

TYCO на рынке безопасности Беларуси: планы и стратегия развития

Нашему журналу предоставилась возможность побеседовать с представителем одной из ведущих международных компаний – производителей систем пожаротушения, менеджером по развитию бизнеса в России, Беларуси и Казахстане компании TYCO Еруном Кайзером. В нашем интервью ставилась задача осветить интерес, проявленный компанией TYCO к рынку нашей страны, прояснить стратегию продвижения ее продукции на белорусском рынке, получить информацию о самой компании.

Ерун Кайзер, менеджером по развитию бизнеса в России, Беларуси и Казахстане компании TYCO



– Ерун, расскажите, пожалуйста, о компании TYCO.

– Компания TYCO – это большая американская группа компаний, которая занимается выпуском и развитием систем пожаротушения, систем пожаробезопасности и электротехническими системами. Весь бизнес группы компаний TYCO, ориентированный на Европу, Африку и Ближний Восток, идет через Голландию, то есть головной офис компании по работе со странами Европы находится в Голландии, в городе Энсхеде (это на востоке в пяти километрах от границы с Германией). В группу компаний TYCO входит и ряд других профильных компаний.

– Если я правильно понимаю, то подход TYCO в части расширения профильного бизнеса в принципе такой же, как в других международных компаниях: если они какой-то сегмент продукции не выпускают, но он входит в сферу их интересов, этот сегмент (компания-производитель продукта) покупается, и продукт выпускается под маркой компании-покупателя?

– Да, именно так и делается. Несколько лет назад компаний TYCO был куплен ряд таких направлений, что сейчас позволяет относительно спокойно работать на рынке в период экономического кризиса.

– Есть ли у вас центральный офис в Москве?

– Нет, пока нет. Ни в России, ни в Беларуси пока нет организаций TYCO. В этих регионах мы работаем через дистрибьюторов. Здесь есть другие компании группы TYCO, работающие по иным направлениям. Некоторые из них занимаются продажей продукции промышленных задвижек, некоторые – продажей электроники и т. д. Но представительства компании TYCO по системам пожаротушения пока нет.

– На каких принципах строится дилерская сеть, кто может стать дилером компании, как производится отбор дилеров?

– Во время проведения выставок к нам подходят люди, спрашивают, какие есть возможности стать дилером компании. Например, в странах, где есть офис (филиал) TYCO, продажи оборудования осуществляются напрямую монтажным организациям. В странах, где нет нашего филиала, мы работаем через дистрибьюторов. Например, в Беларуси это ООО «ОстСтарСервис», в России – компания «Огнеборец». Для нас важным критерием является наличие у компании-дистрибьютора складских помещений, что обеспечивает необходимый запас товара для осуществления постоянной

реализации. Мы исходим из того, что никто не знает рынка лучше, чем дилер.

– Какие скидки предусмотрены для дилеров? Какая торговая политика проводится руководством компании TYCO относительно ценообразования? Например, многие международные компании на постсоветском пространстве достаточно жестко диктуют цены. У них политика строится по следующему принципу: один раз в месяц компания выпускает своего рода пресс-релиз цен, по которым все дилеры в России, Беларуси, Казахстане и других странах продают товар. А какова политика компании TYCO?

– У нас есть прайс-лист. Мы в этом отношении достаточно гибки, есть несколько принципов. Если рынок старый, в котором много конкурентов, там уровень цен на нашу продукцию может быть ниже. Если же рынок новый, уровень цен на нем может быть уже чуть-чуть повыше. К примеру, рынок в Казахстане – с одной стороны, там пока мало денег, с другой – этот рынок находится близко к Китаю, здесь много китайских материалов, что тоже влияет на цену. При построении ценовой политики мы все это учитываем. Цены для наших дистрибьюторов варьируются в определенных границах. К примеру, какой-нибудь спринклер дистрибьюторам продается, например, за 10 долларов. При этом в определенных условиях один раз цена может быть 9,5 доллара, а в другой раз – 11 долларов. Но при этом разница в ценах не будет доходить до 20 или 5 долларов. Мы знаем, что наш сегмент рынка почти везде одинаков. Может быть, на каком-то новом рынке другие продукты, другие материалы будут более популярны, чем в странах, где мы давно работаем. Каждый раз вопрос стоимости мы всегда рассматриваем отдельно.

– Получается, что дилер сам устанавливает цены?

– В принципе, да. Но мы не можем диктовать оборот. Мы сами оцениваем емкость рынка, прикидываем, какой оборот может быть на этом рынке, какие конкуренты в России, Голландии. Оборот зависит от активности дилера.

– Значит, цену вы не рекомендуете и не устанавливаете минимальный объем продаж за определенный период, чтобы получить определенную скидку?

– Да, мы знаем, например, что определенный дилер может хорошо работать с нашим ассортиментом, и я знаю, что через год-два надо, чтобы был определенный оборот. Если дилер устанавливает свои цены очень высокие, он потом сам

не будет конкурентоспособным. В случае, если мне говорят, что у нас высокие цены, я смотрю, какие товары-аналоги есть на этом рынке, сопоставляю с ценой на наш товар. Могу сказать, что у нас цена обычная.

– **Как ваша продукция проходит таможенную очистку? В Беларусь продукция попадает через Россию?**

– Нет. Покупаем напрямую в Голландии и поставляем в Беларусь, здесь же происходит и растаможивание товара.

– **А как работаете в России?**

– Так же. Компании сами растаможивают свою продукцию. Просто рынок в России более старый, чем в Беларуси, там у нас больше опыта. Несколько раз я и сам поставлял товар DDP в Москву через брокера. Мы предоставили прошедший таможенную очистку товар в распоряжение покупателя в названном месте назначения, то есть с доставкой до склада покупателя. В этом случае мы сами несли расходы по оплате НДС, налогов, таможенных пошлин.

– **В таком случае посредник только договаривается, а компания-производитель напрямую поставляет заказчику товар?**

– В данном случае вся растаможка за счет поставщика компании и плюс страховка. Если мы в России участвуем в государственных тендерах, то заказчик интересуется не ценой завода, а хочет знать конечную цену в Москве. Имея опыт работы и зная все накладные расходы, я могу просчитать и сказать: такая-то цена в Москве, а такая-то цена в Голландии.

– **Какие «знаковые» объекты, оснащенные продукцией компании TYCO на сегодняшний день имеются в России? На каких видах объектов в России проектируется ваше оборудование?**

– У нас сейчас есть крупный объект, находящийся в Татарстане. Инвестирует его компания «ТатНефть». Строится этот новый нефтеперерабатывающий завод в городе Нижнекамске, к тому же есть в работе несколько химзаводов. На данный момент это самая большая инвестиция в мире, в Европе. Этот новый завод будет расположен на площади в 600 га. Наша компания принимает участие в тендерах всех систем пожарной безопасности. Все системы прямого и газового тушения будут представлены компанией TYCO. Мы уже начали поставки. Это своего рода показательный объект компании TYCO.

В Сочи в этом году начинается проектирование разных объектов. Стоит проблема выбора поставщиков оборудования, и мы надеемся, что на многих объектах будет присутствовать наша продукция.

– **На каких объектах в России применяются спринклерные системы TYCO?**

– Это очень непростые проекты, например Москва-сити, башня Федерации. В большинстве высотных зданий Москвы (высотой по 95–100 этажей) применено наше оборудование. Мы обеспечиваем систему пожаротушения высотного строительства в Москве и других городах России. TYCO желает сотрудничать и с белорусскими партнерами, потому что они лучше знают рынок.

– **Какие у вас есть интересные проекты в Европе, в той же Голландии? Насколько сильны ваши позиции в Европе?**

– Можно с уверенностью сказать, что наша продукция используется на многих европейских объектах. У нас очень большой ассортимент, что позволяет использовать наше оборудование максимально широко – от химической промышленности до гостиниц, складов, то есть на любых объектах, где есть система пожарной безопасности и тушения.

– **Как коснулся кризис компании TYCO?**

– Последствия кризиса для нашей компании сказались на рынке США. В Штатах сейчас кредитный кризис, и очень сложно получить деньги на строительство. Помимо строительства, сложно закончить уже начатые проекты, упал спрос на аренду. Поэтому именно в США у TYCO дела обстоят хуже, чем на рынках других стран, и почти все ресурсы переориентированы в другие компании. На данный момент осваиваются прежние инвестиции, сегодняшние поставки были проинвестированы 1-2 года назад. Но думаю, что в апреле-мае кризис мы почувствуем и в Европе.

– **Есть ли в США предпосылки к изменению ситуации?**

– Нет. Там пока решаются вопросы на уровне политики и на уровне макроэкономики. Новый президент США выделил много денег, почти 800 млрд долларов, на свободный рынок, чтобы были инвестиции, строительство, дороги. Это все государственные инвестиции во внутреннюю экономику, чтобы были средства, чтобы люди работали, чтобы поднимать экономику. Конечно, им нужен быстрый результат, но, возможно, понадобится несколько лет. Пока этого результата не видно. Сейчас идет стадия, на которой этими деньгами пытаются сохранить несколько крупных компаний: автозаводы «Форд», «Дженерал-моторс». Есть мнение, и я к нему присоединяюсь: к примеру, завод «Дженерал-моторс» уже 10 лет не зарабатывает премии, сотрудников на заводе работает намного больше, чем на других заводах. Завод выпускает продукцию, которая сейчас не востребована со стороны покупателей из-за того, что машины достаточно дорогие, даже по американским меркам. Американец сейчас может купить дешевле и лучше продукцию из Азии – Японии, Кореи. Возникает вопрос: зачем нужна такая продукция? Для экономики это в принципе вредоносная ситуация: идет производство неконкурентоспособных машин.

– **А ваша компания чувствует влияние конкурентов из Азии?**

– Не очень. А вот конкуренция со стороны американских заводов ощутима, это связано с тем, что такая продукция как спринклеры начинали выпускаться в США уже более 100 лет назад и прочно заняли свою нишу на рынке, к тому же конкурентной является и цена на американскую продукцию.

– **Расскажите о своих планах в Беларуси. Может быть, можете что-то порекомендовать, спланировать, что здесь будет, с вашей точки зрения?**

– Я очень рад, что мы здесь нашли хорошего партнера. Я сам здесь уже в третий раз и буду приезжать каждый месяц на несколько дней. Для продвижения нашей продукции нам необходимо получить все требуемые сертификаты, сейчас мы этим занимаемся. Планируем скоро (в апреле-мае) провести семинар для специалистов. Мы бы хотели получить здесь возможность оказывать помощь при проектировании нашего оборудования. У TYCO есть свой software (программное обеспечение) для проектирования спринклеров, расчетная программа для гидравлики. Есть уже некоторые предложения, заказы. Некоторые инвесторы просят, чтобы мы им помогли. Есть заказчики, которые хотели бы купить что-то для своего проекта, но есть сложности в понимании и знании нашей продукции. Мы готовы оказывать всестороннюю помощь проектным институтам, в т. ч. нашим программным обеспечением, если они будут заказывать наше оборудование. Мы предлагаем различные возможности для сотрудничества. ■

Интервью подготовил Сергей ДРАГУН