запоминает это намного лучше, чем просто прочитав книгу или где-то увидев.

— **Каким Вы видите будущее компании через 5 и 10 лет?**

— Мы видим себя серьезной производственной компанией, которая специализируется на высокотехнологичных решениях в области промышленного электропривода и автоматизации, и в рамках текущей ситуации предполагаем серьезное расширение своего производственного бизнеса.

КНИЖНАЯ ПОЛКА



Теория принятия решений: учебное пособие.

М.: Финуниверситет, 2014. 216 с.

Золотова Т.В.

ISBN 978-5-7942-1221-1

В учебном пособии изложены основные понятия теории принятия решений, методологические вопросы и принципы математического моделирования сложных систем и процессов управления, даны характеристика математических моделей и их классификация, приведен оптимизационный аппарат теории принятия решений. Рассмотрены различные информационные модели и методы управления риском для систем, функционирующих в условиях случайного или неопределенного воздействия внешней среды, неточности исходных данных. Для лучшего усвоения материала приведены примеры и задачи, поясняющие основные математические понятия и методы. Пособие предназначено для магистрантов, изучающих курс «Теория принятия решений». Оно может быть полезно аспирантам и научным работникам, интересующимся проблемами принятия решений в сложных системах, а также приложениями методов принятия решений в экономике и финансах.

