

О слуховых аппаратах

Которыми, к сожалению, не пользуются чиновники, глухие к проблемам малого бизнеса

В нашем обществе, где многие десятилетия существовал непререкаемый приоритет производителя над всеми другими сферами деятельности, негативное отношение к дилерским фирмам — явление нередкое. А как еще относиться к перекупщику? Купил товар, накрутил свой отнюдь не маленький процент и продал, получив прибыль, причем гораздо большую, чем производитель. Казалось бы, все так, да только не совсем. Сегодня уже многие изготовители, пытающиеся самостоятельно работать на рынке, поняли, что для этого нужны профессиональные знания, опыт, умение рисковать. Да и с ценой рынок баловаться не позволит, разве что ваша фирма — монополист. Ну а проблем у малого бизнеса, к которому по большей части относятся дилерские фирмы, ничуть не меньше, чем у предприятий, производящих товары. Особенно если работать ответственно, думая о перспективе и заботясь о клиентах. Именно так старается действовать на рынке фирма “Магистр”, специализирующаяся на продаже слуховых аппаратов и сервисных услугах в данной области. Об особенностях и проблемах этого бизнеса мы попросили рассказать генерального директора фирмы Евгения Викторовича Макушина.

Корр. Евгений Викторович, для начала традиционный вопрос: почему вы решили заняться именно слуховыми аппаратами?

Е.М. Во-первых потому, что слухопротезирование — очень динамично развивающаяся отрасль, а рынок слуховых аппаратов достаточно емок. По статистике 6% населения нашей страны обращаются за помощью в лечебные учреждения с целью коррекции слуха. На самом деле число нуждающихся в слуховых аппаратах гораздо больше — около 10% населения. Немалую роль сыграло и то, что эта сфера близка моим профессиональным интересам как разработчика радиоэлектронных систем. Это не только помогло грамотно организовать и вести дело, но и психологически облегчило переход к коммерческой деятельности, где мои знания и опыт, накопленные в прежние годы, оказались очень полезными.

Корр. Вы занимаетесь реализацией слуховых аппаратов уже более 10 лет. Не изменилась ли за это время ваша точка зрения на перспективность этого рынка и работы на нем?

Е.М. Действительно, за эти десять лет пришлось пройти “десять кругов ада”. Судите сами. Работать со слуховыми аппаратами мы начинали в многопрофильном кооперативе “Задор” на базе 1-го Московского сурдологического центра. Однако очень скоро его пришлось закрыть, поскольку вышло постановление, запрещающее медицинским предприятиям выступать соучредителями кооперативов. Затем были кооперативы “Тактика”, “Сурдо-

сервис”. На базе последнего совместно с фирмой ГДР мы образовали совместное предприятие, занимавшееся поставкой слуховых аппаратов в Россию. Поначалу дела на предприятии шли неплохо. Однако с объединением ГДР и ФРГ политика фирмы в отношении бизнеса в России существенно изменилась, цены на поставляемые ею изделия резко возросли. В результате СП прекратило свое существование.

Следующий шаг — организация специализированного подразделения в составе предприятия “Медсервис интернэшнл”, которое помимо реализации медицинской техники торговало лесом, обувью и др. Но очень скоро стало ясно, что медицинская тематика, несмотря на большие обороты (около 1 млн. долл. в год), оттесняется на второй план. Деньги, которые мы зарабатывали, шли на те операции, которые быстрее приносили прибыль. Поэтому произошедший в 1996 году крах фирмы мы встретили довольно спокойно, уже полностью осознав, что такие направления, как слухопротезирование, целесообразнее развивать в рамках малого бизнеса, а не на “монстрах”, подобных “Медсервису”. Хотя, конечно, банкротство фирмы нанесло серьезный удар по проекту слухопротезирования: сорвались заключенные договора, ослабли наработанные связи с



регионами. Иными словами, фирме “Магистр”, зарегистрированной в сентябре 1996 года, многое пришлось начинать заново.

Таким образом, оглядываясь на прошедшие десять лет, можно сказать: эйфория, которая была свойственна первой волне российского кооперативного движения, конечно, исчезла, но взамен пришел опыт, четкое осознание проблем, которые предстоит решить, чтобы успешно работать на рынке, в перспективности которого мы по-прежнему не сомневаемся.

Корр. Если можно, несколько слов об изделиях, реализацией которых занимается ваша фирма.

Е.М. Слуховые аппараты делятся на индивидуальные внутриушные, заушного, карманного типов и размещающиеся в очках. Наибольшим спросом в мире пользуются внутриушные слуховые аппараты. Их производство начиналось с устройств, полностью закрывающих ушную раковину и мало чем отличавшихся от заушных. Тем не менее это первые индивидуальные слуховые аппараты, поскольку их корпус может изготавливаться по слепку уха пациента, а схема, монтируемая внутрь корпуса, настраивается на его параметры. Аппараты следующего поколения занимали уже треть уха и менее заметны, чем первые. Затем на рынке появились миниатюрные и малозаметные аппараты, размещаемые в канале уха, а чуть позднее и такие, которые вообще не видны со стороны – снаружи находится только ниточка для их извлечения. Последние несмотря на довольно высокую цену пользуются повышенным спросом, особенно среди женщин, которые отдают им предпочтение благодаря хорошему косметическому эффекту. Не случайно на долю аппаратов внутриканального типа сегодня приходится более 20% оборота нашей фирмы.

Корр. С продукцией каких фирм вы, в основном, работаете?

Е.М. Долгое время на нашем рынке была наиболее известна фирма Oticon, поскольку с ней активно работало государство. Видимо, по этой причине многие предприятия и кооперативы, начинавшие заниматься слухопротезированием, в том числе и мы, в первую очередь завязывали контакты именно с ней. Но, как говорят, аппетит приходит во время еды. Фирма неожиданно резко повысила цены на свои изделия. Кроме того, открыв в России ряд представительств, интересы которых неизбежно отразились на цене, она прекратила работать напрямую с оптовыми покупателями. Естественно, мы начали поиски более выгодных партнеров. Рассматривались возможности сотрудничества с японскими и австрийскими изготовителя-

ми, но предлагаемые ими цены оказались слишком высокими. Одно время, будучи еще в составе “Медсервис интернэшнл”, мы тесно работали с фирмой Starkey. Но после закрытия “Медсервиса” наше сотрудничество прекратилось. Около двух лет назад на выставке в Гамбурге мы провели первые переговоры с канадской фирмой Unitron. По сравнению с фирмами Oticon, Siemens, Starkey, Venaton она предложила более выгодные цены и льготные условия сотрудничества при столь же высоком качестве аппаратов. Изделия фирмы соответствуют международным стандартам, прошли сертификацию в России. В результате мы заключили с Unitron эксклюзивное соглашение и работаем с ее предприятием и представительством в Германии, что существенно сокращает транспортные расходы.

Как и другие ведущие изготовители, Unitron выпускает широкий спектр слуховых аппаратов, потому что несколькими моделями невозможно удовлетворить все потребности покупателей. Сегодня в производстве фирмы около 80 моделей аппаратов. Все они отличаются высокой выходной мощностью, акустическим усилением, а также возможностью регулировки частотных характеристик. Что же касается стоимости, то достаточно сказать, что розничная цена на российский рынке аппарата “Unitron US-80” на 15–65 долл. ниже стоимости моделей Oticon “E-38” и “E-39”, полным аналогом которых он является. Вот почему мы отдали предпочтение аппаратам фирмы Unitron, хотя продолжаем сотрудничество и с фирмами Oticon, Siemens, правда, в гораздо меньших объемах.

Корр. Ваша фирма продвигает на российский рынок слуховые аппараты только импортного производства?

Е.М. Действительно, доля отечественных слуховых аппаратов в общем объеме реализуемых фирмой изделий пока невелика. Однако такую позицию нам диктует рынок, где пользуются спросом преимущественно аппараты зарубежного производства. Наши предприятия пока не могут конку-

рировать с западными изготовителями прежде всего из-за низкого качества акустики. Тульский завод “Октава”, единственное в России предприятие, производящее микрофоны и телефоны для слуховых аппаратов, выпускает модели 20-летней давности, что и определяет физический порог качества отечественных аппаратов, какую электронную начинку они ни содержали. Чтобы наладить выпуск современной акустики, необходимы достаточно большие средства для переоснащения производства, которых у завода, естественно, нет. Кстати, основным покупателем микрофонов тульского завода до сих пор остается Эстония, где в советское время было организовано крупное производство слуховых аппаратов. Укомплектованные этими микрофонами аппараты затем поставляются в Россию, а вот в аппараты, предназначенные для поставки в другие страны, например в Бразилию, ставятся микрофоны и телефоны фирм Noulis и Microtell.

В Советском Союзе было три крупных завода по производству слуховых аппаратов: аппараты заушного типа выпускали в Таллине, карманные – на московском заводе “Ритм”, а размещавшиеся в оправках для очков – в Феодосии. С переходом к рыночной экономике многие попытались наладить сборку слуховых аппаратов, вначале из комплектующих,купаемых в Прибалтике. По этому пути, в частности, пошел завод “Октава”, продукция которого ни качеством, ни ценой не отличалась от прибалтийской. Завод “Ритм” стал собирать слуховые аппараты из комплектующих фирмы Oticon. Так же поступает фрязинский “Исток”. На основе комплектующих иностранных фирм там выпускают аппараты под названием “Соната”. Поскольку пробные партии этих изделий не проходят испытания у поставщиков комплектующих, они отказываются ставить на них свои товарные знаки и, естественно, не дают никаких гарантий потребителю. Единственное исключение – фирма Oticon, которая поставляет в Россию комплектующие 20-



летней давности и добавляет к серийному номеру изделий российской сборки несколько лишних нулей. Фирма считает, что не подорвет этим свое реноме, поскольку в Дании подобные аппараты никто не купит, а в России и устаревшие модели пойдут нарасхват.

Сейчас мы заключили договор с “Истоком”, так как там начали выпускать несколько моделей аппаратов, которые по качеству нас устраивают. Надо сказать, что “Исток” занимается производством слуховых аппаратов совсем недавно и за короткое время очень многое успел сделать. Пока аппараты “Истока” хуже европейских, но уверен, что достаточно скоро, может быть, через год-два, они будут соответствовать европейским стандартам. Тогда доля отечественных изделий в продажах нашей фирмы несомненно увеличится. Пока же, покупая очередную партию аппаратов “Истока”, мы каждый раз опасаемся, что не сможем ее полностью реализовать, хотя продукция этого предприятия пользуется спросом.

Надо понять одно: какими бы патриотами мы ни были, ориентация нашей фирмы на зарубежные изделия сохранится до тех пор, пока на них ориентируются российские покупатели. Кроме того, многие зарубежные модели, в том числе миниатюрные, программируемые, а также с мощным усилением звукового давления, не имеют отечественных аналогов, и их неизбежно приходится ввозить. Отечественные аппараты среднего класса и ниже соответствуют мировому уровню и мы намерены пускать их в оборот.

Корр. Деловая активность фирмы “Магистр” ограничивается продажей слуховых аппаратов?

Е.М. Ни в коем случае. Все гораздо сложнее и интереснее. Хотя не вижу ничего плохого и в чисто дилерских функциях. Я покупаю изделия на собственные средства и получаю прибыль, реализуя их на рынке. Разве это не честный бизнес? Но в нашей сфере ограничиться дилерством было бы неправильно, поскольку главная задача фирмы — помочь человеку. Прежде чем предлагать покупателю тот или иной аппарат, необходимо определить, действительно ли он нуждается в слухопротезировании или при правильном лечении слух может восстановиться. Цена ошибки здесь очень высока: неоправданное применение аппарата может стать причиной ухудшения и даже окончательной потери слуха. Значит, обратившись к нам за помощью человека необ-

ходимо обследовать, а при необходимости провести курс лечения. Фирма “Магистр” располагает для этого опытными врачами, а также диагностическим и лечебным оборудованием. Значительную долю наших продаж составляют индивидуальные слуховые аппараты, которые также требуют определенной работы с покупателем. В частности, по их заказам мы изготавливаем индивидуальные ушные вкладыши из мягкой или жесткой пластмассы на основе слепка, повторяющего все изгибы ушного канала. Затем специалисты фирмы заполняют его зарубежной электронной начинкой, которая настраивается на индивидуальные параметры пациента. Сейчас промышленность выпускает шесть видов стандартных вкладышей. Но как бы хороши эти вкладыши ни были, они не могут полностью повторить анатомическое строение индивидуального слухового канала. Вспомните, сколько раз, приобретая туфли, казалось бы, своего размера, вы оставались недовольны: жмут или, наоборот, велики. А слуховой аппарат — это не туфли, его не разносишь. Между тем несоответствие вкладыша ушному каналу не только неудобно, но может стать причиной возникновения неприятных и даже опасных для здоровья звуковых эффектов.

Для нашей фирмы изготовление индивидуальных ушных вкладышей — не просто дополнительная сервисная функция, а обязательный элемент работы, по сути являющийся производством. Правда, производителями нас пока никто признавать не хочет. Еще одно необходимое условие в борьбе за качество обслуживания — услуги по ремонту слуховых аппаратов, которые оказывает либо наша фирма, либо сам изготовитель в соответствии с заключенным договором.

Корр. А как организован сбыт продукции?

Е.М. О работе с индивидуальными покупателями я, по-моему, рассказал достаточно подробно. Что же касается оптовых, то с ними проблемы решаются гораздо проще. Прежде всего мы имеем дело с областными клиническими больницами, которые, как правило, заказывают большие партии аппаратов. Под крупные заказы берем краткосрочные кредиты, на которые и закупаем продукцию для поставки. Наша фирма имеет хорошие связи с регионами, которые постоянно расширяются. В ряде регионов, например в г. Шахты, “Магистр” совместно с благотворительным фондом открыва-

ет свои филиалы, которые сочетают продажу слуховых аппаратов с благотворительной деятельностью. За счет прибыли, полученной от коммерческой реализации аппаратов, мы бесплатно обеспечиваем ими самых нуждающихся. Пока их число невелико — всего лишь несколько человек в месяц, но в дальнейшем масштабы такой помощи, конечно же, расширятся. Через благотворительный фонд фирма будет получать плату за гарантийное обслуживание, изготовление вкладышей, ремонт аппаратов, причем эти услуги обойдутся покупателю намного дешевле.

Если говорить о возможностях фирмы в удовлетворении спроса, то на ее складе постоянно имеется 250–300 аппаратов 20 наиболее популярных моделей. В принципе же “Магистр” может помочь приобрести аппарат любого типа: от простейшего без регулировок до внутриушного с индивидуальным вкладышем.

Корр. Как “Магистр” чувствует себя на рынке?

Е.М. Скажу прямо: никакой конкуренции со стороны подобных нам фирм мы пока не ощущаем. Рынок явно не насыщен. В Москве сегодня действует шесть фирм, специализирующихся на слухопротезировании. Для такого огромного города этого совершенно недостаточно. Чтобы нормально работать и создать максимальные удобства для клиентов, на каждые 100 тыс. человек должна приходиться минимум одна такая фирма, как наша. Так что конкуренции мы не боимся, скорее наоборот, были бы рады, если бы она появилась. Иное дело — монополизм. Вот от него мы действительно страдаем.

Сегодня два монополиста — “Исток” и “Ритм” — пытаются захватить рынок, да можно сказать, уже захватили. Монополия производителя сразу же сказывается на ценах: аппараты “Истока” и “Ритма” продаются по цене импортных, хотя даже при одинаковом качестве (о чем сегодня говорить рано) отечественные изделия должны быть дешевле. Наш главный монополист “Исток” сможет удержать высокие цены и в том случае, если зарубежные фирмы их снизят, поскольку основной покупатель его продукции — государство. Именно у “Истока” государство приобретает слуховые аппараты для бесплатной выдачи определенным категориям граждан. Предприятие от этого выигрывает неимоверно: шутка сказать, сбыт про-

дукции гарантирован полностью, да еще и дотации немалые на ее производство дают!

В США производством слуховых аппаратов занимаются 10 фирм, естественно, конкурируя между собой. И все-таки каждая занимает свою нишу. Конкуренция же идет на пользу как изготовителям, так и покупателям. А вот прямо противоположный пример: до недавних пор в Эстонии слуховые аппараты выпускали пять предприятий, рынок был сбалансирован. Но появился монополист и вытеснил более мелких производителей, которым пришлось перейти на выпуск совершенно другой продукции. Кто от этого выиграл? Только сам монополист.

Подобный процесс сегодня можно наблюдать и в России. Причем вытеснение с рынка малых предприятий отечественными “гигантами” идет при явной поддержке государства. Вместо того чтобы помочь предприятиям наладить выпуск действительно конкурентоспособных изделий, оно приводит в жизнь так называемую политику поддержки российского производителя. Судите сами: еще не так давно можно было беспощинно ввозить слуховые аппараты, имеющие европейский сертификат, затем ввели 5%-ный налог, а теперь поговаривают о 20%-ном. Слава богу, слуховые аппараты освобождены от НДС. Но только сами аппараты, а элементы питания, которые ни к чему другому не подходят, облагаются и таможенной пошлиной и НДС. Я понимаю, что государство нуждается в средствах, но почему их надо получать за счет дополнительных налогов на ввоз инвалидной техники? Ведь даже 5%-ная таможенная пошлина весьма существенно повышает цены на слуховые аппараты, не говоря уже о 20%-ной.

Импортные комплектующие таможенными пошлинами пока не облагаются. Казалось бы, малому и среднему бизнесу это дает прекрасный шанс наладить сборку аппаратов. Но нет! Чтобы заниматься такой деятельностью, надо попасть в перечень производителей в сфере слухопротезирования. Для этого придется пройти такую бюрократическую карусель, что на нормальную работу не останется ни сил, ни времени, ни средств. Государство милостиво позволяет нам заниматься сервисным обслуживанием, но по отдельной лицензии. И снова дополнительные проблемы, расходы.

Еще один барьер — обязательная сертификация слуховых аппаратов, за которую мы платим сами, а не из государственного кармана, как крупный завод-изготовитель. При наличии европейского сертификата целесообразность получения российского весьма сомнительна, поскольку между ушами россиян и европейцев никаких различий нет. Сейчас многие фирмы предлагают оборудование, которое помогло бы существенно увеличить выпуск миниатюрных внутриушных аппаратов и резко снизить их стоимость. Но чтобы получить разрешение на ввоз и применение такого оборудования, оно также должно пройти сертификацию в России. А это новые расходы, и немалые. В результате перенимать передовые технологии становится невыгодно.

Чтобы расширить сферу услуг, охватить больше клиентов, нам нужны дополнительные помещения, но высокая плата за аренду не позволяет этого сделать. В отличие от предприятий-производителей “Магистр” платит за помещение столько же, сколько любая коммерческая фирма. При этом никто не учитывает, что мы работаем с

инвалидной техникой, помогаем больным людям.

Корр. За счет чего же в таком случае малое предприятие, работающее в области слухопротезирования, может удержаться на рынке?

Е.М. Только за счет сервисного обслуживания и более низких цен. Мы прежде всего будем развивать индивидуальное протезирование, где уровень конкуренции пока невысок, а спрос продолжает расти.

Корр. А что вы можете сказать о проблемах, общих для всех российских малых фирм?

Е.М. Думаю, что все, о чем я только что говорил, волнует и большинство других малых фирм, во всяком случае тех, которые близки к нам по своей специализации. Их, так же как и нас, пытаются вытеснить с рынка, душат налогами. Достаточно сказать, что в период развития кооперативов налоги в полном объеме с них начинали брать только на третий год работы. Это давало реальную возможность встать на ноги. Теперь о такой льготе нет и речи. Более того, начинающей фирме очень трудно взять коммерческий кредит, потому что кредитные ставки высоки, а имущества, которое можно заложить, как правило, еще нет. Единственное, в чем сегодня малый бизнес не испытывает дефицита, так это в обещаниях поддержки и помощи, которые щедро раздают самые высокие чиновники, вплоть до главы правительства. Только вот выполнять их никто не торопится. С титаническими усилиями российский малый бизнес доказывает свое право на существование, хотя никто в мире давно уже не сомневается, что именно малый бизнес создает основу стабильной экономики.

Е.Калитина, А.Смирнова

Высокая технология названа “паровозом” американской промышленности

Согласно отчету Американской ассоциации радиоэлектроники (АЕА) “Кибернатция”, наиболее высокие объемы экспорта и число занятых на сегодняшний день зарегистрированы в отрасли высокой технологии. Это также единственная отрасль американской промышленности, деятельность которой оценивается в объемах продаж. Оклады (в среднем 50 тыс. долл.) здесь на 73% выше, чем в частнопромышленном секторе страны в целом, а в штатах Вашингтон и Вирджиния — на все 100%. По оценкам АЕА, в промышленности программных средств и полупроводниковой электронике сейчас насчитывается 481 тыс. рабочих мест. Более половины всех рабочих мест, открытых в США с 1994 года, приходится на микроэлектронику. По этому показателю промышленность высокой технологии обогнала текстильную и автомобильную отрасли.

Другой показатель лидерства американской электронной промышленности — самые высокие отчисления на НИОКР: фирмы отрасли ежегодно тратят на эти цели 40 млрд. долл. или 37% от объема финансирования НИОКР в американской промышленности (в 1995 году — 109 млрд. долл.). Наибольшие отчисления направлены на НИОКР в области промышленной технологии электронных компонентов, вычислительной техники и средств связи. Пять из 10 ведущих американских фирм по затратам на НИОКР — IBM, Hewlett-Packard, Motorola, Lucent Technologies и Intel — относятся к сектору высокой технологии. Эти процессы идут на фоне стабильного сокращения федеральных затрат на фундаментальные и прикладные исследовательские программы на протяжении последнего десятилетия. Заметим, что к 2000 году Япония намерена увеличить свой бюджет на исследовательские программы в два, а Китай — в три раза.

EETimes Headline News

Дайджест