

# СТИВЕН ХЭЙЕС: «Я ХОТЕЛ БЫ ОБНЯТЬ ЭТИХ ЛЮДЕЙ»

Интервью с президентом CEDIA, Индианаполис, 10 сентября, специально для Art Electronics



На фото: слева — Джордж Савицкий, справа — Стивен Хэйес.

Ассоциация Дизайна и Инсталляций Потребительской Электроники (CEDIA) представляет собой международный торговый союз компаний, специализирующихся на проектировании и инсталляции домашней электронной техники: home theater, многозонного аудио, а также интеллектуальных систем управления зданием. Ассоциация была основана в сентябре 1989 г. и объединяет около 2000 компаний, ведущих бизнес в сфере потребительской электроники.

**С:** Что представляет собой CEDIA сегодня?  
**СХ:** Прежде всего кратко опишу ситуацию в целом. Вначале, сразу после основания CEDIA, мы были настроены на экспансию и старались действовать как можно энергичнее. И вот что получилось... Сейчас мы имеем разветвленную сеть филиалов. Но это не совсем то, что нам надо. Филиалы выполняют лишь ограниченный набор функций (пропаганда, к примеру). Сегодня мы хотим построить такую систему, в которой были бы возможны любые фор-

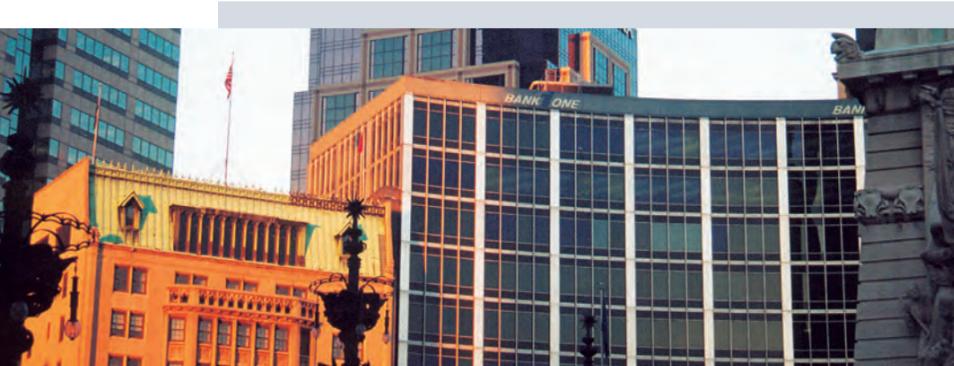
мы работы, ориентированные на рыночную реальность разных стран, в которых появляются «ячейки» CEDIA — Польши, России... Мы хотим на местах помогать новым партнерам, предлагать им то, чего у них не было раньше и что им, безусловно, будет полезно. В том числе — развитие в границах конкретных, специально разработанных программ. Некоторые из этих программ, причем довольно дорогостоящие, действуют уже сейчас (в частности, в России). Подобное взаимодействие —

если умело его вести — позволит всей организации выйти на новые рубежи. В течение многих лет мы занимаемся подготовкой персонала, работающего в области custom installation (потребительских инсталляций — П.Ш.), и теперь это начало давать результаты. Мы открыли своего рода учебные классы и следим за тем, чтобы там действительно обучали чему-то полезному. Как бы то ни было, нам удалось выстроить систему, которая работает глобально.

Она непрерывно привлекает к себе новых партнеров, представляет их интересы и тем самым реально влияет на развитие индустрии в целом.  
**С:** О'кей. Следующий вопрос: в мире custom installation далеко не все понимают друг друга. Я имею в виду рабочий процесс, в котором часто сталкиваются позиции инсталляторов и дизайнеров, дистрибьюторов и инженеров. Российский рынок custom installation очень юн, и для него это взаимопонимание всех со всеми особенно важно. Что об этом думают в CEDIA?  
**СХ:** Ответ должен быть деликатным или можно говорить прямо?  
**С:** Конечно, прямо!  
**СХ:** О'кей. Люди, с которыми мы работаем в России, феноменальны. Они энтузиасты, они готовы двигаться вперед, и я думаю, что они проделали потрясающую работу в абсолютном экономическом хаосе. В результате их усилий индустрия стала что-то собой представлять. И будь у меня возможность, я бы лично их всех обнял. Ситуация непростая, но мы будем действовать. И действовать вместе! Однажды у меня был разговор с сенатором Джорджем Митчеллом. Тогда мы планировали сотрудничество с Россией и некоторыми африканскими странами, и я спросил его, что он думает об этом. Он ответил: «Не связывайся с ними!» Он, конечно, имел в виду мафию, террор и экономический хаос. Однако наша организация не может себе позволить «не связываться». Все, что нам остается, — это стараться соответствовать собственному «стандарту», то есть поддерживать наших партнеров и помогать им добиваться чего-то стоящего. В том числе помогать им понимать друг друга. Еще неизвестно, что легче — начать большое дело или постоянно поддерживать его на должном уровне. В частности, дипломатическом. Мы постоянно занимаемся изучением

рыночной ситуации в разных странах, потому что иначе не выжить на чужом рынке, особенно российском, на котором сейчас задействовано очень много (даже по американским меркам — П.Ш.) денег. Кстати, два года назад выставка систем домашних кинотеатров мировых стандартов проводилась в Санкт-Петербурге...  
**С:** Да, я помню.  
**СХ:** Сегодня мы пытаемся найти устойчивую связь с многомиллионным населением России — потенциальными стабильными потребителями новейшей домашней электроники. Нам бы хотелось предложить такую помощь, которая позволила бы развивать национальный рынок без создания лишних проблем или очередного риска. Кто знает, как все это получится... Самое главное, чего я желаю людям в России, — суметь воспользоваться всей этой помощью, всеми нашими услугами, чтобы развивать собственный рынок. И он будет прочно стоять на ногах даже в современных условиях. Я также уверен, что мы и дальше будем проводить политику поддержки прочной экономики — без запугивания, личных предпочтений и кратковременных со-блазнов. Наша организация хочет сделать все возможное, чтобы поддержать новых партнеров.  
**С:** Если я не ошибаюсь, довольно долго в центре внимания инсталляторов была аудиотехника, потом ее сменил домашний кинотеатр. Что будет дальше? Появятся какие-то новые цели?  
**СХ:** Трудно сказать... Не знаю, сколько лет это займет, но, возможно, скоро появится абсолютно другая система рыночного распространения домашней электроники — простая, легкая, дающая гарантии безопасности... Все будет чрезвычайно просто. И мы будем оглядываться назад и удивляться тому, как раньше было сложно. Но это случится не сразу. А сейчас мы стремимся к тому, чтобы

объединить под эгидой CEDIA лучших в мире инженеров и дизайнеров: только тогда мы будем готовы воплотить в жизнь все наши планы. Создание совершенно нового, электронного стиля жизни требует особых знаний и четкой цели. Может быть, это вопрос ближайших десяти лет, может быть — трех. Я не знаю. Пока действительно много элементарных проблем. Например, когда во время инсталляции надо отрегулировать высокое и низкое напряжение в домашней сети, электрик часто начинает метаться между архитекторами и строителями, умоляя подождать минуту. Но постепенно все приобретают навыки и знания более высокого уровня. Уже на стадии строительства дома надо учитывать кое-какие детали, которые потом позволят свободно работать инсталлятору и дизайнеру. И надо быть готовым к переменам, пусть это и звучит банально! На нашем рынке сейчас важно не отступать. Вероятно, в России и других странах дело обстоит так же.  
**С:** Сейчас очень многие говорят о появлении нового, глобального цифрового стиля жизни. Я вспоминаю январскую речь Билла Гейтса в Лас-Вегасе — он говорил о том же. Что Вы об этом думаете? Насколько это все реально?  
**СХ:** Да, об этом сейчас много говорят. Можно еще вспомнить последние слоганы Sony — в них примерно то же самое. Девять лет назад мы зарегистрировали в рамках торговой марки около дюжины подобных терминов: «электронный стиль жизни», «цифровой стиль жизни»... У Microsoft этого нет до сих пор. У них другой рынок, другие технологии — в основном из-за того, что они компьютероцентричны. Мы не всегда делаем то, чего от нас ожидают. Наша организация постепенно приучает потребителей к новому, люди привыкают, начинают узнавать торговую марку и думают, что наши идеи — это их собственные.



Например, люди говорят: «О, домашний кинотеатр! — это что-то новое!» Нет, не новое — точнее, оно стало новым для них, потому что мысль об этом внедрена в их сознание. Или: «Электронный стиль жизни — это новое!» Нет, просто такая мысль им уже подсказана.

**☎:** Что вы думаете о речи, произнесенной директором **Ferrary North America**?

**СХ:** Bellissimo! Я общался с Джан Луиджи — он выдающийся человек. Он прекрасно понимает необходимость грамотной пропаганды и воздействия на ожидания потребителей — подтверждаются они или нет. В 1989 г. мы разработали своего рода послание — рассказали дилерам, кто мы такие и что делаем. **Роль продавца** (и он должен это осознать) — **продажа не просто товара, а стиля жизни**. Надо убедить потребителей в *необходимости* покупки тех или иных вещей, точнее, пробудить в

них «вдохновение» к покупке. Может быть, эти вещи и дороги, но дарят такое удовольствие, о котором раньше нельзя было и мечтать. Я благодарен Джан Луиджи за то, что он обо всем этом рассказал.

**☎:** Ваши впечатления от выставки?

**СХ:** Она иллюстрирует интересную тенденцию. Посещаемость промышленных выставок (во всех отраслях, включая электронную) падает от года к году — в среднем на 10-20%. Что же касается нас, то мы имеем 50-процентное увеличение. В наших сотрудниках — невероятное количество энергии.

Мы не верим тому, что говорят о спонтанных тенденциях развития экономики, и не собираемся верить. Мы хотим сами определять, куда идем. Здесь все диктует опыт, а он у нас есть.

**☎:** Большое Вам спасибо.

**СХ:** Спасибо Вам.

*Со Стивеном Хэйесом беседовал  
Павел Шулешко. В беседе участвовал  
Джордж Савицкий, президент компании  
GDS Services, Чикаго.*

**Ассоциация Дизайна и Инсталляций Потребительской Электроники (CEDIA) на прошедшей 5-9 сентября в Индианаполисе, штат Индиана, международной конференции CEDIA EXPO 2001 присудила премии за лучшую работу в сфере потребительской электроники в следующих номинациях:**



## Лучшее Дизайнерское Решение

**Лучший Домашний Кинотеатр  
(в верхней ценовой группе:  
«\$ 380 000 — 785 000»)**

*Electronic Design Group, Inc.  
Скотсдэйл, Аризона*

**Лучшая Комплексная  
Автоматизация Дома:**

**(в верхней ценовой группе:  
«От \$600 000»)**

*Escient Solutions  
Кармел, Индиана*

**Лучшая Скрытая Инсталляция**

*Electronics Design Group, Inc.  
Пискэтуэй, Нью-Джерси*

**Лучшее Архитектурное  
Решение Домашнего Кинотеатра**

*Theo Kalomirakis Theaters ( для театра,  
инсталлированного Electronics  
Design Group, Inc.)  
Нью-Йорк, Нью-Йорк*

**Лучший Производитель**

**Лучшая Видеопродукция**

*RUNKO International  
ViViX PFP – 7*

**Лучшая Аудиопродукция**

*ReQuest Multimedia  
AudioReQuest*

**Лучшая Продукция для  
Потребительских Инсталляций**

*Niles Audio Corporation  
No-Strip Speaker Wire Connector*

**Лучшая Продукция для  
Домашних Коммуникаций**

*Vantage Controls  
RadioLink*

**Лучший Интерфейс Пользователя**

*Philips Consumer Electronics  
Pronto Pro TSU 6000*

**Профессиональные Достижения**

**Достижение в Течение Жизни**

*Томас Догерти, Escient Convergence  
Индианаполис, Индиана*

**Инсталлятор Года**

*Марти Дюран, Starpower Home Theater  
Даллас, Техас*

**Торговый Представитель Года**

*Джозеф Маннинг, International Sales  
Сан-Диего, Калифорния*