

CEDIA EXPO 2007 и INTEGRATED SYSTEMS RUSSIA 2007

Комментарий Михаила Кучеренко, «Стереоправда»

Единство и борьба противоположностей

CEDIA

CUSTOM
ELECTRONIC
DESIGN &
INSTALLATION
ASSOCIATION

АМЕРИКА

Журнал *Tradeshaw Week* поставил выставку **CEDIA EXPO 2007**, проходившую с 6 по 9 сентября в Денвере, штат Колорадо, на 70-е место среди 200 самых крупных американских профессиональных выставок сентября (это на 20 мест выше по сравнению с тем же периодом 2005 года).

CEDIA EXPO, единственная из всех, фокусируется на индустрии домашних электронных систем. Разумеется, она дает возможность производителям аппаратуры продемонстрировать новые результаты своей работы, а посетителям — наблюдать текущие тенденции и перспективы развития этого быстро растущего сегмента потребительской электроники (с оборотом \$9.6 млрд. в 2006 году). Однако при этом **CEDIA** объединяет не только партнеров внутри индустрии, но и помогает выйти на «внешних партнеров», таких как архитекторы, строители и дизайнеры интерьеров.

Цитирую пресс-релиз **CEDIA** «из первых рук»:

ЧТО ТАКОЕ CEDIA

«*The Custom Electronic Design & Installation Association (CEDIA)* является международной промышленной ассоциацией компаний, которые специализируются на проектировании и установке домашних электронных систем. Ассоциация основана в сентябре 1989 года и включает 3000 участников по всему миру. В состав **CEDIA** входят зарекомендовавшие себя компании с опытом работы в этой узкоспециальной области, включая домашних системных инсталляторов, специалистов по электрическим сетям, производителей аппаратуры, дистрибьюторов, консультантов.

CEDIA — некоммерческая организация со штаб-квартирой в Индианаполисе, штат Индиана. Она контролируется собственными участниками, которые ежегодно выбирают Совет правления.

КОМУ ПОМОГАЕТ CEDIA

Всем.

CEDIA помогает потребителям, она дает рекомендации по выбору наиболее квалифицированных продавцов и установщиков домашней электроники, могущих не только грамотно проконсультировать, но

и установить самые сложные и современные домашние электронные системы. Девиз организации при работе с потребителями — **профессионализм и честность в бизнесе** (выделение — М.К.).

Установщикам CEDIA помогает в разных отношениях, она рекламирует их профессиональные качества перед потребителями, строителями, архитекторами, дизайнерами интерьеров. **CEDIA** организует семинары, конференции и тренинги, на которых установщики могут повысить свою квалификацию и в области техники, и в области бизнеса. Тем самым обеспечивается **позитивное развитие** не только самой компании, но и ее **сотрудников** (выделение — М.К.). **CEDIA** предоставляет доступ к актуальной информации, специальным изданиям и другим материалам. Это увеличивает качество и профессионализм инсталляций, а также делает более грамотной рыночную политику инсталляторов. Кроме того, они получают возможность напрямую общаться с производителями, что ведет к наиболее эффективному решению проблем и обмену полезной информацией. Престижная система сертификации **CEDIA** помогает установщикам оценить собственный уровень профессионализма и дает гарантию качества потребителям.

Производителям членство в **CEDIA** гарантирует, что их оборудование будет включаться в осмысленно составленные проекты, устанавливаться высококвалифицированными специалистами и обслуживаться на должном уровне на протяжении многих лет эксплуатации. Что, в свою очередь, способствует успеху их продукции на рынке и дальнейшему росту продаж. Они получают обратную связь с рынком, возможность оперативного реагирования на рыночную реальность. Благодаря этому создается техника, которая более эффективна, проста в установке, больше соответствует постоянно меняющимся требованиям потребителей.

ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА ЧЛЕНОВ CEDIA

CEDIA предоставляет своим участникам — заказчикам, архитекторам, дизайнерам и строителям — поисковую систему (<http://www.cedia.org/homeowners>) для бесплатных ссылок на профессиональных



уста-новичков домашних электронных систем не только в США, но и по всему миру.

ПОЧЕМУ КОМПАНИИ ВСТУПАЮТ В CEDIA

Популярные сегодня процедуры проектирования и установки домашних электронных систем по индивидуальному заказу **совсем недавно** стали **заметными** (выделение — М.К.) в общем контексте развития индустрии потребительской электроники. Потребители до сих пор имеют незначительные знания об установке этих систем и необходимом уровне квалификации специалистов. Архитекторы, строители и дизайнеры интерьеров все еще недостаточно информированы о широком спектре услуг в сфере систем домашней автоматизации — этот пробел можно легко исправить, обратившись к специалистам **LEGO**.

Таким образом, **CEDIA** дает пути к достижению признания в специализированной области домашней электроники и автоматики. А также отстаивает интересы этой области на промышленном, законодательном и рыночном уровнях».

CEDIA была организована в конце 80-х, когда достаточно крупные производители техники перестали интересоваться мелким рынком «тонких ценителей», дав толчок развитию рынка услуг специализированных **системных** оптимизаторов-интеграторов оборудования, **оказавшихся по одну сторону технологических баррикад с покупателем-заказчиком**, фактически защищая его интересы перед нежеланием глобальных корпораций опускаться на уровень хоть и очень богатых, однако частных и крайне немногочисленных потребителей.

Защиту интересов покупателей **CEDIA** осуществляет по двум направлениям: **этическому** (вроде клятвы Гипократа для своих членов при вступлении) — **CEDIA Code of Professional Conduct and Ethics** из 16 пунктов, и **потребительскому** (набор о с н о в ных рекомендаций для **вменяемых** — что немаловажно, особенно у нас в России, — потребителей-заказчиков с целью **защиты их интересов**) — **CEDIA's Top Ten Smart Consumer Tips** из 10 пунктов (выделение — М.К.).

Детали этих уставов могут составить очень любопытный материал для следующей статьи. Но это там, а что у нас дома? Россия все же не Америка!

РОССИЯ

С 8 по 10 ноября этого года в Гостином Дворе параллельно с ежегодной выставкой **HI TECH HOUSE & Building** будет проходить выставка **Integrated Systems Russia**, организованная **CEDIA**, **InfoComm International** и **NSCA**.

Еще одна цитата из материалов **CEDIA EXPO 2007**:

«В течение последних трех лет **CEDIA** и другие профессиональные организации (потребительской электроники и вычислительной техники — М.К.) непрерывно наблюдали рост рынка электронных систем в России и странах СНГ. Сегодня **CEDIA**, совместно с **InfoComm International** и **NSCA**, решила организовать новую выставку, которая будет способствовать росту рынка.

Это событие позволит продемонстрировать широкий спектр новейших технологий для оборудования современных зданий.

В рамках выставки будет действовать обширная образовательная программа и тренинги от производителей. Это событие станет местом встречи ведущих производителей и поставщиков оборудования с влиятельными посетителями для знакомства, обмена опытом, обучения и заключения сделок на территории России.

Выставка станет стартовой площадкой для рынка аудио/видео в стремительно развивающемся регионе с почти неограниченными возможностями».

Как видим, мы опять впереди планеты всей. Хотя если перевести сказанное на всем понятный язык, то для ноябрьского мероприятия в Гостином Дворе имеются совершенно отчетливые причины.

Во-первых, нынешний **ипотечный кризис** в США резко снизил обороты на рынке жилья и, соответственно, количество (и стоимость) устанавливаемых систем домашнего кинотеатра и «умного дома». Так, за неполный 2007 год количество членов **CEDIA** увеличилось всего на 2%, при этом количество прошедших сертификацию специалистов за год резко уменьшилось: 1-го уровня — 318 (против 1453 в 2006

году), 2-го уровня — 24 (против 125 годом ранее), проектировщиков — 18 (против 183 в 2006). Отток перспективной рабочей силы привел к тому, что несколько семинаров начального уровня в этом году читались на испанском языке (по аналогии, может, стоит и в Гостином Дворе часть семинаров — скажем, по прокладке кабелей, — читать на таджикском?). Логично, что в условиях спада как производители, так и **CEEDIA** пытаются искать новые места под солнцем.

Во-вторых, произошел глобальный возврат в сферу домашних электронных систем **гигантов-производителей** типа **Sony** на новом витке технологий в стиле «Hasta la vista, baby!». Если велосипед можно «изобрести» самому, а машину «оттюнинговать» в собственном гараже, то сделать самолет в домашних условиях простым смертным уже не под силу. Взлет инсталляционных технологий от нынешних мэйджоров и необходимые для этого гигантские инвестиции делают **малоактуальными** технологические возможности и достижения **средне-мелких производителей** (из которых, как и из установщиков **такого** оборудования, и состоит, в основном, **CEEDIA**).

В целом, на выставке не было ничего примечательного по сравнению с прошлым годом. Мелкие события вроде повторного запуска видеосервера *Kaleidescape* (после удачно выигранного в суде процесса о защите прав на хранение информации на нем) или аудио/видеоконсолей *SE2 Labs*, а также без меры расплодившиеся всевозможные производители HDMI (уже в версии 1.3!) и Cat5 кабелей — все это оставляет впечатление детей, ковыряющихся в песочнице.

Не случайно наиболее обсуждаемым событием **CEEDIA EXPO 2007** стала покупка относительно крупным производителем **Planar** (годовой оборот \$600 млн.) фирмы **Runco** (в десять раз меньше) за \$35 млн. **Runco** — по сути, последний из могикан, мелкий производитель, конкурировавший с гигантами из Юго-Восточной Азии. Фирма пыталась решать масштабные задачи по получению высококачественного изображения в домашних условиях путем адаптации существующих на рынке технологий и их «заточки» под конкретный установочный проект. Статус символа продуктам **Runco** придавался благодаря высокому

уровню обслуживания покупателей (что, собственно, и составляет значительную часть от стоимости оборудования в данном случае). Думаю, причина потери **Runco** независимости заключена в рыночных изменениях.

Новый технологический виток — в том числе появление носителей Blu-ray и HD DVD, а также повсеместное распространение HDTV с его 1080p возможностями — позволяют **Sony** и **Samsung** демонстрировать товары, по качеству сопоставимые с продукцией **Runco**, но при меньшей стоимости. Более того, если нынешние владельцы **Runco** недовольно фыркают при упоминании имени Джо Кейна¹, считая его причиной массы проблем для производителей, то в **Samsung** при создании последних моделей проекторов *SP-A800* (1080p) и *SP-A400* (720p), экспонировавшихся на **CEEDIA**, целиком положились на мнение этого непререкаемого специалиста по качеству видеопередачи. Воистину, пути Господни неисповедимы! Даже **Sony** на своем стенде цитировала Джо Кейна (не называя его имени) во время демонстрации нового режима своих дисплеев, при котором изображение калибруется в соответствии с «режиссерским замыслом», а не качеством магазина «Good Guys», как дела-лось в недавнем прошлом.

Чего ждать от **CEEDIA** посетителям? Для начала необходимо вернуться к «истокам», манифесту этой организации и двум ее основополагающим документам — об **этике поведения** и **защите интересов покупателей**. Как-то, лет семь назад, я с удивлением обнаружил, что на очередном (далеко не первом) заседании российского отделения **CEEDIA** никто даже не удосужился прочитать эти документы. Понятно, у кого-то языковой барьер, ну а у местных функционеров — распространенная в нашей стране болезнь запрягать телегу впереди лошади. Все записываются в партию, не прочитав ее устав. Ну и что, какая разница, при дележе денег разберемся, не так ли?

Повторюсь, в основе деятельности **CEEDIA** лежит арсенал услуг по **защите интересов потребителя-заказчика-покупателя** при приобретении, установке и постпродажном обслуживании современных электронных систем по индивидуальному заказу. Несколько лет назад глава одной из самых крупных российских компаний-дистрибьюторов попросил меня привезти из очередной поездки на **CEEDIA** отчет в том числе и о

какой-нибудь новой модели предложения на этом рынке. Я ему ответил, что для этого можно не уезжать из Москвы: новая для нашего рынка модель — это организация всего бизнес-процесса (продажа, установка, обслуживание) — в интересах **клиента**, а не **компании**. Судя по его недоуменному взгляду, мой собеседник, видимо, решил, что я не в себе, и больше к этому вопросу не возвращался.

Однако именно в этом выборе и заключен основной смысл модели ведения бизнеса, на котором настаивает **CEEDIA**. И он, как показывает удачный опыт многих ее членов, не создает никаких непримиримых противоречий. А возникающие проблемы — это, скорее, результат воинствующего невежества при движении по пути наименьшего сопротивления (и пока из-за незрелости нашего рынка это сходит с рук).

Как следует из годового отчета **CEEDIA**, в прошлом году бесплатный PR этой организации в американских средствах массовой информации принес около 100 миллионов «попаданий» в поле зрения целевой аудитории (эквивалентно \$6.6 млн. оплаченной рекламы — при этом лишь 1.51% от почти \$14 млн. годового бюджета **CEEDIA** тратится на «public policy»). В каждом из этих «попаданий» заключена не только конкретная информация, но и общие сведения о данной организации и ее целях. Вот где PR как настоящая «лошадь» — любую «телегу» потянет!

В России **CEEDIA** (как некая «телега») пока существует только на бумаге, а в массовом сознании (а это и есть «лошадь») ее нет.

Нет и мощного, как в Америке, руководящего ядра этой организации, состоящего из специалистов первой величины, а не случайно оказавшихся в этом деле середняков. Такое ощущение, что мы либо не созрели для американских представлений о бизнесе, либо пока не видим дальше своего носа. Кстати, **CEEDIA** в США была создана целиком на общественных началах, а не в попытке присоединиться к (якобы) сильным мира сего.

И, конечно, объективная незрелость нашего рынка — заключенная в незрелости самих заказчиков (острая необходимость в пропаганде «потребительской» стороны **CEEDIA** здесь видна, как нигде), — не способствует сдвигу в сторону прогрессивных методов. Ничего не попишешь — кто платит, тот и заказывает «музыку». Придется работать и ждать, когда заказчики созреют.

Безусловно, предстоящая в ноябре выставка в Гостином Дворе под эгидой **CEEDIA** — большое событие. Бесспорно, все сопутствующие выставке семинары и тренинги крайне полезны для нашего рынка. **Телега**, что называется, налицо. Но **лошади**, которая все это сдвинет с места, пока не видно.

И самое главное, а **кучер** кто?



¹Джо Кейн (Джо Капе) — президент фирмы **Imaging Science Foundation**, считается одним из ведущих независимых экспертов в области видео (Прим ред.).