

САМАЯ ЧЕСТНАЯ РЕКЛАМНАЯ СТАТЬЯ ПРО САМЫЕ БАНАЛЬНЫЕ ТЕРМОШКАФЫ

Попов Александр Леонидович
ООО «Тахион»

Жилетт! Не тот, лучше которого для мужчины нет, а тот, который его придумал. «Однофамилец» бритвы сказал однажды: «Изобретать надо что-то очень простое и очень необходимое». Вот, следуя наставлениям этого не только гениального изобретателя, но и бизнесмена, «Тахион» всегда старался заниматься подобными вещами. Неблагодарное это занятие с точки зрения банальных денег – придумывать что-то очень наукоемкое и высокотехнологичное.

Ситуация на рынке такова, что не успеешь до конца изделие обкатать и довести до ума, а конкуренты уже основную идею «приватизировали», чуть-чуть доработали, подстроившись под моду дня, и они уже впереди. И в результате, вместо того чтобы «вылизывать» и продумывать оптимизацию производства своего детища, производителям приходится лихорадочно придумывать что-то неожиданное, яркое и видимое издалека и опять убеждать потребителя. Вот так в гонке за покупателем и вырастают этикие товарные «монстры» с «мануалами» по двести страниц, кричащие о тысячах абсолютно никому не нужных функций. А также всевозможные, якобы уникальные, программные продукты, вызывающие потоки нареканий у пользователя – потому что банально не было времени сделать программу по-настоящему рабочей. И это называется стремительным техническим прогрессом.

Нет! Мы не такие. Мы внимательно посмотрим, куда нынче производитель масово не пойдет. И пойдем как раз туда. Чтобы было где по-настоящему развернуться, время подумать и не было бы стыдно за свое творение. И чтобы цена отражала реальность. В основной своей массе потребитель не способен просчитать наперед весь урон от своих, как он думает, сэкономленных денег. Вот и приходится думать за него.

Итак! Где же на рынке более-менее свободно? А там, где надо долго и упорно работать. Где нужны не только знания, но и долгий, очень часто нудный, постоянный труд. Разучился народ трудиться.

А трудиться постоянно, чтобы годы требовались для успеха, это и вовсе уже из области советского кино. И ведь успех будет гарантирован. Просто бери и «копай», «долби» – «от меня и до обеда», каждый день, каждый месяц, каждый год. Не сумел что-то – научись. Но нет – не хотят. А мы работать умеем. Вот из этого и исходим.

Это не мы заманили тебя, уважаемый клиент, в западную климатической защиты. Это ты сам пошел на поводу у этих бизнесменов от высоких технологий, которые окончательно оболванили тебя под свои шкурные цели. Раньше пробросил от камеры до самого поста банальный кабель ТПП километра два и любуйся карточной без проблем и помех. Но тебя убедили, что высокое разрешение – твое все. Что смотреть надо за сотни километров через мобильное приложение. Ты сам-то хотя бы 2 километра пробежишь, ежели что? Я – точно нет. Мне бы километр сегодня пробежать. Какие там 3 минуты 20 секунд на серебряный значок ГТО. Хотя бы минут за пять. А что можно сделать за 5 минут? Аж 5 автомобилей с конвейера сойти успеют. Банк грабится за 2 минуты. А ты веришь в безопасность? Ну-ну! Или ты вызовешь полицию, пожарных, и они помчатся спасать и тебя, и твое имущество? Проведи учебную тревогу. Позвони и сообщу. Потом расскажи, сколько времени ты их ждал. Пожарных при реальном пожаре и своевременном вызове лично я ждал 40 минут в 6 часов утра, когда по дорогам хоть «Формулу-1» проводи – ничего нет. И где это ты разглядел на экране компьютерного монитора высокое разрешение? Ты вообще, кроме рекламных буклетов что-либо читал? А чем-нибудь еще близким к видео занимался? Посмотри, что тебе напишет «Pinnacle Studio» при выводе фильма: «720x576 – идеально при просмотре на экране компьютера». Идеально! То есть лучше быть не может. И это одна единственная картинка. А у тебя их штук 16 или 32. Ну, и поговори с операторами – все эти форматы матриц в 1/3 дюйма – это помойка для профессионала. Посмотри, сколько на самом деле стоят камеры с действительно матри-

цами, и спроси себя – почему? Но ты уже и на 4К замахнулся в своем представлении о качестве. А на других форумах над этим откровенно потешаются. Но ты сделаешь суровое умное лицо, оденешь на выставку строгий черный костюм и будешь с озабоченным мировым безопасностью видом рассуждать о «непревзойденном качестве». Ну, тогда и не обижайся.

Просто ребята в соответствии с классическим маркетингом реализуют свою матрицу развития рынка – двигают собственные, никому уже не нужные товары на новые рынки. Так привалили на наш рынок все эти IP-технологии и HD-разрешения. Привалили из студий, из офисов, из съемочных павильонов. Точнее, уже из мусорных корзин этих павильонов. А там у них тепло и сухо. Не то, что у нас где-нибудь в Нерюнгри. Кстати, знаете, где это? А мы знаем. Потому что много туда оборудования своего отправили. Там -60°C – вполне себе рабочая атмосфера. Там просто изоляция кабеля от прикосновения рассыпается. И паяльник на улице в принципе не паяет – не разогреться ему. И так, раньше пробросили бы любое здоровое количество кабеля от камеры до поста и забыли бы. Камеру в гермобоксе мы делать давно научились для таких условий. Но тебе давай IP. Можно и ее в гермобокс поставить. Только камера в системе такой – это копейки. Это лампочка в системе освещения за 6 руб. 50 коп. Мы ее и не замечаем в своих тратах. Вот и ты, уважаемый потребитель, скоро камеру также перестанешь замечать, пусть и стоит она под сотню тысяч рублей. Витой парой пойдешь? Пятой категории? Тогда вот тебе через каждые 100 метров целый набор оборудования. А иначе просто не дойдешь дальше этих 100 метров. По оптоволокну? Ну тогда, конечно, расстояния между аппаратурой весьма существенно увеличатся. Но и количество аппаратуры в одной точке увеличится. По крайней мере, в габаритах и цене. И все это в нашем Нерюнгри. При -60°C . А аппаратуру тебе принес тот, кто из студий и офисов вовсе никогда не выходил. Нужны ему твои проблемы? Ему продать надо. Даже блоки питания, перейдя на импульсные с трансформаторных, сходу уронили свой отрицательный предел до $-10/-15^{\circ}\text{C}$.

В общем, завели рыночные гении потребителя так, что уже обратно ему не выбраться. И действительно гении, если с определением «рыночные». Они служат своей фирме, а не твоей, клиент, безопасности.

И вот в этих дебрях мы тебя, уважаемый, и ждали. Никуда тебе без нас ни сейчас, ни в будущем.

Ничего в наших шкафах ни сложного, ни заумного нет. Все очень банально, просто и понятно. Правда, чем в целом изделие проще, тем больше оно требует

внимания к деталям. У простого изделия не бывает мелочей. И над простым изделием надо много, долго и тщательно работать. Взять приличные корпуса, которые не проржавеют в чистом поле. Должным образом утеплить, поставить нагреватели, установить термореле, чтобы вовремя включало и выключало обогрев. Продумать, а что будет, если... Если простоял шкаф без питания, а потом питание включили; если просто что-то сломалось в шкафу (все ломается, и даже «Протоны» падают)? Продумать, а что если на дворе вдруг жарко стало, а аппаратура заперта в шкафу? В общем, полноценно прогнозировать ситуации и их решать. А для этого надо потратить много времени, сил и средств. Чтобы понять, чтобы узнать, чтобы научиться правильно решать текущие задачи. Никто не захотел быть первым, а мы уже более десятилетия как всем этим занимаемся. Конечно, тут уже и другие участники рынка увидели, «как у нас клюют!». Вот тут уже желающие присоединиться к нашему пирогу стали появляться в нарастающем темпе. Есть образцы для подражания. Начальная фаза для них исключена, и от этого товар им кажется уже несравненно привлекательней, чем в начале пути. И начинается конкуренция.

В действительности, из всего перечня так называемых «конкурентных преимуществ» клиент воспримет только одно. Все остальные мимоходом. И ассоциировать фирму будет не по списку каких-то приоритетов, а по одному, запавшему в сознание.

Говорить можно все, что угодно. Кроме одного – то, что сам клиент в состоянии сходу проверить. Потому что, если сходу уличит во вранье, больше обращаться не будет.

О самых передовых примененных материалах будут кричать все. Я лично не помню маркировку стали, из которой изготавливается наше оборудование. Но выглядит красиво. И все остальные укажут, уверен, не менее красивые маркировки. А еще есть всякие чуть ли не нанопокрываютия с еще более красивыми словами. Как такое слово замаячит в технологии производства, будьте уверены, оно сразу же пропишется в рекламных буклетах. И кто из вас, уважаемый клиент, что-то понимает в маркировке сталей? Или в покрытиях? Неужели полезете в Интернет выяснять, что это такое? Так там тоже для понимающих – найдете еще массу не менее красивых сопутствующих слов. Которые... тут же забудете по прочтении. Правда, мы все-таки и «полезли», и даже на завод-изготовитель в Германию поехали. Чтобы не просто прочесть или услышать, но и собственными глазами увидеть и руками пощупать.

Все скажут, что имеют огромный опыт на рынке. Это проверить можно. У нас был случай, когда одна из компаний не толь-

ко повторила названия наших шкафов, но и их рабочие индексы – это отдельная группа цифр и букв, да еще, бывает, и с исполнением. Только дата регистрации их фирмы датирована несколькими годами позже даты наших самых первых сертификатов на шкафы. Проверить можно. Но для этого надо захотеть проверить. Многие захотят?

Абсолютно все заявят про уникальные разработки. И с красивыми словами. Например, элемент Пельтье. Красиво звучит? Правда, совершенно бесполезная вещь оказалась. Мы это тоже проходили. Еще в начале. КПД – «ни в какие ворота» для наших слабых систем.

Ну и, конечно, у всех будет «собственное производство». А куда ж без этого – импортозамещение на дворе. Даже ананасы должны быть только российского происхождения. Ну, тут и вовсе клиент бессилён. А вся уникальность будет продолжаться до первого отказа.

Нет! Все это совсем не то, что может засесть у нашего клиента намертво в голове и заставить его думать правильно. Необходимо действительно уникальное конкурентное преимущество. Честное. Которого ни у кого нет, но на которое клиент, если он действительно разумный, должен ориентироваться. И ориентироваться в первую очередь.

И такое преимущество есть. И именно у нас. И больше ни у кого. Исходя из всей той же лени нашего конкурента и нежелания долго и нудно трудиться.

Аппаратуру климатической защиты надо не только сделать. Она должна исправно работать. Во всем объеме, при любых условиях. И мало декларировать. Этот результат надо действительно получить еще до момента продажи. А для этого аппаратуру надо полноценно испытать.

Нужна испытательная база. Сначала долго пользовались чужими лабораториями. Естественно, за большие деньги и на птичьих правах. Потом поняли, что постоянные испытания – неизбежная и обязательная фаза технологического процесса создания любого нового. Абсолютно каждое новое изделие имеет



свои собственные нюансы, которые надо сначала обнаружить, потом учесть, а потом проработать. Включать в собственный технологический процесс чужую испытательную базу – значит непомерно затягивать сам процесс производства и делать его очень высоким по затратам. А делать изделие, только предполагая, но не проверяя свои предположения на практике, при этом преподносить клиенту свои предположения, как истину, – это прямой обман потребителя. С подобным мы сталкивались, даже имея дело с оборудованием по тематике климатической защиты именитых европейских производителей. Когда ткнули носом в результаты испытаний, они молча забрали аппаратуру на доработку, признав свою неправоту. Что не может не вызывать уважение, говоря о профессиональном подходе фирмы к своей продукции. Хотя аппаратура эта представляла собой практически идентичную по своему составу аппаратуру другой, тоже именитой европейской фирмы. Но последние испытания успешно прошли, а первые провалились. Вот такие дела.

Поэтому мы приобрели собственную испытательную базу. Думаю, очень многие предпочли бы приобрести очередной «Крузак» для руководства за такие деньги. А мы вот – лабораторию. Сама лаборатория – это отнюдь не подобие холодильника «Саратов» для проверки оборудования на отрицательные температуры. И не кухонная духовка для проверки на температуры высокие. Это достаточно громоздкое и габаритное оборудование, требующее для начала выделения отдельного и не маленького помещения. Это отдельный компьютерный парк с соответствующим программным обеспечением. Это отдельное, очень существенное, но необходимое вложение в производство, если речь идет об оборудовании климатической защиты.

Но и этого не достаточно. Нужно еще приложить тот самый долгий, монотонный труд, которого нынче так все избегают. А именно, надо разработать еще

и полную методику испытаний. Если климатические лаборатории еще можно найти у других, можно купить, как это сделали мы, то методик испытаний... Их просто не существовало. Они только провозглашались во всевозможных отраслевых ГОСТах, но на самом деле ГОСТы эти содержали только ссылки на другие ГОСТы. Которые, в свою очередь, либо также содержали ссылки, либо содержали только самые общие требования, никак не учитывая специфику конкретного оборудования. И надо было, с одной стороны, остаться в рамках всех возможных ГОСТов, которые хоть каким-то боком можно привязать к оборудованию, дабы не иметь проблем уже юридического характера. А с другой стороны, провести испытания таким образом, чтобы в реальных условиях оборудование работало так, как от него ждет клиент. Ни один из ГОСТов, коих набралось аж 15 штук, в том числе и 2 военных, совершенно не гарантируют при их соблюдении работоспособность оборудования. Наш отраслевой ГОСТ, имеющий в своем наименовании дословную фразу «Методы испытаний», вообще ни слова не говорит о каких-либо климатических испытаниях, давая только ссылку на пару ГОСТов, один из которых датирован и во все 1969 годом. А ведь деньги создатели ГОСТа получили за весь объем сего руководящего документа. Вот и пришлось сначала раскопать все эти 15 ГОСТов, идя от ссылки к ссылке. Изучить их. Выбрать все, что касается нашей темы. И переработать требования в методики испытаний. Многие сегодня готовы повторить этот труд? При приоритетном желании как можно быстрее и больше получить с минимальными умственно-физическими вложениями? А дальше наступил черед проработки конкретного технологического процесса самих испытаний, гарантирующей все то, что обещано. И испытывать, проверять и дорабатывать методику. Снова испытывать и снова дорабатывать. Пока не получился полностью выверен-

ный по всем техническим параметрам и по времени процесс. Иначе, как длительным опытным путем, подобного сделать не получится.

Вот такой, полностью готовой и выверенной методикой мы и обладаем. Покажите, кто из конкурентов может похвастать тем же? Хорошо, если просто эпизодически проводят хоть какие-то испытания на стороне. Но в массе своей все ограничивается сугубо теоретическими выкладками или просто копированием популярных на рынке моделей доступными комплектующими. Но подобный путь, как мы убедились на практике, способен завести в тупик даже маститых производителей, имеющих доступ к абсолютно любой элементной базе.

И проверить это конкурентное преимущество, особенно перед каким-либо крупным заказом, – проще простого. Все ограничится одной единственной командировкой на предприятие-изготовитель. Так что приезжайте!

Говорят, что главное условие рыночного успеха товара – желание самого производителя иметь собственный товар. Например, все сотрудники «Volvo» ездят только на автомобилях «Volvo». Честно говоря, я очень жалею, что наши термощкафы появились уже после того, как я закончил электрификацию своего загородного дома. Сегодня я бы расположил все входное электрооборудование – защитное, учетное, стабилизаторы на входе по каждой фазе – не внутри дома, а во дворе, установив его в термощкафу. Сделать замену сегодня – связаться с переделкой большого количества монтажных работ и необходимостью косметического ремонта после демонтажа. А так бы решение было несравненно безопасней и с точки зрения электропожаробезопасности. А главное – экономически абсолютно выгодное – освободившаяся внутренняя площадь стоит намного дороже стоимости термощкафа необходимого размера.

И еще. Я очень далек от поддержки идеи импортозамещения. Все как раз наоборот – считаю, что только обеспечение свободной конкуренции способно заставить нашего производителя работать так, как надо, и в конечном счете могло бы вывести наше производство на должный мировой уровень. И напротив, законодательно регулируемое импортозамещение потворствует дальнейшей расхлябанности и без того изрядно расслабившегося отечественного производства. Я не езжу не то что на отечественных автомобилях, но и на автомобилях отечественной сборки. Я не хожу на охоту с оружием от нашего отечественного производителя. Я не ем отечественный сыр. Но если бы я купил термощкаф, я бы, честное слово, купил бы его только нашего «тахионовского» производства. Я о нем знаю все. И он меня всем устраивает.

