

Половина — на двоих или 90% — на четверых

Российский рынок услуг по управлению печатью мал, но быстро растет

ДМИТРИЙ ГАПОТЧЕНКО
Computerworld Россия

В 2010 году отечественный рынок услуг по комплексному управлению печатью (Managed Print Services, MPS) составлял, по данным IDC, 42 млн долл. В 2011 году — уже 49,5 млн. Рост довольно существенный, однако на фоне всего российского рынка ИТ-услуг (5,94 млрд долл. в 2011 году) рынок MPS крайне мал. Доминируют на нем, полагают аналитики, Xerox и Hewlett-Packard, которым принадлежит более половины рынка, заметен и ряд российских компаний.

Как полагают в IDC, ситуация может измениться количественно и качественно с приходом западных операторов. Однако они, по словам Юрия Белова, ведущего аналитика российского IDC, «оценивают ситуацию и прорисовывают риски», которые пока видятся слишком высокими. Особенно с учетом того, что аутсорсинговые контракты предполагают длительное сотрудничество, а у нас высокорисковым считается инвестирование на срок более полугода.

На пути развития бизнеса уже действующих операторов и вендоров стоит несовершенство законодательства в области проведения тендеров и удержания выигранной сделки. Со своей стороны, полагает Белов, потенциальные клиенты пока не доверяют аутсорсингу, в частности опасаются рассекречивания корпоративных данных. Среди других причин, отмеченных им, «утрированное представление руко-

водителей предприятий о затратах на печать»; неприятие перемен сотрудниками, в том числе теми, кто ответствен за функционирование ИТ-систем; распространенность низкосортной дешевой перезаправки.

«Хотя наши оценки рынка более консервативны, в показателях роста



Источник: Xerox

РАЗВИТИЮ РЫНКА комплексного управления печатью препятствует и консервативность руководства потенциальных клиентов, и распространенность совместимой «расходки»

наша точка зрения совпадает с IDC, — говорит Алексей Плотников, директор по маркетингу Xerox EurAsia. — Сегодня только примерно 5% расходов на офисную печать в сегменте крупного бизнеса приходится на услуги аутсорсинга. В условиях когда потенциальные клиенты проявляют все больше внимания к услугам MPS и растет ак-

тивность провайдеров, в 2014 году этот показатель может увеличиться до 13-15%. Ну а пока более 90% рынка делят между собой три-четыре игрока, отмечает Плотников.

«Что касается крупных западных операторов, к которым в первую очередь следует отнести вендоров, то практически все они уже присутствуют в России, — полагает Плотников. — Другое дело, что их позиции на рынке разные — как по занимаемой ими до-

ле рынка, так и по развитости инфраструктуры оказания услуг».

Игорь Пасюков, руководитель отдела продуктового маркетинга устройств печати Printing and Personal Systems Group, российского представительства Hewlett-Packard, тоже отмечает рост рынка MPS. «Безусловно, такая модель, подразумевающая аутсорсинг услуг пе-

чати, привлекательна для определенного сегмента заказчиков, — говорит он. — Прежде всего для крупных заказчиков, которые стремятся сэкономить на непроизводительных для их бизнеса расходах, особенно в условиях экономической неопределенности. Сдерживающими факторами он считает то, что окупается подобный вид услуг только при определенных объемах печати. «Вряд ли малый бизнес будет переходить на аутсорсинг услуг печати», — считает Пасюков.

Немного другой взгляд на источник экономии у Сергея Лебедева, директора по маркетингу «ОКИ Системс Рус». «Печать как услуга в наших условиях имеет смысл только для больших компаний, содержащих собственный технический департамент, сокращение которого и позволяет ощутить экономию, — полагает он. — Большинство же малых компаний скорее предпочтут сэкономить путем использования альтернативных расходных материалов». Например в Европе «печать как услуга» популярна потому, что там подавляющее большинство малых предприятий пользуются оригинальными расходными материалами.

Однако Лебедев уверен, что рынок MPS продолжит расти — еще велико количество крупных компаний, способных увидеть выгоду от аутсорсинга печати. Насыщение, по его оценке, со временем произойдет, но дватри года роста в запасе есть. И именно сейчас все вендоры активизируются в этой области, стараясь отхватить свой кусочек пирога.

По словам Юлии Козыревой, руководителя отдела маркетинга компании Ricoh Rus, ее компания собирается активизироваться на российском рынке услуг управления печатью. На нем действительно пока нет западных операторов, предпочитающих обслуживать уже сформировавшийся спрос, в то время как вендоры готовы инвестировать в развитие спроса и продвижение услуг аутсорсинга печати среди потенциальных заказчиков. ■

Печать в цифровую эпоху

В западных странах продажи печатных устройств падают не только из-за насыщенности рынка, но и из-за широкого перехода на электронный документооборот. У нас тоже понемногу приживаются электронное государство, электронное правительство и другие атрибуты эпохи. С соответствующими последствиями: «Законодательное закрепление обмена электронными счетами-фактурами между контрагентами, вступившее в силу весной 2012 года, несомненно, скажется на объеме печати в России, причем это станет заметно уже в 2013 году», — говорится в отчете IDC.

Впрочем, влияние «электронизации» тоже неоднозначно. «Как только вводится внутренний электронный документооборот, количество бумаг только возрастает. Странно, но факт», отметил Юрий Белов, ведущий аналитик российского отделения IDC.

«Существует ряд бизнес-процессов и операций, которые по-прежнему оформляются бумажными документами, — говорит Алексей Плотников, директор по маркетингу Xerox EurAsia. — Однако в России, в силу масштаба территории и ограничений в каналах связи, переход на электронный документооборот и полный отказ от бумажной отгрузочной документации произойдет не за один год».

Юлия Козырева, руководитель отдела маркетинга компании Ricoh Rus, также отметила, что пока очень небольшое количество юридических лиц на практике начали использовать электронный документооборот. Да и в будущем, если судить по рынкам других стран, особого влияния он не окажет. «В Японии и Западной Европе взаимодействие между юридическими лицами уже давно про-

исходит по большей части в электронной форме, однако это не привело к сколь-либо заметному снижению объемов печати, — полагает она. — Вероятно, объем информации, используемой в работе и повседневной жизни людей, растет столь стремительно, что снижение потребности в отпечатках в какой-то одной области с лихвой компенсируется ее ростом в другой».

«Заказчики печатали и будут печатать», — согласен с ней Игорь Пасюков, руководитель отдела продуктового маркетинга устройств печати Printing and Personal Systems Group российского представительства Hewlett-Packard. Но, не уповав на неизменность пристрастия к «бумаге», HP, как и многие другие вендоры, продвигает и решения для организации безбумажного документооборота в виде документ-сканерами и многофункциональными устройствами. Чтобы не потерять ее в новом безбумажном мире, если такой когда-нибудь наступит.

— Дмитрий Гапотченко, Computerworld Россия