

ка, эта разница между российским и европейскими рынками стала исчезать. Сейчас уже можно сказать, что мы имеем здесь такие же рыночные условия, как на Западе. Очень сильна конкуренция между дилерами. И все это работает на пользу покупателя, который может выбрать сам, исходя из цены и качества продукции.

3. Очень важным моментом стало появление Интернета. Он дает людям, которые не ездят за границу, возможность увидеть товар воочию. Сейчас клиенты могут сравнить мировой уровень цен, и конечно, для продавца жизнь стала сложнее и тяжелее. В настоящее время компания рассматривает как минимум 2–3 предложения и принимает решение по своим собственным критериям.

4. Как я говорил, в самом начале нашей деятельности мы основали свой собственный сервисный центр в Москве. После нашего открытия рынка для JVC производитель смог предложить переквалификацию российских специалистов в Германии. С той поры JVC-Германия устраивает курсы и семинары каждый год, представляя новое оборудование. Мы, в свою очередь, организовываем дополнительно семинары в Москве с приглашением топ-специалистов JVC.

5. Новое экономическое положение позволило нам в самом начале деятельности организовать собственный демозал в Москве, который существует и поныне. Здесь клиенты могут увидеть “в живом виде” и протестировать новейшие продукты не только JVC, но и оборудование других производителей.

#### – Какие события из жизни компании JVC Вы можете особо отметить?

– Это, конечно же, открытие новых форматов и новых продуктов, эволюционное развитие VHS и переход его к Professional-S, затем цифровые форматы D-9 и DV, а теперь оборудование для телевидения высокой четкости.

В рамках спонсорской программы JVC оказывает поддержку Всемирному фестивалю джаза и футболу.

Поездки на финальные матчи кубков UEFA и кубков мира оставляли и оставляют неизгладимые впечатления. За это время мы побывали на финалах во Франции, Японии, Нидерландах, Португалии, Австрии.

JVC устраивает очень интересные, двух-трехдневные дилерские семинары. Каждый год эти семинары проходят в разных странах. В прошлом году мы были в Словении, в этом году в Москве, раньше в Швейцарии, Венгрии, Австрии, Франции и т.д. Наша компания даже участвовала в 10-дневном гольф-турнире, устроенном JVC на Лазурном Берегу Франции.

Бесспорно, такие контакты укрепляют сотрудничество и стимулируют партнеров на дальнейшую поддержку этого бренда.

#### – Какое поставляемое компанией JVC оборудование было действительно революционным?

– В первую очередь стоит отметить изобретение и введение на рынок стандарта VHS. Этот стандарт действительно завоевал всемирный рынок и очень быстро стал общим для записи на магнитную ленту. Многие производители приобрели у JVC лицензии на производство видеомagneтофонов и кассет.

Другим поистине революционным моментом стало появление на рынке цифровой камеры ТЖК GY-DV500, затем GY-DV5000 и 5100/5101 в стандарте Professional-DV. Эта портативная камера ТЖК с матрицей 1/2" имела невероятный успех и стала любимой камерой десятков тысяч репортеров всего мира, включая Россию и страны СНГ.



Развивая ТВЧ, JVC вновь продемонстрировала свой инновационный потенциал, предложив “маленькую сенсацию” в ценовом аспекте – производственную серию камер PRO-HDV (от GY-HD100 до GY-HD251). Наиболее универсальной моделью является GY-HD251, которая в дополнении со студийным адаптером дает возможность использовать камеру одновременно и как ТЖК, и как студийный вариант. Благодаря этой гибкости камера имеет большой спрос.

В аспекте революционности я хотел бы отметить еще один класс оборудования, который не имеет прямого отношения к бродкасту. Это проекторы. JVC разработала действительно революционную технологию в форме специального чипа. Компания произвела семейство проекторов D-ILA, которые по четкости передачи яркости и цвета были просто уникальны, что отразилось соответствен-

но на цене. В связи с развитием технологий и благодаря миниатюризации они сейчас заменены другими, более дешевыми моделями.

#### – В чем особенности российского рынка?

– Сегодня на российском рынке появилась новая форма конкурсной борьбы на получение того или иного проекта. Казалось бы, достаточно тендерных соревнований. Однако нет. Существует еще одна форма хитрой соревновательной игры, которая называется аукцион. В отличие от обычного понимания аукциона, где цена растет, на таком “аукционе” цена, наоборот, понижается. Приглашаются все участники тендера, которые сидят за столом и сбивают цены. На мой взгляд, это коммерческий нонсенс, от которого даже сам покупатель может пострадать. Да, клиент получает самый дешевый товар, но принял ли он действительно самое лучшее решение? Ведь должна побеждать совокупность всех компонентов: цена, качество, сроки поставки, сроки гарантии, быстрота сервиса. Ведь в долгосрочном проекте никто не может позволить себе делать экстремально низкие цены. Понижать цену практически в убыток себе, ради того чтобы осуществить крупный или престижный проект, не имеет никакого коммерческого смысла. Поэтому я очень скептически отношусь к этой практике, хотя участвовать считается необходимым, и мы участвуем. В Европе есть система баллов, которые даются в качестве определенной оценки цены, сроков поставки и т.д. Это более адекватная и справедливая оценка, помогающая покупателю сделать правильный выбор.

#### – Как Вы считаете, аукционы связаны с финансовым кризисом или это все-таки наша российская особенность?

– Несомненно с кризисом! Однако я всегда оговариваю: “с так называемым кризисом”, потому что кризис питает дальнейший кризис. Я уже как-то в одном интервью сказал, что это как болезнь, инфекция, которая имеет свою историю. Повторяться не буду, так как на эту тему много уже сказано.

На аукционе просто стоит задача купить как можно дешевле. Таким образом, госорганизации стремятся справиться с сокращением бюджета. Помимо кризисной стороны данной формы соревнований некоторым образом проявляет себя и чисто коммерческий разум: купить как можно дешевле и больше. Это два фактора, которые играют роль. На сколько мне известно, система аукционов в Германии не практикуется.

*Беседу вела Анна Заварзина*



Ваше мнение и вопросы по статье направляйте на [bc@groteck.ru](mailto:bc@groteck.ru) 