



# Третья пятилетка «ПТС»

Интервью с генеральным директором компании «ПТС» Андреем Никоновым и директором компании «ПТС» Алексеем Поройковым

**Компания «Эра»**  
 – *Сегодня тот вид деятельности, которым вы занимаетесь, кажется вполне логичным и естественным. А когда и с чего все началось?*

**Андрей:** Компания «ПТС» (Профессиональные Телевизионные Системы) образовалась в 2004 году, а я и Алексей на рынке очень давно. Алексей начал деятельность в компании PEL в 1993 году. Компания занималась системами нелинейного монтажа, которые тогда только появлялись.

Я был одним из учредителей компании «Эра» в городе Жуковский в 1989 году. В «Эре» мы начинали бизнес с построения кабельного телевидения на основе оптоволокну. В то время это был второй в России реализованный проект такого рода. К сожалению, с коммерческой точки зрения кабельное телевидение в Жуковском не приносило прибыли. И тогда в 1993 году мы начали заниматься поставкой профессионального телевизионного оборудования. До 2003 года бизнес в «Эре» раз-

вивался достаточно успешно, но были и свои проблемы. Я был вынужден уйти из компании против своей воли в результате конфликта между учредителями в 2004 году. Вместо бизнеса пришлось заниматься судебными разбирательствами. Мой бывший партнер Гадиян сказал правильные слова: «Если корову, которая дает молоко, хозяева начнут делить и тянуть в разные стороны, то разорвут ее на две части – и оба останутся без молока». Этими словами он предостерегал меня. Но сам поступил

именно так, как сказал. Рванул на себя так, что только клочья полетели. Бизнес в «Эре» закончился.

– *Вы сказали, что начали поставлять технику в 1993 году. А какие у вас были первые контракты?*

**Андрей:** Активно стали развиваться частные небольшие телекомпании в городах и даже крупных станциях. Филиалы ВГТРК в крупных городах получили некоторую самостоятельность. Часть денег они зарабатывали сами, а остальное получали из Москвы в качестве целевого



финансирования. Нашими первыми заказчиками были «ГТРК Нальчик», «ГТРК Минеральные Воды», «ГТРК Новокузнецк». В то время мы поставляли технику Super VHS взамен устаревшего оборудования, на котором они работали.

– **А как вы рекламировали компанию?**

**Андрей:** А какая была реклама? В то время как грибы росли частные телекомпании. Им всем нужно было оборудование. Мы активно размещали объявления в газетах, например в «Комсомольской правде». Это были наши первые шаги по рекламе. Затем выпускали газету «Эра» 1–2 раза в месяц и каталоги оборудования – каждый квартал, которые рассылали по всей стране. Было время, когда мы сами делали рекламные ролики «Эры» и размещали их на первом канале в программе «Время». Тогда это стоило совсем других денег. Вслед за нами и наши конкуренты стали делать каталоги.

**«Профессиональные Телевизионные Системы»**

Основные направления работы компании:

– поставка профессионального оборудования для телерадиовещания, производства видеороликов, рекламы, теленовостей, телесериалов и кино;

– дистрибуция многоканальной системы записи и видеоповторов SLOMO.TV;

– проектирование, поставки оборудования, инсталляция, ввод в эксплуатацию телевизионных комплексов для производства, хранения, архивирования и распространения медиаконтента;

– проектирование и инсталляция телевизионных комплексов для спортивных арен, видеосудейства, замедленных повторов.

– **Занимаетесь ли вы региональными проектами?**

**Андрей:** Тот рынок, на котором мы работаем, очень сильно изменился по сравнению с 90-ми и началом 2000-х годов. Можно сказать, что сейчас рынка как такового нет. Все значимые проекты и заказы так или иначе государственные, либо подконтрольных государству медиа. Из региональных телекомпаний выживают те, которые получают финансирование из местного бюджета. Но на данный момент многим местным бюджетам не до телевидения. Если раньше в регионах были проекты стоимостью 1–3 миллионов долларов, то сейчас все это закончилось.

**Алексей:** Рынок стал очень узкий. В основном это масштабные проекты федерального уровня с серьезными заказами. Например, «Матч ТВ» или модернизация ВГТРК. А у региональных каналов давно не было крупных проектов частного характера. Остались только телеканалы под сильными губернаторами.

**Андрей:** У нас было несколько крупных частных проектов 3–4 года назад, которые оказались убыточными для владельцев и были закрыты. Одна частная компания обратилась к нам, намереваясь сделать сеть станций. Мы

с ними встречались, обсуждали проект. Они планировали зарабатывать на рекламе. В итоге они ограничились закупкой небольших станций, но и эти небольшие инвестиции оказались убыточными.

– **Давайте вернемся в 2003 год. Как так получилось, что, работая в разных компаниях, вы объединились и решили создать общий бизнес?**

**Андрей:** Это была практически вынужденная ситуация – так как я фактически оказался на улице, то приступил к поиску возможностей для продолжения того, что я умею делать. Алексей тоже

разошелся во взглядах со своим партнером, Игорем Витиорцем, в компании PEL. Потом Алексею поступило предложение возглавить компанию «Хайнц-Людвиг Шудт». Хайнц – немец, который долгое время возглавлял представительство JVC в России. После работы в этой компании Алексею тоже пришлось уйти. Затем мы с ним объединились.

– **В чем синергия между вами? На чем вы сошлись?**

**Андрей:** Главная особенность Алексея – быстро и оперативно решать задачи текущего момента, а моя – спокойно посмотреть на

проблему со стороны, проанализировать и принять по возможности оптимальное решение. На это требуется некоторое время. Алексей по натуре своей человек энергичный, и если надо что-то делать, то значит, он сделает это сейчас. Я стараюсь выдержать паузу и просчитать варианты. Конечно, мы во всем советуемся и принимаем совместные решения по важным вопросам.

Я взял на себя построение всех бизнес-процессов в компании, потому что, проработав в «Эре», я уже изнутри видел все ошибки в управлении, которые не давали

возможности оперативно отслеживать финансовые и товарные потоки. Эти недостатки не позволяли оценить, в какой точке и в каком финансовом состоянии мы находимся. Уходило много времени, было много персонала, а это – дополнительные расходы времени и денег. И все это – издержки, от которых необходимо избавиться. Я же хотел построить бизнес с минимальными издержками для того, чтобы быть более конкурентоспособными.

Одним из наших направлений была дистрибуция JVC. Алексей активно этим занялся. Он вы-

строил отношения между нашими партнерами.

– **Как «ПТС» удалось так быстро достичь успеха?**

**Андрей:** В период с 2004 по 2007 год было около 50 компаний, с которыми мы сотрудничали как с нашими дилерами по оборудованию JVC. Мы договорились с JVC и дистрибутировали оборудование. Мы держали склад в Москве, и наши партнеры могли торговать с нашего склада, не имея своего.

Это был успешный период. В 2007 году JVC наградили «ПТС» почетным призом как лучшего дилера в Европе. На тот момент мы

сделали оборот по JVC на 2,5 миллиона евро. Ни один европейский дилер столько оборудования JVC не продавал.

У нас была четкая структура цен и скидок в зависимости от категории дилера. Каждый месяц, даже чаще, у нас были поставки оборудования от JVC – мониторы, камеры, рекордеры и другое.

Редко кто из дилеров рекламировал Sony или Panasonic. Обычно они рекламировали себя как поставщика или интегратора. «ПТС» рекламировала именно JVC. Мы заинтересовывали партнеров в том, чтобы они занима-





лись JVC и рекомендовали его своим клиентам. Мы были фактически эксклюзивным дистрибутором JVC, но давали нашим партнерам заработать и таким образом успешно развивали партнерскую сеть.

Потом JVC изменили стратегию, они решили расширить партнерскую сеть в России и открыть свое представительство в Москве.

**– Системная интеграция – это было второе направление развития компании?**

**Андрей:** Да. Примерно до 2008 года у нас были большие по объему проекты, не требующие сложной инженерной работы. Например, проект для «НТВ» мы делали в партнерстве с «Медит Профи». Они устанавливали свои системы, вы-

полняли работы по их интеграции. Мы же поставляли телевизионное оборудование Sony, Omneop.

**Алексей:** В 2007–2008 годах стало совершенно понятно, что следующим этапом для компании должно стать наличие своего интеграционного отдела.

Мы столкнулись с тем, что инженеров, которые бы знали новые технологии, нет на рынке. Их и сейчас ограниченное количество, взять их неоткуда, а выучить нереально. Помогла I.S.P.A.

**– Почему I.S.P.A. рухнула?**

**Алексей:** На мой взгляд в I.S.P.A. перестала эффективно работать система управления.

К 2010 году мы собрали штат инженеров, взятых из I.S.P.A., и молодых ребят из ТТЦ, которых дальше «вырастили» в компании в «боевой» обстановке.

**Андрей:** В 2014 году мы выполнили восемь проектов для филиалов ВГТРК по всей стране. Работа была напряженная, но наш системный отдел успешно справился. Для монтажа кабельных сетей мы привлекали бригады монтажников-инсталляторов, которые выполняли работу под руководством наших инженеров. Самую ответственную работу по

монтажу оборудования, пусконаладочные работы и приемосдаточные испытания выполняли инженеры нашего системного отдела.

**– Как в этой ситуации строится система управления?**

**Алексей:** У нас был один начальник отдела, который контролировал всех руководителей каждого проекта. Иногда руководитель отдела являлся ГИПОм.

Это имело свои недостатки, потому что он не всегда мог за всеми досмотреть.

**– Какие еще проекты за последнее время вы могли бы отметить?**

**Алексей:** Проект для «Общественного Телевидения России», который мы делали в 2013 году. «ПТС» выполнила классическую часть проекта, а «ОКНО-ТВ» – IT-часть. Нам дали срок до 1 октября, а в июне сообщили, что до 1 августа. Нам пришлось снимать сотрудникам гостиницу рядом с телецентром, чтобы успеть в срок.

Мы переоборудовали несколько АСБ и АПБ в ТТЦ «Останкино», используемые компанией «НТВ-Плюс», новостные студии и аппаратные озвучения. Фактически провели глобальную модернизацию для перевода компании на новый качественный уровень HD-вещания.

С «НТВ-Плюс» мы приняли участие в двух Олимпиадах: в Лондоне и Сочи. Нашими специалистами был создан и полностью поддерживался на протяжении всех игр автономный комплекс для оперативной подготовки и формирования олимпийских трансляций. Также для Сочи была поставлена система графического оформления.

**– В вашей компании есть системный отдел?**

**Андрей:** В структуре нашей компании вначале не было системного отдела. Был так называемый отдел продаж, который занимался дистрибуцией, корпоративными продажами и проектами, не требующих глубоких инженерных знаний. Много было проектов и по стране, в том числе мобильные телевизионные комплексы (ММТК). Постепенно отдел продаж у нас становился меньше, потому что розничный рынок сужался и перестал приносить прибыль. Оборудование, которое раньше продавали такие компании, как «ПТС», стало продаваться во всех фотомагазинах. Зато за это время у нас расширился системный отдел, в

котором сейчас 13 сотрудников. Сейчас основное направление деятельности компании – большие системные проекты.

Третье направление, возникшее в 2007 году, – это спортивные объекты.

Первая поставка оборудования для повторов и судейства, которую мы сделали, была на Чемпионат мира по хоккею 2007 года на Ходыньском поле, во дворце спорта «Мегаспорт».

В результате на сегодня оборудование компании SLOMO.TV, которое является основой этих проектов, установлено на полсотне объектов по всей стране. Большинство клубов КХЛ и ВХЛ оборудовано нами за последние восемь лет, и работа продолжается.

**– Получили ли вы какие-то заказы под Кубок конфедерации 2017?**

**Алексей:** Мы можем предоставить систему повторов, но вряд ли это возможно на Кубке конфедерации, так как это запрещено. В рамках Лиги чемпионов повторы есть.

**– Чем компания занимается в настоящее время?**

**Андрей:** В прошлом году «ПТС» выполнила пять проектов в филиалах ВГТРК. Сейчас в основном мы выполняем заказы для спортивных арен. С заказами стало намного хуже, чем в прошлые годы. Но мы оптимисты! ■

Михаил Карташов

