


Владимир Василенко: «Выставка в России — это выставка золотых унитазов»

Группа компаний «Приборы охраны» ведет свою историю с 1997 года. В продуктовой линейке компании более 6000 наименований позиций ведущих производителей и поставщиков рынка систем безопасности, включая собственные бренды: Sarmatt в видеонаблюдении, Slinex в домофонии и ВЭРС в охранно-пожарных системах. Более 10 лет у руля холдинга стоит его CEO — **Владимир Василенко**. На выставке Securika Moscow он рассказал журналу РУБЕЖ, каким видит будущее выставки, отрасли и всего человечества.

 **Беседовал:** Михаил Динеев



Владимир Василенко
управляющий директор,
ГК «Приборы охраны»

Какие впечатления от выставки Securika Moscow-2018?

ВЛАДИМИР ВАСИЛЕНКО: Была такая фраза в сериале «Универ», ее сказал олигарх Сильвестр: «Я удивлен, я поражен, да что там, я просто охренел». Это реально огонь, да что там — это чума.

У нас на стенде очень много людей, но я вчера зашел в соседний павильон, и мы, признать, отдыхаем. Если в нашем павильоне была толпа народа, то в центральном павильоне творилось нечто, там невозможно было пройти вообще. Реально очень круто!

Мы участвуем не только в выставках систем безопасности — активно работаем на электротехническом рынке, работаем с теле-

визионщиками, участвуем практически на всех электрофорумах, но такого количества людей не было ни на одной выставке.

Что можешь сказать о посетителях? Как говорится, кто все эти люди?

В. ВАСИЛЕНКО: Я тебе не могу сейчас ответить на этот вопрос. Будем работать, будем выяснять. Но могу сказать, что у нас впервые на стенде работают 25 человек, мы заложили +50% к раздаточному материалу по сравнению со всеми предыдущими выставками. Пессимистичные оценки, что мы сегодня уже голодать будем (а это третий день выставки), оптимистичные — домой не уедет ничего. Не то что домой не уедет, обычно мы раздаем оставшиеся материалы нашим дилерам, но в этот раз раздавать уже нечего.

Тренд последних лет: люди приходят на стенды, но по итогам конверсия в сделки все меньше. Как ощущение на этот раз?

В. ВАСИЛЕНКО: Мы говорили на эту тему с нашими друзьями и партнерами, и у них тоже такое же мнение, что люди ходят, реально не протолкнуться, а по факту будет ни о чем. Не знаю, вот честно не знаю. Позитив в том, что, по крайней мере, выставка проходит на ура. Хотя бы одна выставка в России

по системам безопасности должна быть, и должна быть такой.

Не буду скрывать, что мы повлияли на то, что, например, большой выставки в Новосибирске теперь не существует, потому что ребята из ИТЕ потеряли берега с точки зрения цен. Очень долго они держались за счет пары компаний, т. е., мягко говоря, — за наш с «Грумантом» (корпорация «Грумант». — Прим. ред.) счет. Когда мы начали объяснять, что такое положение вещей, опять же мягко выражаясь, некорректно, нам навстречу не пошли, и мы сказали «До свидания!»

Все, нет больше выставки в Новосибирске, как, впрочем, по сути, и в других городах. Все сконцентрировано здесь.

Выставки — отражение рынка. Внутри самой отрасли как выглядит новое перераспределение сил?

В. ВАСИЛЕНКО: Само собой. Все вокруг укрупнилось, произошла консолидация за счет поглощений и объединений. Здесь реально можно понять мощь той или иной компании. Например, была одна компания «Приборы охраны», а сейчас она объединяет восемь компаний. Это уже крупный холдинг федерального масштаба.

Мы перераспределили маркетинговый бюджет, поскольку это огромный форум, в

«Exhibition in Russia is an exhibition of golden toilet bowls» / By Mikhail Dineev

The history of «Pribory okhrany» group of companies started in 1997. The company's product line includes more than 6,000 positions of leading manufacturers and suppliers of the security systems market, including its own brands: Sarmatt in video surveillance, Slinex in intercoms and VERS in security and fire systems. More than 10 years at the helm of the holding company is its CEO - Vladimir Vasilenko. At the exhibition Securika Moscow he told RUBEZH magazine how he sees the future of the exhibition, industry and all mankind.



Все вокруг укрупнились, произошла консолидация за счет поглощений и объединений. Например, была одна компания «Приборы охраны», а сейчас она объединяет восемь компаний. Это уже крупный холдинг федерального масштаба

который все вкладываются, чтобы показать, что ты не просто существуешь, а что ты чувствуешь себя хорошо, что у тебя есть деньги и все нормально.

Но так тоже не у всех. Если зайти в третий павильон, там картина иная: стоят две-три компании, а все остальное — маленькие китайские стендики. Там практически никого нет. Кроме того, нет некоторых наших, кто в этом году решил сэкономить деньги.

Как сейчас вообще нужно, по-твоему, тратить маркетинговые бюджеты, на что в первую очередь?

В. ВАСИЛЕНКО: Мы четко перепозиционировались, у нас одна выставка профильная. Далее мы интегрируемся в непрофильные рынки, потому что там мы никто и звать нас никак. Но люди нас постепенно узнают, и это дает некий выхлоп, хотя вложения там совсем не те, что здесь.

Мы четко перепозиционировались, у нас одна выставка профильная, а далее мы интегрируемся в непрофильные рынки

Кстати, если сравнить нашу выставку с китайскими, знаешь, в чем глобальная разница? У китайцев все нацелено на результат. У них выставка — это не маркетинг, это реально выставка технических достижений. В свое время украденных, дай бог — если разработанных, сделанных, воспроизведенных, но главное — технических достижений.

Они делают такой же величины стенд, но отнюдь не с белым кожаным диваном, а дешевым стулом, и увешанный новой продукцией, новыми разработками. А не так, как мы, показываем свою некую финансовую состоятельность. Выставка в России — это выставка золотых унитазов.

Понятно. В какие инструменты маркетинга ты веришь?

В. ВАСИЛЕНКО: Ты не представляешь, сколько людей мы обучили Instagram здесь за два дня. Наверное, человек 250. У меня ребята заточены на денежную мотивацию, и они должны «запилить» всем клиентам Instagram с нашим аккаунтом. Возможно, кто-то скажет, что в Instagram девушки, селфи и так далее... Но я отвечаю: «Ничего вы не понимаете в SMM» (SMM — social media marketing. — Прим.ред.). За Instagram будущее, это без вариантов.

Далее, я еду на машине, у меня мобильный, на котором установлены WhatsApp, Viber, Telegram. Не полезу я в машине в почту свою... Когда компьютер открою, вот тогда, может, и посмотрю. А в машине у меня два варианта: посмотреть интернет-новости и соцсети. Почему Instagram раскручивается? Там все просто и понятно — картинка плюс пост, там уже дальше идут лайки, хэштеги и прочее. Но главное, ты согласишься картинку...

При этом работает так же, как GoogleAdverts и Яндекс Директ. Все то, что ты зачекенил и залайкал у себя, выдастся как продакт-плейсмент в рекламе. Поэтому сейчас мы активно занимаемся этим продвижением, с нами работают профессионалы в SMM, у группы два аккаунта в Instagram, их ведут два человека.

Не нужно быть специалистом, чтобы увидеть, как китайские компании наращивают свое присутствие на выставке год от года. Как скоро китайцы подомнут под себя рынок систем безопасности, его отдельные сегменты?

В. ВАСИЛЕНКО: У нас в России царь-батюшка — это святое, как там порешают, так и будет. Но при госрегулировании импортерам вряд ли дадут поднять рынок полностью.

Многие компании заявляют о планах по локализации производства...

В. ВАСИЛЕНКО: Наверное, я буду лукавить, если скажу, что хоть кто-то сможет в ближайшее время производить, например, видеорекамеры в России. Это будет местным

производством с очень большой натяжкой. Даже если здесь открыть завод, то это максимум отверточное производство.

Что касается охраны, пожарной сигнализации, то да, здесь, в России, есть полный производственный цикл. Например, мы, как раз в рамках производства, можем считаться площадкой компании SystemSensor американской корпорации Honeywell.

Отлично... И как вы с ними договорились?

В. ВАСИЛЕНКО: Мы плотно работаем по охранно-пожарным, адресным приборам уже более двух лет. Мы производим полностью нашу разработку от начала и до конца. При этом сделали все очень быстро, хотя я переживал, поскольку у иностранцев структурированный жесткий подход, т. е. все нужно выполнять в жесткие сроки, проходить очень много различных валидаций. Но мы умудрились сделать прибор за восемь месяцев.

Что было на вашей стороне, а за что отвечал Honeywell?

В. ВАСИЛЕНКО: На нашей стороне, во-первых, решение само по себе. Во-вторых, возможность апгрейда этого решения. Мы предложили, грубо говоря, некую коробку «all in one» — все в одном под брендом ВЭРС-LEON.

Кто в итоге указан как производитель системы? Какой нише рынка она адресована?

В. ВАСИЛЕНКО: Honeywell — это большая корпорация, бренд. SystemSensor — пожарное подразделение, соответственно, фактически мы работаем со вторыми.

Основой линейки SystemSensor является адресная система «Leonardo», которая на самом деле работает как автомат Калашникова, ее много кто заказывает, практически вся железная дорога оснащена, вагоны поездов и так далее.

Сдругой стороны, у SystemSensor нет приборов, которые закрывали бы малые и средние объекты. Лет восемь назад, когда я начал расширять знания в пожарной теме, очень удивлялся, куда же идет Honeywell, какие решения закрывает SystemSensor?

Итоговый посыл дал запрос из Ростеха — им не подходило импортное решение, а местного никто предложить не мог. Тогда мы и встретились, договорились с ребятами из SystemSensor, прошли все валидации, познакомились с зарубежным руководством, выполнили все требования, которые были к нам предъявлены.

После этого произошло объединение дилерских сетей: мы располагаем продукцией SystemSensor как дистрибьютор, а они продают наши решения. Ту же «Leonardo» вы можете купить на хороших условиях через



ГК «Приборы охраны». Также и ВЭРС-LEON можно купить в Москве, через SystemSensor. Если дилер авторизован на продажи ВЭРС, он автоматически является дилером по SystemSensor и наоборот.

К какой торговой марке в итоге можно отнести полученное решение и продукт?

В. ВАСИЛЕНКО: ВЭРС-LEON — у нас она двойная получается. ВЭРС больше известна охранными приборами, SystemSensor известна датчиками. От каждой торговой марки мы вложили в ВЭРС-LEON лучшее.

Я правильно аналогию уловил, что это как SheviNiva?

В. ВАСИЛЕНКО: Да. Именно так. Это как раз российское производство, на сто процентов. У SystemSensor есть свой местный завод, отверточное производство датчиков. У ВЭРСа в России — собственный завод по производству приборов, в этом году ему исполнится, кстати, 19 лет. Заказчики прекрасно знают, что такое «Leonardo», все понимают, что это совместно, что оно работает. Мы активно продвигаем совместные решения в рамках совместных же семинаров, у нас вообще довольно обширная маркетинговая программа на паях с SystemSensor.

По видеонаблюдению вы как-то менялись технологически последние год-два?

В. ВАСИЛЕНКО: В лучшем для нас случае — мы меняем полноценную линейку оборудования раз в год, в стандартном варианте — два раза, в худшем случае — три раза. Это означает, что, когда оборудование к нам едет, оно уже потенциальный неликвид. Оно еще только едет, оно даже еще не заявлено, потому что я категорически против маркетинга несуществующего у тебя продукта. На нашем стенде нет ничего, чего бы у нас не было по факту, не было бы проверено и оттестировано.

Софт в видеонаблюдении, за ним, конечно, будущее. А сейчас ситуация такая... Если мы говорим о разработках, то у нас нет никаких новых разработок. Они есть у китайцев, у корейцев, у японцев. Все остальное — это уже быстренько скопировали, сделали, поставили на поток.

Итак, куда мы все идем в видеонаблюдении?

В. ВАСИЛЕНКО: Мы наконец-то поменяли черно-белое, наконец-то у всех хотя бы стоит 800 телевизионных линий в рамках цветного изображения, что являлось высоким (в кавычках) разрешением. Все уже ставят хотя бы HD, потому что у них дома стоит мини-

мально телевизор HD. Большинство уже как минимум задумываются о FullHD. А почему бы и нет...

В видеокамерах есть четыре мегапикселя, но это тоже маркетинг, как в свое время с процессором Pentium. Например, в нашем шоуруме в московском офисе стоит одномогапиксельная камера, двухмегапиксельная и «четверка». Мы клиенту предлагаем: выбрать, что показывает лучше всего. Наверное, нет и процента, кто указал бы на «четверку». Большинство указывают на «двушку», и есть еще процент, который даже на «однерку». Вот это нравится непосредственно потребителю.

Когда мне задают вопрос: какое разрешение?... Я по этому поводу вот что думаю: если смотреть фильм, предположим, «Аватар», то, понятное дело, его приятно смотреть на 4K и так далее, это действительно круто. Но если по-честному, когда человек смотрит на стоянку или, еще хуже, на поймаку и когда он охранник, то ему по большому счету все равно — два мегапикселя или четыре. При этом нужно учитывать, что кардинально разрешение не поменяется, оно поменяется только на 4K.

Четыре мегапикселя на данный момент — это огромный маркетинг, который опять же двигают два великих китайских дракона — Hikvision и Dahua и на который в свое время практически все клонули. Поэтому есть HD и FullHD — это основа продаж на данный момент.



Четыре мегапикселя на данный момент — это огромный маркетинг, который опять же двигают два великих китайских дракона — Hikvision и Dahua и на который в свое время практически все клонули

А по домофонии как обстоят дела?

В. ВАСИЛЕНКО: Что касается Slinex — сейчас наша линейка делится на три части. Первая, по которой нас все знали и знают, — это дизайн. Причем с нами работают очень много на самом деле производителей стальных дверей, которые сами интегрируют в свои двери наши устройства. У нас свои эксклюзивные пресс-формы, которые мы производим в Китае. Но рисуют их нам немцы.

В Китае мало заводов занимается домофонией, и у большинства из них уже заключены долгосрочные эксклюзивные контракты, как и у нас, например. Соответственно, мы выбираем некие гаджетные вещи, накладываем на них свое право вето, забираем их под контракт. Но мы не продаем их, как, предположим, другие бренды, мы их еще дорабатываем и получаем некий эксклюзивный продукт.

Плюс у Slinex очень жесткая дилерская политика. И на ней наши дилеры зарабатывают вообще максимально возможную маржу в Российской Федерации, прям реально максимальную.

Это сколько?

В. ВАСИЛЕНКО: Гарантированная средняя маржа дилера, в общем, с нашим днем рождения в прошлом году, — была 35 процентов. Мы просто поделились с узким кругом людей. То есть мы посчитали, что лучшим подарком на наш день рождения для наших партнеров будут деньги. Мы просто дали им возможность покупать оборудование дешевле, а отпускные цены остались такими же. И ребята зарабатывали 8 месяцев дополнительно еще до 50 процентов, если посчитать в реальных деньгах (абсолютных величинах).

То есть в целом 35 процентов.

В. ВАСИЛЕНКО: 35 процентов, да. Это очень много, реально. Мы зарабатываем меньше в разы, несмотря на то, что у нас хороший маркетинг, в выставках мы во всех участвуем, подарки даем, каталоги даем, семинары проводим и т. д. И т. п., не суть. Очень много у нас на самом деле раздаточного материала идет, очень много маркетинга. Мы реально зарабатываем раза в три меньше, чем наши партнеры.

10 процентов?

В. ВАСИЛЕНКО: 15, может быть, 13, где-то так. В ходовых моделях, т. е. где мы вынуждены конкурировать, это процентов 10.

Как строите продуктовую политику по домофону?

В. ВАСИЛЕНКО: Slinex всегда старается включить в себя все возможные функции, как говорится, «all in one». Не по принципу «папы Comptax». Поясню на примере автомобилей. Что такое японское автомобилестроение? Это значит, что у тебя все в пакете: гидросилитель руля, стеклоподъемники и т. д. А что такое европейский автопром? Хочешь стеклоподъемник? Доплати. Хочешь гидросилитель? Доплати. Хочешь автомат? Доплати. Вот, например, в домофонии такой функцией является встроенная память, такой функцией является возможность подключения дополнительных камер. Хочешь 2+2? Доплати.

У нас это всегда было включено, что называется, «all inclusive». Встроенный блок питания, который избавляет от необходимости осуществлять дополнительный монтаж, наличие возможности альтернативно запитаться. То есть у нас все домофоны имеют встроенный блок питания — вилка, вложил и не паришься.

Но вдруг у заказчика уже был домофон, была разводка, ему не нужна вилка. На наших премиум-моделях вилка даже является съемной. Еще на старых моделях монтажник нам говорил: «Как поступать?», мы отвечали: «Режьте вилку, с гарантии не снимается. Не нужна вилка — обрезал и все».

Соответственно, подключение дополнительных камер, память, эксклюзивная цветовая гамма. Мы единственные на рынке, кто в массмаркете предлагает три цвета видеодомофонов. То есть стандартная «семерка» обычно бывает двух видов, вообще, вот если так походить, и у всех либо белый и черный, либо, соответственно, белый и серебро. Почему серебро?



Slinex всегда старается включить в себя все возможные функции, как говорится, «all in one». У нас все домофоны имеют встроенный блок питания — вилка, вложил и не паришься

«Семерка» — что ты имеешь в виду?

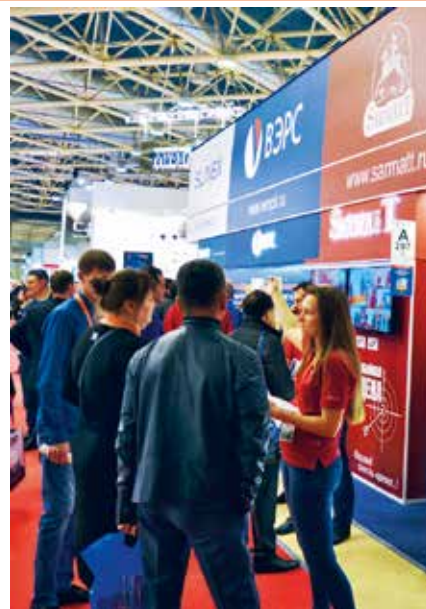
В. ВАСИЛЕНКО: Семидюймовый домофон. Серебро от Comptax пошло, он делает так. Все остальные делают белый, черный, белый, черный.

Мы, понятное дело, белый, потому что белый iPhone продается лучше всего, серебро, т. е. если говорят, а есть ли hi-tech, а есть ли что-то еще, кроме белого и черного, но мы сделали не черный — сделали графитовый. Почему? Черный очень маркий: остаются следы от пальцев.

Бывает, люди приходят: «Мне нужен черный, точнее темный. Есть что-то темное, но вот не черное?» И у нас есть. То есть мы стараемся максимально угодить. Различные модули сопряжения. Мы единственные, кто дает возможность подключения к любому домофону до четырех трубок, вообще абсолютно к любому.

Опять же подключение к любому координатному домофону, подключение к любому цифровому домофону, подключение к телефону, подключение к мобильному телефону абсолютно любого домофона.

Все идентификаторы, которые ты можешь себе представить. Считыватели, например. Вот у нас есть считыватель touch memo — самый дешевый на рынке. При этом он металлический, исполнение хром, блестящий, красивый, имеет подсветку по контуру. И некоторые ребята продают считыватели с сопротивлением, что называется, «сделай сам». Вот считыватель, вот сопротивление, и поставь этот резистор сам. У нас сопротивление встроено, и считыватель работает от 3 до 12 Вольт. То есть он может как



с охранкой и пожаркой, так и с домофонией работать. Стоит на любой точке входа дешевле любого российского и зарубежного аналога. Так же у нас продается полный аналог Матрикса 2-го — самый знаменитый, известный считыватель компании IronLogic, т. е. работающий по протоколу touch memo, стоит на 20 процентов дешевле.

Блоки питания качественные, которые мы также поставляем, уходят десятками тысяч. Мы реально можем закрыть любую потребность клиентов. То есть приходит к нам человек, ему нужно что-то сделать по СКУД, он взял один каталог Slinex и решил все свои задачи. Он и красивое и функциональное подберет решение, и дополнительно какую-то обвязку сделает.

Сколько сейчас человек работает в «Приборах охраны»?

В. ВАСИЛЕНКО: Около 200.

Это на все 8 филиалов?

В. ВАСИЛЕНКО: Это не филиалы, это компании.

На 8 компаний — 200 человек?

В. ВАСИЛЕНКО: Да. Давай посчитаем. На «стройке» у меня может работать... даже так скажем — не у меня, я не являюсь управляющим партнером строительной компании, это наши соучредители. Например, мы по Сибири делаем такие проекты, как ИКЕА, МЕГА, «Леруа Мерлен» и прочее. Плотно работаем с МТС, их вышки поднимаем. Этот бизнес подрядный — может работать и 150 человек, а может работать костяк — 20.

Если мы берем производство, то до оптимизации производственный состав был приблизительно 130 человек. После оптимизации, перехода полностью на SMT, сейчас меньше 80. А если мы берем чисто торговый персонал, то в Новосибирске у нас около 55, в Москве вот, по последним данным, человек 17-18.



Все говорят, денег нет, но в феврале этого года мы порвали все рекорды. И не только мы, кстати. По всем продажам мы сделали +30% по сравнению с февралем 2017 года. Я не знаю, но что-то происходит, какое-то перераспределение, движение на рынке...

Ну и, соответственно, если мы берем экспортно-импортные направления, типа Slinex, ТД «ВЭРС», то это, на самом деле, не много народу. По 10 человек в каждой компании. Какие-то маркетинговые функции выполняют в большей степени или функции «не совсем разработчика» (скажем, инженеров-экспертов), либо функцию контролера. В нашем филиале в Гонконге вообще три человека работают, это управляющий директор, пара инженеров китайского, скажем так, менталитета, которые непосредственно контролируют заводы, они в офисе даже не сидят — какой смысл в офисе сидеть, потому что они разъезжать должны, смотреть, что нового происходит.

Как ты можешь охарактеризовать сейчас положение дел на рынке систем безопасности?

В. ВАСИЛЕНКО: Все говорят, денег нет, но в феврале этого года мы порвали все рекорды. И не только мы, кстати. У нас лучший февраль за всю историю компании. По всем продажам (розница, опт, экспорт, Москва, регионы) мы сделали +30% по сравнению с февралем 2017 года. Я не знаю, но что-то происходит, какое-то перераспределение, движение на рынке...

Мы реально ожидали, что январь будет чуть лучше прошлого года. Получили +5%, но это было ожидаемо: боролись, дрались, кусались, грызлись. Но февраль вдруг дает такой результат, и неизвестно, почему. Что будет дальше — время покажет.

Чего ждать в 2018 году?

В. ВАСИЛЕНКО: В нашем бизнесе предоплата сто процентов — это самая большая засада, как, впрочем, и в российской экономике в целом. Это и есть наша стабильность. Есть хорошая интернет-шутка, где показаны три фотографии городов — Хиросимы, Нагасаки и Иваново. На Хиросиму и Нагасаки упала ядерная бомба, а на Иваново стабильность как-то приземлилась. Так вот наша стабильность — это как раз ее отсутствие.

Почему, например, Европа обладает большим количеством заводов и производств? Причем эти производства рентабельные, выгодные. При этом все они платят налоги и так далее... Потому что заложена большая маржа, поэтому и цены европейские такие высокие. Но при этом, когда они инвестируют, окупаемость проекта рассматривается в сроки до 25 лет, спокойно. А в России что... Нам сразу же говорят: а что я получу завтра? И это наша стабильная действительность.