



it-рынок России: рекорды в большинстве сегментов

АЛЕКСАНДР ПОСЬ

ТЕКСТ

Очевидно, сегодня никого не удивит сведениями о стремительном росте российского рынка информационных технологий, компьютеров и периферии. Однако не безынтересно разобраться, какие же именно сегменты и, главное, почему дают неизменно 20 и более процентов роста ежеквартально. Этим мы и займемся в рамках настоящего материала.

Даже если допустить, что в собственной смете расходов на информационные технологии российские предприятия выделяют не более 10%, инвестируя таким образом большую часть средств в компьютерное оборудование, картина рынка все равно складывается весьма приятная. Действительно, российский рынок компьютеров продолжает стремительно развиваться. О чем говорят и западные, и отечественные аналитики, не отрицают этого и участники рынка. Например, по сведениям ITResearch за три последних года российский рынок информационных технологий более чем удвоился. Подтверждают такую информацию и исследования компании IDC, согласно которым рынок ПК в России составил 5,1 млн штук, что соответствует ежегод-

ному приросту 31%. Если же обратиться к более свежим данным, в I квартале 2005 года, по оценке IDC, в нашей стране продано 1,3 млн компьютеров, тогда как во всей Центральной и Восточной Европе этот показатель составил 2,57 млн единиц. Другими словами, за указанное время российский рынок ПК вырос на 27%. Первое место по объемам поставок в количественном выражении заняла компания K-Systems, второе — Kraftway. Затем следуют HP, DEPO Computers и «Аквариус». Интересно, что наибольшими темпами — 67,2% по итогам квартала — возмужал сегмент портативных компьютеров. Его объем за отчетный период был чуть меньше рекордного уровня, зафиксированного в IV квартале прошлого года. Доля сегмента портативных компьютеров за год увеличилась с 14% (I квартал 2004 года) до 18,5%



(I квартал 2005-го). При этом четыре из пяти крупнейших поставщиков портативных компьютеров в нашей стране сообщили о росте, превысившем 100%. В частности, продажи Acer увеличились почти вчетверо (!). Эта компания вышла на первое место по поставкам мобильных ПК в России. Впечатляет и то, что продажи портативных ПК за отчетный период снизились всего на 0,3% по сравнению с показателями IV квартала 2004 года. Можно смело сказать: благодаря высоким темпам роста этот сегмент постепенно становится одним из определяющих динамику российского рынка ПК в целом.

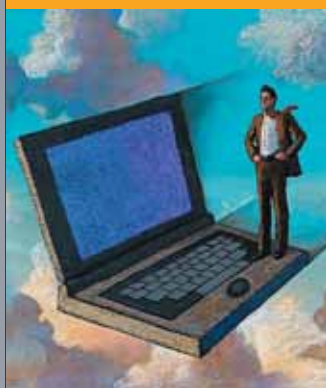
Но развитие рынка настольных ПК и ноутбуков весьма значительно — на 20% по сравнению с I кварталом прошлого года. Увеличение продаж настольных компьютеров свидетельствует о вали экономического подъема и стимулирует потребительский спрос, считают аналитики. Однако темпы расширения рынка в I квартале снизились из-за продолжительных зимних и рождественских каникул.

Большинство поставщиков ноутбуков в I квартале замедлились в январском месяце, достигнув к февралю лишь в среднем уровня продаж. В то же время рынок ноутбуков переключился на архитектуру Intel Core, что привело к росту на 19%. Показатели продаж ноутбуков HP и IBM — опережающие. Продажи IBM увеличились на 20%, что по сравнению с I кварталом прошлого года примерно на 10% выше среднего показателя. Российская компания HP снизила продажи на 10%, что по сравнению с I кварталом прошлого года, это...

пользователи. Кроме того, жесткие диски и носители информации получили популярность.

16 сентября 2005 IT-КОНГРЕСС

«Балуг Кемпински», Москва



- НА КОНГРЕССЕ БУДУТ РАССМОТРЕНЫ ВОПРОСЫ**
- Значение информационных технологий для бизнеса на современном этапе.
 - Инвестиции и экономическая эффективность.
 - Управление бизнес-процессами. Методы и технологии.
 - Кто является главным инициатором по оценке результативности?
 - Топ-менеджмент, CIO и CFO в компании.
 - Как сделать правильный выбор из большого количества технологий, поставщиков и потенциальных партнеров, представленных на рынке.
 - Расчет эффективности от внедрения IT-систем.
 - Аутсорсинг. Способно ли IT-подразделение конкурировать с внешними аутсорсерами в предоставлении услуг?
 - IT-отдел на современном предприятии. Модели его функционирования.
- SUCCESS STORIES**
- Практика успешного внедрения IT-решений.
 - Реальная отдача от вложений в дорогостоящие проекты и системы.

- Номинации конкурса**
- ★ «Лучший CIO года»
 - ★ «Лучший внедренный проект года»
 - ★ «Лучший новый IT-продукт»





российский IT-рынок: итоги полугодия

рии. Объем их продаж увеличился почти на 80% по сравнению с 2002 годом, превысив 145 тыс. штук. В настоящее время сегмент настольных МФУ достиг 400 тыс. устройств, что превышает прошлогодний показатель в 2,7 раза. Быстрее всего увеличивались продажи струйных МФУ, их рыночная доля по итогам года оказалась больше, чем доля лазерных. Ведущими поставщиками струйных устройств являются Epson, Hewlett-Packard и Lexmark. В сегменте МФУ с лазерной технологией печати тройку лидеров составляют Hewlett-Packard, Samsung и Xerox.

Да и российский пользователь отмечает для себя, что даже недорогие МФУ стоимостью \$150–180 могут выполнять функции копира, работая при этом автономно от компьютера. Хотя и намечившаяся было тенденция оснащения многофункциональных аппаратов функциями факса сегодня сходит на нет. Видимо, лишняя функциональность лишней и останется. По крайней мере, именно такой вывод можно сделать после ознакомления с новинками рынка МФУ, где телефонная трубка или функции факса теперь встречаются заметно реже.

Опрос, проведенный нами среди вендоров и продавцов офисной техники, показал, что к числу самых активных корпоративных потребителей МФУ стоит отнести, прежде всего, небольшие организации, где каждый работник постоянно, хотя и в небольших объемах использует весь спектр офисной техники. В итоге чаще всего МФУ в России покупают туристические и рекламные агентства, риэлтерские компании и другие небольшие корпоративные заказчики. При выборе МФУ такие пользователи исходят из рассуждений, что, доплатив по сравнению со струйным принтером всего \$70–100, они получают полный набор офисной техники, пусть и не имеющей самых высоких скоростных характеристик. Но в силу того, что работа таких компаний подразумевает тесный контакт с клиентом, они ценят раскрученность торговой марки производителя, оригинальный дизайн устройства, а также хорошую сервисную поддержку. К дополнительной функциональности эти потребители непритязательны. Лишь иногда они обращают внимание на наличие автоподатчика бумаги и возможность работы МФУ автономно от компьютера.

Второй класс корпоративных потребителей МФУ — крупные компании, где царит четкая дифференциация труда. Подобный заказчик обращает внимание, прежде всего, на крупные многофункциональные устройства с возможностью высокоскоростной печати и копирования (иногда их еще называют офисными комбайнами). Нередко для крупной компании такой МФУ становится и одним из видов офисной техники



Лидерство в сегменте коммуникаторов и смартфонов сохраняют отнюдь не компьютерные компании



свершившийся факт. По крайней мере, именно такой вывод можно сделать по данным отчета IDC о российском рынке интеллектуальных карманных устройств (Russia Smart Handheld Devices Market Forecast and Analysis 2004–2008). Согласно ему лидирующее положение сохранили смартфоны и коммуникаторы — их доля в объеме рынка мобильных устройств выросла до 63%. Впрочем, сам по себе российский рынок смартфонов сложно сравнивать с глобальным. Суммарный объем поставок карманных устройств (карманных компьютеров, смартфонов и коммуникаторов) в количественном выражении здесь составляет порядка 350 тыс. штук (вырос более чем на 55%).

Для того чтобы представить эти масштабы, достаточно сказать, что объемы продаж смартфонов составляют пока около 1% рынка мобильных телефонов. Впрочем, аналитики полны оптимизма относительно роста объема продаж смартфонов в разрезе всех устройств мобильной связи, и считают, что данная тенденция будет прогрессировать. И хотя российский рынок

ПОВЫШЕННОЕ ВНИМАНИЕ ВЕНДОРОВ К СЕКТОРУ БЫТОВОЙ ЭЛЕКТРОНИКИ СВЯЗАНО С ПОСТЕПЕННЫМ СБЛИЖЕНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ПК И АУДИО-, ВИДЕОАППАРАТУРЫ... ➤

с улучшенными скоростными и функциональными характеристиками, и элементом системы корпоративного документооборота. Следует понимать, что МФУ среднего и высокого уровня отличается от решения начального уровня не только ценой, которая может превышать ее в 10 раз, но и расширенным функционалом и другими полезными свойствами.

Но, пожалуй, наиболее интересная тенденция, связанная с МФУ, — начало конкуренции с аналоговыми копировальными аппаратами. В самом деле, коль скоро большинство современных МФУ способно функционировать автономно, почему бы им вовсе не вытеснить аналоговые копиры из офиса? Но, как говорится, поживем — увидим. Может быть, при очередной замене офисного оборудования «ксероксы» и в самом деле начисто исчезнут из списков закупаемого оборудования.

Интересна ситуация и с вытеснением карманных компьютеров смартфонами, о которой так много говорится в последнее время. И если на мировом рынке объемы продаж смартфонов и коммуникаторов лишь «набирают силы», то в нашей стране это уже давно

КПК уже близок к насыщению, а в ближайшие годы его рост существенно замедлится, сегмент устройств с возможностями беспроводной связи GSM/GPRS (коммуникаторы и смартфоны) будет расти очень быстро и значительно дольше своего КПК без функции связи. Например, только в текущем году рынок мобильных устройств в России увеличится еще почти на 63%.

Между прочим, лидерство в сегменте мобильных устройств с беспроводной связью (коммуникаторов и смартфонов) сохраняют отнюдь не компьютерные компании. Лидер рынка смартфонов и коммуникаторов в России, как, впрочем, и во всем мире, — Nokia. Как известно, основу ее продаж составляют смартфоны на платформе Symbian 60-й серии. А вот компания HP, несмотря на удвоение объемов продаж мобильных устройств в России и 24%-ную долю на рынке мобильных устройств, остается лишь на втором месте. В то же время корпорация стабильно сохраняет ведущие позиции в сегменте КПК, контролируя почти 62% рынка этих устройств в России.

Что же до самого рынка КПК, он в России также активно растет. Вот только наибольшие



российский IT-рынок: итоги полугодия

Новая маркетинговая политика ведущих вендоров направлена на то, чтобы продавать цветные устройства печати не как вспомогательное оборудование, а как основное



перспективы и показатели роста сохраняются в сфере бизнес-решений, то есть самых дорогих КПК. Именно здесь позиции «карманников» непоколебимы. Согласитесь, сколь бы удобным смартфон ни был, читать с его маленького экрана книгу не очень удобно. То же самое можно сказать о работе с КПК в так называемых бизнес-приложениях, или, например, когда КПК берет на себя роль терминала.

Отметим заметные изменения на рынке ИБП. Сегодня можно смело сказать, что главная тенденция в этой сфере — активное смещение в область более «тяжелых» решений, что характерно для всех сегментов рынка. Оно и понятно — обострившаяся конкурентная борьба в сегменте настольных ИБП приводит к активному снижению норм прибыли игроков, с одной стороны, и к повышению нижнего порога мощности продуктов — с другой. Например, на рынке «легких» настольных систем приобрела массовый характер тенденция к вытеснению моделей мощностью 250—500 В·А более емкими решениями с 500—700 В·А, и почти все крупные игроки наконец обратили внимание на этот сегмент, представив новые более доступные модели ИБП увеличенной мощности.

Хотя рынок ИБП не перестает быть корпоративно ориентированным, после техногенной катастрофы в Москве источники бесперебойного питания все чаще стали приобретать домашние пользователи, а также некоторые компании, делая это для нужд, далеких от защиты информации. В частности, сегодня наблюдается увеличение спроса на ИБП с евророзетками, для защиты

дорогостоящей аудио- и видеоаппаратуры, в системах сигнализации и даже... в аквариумах! Что ж, сближения IT-рынка и рынка бытовой техники, похоже, и вправду не избежать.

Но вернемся к теме статьи. Среди прочих рынков, демонстрирующих неплохой рост, следует выделить сегмент цветной персональной печати. Это касается не только струйной, но и лазерной печати. В первом случае повышение спроса на принтеры с функцией печати одной кнопкой обусловлен продолжающимся бумом цифровой фотографии, тогда как во втором — удешевлением соответствующей продукции. Кроме того, о важности и удобстве применения цвета в документообороте говорится не первый год. Но до недавнего времени использовать эти преимущества могли позволить себе лишь крупные компании — стоимость цветных лазерных устройств была довольно высокой и мешала их повсеместному распространению. Прошлый год оказался во многом переломным: на рынке появились устройства по цене ниже психологического барьера. Сейчас эта тенденция получила дальнейшее развитие — стоимость принтеров упала ниже \$500.

Однако интерес к цветным лазерным принтерам вызывает снижение стоимости не только самих аппаратов. Не менее важно, что один отпечаток в цвете (пусть и при так называемом 5%-ном заполнении) обходится не более чем в 10 центов. Безусловно, это коренным образом меняет отношение потребителей к данным продуктам. Перелом на рынке происходит и благодаря грамотному маркетингу основных вендоров. Цветные лазерные устройства позиционируются как более производительные и экономически выгодные, в то же время способные печатать в цвете лишь по запросу. В прошлом году вывод черно-белых отпечатков на цветном лазерном принтере стоил как минимум на 20–30% дороже, нежели на монохромном. Сегодня все иначе: например, цена черно-белого отпечатка на принтерах Oki, Samsung и Konica Minolta обоих классов сравнялась, а стоимость отпечатка, сделанного на бюджетных цветных лазерных устройствах HP, Lexmark и Epson, стала даже ниже. Новая маркетинговая политика лидирующих вендоров направлена на то, чтобы продавать цветные устройства не как вспомогательное оборудование, а как основное.

Ну а теперь несколько слов о самой яркой (в глазах потребителя) характеристике новых принтеров — сниженной почти вдвое, по сравнению с началом прошлого года, цене. По мнению аналитиков, именно эта составляющая должна переключить массовый рынок бизнес-печати, вернее, ту его долю, которую

принято сегодня называть SMB (Small Medium Business). Вспомним 1993–94 годы, когда начался постепенный переход отечественных (в первую очередь, столичных) офисов с матричных устройств на лазерные, тогда еще монохромные. В то время средняя стоимость лазерного принтера начального уровня составляла порядка \$850 — на \$100 больше, чем средняя стоимость цветного «лазерника» того же уровня в начале 2004 года. Уже в 1995-м цена на простенький офисный лазерный принтер упала на \$100–150, а еще через год, с выходом HP LaserJet 6L, — до \$500. Фактически это означало, что устройства данного класса стали массовым продуктом.

В начале 2004 года компания Konica Minolta стала продавать свой цветной лазерный принтер magicolor 2300w менее чем за \$500, за ней последовали и другие участники рынка (кто раньше, кто позже), в частности, недавно компания Epson снизила цену на принтер AcuLaser C900 до \$350. Разумеется, вряд ли в ближайшее время у каждого российского пользователя будет цветной лазерный принтер, но еще одна технология стала ближе и доступнее, что, согласитесь, приятно.

Более подробно все затронутые темы мы рассмотрим в других статьях этого номера, а пока же вернемся к теме рынка настольных ПК. Как уже отмечалось, рынок настольных систем в России имеет очень большие перспективы роста. Это обеспечено низким уровнем компьютеризации страны, и до насыщения рынка еще далеко. Однако компьютеры для корпоративного сегмента — главного их потребителя на сегодня — инвестиционный товар, поэтому снижение инвестиционной привлекательности страны негативно сказывается на рынке ПК в целом. «При сохранении таких тенденций основной рост в 2005 году может произойти лишь в государственном и розничном сегментах, а корпоративный рынок ожидает стагнация», — считает Олег Кукушкин, управляющий директор группы компаний Arbyte. Поддерживает подобное мнение и директор по маркетингу и рекламе компании «К-Системс» Ольга Романова. По сведениям компании, сегодня основным заказчиком компьютерной продукции в России является государство. «Наши поставки в госсектор составляют 50% от общего объема продаж, корпоративным пользователям — 30%, домашним — 20%», — говорит она. В результате общий рост, по мнению многих участников рынка, вряд ли превысит 20%. Компания Intel дает менее оптимистичную оценку. По ее данным, рынок ПК, вероятнее всего, продемонстрирует рост менее чем на 10%. ❌