

ТИЙНА СУЙЯ –

ЧЕТВЕРТЬ ВЕКА ВО ГЛАВЕ КОМПАНИИ
ADDINOL В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ



Руководящая восточноевропейскими рынками компании ADDINOL Тийна Суйя не жалеет о том, что много лет назад она ушла из педагогической сферы и погрузилась в мир смазочных материалов, поскольку постоянно развивающаяся отрасль ставит новые задачи сегодня, завтра, послезавтра.

Вы руководите восточноевропейскими рынками немецкой компании ADDINOL Lube Oil OÜ уже 25 лет. Знаете ли Вы уже все об этой отрасли или все еще есть место открытиям?

Можно сказать, что так и этак. Это такая большая отрасль, что изучить ее до конца, наверное, не удастся никогда. Потому что, если подумать, то, по сути, все, что движется, подвергается износу, и смазочные материалы нужны во всех отраслях промышленности и производства, а также в домашнем хозяйстве, во всей подвижной технике и пр. Кроме того, все эти отрасли развиваются, в связи с этим изменяются и требования к смазочным материалам, поэтому процесс обучения непрерывен и конца ему не видно.

Какое у Вас образование, как Вы вообще попали в ADDINOL?

На самом деле, у меня педагогическое и филологическое образование, то есть далекое от техники и смазочных материалов. Но, как всегда в жизни, случай может сыграть определяющую роль, что и случилось со мной — в начале 1990-х я работала в акционерном обществе IMBI, которым руководил Вамбола Колбаков. В мои задачи входило общение с иностранными партнерами, так и возникли мои первые контакты с ADDINOL в 1991 году.

В 1979 и 1980 году, во время учебы в университете,

мне представилась возможность войти в организационный штаб олимпийской парусной регаты (регата Олимпийских игр проходила в Таллинне в 1980 году), и в то время возникла команда, которая многие годы организовывала все крупные международные мероприятия в Таллинне. Для меня, как молодого человека, это стало очень хорошей школой жизни, я поняла, насколько мне нравится заниматься работой, связанной с общением и организацией. Я мечтала найти себе такую работу и после окончания университета. Сегодня я могу сказать, что эти 25 лет я занималась именно такой работой, о которой мечтала.

Вы уже долгое время связаны с этой отраслью. Какие изменения произошли? В чем выражаются инновации, если мы говорим о маслах и смазках? Можно ли выделить какие-то тенденции?

Полагаю, что здесь, как и в любой другой области, за 25 лет произошли исключительно крупные изменения, и, конечно же, их можно ожидать и в будущем. Поэтому эта работа и такая интересная — она ставит новые задачи сегодня, завтра и послезавтра. Тенденций и направлений столько, что только перечисление их заняло бы много времени.

Чемпион мира по шахматам Гарри Каспаров сказал: «Отличайся или умирай!». Я могу подтвердить,

что это применимо и к бизнесу. Чтобы быть успешным, нужно отличаться от конкурентов, быть лучшим во всем, что делаешь: лучший товар, лучший менеджер по обслуживанию клиентов, поставщик лучшей услуги, лучший технический консультант, лучший поставщик товара. Если одно звено в этой цепочке слабое, фирма не сможет долго и успешно существовать.

20 лет назад в нашей материнской компании в Германии сменилось руководство, и с тех пор перед нами стоит одна единственная цель: качество, качество и еще раз качество. При разработке новых инновационных смазочных материалов руководство не ставит перед научно-исследовательским отделом никаких рамок, есть только одно условие: продукт должен быть самым инновационным, самым лучшим для потребителя. Новый продукт должен помочь сэкономить деньги, время и другие расходы клиента.

Почему важен качественный смазочный материал и почему масла бывают разные? Откуда вообще появляется разница между продуктами одной и той же отрасли?

Достаточно распространено мнение, что между маслами нет большой разницы. Если покупать смазочный материал низкого качества, то должно случиться что-то на самом деле серьезное, чтобы машина сразу сло-



малась. Конечно, бывает и такое, но обычно износ в двигателе или конструктивных элементах машины происходит постепенно, приводя в результате к разрушению или поломке машины. Стоимость новых запчастей или ремонта может достигать тысяч и десятков тысяч евро. Всего этого можно избежать или значительно отсрочить старение элементов машины, если использовать качественные смазочные материалы.

Разница в качестве смазочных материалов закладывается уже на этапе постановки целей и стратегии производителя смазочных материалов. Если он нацеливается только на цену, то ему неизбежно придется делать уступки в качестве, т. е. «немного разбавить суп». В то же время, если говорить о моторных маслах, то эта сфера достаточно строго регулируется, есть различные стандарты и требования, которым должно соответствовать масло. И если производитель хочет производить с минимальными расходами, то изготавливается масло, которое соответствует минимальному порогу требований. Совсем другое дело, когда

масло не только соответствует этим требованиям, но и превышает их. Тогда появляется значительная разница в качестве и цене. Для клиента это означает то, что более дорогое масло работает лучше и продолжает защищать двигатель и в экстремальных условиях, что не могут сделать масла минимального уровня качества. В заключение хочу сказать, что в любом случае разумнее купить нормальное качественное масло, потому что благодаря этому можно продлить срок эксплуатации двигателя и, в результате, клиент выигрывает по деньгам.

Стоимость масла составляет много меньше 1 % от стоимости машины, но зачастую никто не задумывается, сколько проблем и вреда оно может причинить дорогому оборудованию. Как правило, разница в цене на смазочные материалы не так велика, зачастую это лишь пара десятков центов с литра, но за такую копеечную экономию при поломке или ремонте оборудования нужно будет выложить тысячи евро. Такой риск совершенно не оправдан.

Конечно же, на рынке

есть и более дешевые смазочные материалы, которые вообще не соответствуют никаким требованиям и которые вместо пользы наносят только вред. Если какой-то смазочный материал значительно дешевле, чем аналоги, то перед покупкой стоит проконсультироваться со специалистом и выяснить это, потому что и в мире смазочных материалов чудес не бывает.

У масел вообще есть будущее?

Конечно же, есть. Разумеется, есть примеры того, что потребность в смазочных материалах снижается или они вовсе становятся не нужны, как например, в электромобилях. Также в промышленности появляются т. н. бессмазочные решения или оборудование, где масло заливается на весь срок службы, но, в целом, потребность в смазочных материалах никуда не денется. Однако нужно отметить, что производство смазочных материалов в мире уменьшается, потому что и в автомо-

билестроении, и в промышленности уменьшаются объемы смазочных материалов. Это происходит по той причине, что чем современнее двигатели, тем длиннее интервалы замены масла, а, например, в промышленности уменьшаются габариты реакторов, которым требуется и меньше масла.

Поэтому конкуренция на рынке смазочных материалов очень плотная и существует не так много фирм, которые способны нарастить продажи на сокращающемся рынке. Нашей материнской компании в Германии это удалось благодаря новым инновационным продуктам.

Ваша работа предоставила Вам возможность хорошо изучить страны Восточной Европы. Какие изменения происходят там? Есть ли что-то, что отличает их в сфере смазочных материалов?

Могу сказать, что к счастью, тенденции последнего года радуют. Совсем плохо дело было пару лет назад, когда началась война на Украине, были введены санкции против России, рубль и гривна упали. Это все напрямую и косвенно повлияло на нас. За эти 25 лет мы и раньше сталкивались с кризисами, но никогда прежде не было такого, чтобы падение было одновременно во всех наших странах. Именно это произошло пару лет назад. На сегодняшний день ситуация изменилась, мы снова подняли голову, и я надеюсь, что так будет и в дальнейшем.

В то же время наше материнское предприятие всегда думает на много ша-

гов вперед, и мы подготовлены к крупным кризисам. Стоимость нашего собственного капитала высока, прибыль из компании не выводится и это позволит пережить трудные времена.

Какие у ADDINOL планы на будущее? Есть что-то, чего Вы с нетерпением ждете в плане работы?

Наши два собственника всегда были отличными визионерами. Помню произошедший лет 20 назад разговор с одним из собственников, генеральным директором Георгом Вильдэггером. Он с большим воодушевлением рассказывал о своих планах на будущее, об идеях развития компании. Он был нацелен на то, чтобы создать из компании такую жемчужину, которая могла бы предлагать клиентам лишь лучшее из лучшего. С некоторой дрожью я думала о реализуемости его масштабных идей, потому что производителю смазочных материалов средней руки сложно сражаться с международными корпорациями. Сегодня я могу сказать, что он, целенаправленно двигаясь вперед, достиг того, о чем 20 лет назад никто не осмеливался и мечтать. Например, в мире было только один-два изготовителя высокотемпературных смазочных материалов. На сегодняшний день ADDINOL является одним из ведущих производителей таких смазочных материалов и успешно забирает рыночные доли у прежних участников. Обычные продукты, например, гидравлические и моторные масла, мы также предлагаем по лучшему соотноше-

нию цены и качества, мы нигде не делаем уступок в качестве.

Я осмелюсь предположить, что в течение следующих 20 лет ADDINOL сможет достичь еще больше, чем за прошедшие пару десятилетий. Потому что достигнутый успех и имидж качественного производителя уже говорят сами за себя, а это открывает еще больше дверей, которые до сих пор, возможно, были закрыты.

В рабочем плане мы ждем несколько важных лицензий от производителей, чтобы успешнее продвигаться на своих рынках и во всем мире. Получение лицензии производителя — это длительный процесс, для него необходимо определенное количество рабочих часов, и этот процесс нельзя ускорить. При разработке новых инновационных смазочных материалов ADDINOL тесно сотрудничает с производителями оригинального оборудования (OEM), потому что наилучшего результата можно добиться только в сотрудничестве производителя оборудования, производителя смазочных материалов, а также зачастую научно-исследовательских учреждений. Только так рождаются новые инновационные смазочные материалы для новых инновационных машин. Как правило, OEM-производитель сами выбирают себе партнера при разработке нового смазочного материала. Компания ADDINOL имеет отличную репутацию в глазах OEM, и, приглашая нас за стол переговоров, от нас ожидают инновационные идеи.

В чем секрет Вашего

успеха?

Секрет нашего успеха, с одной стороны, заключается во всем том, что было сказано о нашей материнской компании, где никогда не истощаются инновационные идеи, где жизнь увлекательна и интересна. Мы напрямую узнаем обо всем, потому что мы на 100 % являемся дочерней фирмой производителя. С другой стороны, конечно же, наша команда. Если люди работают

вместе 10-15-20 лет, то возникает чувство семьи, когда ты знаешь своих коллег вдоль и поперек. Наш девиз — «СИЛЬНАЯ КОМАНДА», во имя этого мы постоянно работаем, чтобы на самом деле было так. Самое важное, чтобы наш отдел продаж был компетентен в сфере смазочных материалов и мог бы проконсультировать клиентов, предложить хорошие идеи, решения, внести свой вклад в долгосрочную слаженную работу машинного

парка клиентов. Мы интенсивно работаем над тем, чтобы наши клиенты были нами довольны, чтобы они были довольны качеством нашей продукции, профессиональностью нашего активного отдела продаж, скоростью поставки наших товаров. Вот важные факторы успеха, которые помогали нам до сих пор и будут помогать и в будущем.

Вопросы задавала Мари Кампс

Перевод статьи «Tiina Suija – veerand sajandit Addinoli Ida-Euroopa juhina», опубликованной 04/2017 в журнале «Inseneeria».