



ИНСТРУМЕНТ KYOCERA ОСВАИВАЕТСЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ



Андрей Волошин, глава Представительства KYOCERA UNIMERCO в России

Компания KYOCERA, ведущая деятельность во многих странах мира, предлагает широкий ассортимент услуг и продуктов, включая переносные материалы, компоненты, устройства и оборудование.

Применение высококачественных режущих инструментов и решений для металлообработки KYOCERA способствует повышению эффективности и рентабельности производства. Компания предлагает широкий ассортимент инструмента для точения, сверления, фрезерования, обработки канавок, нарезания резьбы и отрезки. Инструмент KYOCERA создан с использованием инновационных технологий и современных материалов, таких как твердый сплав, керамика, КНБ и поликристаллический алмаз.

На выставке ЕМО-2017 корреспондент журнала побеседовал с главой Представительства KYOCERA UNIMERCO в России Андреем Волошиным.

— Андрей, какова сфера деятельности российского представительства KYOCERA?

— Наша зона ответственности – российский рынок, а также страны СНГ. Кроме России мы представлены в Беларуси и Украине, в дальнейшем планируем охватить Казахстан и другие страны Содружества. Основная сфера деятельности нашей компании на перечисленных рынках – это металлорежущий инструмент под брендом KYOCERA, который ориентирован на эффективное решение задач в таких отраслях, как автопром, аэрокосмическая промышленность, энергетика и т. д. У нас нет узкой специализации, в основном наш инструмент предназначен для решения широкого спектра инженерных вопросов.

— Как вы оцениваете позицию компании на российском рынке?

— Если говорить о компании KYOCERA как производителе металлорежущего инструмента, то для российского рынка это достаточно моло-

дой бренд, первые дистрибьюторы продукции компании появились на рынке в 2006–2007 годах, то есть компания присутствует в России примерно в течение 10 лет. Активно на развитии своего присутствия на российском рынке KYOCERA стала фокусироваться около четырех лет назад, в 2013 году было открыто представительство, и занимаемая компанией доля рынка год от года уверенно растет.

Пока мы не претендуем на звание «кита» российского рынка металлообработки, поскольку объем поставок пока невелик, тем не менее все больше заказчиков, потребителей знают, что KYOCERA это не только принтеры, но и металло-режущий инструмент.

– С кем из российских компаний вам приходится конкурировать?

– На российском рынке, безусловно, много достойных конкурентов. Хотя, если говорить о российских производителях, среди них, к сожалению, очень мало компаний, которые имеют в арсенале полный технологический цикл производства современного корпусного инструмента.

– Можете ли вы отметить какие-либо разработки, которые востребованы на российском рынке, но российскими компаниями пока не освоены?

– Как было сказано ранее, в России практически нет инструментальных компаний, которые производили бы современный металлорежущий инструмент класса хай-тек полностью на терри-

тории России. Есть определенные операции, когда инструмент дорабатывается в нашей стране.

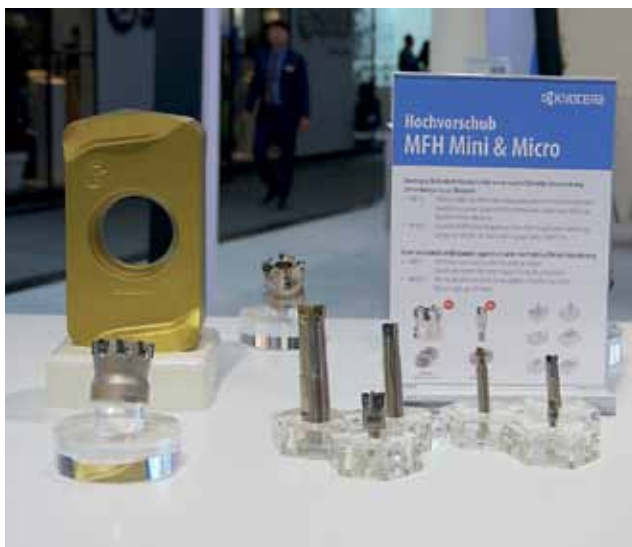
Если же рассматривать KYOCERA в сравнении с западными конкурентами, то у нас есть определенные решения, которые выглядят более привлекательно для конечного потребителя. Это относится и к современным сплавам, и к современной геометрии режущей кромки, особенно если речь идет об обработке таких материалов как нержавеющая сталь, жаропрочные и титановые сплавы.

– Могли бы вы отметить какие-то российские проекты, сопровождавшиеся крупными поставками вашего инструмента?

– Такие проекты есть, как завершенные, так и в проработке. Я не хотел бы раскрывать детали, так как это не только «наша» информация, но и наших потребителей.

– Как вы оцениваете требования российских заказчиков в сравнении с требованиями мирового рынка?

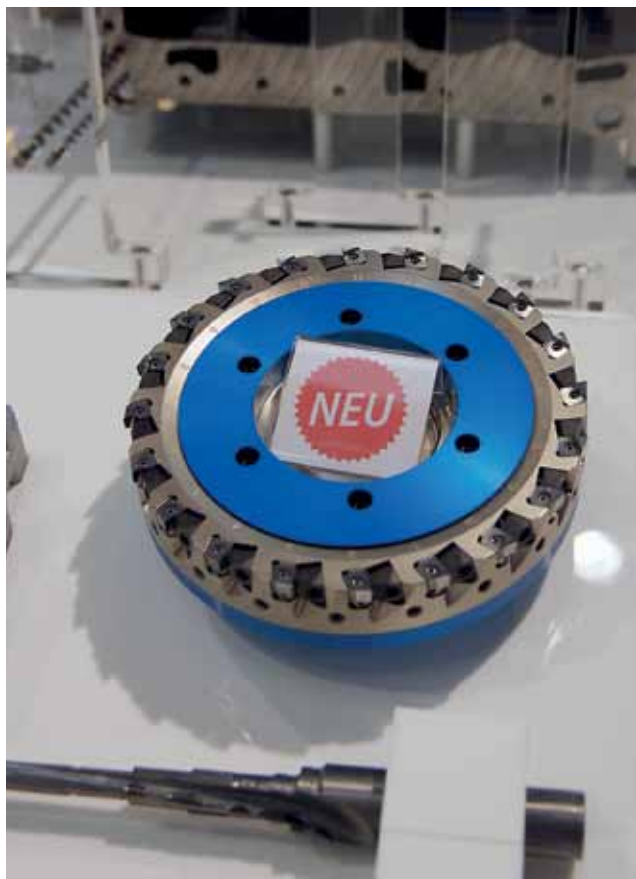
– В принципе, требования практически одинаковы, будь это Европа, Азия или Россия. Что касается собственно уровня требований, то российские заказчики, несомненно, более продвинуты, чем российские производители инструмента. Они внимательно относятся к производительности, качеству, соотношению цена/качество. У многих заказчиков работает современное оборудование, которое диктует требования к режущему инструменту.



Высокоскоростные фрезы семейства MFH для высокопроизводительной обработки стали, нержавеющей стали, жаропрочных и титановых сплавов



Специализированные фрезы для обработки алюминиевых сплавов. Серия MFH – для чистовой и финишной обработки. Простой механизм регулировки торцевого биения позволяет получить зеркальную поверхность



Фреза MFAN с возможностью регулировки торцевого биения для получения зеркальной поверхности при обработке алюминия

Нельзя эффективно задействовать современный станок, при этом используя малоэффективный инструмент. Если покупать оборудование класса хай-тек – высокоскоростное, высокоэффективное – и устанавливать на него режущий инструмент, который не способен полностью реализовать потенциал станка, это приводит к неэффективному расходованию денег. Стоимость операций и изделий возрастает, и изделие становится неконкурентоспособным.

– Каковы ваши планы по развитию бизнеса в России?

– Планы по завоеванию рынка, конечно, грандиозные. Но если говорить серьезно, то наша компания – это японский бренд, а японцы делают очень большую ставку на российский рынок в плане его развития. Поэтому мы имеем хорошую поддержку со стороны материнской компании как в части инвестиций в людей, в каналы продаж, так и инвестиций в поддержку нашего продукта. Не только мы, но и наши японские коллеги стали прислушиваться к потребностям рынка, к тем



Комплексное предложение для обработки лопаток, включающее стандартный инструмент со сменными пластинами и специальный твердосплавный для обработки замка

задачам, которые необходимо решать российским потребителям. Безусловно, есть своя специфика в энергетике, в авиации, материалы, применяемые в нашей промышленности, несколько отличаются от «среднеевропейских». Мы находимся в постоянном диалоге с нашими техническими специалистами, в результате появляется и нужная геометрия инструмента, и нужные сплавы, адаптированные под наши условия.

– То есть ваше представительство в Москве это только офис, без какого-либо собственного производства?

– Более того, это даже не столько офис продаж, сколько техническое сопровождение. На сегодняшний день мы в России работаем только через дистрибьюторов, прямых продаж у нас нет. Мы не поставляем инструмент конечному потребителю напрямую. Наша основная задача на сегодняшний день – это именно техническое сопровождение наших продуктов и техническая поддержка дистрибьюторов.