



Агентство корпоративных коммуни...

## Компания Bosch: итоги 2009 года в России, Украине, Белоруссии и Казахстане

По итогам 2009 финансового года оборот компании Bosch в России, Украине, Белоруссии и Казахстане составил 567 млн евро, что на 38% меньше, чем в прошлом году (918,2 млн евро). Объемы консолидированного оборота Bosch в регионе сократились с 845,6 млн евро в 2008 г. до 560,8 млн евро в 2009 г.

В 2009 г. консолидированный оборот в Казахстане составил 6 млн евро. В других странах региона, напротив, показатели снизились, в частности в России оборот равен 489 млн евро, что на 31% меньше, чем в 2008 г.; в Украине — 44 млн евро, на 53% меньше; в Белоруссии — 28 млн евро, на 55% меньше. Снижение показателей стало, главным образом, результатом кризиса и его тяжелых последствий, прежде всего в автомобильной и строительной отраслях, с которыми тесно связан бизнес Bosch.

Несмотря на падение продаж, компании удалось удержать лидирующие позиции на основных направлениях. Этому способствовал комплекс мер по сокращению издержек на всех уровнях, рациональная кадровая политика и гибкий подход в отношениях с клиентами и поставщиками.

Введение укороченной рабочей недели позволило компенсировать недозагрузку мощностей, вызванную снижением продаж, и избежать масштабных увольнений. Компания сохранила почти неизменной численность персонала: 2515 человек против 2650 в 2008 г. Более того, штат Bosch в Белоруссии в 2009 г. насчитывал 39 человек против 35 в 2008 г., в ожидании будущего роста рынка.

Политика «управляемой гибкости» в финансовых вопросах получила позитивный отклик дистрибьюторов и потребителей. «Мы смогли сохранить более 90% клиентов. Это очень хороший результат, поскольку такие проверенные кризисом отношения являются основой для восстановления объема продаж, когда дела начнут поправляться. Для нас было крайне важно поддержать поставку товаров, доступных для массового потребителя, в розничные торговые точки клиентов», — отмечает Рене Шлегель, полномочный представитель группы компаний Bosch в России, Украине, Белоруссии и Казахстане.

Объем инвестиций Bosch в 2009 г. в Россию и страны бывшего СНГ составил 16,0 млн евро, лишь на 11% меньше, чем в предыдущем году. Несмотря на сложности, компания продолжила реализацию жизненно важных проектов в производственной и социальной сферах и уверена, что эти шаги полностью оправданы имеющимся потенциалом развития регионального рынка.

### Автомобильное оборудование: курс на стабильность

Значительное сокращение автомобильного рынка привело к резкому падению спроса на автокомплектующие во всех странах региона. При этом наметилась тенденция к увеличению объемов ремонта подержанных автомобилей. В 2009 г. на заводе Bosch в с. Краковец Львовской обл. было восстановлено 150 тыс. бывших в употреблении автомобильных стартеров.

Вопреки трудностям в автомобильной сфере, стратегия компании Bosch в регионе остается неизменной. В частности, в России в 2009 г. стартовали 2 новых проекта по оснащению Антиблокировочной Системой Тормозов ABS автомобилей российских производителей, запуск в серийное производство которых намечен на 2010–2011 гг. Параллельно получила дальнейшее развитие программа Bosch, направленная на повышение безопасности на дорогах и информирование населения об активных системах безопасности.

ОАО «Роберт Бош Саратов» в г. Энгельс Саратовской обл. выпустило на рынок линейку свечей зажигания EZ-Yttrium с иттриевым сплавом на электродах и длинной резьбой.

В Белоруссии продолжались поставки топливных систем, обеспечивающих стандарт норм Евро-3 и Евро-4, и была представлена новая, более дешевая топливная система, также отвечающая европейским нормам.

Несмотря на обвал рынка грузовых автомобилей, компании Bosch удалось удержать на нем свою долю. В России в серийное производство был запущен модуль вакуумного усилителя и главного тормозного цилиндра с расширительным бочком для автомобиля «Газель».

Усложнение автомобильных технологий и систем требует подготовки профессиональных кадров, способных их обслуживать и ремонтировать. С этой целью в 2009 г. в Москве и Киеве были открыты Учебные центры компании Bosch, в которых ежегодно проходят обучение до 4 тыс. сотрудников автосервисных мастерских. Кроме того, Bosch совместно с ZF Trading подписали соглашение и в течение года провели три совместных семинара в Киеве и конференцию “Innovation Days 2009” для персонала СТО.

Потребительские товары и техника инженерных коммуникаций: сохранение доли рынка

Несмотря на существенное сокращение строительного рынка, в сегменте электроинструментов компания Bosch увеличила свою долю благодаря сети дилеров «Бош Системный Специалист» (БСС). Были успешно выведены на рынок новые сегменты продукции, в частности шлифовальные материалы с покрытием и измерительные инструменты.

Одним из наиболее перспективных направлений деятельности по-прежнему остается энергосберегающее оборудование. В Белоруссии и Казахстане продажи нагревательного и отопительного оборудования Bosch по сравнению с 2008 г. выросли. При этом Bosch Thermotechnik в Казахстане реализовало крупные проекты, которые не только направлены на развитие бизнеса, но и вносят серьезный вклад в экономию энергоресурсов, снижение выбросов вредных веществ в атмосферу и, как следствие, улучшение экологической обстановки в стране.

В России в условиях почти 35-40%-ного падения спроса на отопительное оборудование «Будерус Отопительная Техника» сумела не допустить значительного сокращения оборота. В 2009 г. он лишь на 13% меньше, чем в 2008 г., в результате чего компания увеличила свою рыночную долю. Вследствие интегрирования в 2009 г. в существующую структуру «Будерус Отопительная Техника» в России представительства LOOS, ведущего европейского производителя высококачественных паровых и водогрейных промышленных котлов, компания смогла усилить позиции в сегменте промышленного оборудования.

Переход к экологически чистым энергосберегающим технологиям требует долгосрочных инвестиций в подготовку высококлассных специалистов. С этой целью в Киеве в декабре 2009 г. благодаря совместной инициативе Robert Bosch и Киевского Политехнического Института, был открыт Научно-образовательный центр возобновляемых технологий («НТУУ КПИ — Бош»), где представлены самые современные образцы энергоэффективного оборудования, работающего на возобновляемой энергии земли, воды и солнца.

Укрепление позиций в соседних странах

Полным ходом идет процесс освоения компанией Bosch новых рынков. «В тех странах, где имеется привлекательный для Bosch рыночный потенциал, но открывать собственное торговое представительство на данный

момент экономически невыгодно, мы начали применять стратегию выхода на рынок через региональные партнерские представительства. Несколько таких представительств было открыто в 2009 г. на Кавказе и в Средней Азии, для того чтобы изучить рыночные возможности и продвигать интересы Bosch в Азербайджане, Армении, Грузии, Киргизии, Таджикистане, Туркмении и Узбекистане. Кроме того, подобная стратегия облегчает доступ нашей продукции к конечным потребителям, так как существует возможность обращения в стране присутствия», — отмечает Рене Шлегель.

Перспективы дальнейшего развития Bosch оценивает умеренно оптимистично. «Рост в нашем регионе возобновится, но не скоро достигнет уровня 2005 - 2008 г. Мы ожидаем, что в 2011 г. наш бизнес в целом вернется на уровень 2007 г., а в 2013–2014 гг. — на уровень 2008 г. Темпы роста для каждого подразделения, естественно, отличаются. В тех отраслях, где нам принадлежит менее 20% рынка, возможности роста выше, чем в областях, где мы уже занимаем большую долю рынка», — считает Рене Шлегель.

### Информация о компании

Группа компаний Bosch является ведущим международным поставщиком технологий и услуг. Объем продаж корпорации, штат которой насчитывает около 275 000 сотрудников, занятых в таких отраслях, как производство автомобильных компонентов и промышленных технологий, производство потребительских товаров и строительных технологий, составил в 2009 финансовом году 38,2 миллиардов евро.

В состав группы Bosch входят Robert Bosch GmbH и более 300 дочерних компаний и региональных представительств более чем в 60 странах мира. С учетом партнеров Группы в области продаж и услуг, компания Bosch присутствует примерно в 150 странах. Эта глобальная сеть, занимающаяся разработками, производством и реализацией продукции, формирует основу для дальнейшего роста. Ежегодно компания Bosch выделяет более 3,5 миллиардов евро на НИОКР и подает заявки на более чем 3 800 патентов по всему миру. Все продукты и услуги Bosch предназначены для повышения качества жизни за счет внедрения инновационных и полезных решений.

Компания была основана Робертом Бошем (1861-1942) в 1886 в Штутгарте как «Мастерская точной механики и электротехники». Особая учредительская структура Группы компаний Bosch гарантирует ее финансовую независимость и свободу предпринимательства. Она позволяет компании планировать свою деятельность на долгосрочную перспективу и осуществлять значительные инвестиции, обеспечивающие ее будущее. 92% акций Robert Bosch GmbH принадлежат благотворительному фонду Robert Bosch Stiftung. Предпринимательская деятельность осуществляется компанией Robert Bosch Industrietreuhand KG, которой принадлежит большинство голосующих акций компании. Остальные акции принадлежат семье Бош и компании Robert Bosch GmbH.

Дополнительная информация на [www.bosch.com](http://www.bosch.com).