

За полгода в Россию было поставлено свыше 1 млн принтеров, копиров и МФУ, совокупная стоимость которых превысила \$235 млн

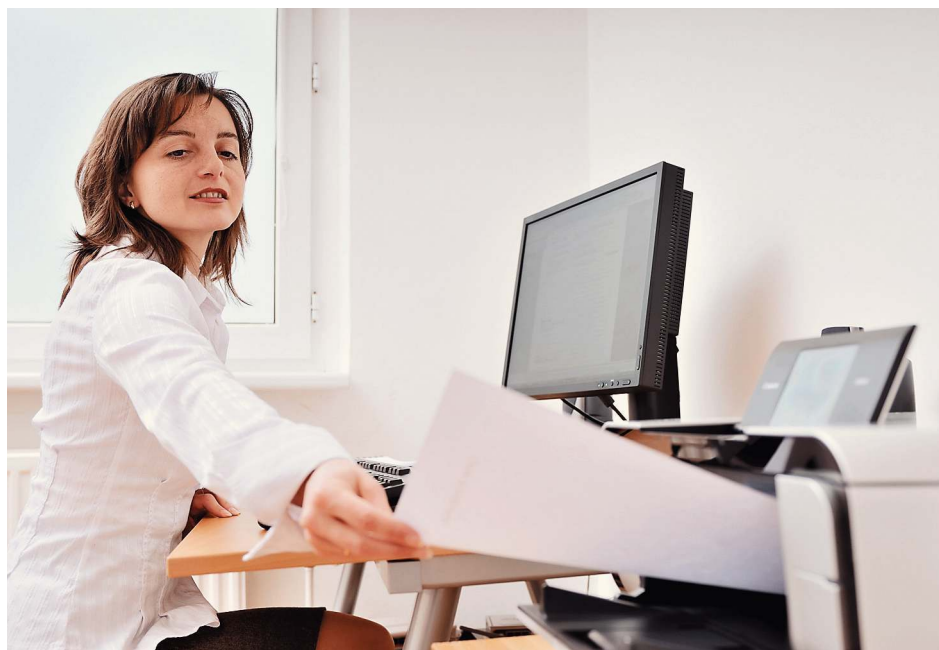


SHUTTERSTOCK

HI-TECH

## Цветная эволюция

Монохромные принтеры доживают свой офисный век.



SHUTTERSTOCK

Наиболее активно в этом году развивается сегмент корпоративной печати

В первом квартале 2012 года рынок печатной техники в России сократился на 4,5% в количественном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Это было связано как с тенденцией к насыщению рынка, так и с общемировой экономической ситуацией. Однако уже во втором квартале рынок показал 26-процентный рост в штучном выражении по сравнению со вторым кварталом 2011 года, при этом объем поставок монохромных лазерных устройств увеличился на 45%. В первую очередь это было связано с увеличением проектных поставок и приближением летне-осеннего периода — традиционно пикового сезона продаж в младшем сегменте оборудования, куда относятся персональные устройства и устройства для малых рабочих групп.

«Рынок печатной техники в России постепенно проходит стадию восстановления докризисных позиций и переходит к менее интенсивному, умеренному росту, — рассказывает директор по маркетингу компании «ХехоХ Евразия» Алексей Плотников. — На фоне снижения темпов роста продаж печатающих устройств вендоры вступают в более жесткую борьбу за заказчиков и усиливают поддержку партнеров». Так, к примеру, по словам эксперта, активно растет рынок услуг аутсорсинга печатной инфраструктуры

(managed print services, MPS): повышается заинтересованность заказчиков в переводе ИТ-инфраструктуры на аутсорсинг, растет заинтересованность провайдеров. Если сегодня на MPS приходится лишь 5% расходов крупных российских компаний на офисную печать, то уже в 2014 году этот показатель может увеличиться до 13–15%.

При этом, как отмечает руководитель отдела маркетинга компании Ricoh Rus Юлия Козырева, отдельные сегменты демонстрируют рост, весьма значительный уже сейчас. В этом году, например, заметно увеличились, по ее словам, продажи цветных лазерных многофункциональных устройств (МФУ). Также наш эксперт отмечает более активное по сравнению с 2011 годом развитие сегмента корпоративной печати, рынок же персональных устройств практически стабилизировался.

В целом итогами трех кварталов 2012 года довольны все опрошенные «Профилем» вендоры. «С основной задачей — ростом нашей доли в общих продажах на рынке — мы справились, — говорит менеджер по развитию категории лазерных устройств для малого и среднего бизнеса представительства HP в России Александр Александров, — и по итогам девяти месяцев занимаем первое место по количеству проданных устройств».

«Что касается наших результатов, то Xerox традиционно входит в топ-4 вендоров малой офисной техники, а в сегменте производительного офисного оборудования мы уже не первый год сохраняем лидерскую позицию», — говорит Алексей Плотников. Он также отмечает рост продаж в сегменте цветных и монохромных многофункциональных устройств.

По словам руководителя группы маркетинга и планирования отдела телекоммуникаций ООО «Панасоник Рус» Евгения Карпова, доля марки на рынке лазерных МФУ за данный период сохранилась неизменной — на уровне 9%.



**Юлия Михальченко,**  
менеджер  
по маркетингу  
компания  
Kyocera  
Document  
Solutions  
Russia:

«Покупателям следует иметь в виду, что использование неоригинального тонера в печатных устройствах ставит под угрозу достижение экономических целей и снижение издержек, здоровье персонала, исправность оборудования, качество печати документов и материально-техническое снабжение и администрирование. Особое внимание хочется обратить на возможный вред здоровью пользователей, если неоригинальные расходные материалы не имеют повышенных мер безопасности. Компании обязаны принимать меры по охране здоровья своих сотрудников. К примеру, оригинальные тонеры Kyocera, которые проходят испытания на предмет соответствия германской экологической маркировке Blue Angel, не содержат тяжелых металлов, что гарантирует пользователям работу с устройством, не подвергаящим их здоровью вредному воздействию, способному вызвать смертельные заболевания. Еще одной отличительной чертой наших устройств является сокращение расходных материалов до минимума. Тонер — это единственный расходный материал, требующий постоянной замены в принтерах и МФУ Kyocera. Картридж в наших устройствах закреплен отдельно, и его не следует менять каждый раз, когда вам всего лишь необходимо добавить порошок. Такой подход значительно сокращает стоимость эксплуатации самих устройств, за счет чего достигается экономия расходов на печать».

Примерно на 40% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличились продажи устройств лазерной печати в 2012 году и в Ricoh. «Такому росту способствует как активная работа по продвижению традиционных для нас офисных устройств печати, так и существенное расширение продуктового предложения», — поясняет Юлия Козырева. Она надеется, что эти шаги позволят Ricoh занять к концу 2014 года 5–6% российского рынка принтеров. По итогам этого года маркетолог компании рассчитывает на долю в 1%, и динамика продаж недорогой линейки принтеров и МФУ Ricoh, по ее словам, пока вполне соответствует этому прогнозу.

А вот директор по продажам отдела информационных систем ООО «Шарп Электроникс Раша» Алексей Володин не спешит делать выводы по итогам работы за девять месяцев. «У нас были скачки и вверх, и вниз, которые были обусловлены в первую очередь внутренними причи-

нами — смена модельного ряда, вопросы по ценообразованию, — рассказывает он. — Все покажут результаты четвертого квартала — мы рассчитываем, что наша рыночная доля как минимум не уменьшится».

А вот о чем уже можно однозначно говорить, подводя промежуточные итоги текущего года, так это о качественном изменении рынка. По словам Александра Александрова, с января по октябрь 2012 года доля устройств на базе струйной технологии значительно снизилась, также наблюдалось падение спроса на однофункциональные лазерные устройства. В то же время высокими темпами росли продажи МФУ.

О снижении популярности домашних струйных устройств говорит и Юлия Козырева. По ее словам, поставщики «струйников», конечно, пытаются заинтересовать этой технологией корпоративных заказчиков, но вряд ли такой подход сможет переломить общую тенденцию к падению спроса в этом сегменте. Отмечает она и начало «цветной эволюции» в среде офисной печати: полноцветные лазерные устройства постепенно замещают монохромные, так как становятся все более доступными по стоимости приобретения и владения.

В свою очередь, Алексей Володин уверен, что чем «мельче» потребитель, тем меньше значения для него имеет как раз общая стоимость владения. «Отсюда следует и принцип построения линеек: для малых пользователей — дешевые аппараты, но дорогие расходные материалы, для корпоративных — наоборот, — поясняет он. — В массовых сегментах многие производители сознательно опускают стоимость «железа» зачастую намного ниже его реальной себестоимости, чтобы



**Алексей Плотников,**  
директор по  
маркетингу  
компания «Xerox  
Евразия»:

«Существует несколько факторов, говорящих в пользу оригинальных расходных материалов. Во-первых, только применение оригинальной «расходки» гарантирует заявленное качество отпечатков. Использование неоригинальных картриджей может привести к загрязнению листа, появлению полос и других дефектов, которые повлекут необходимость повторной печати документа, что ведет к финансовым издержкам. Во-вторых, просыпание некачественного тонера может вызвать повреждение внутренних деталей оборудования за счет налипания частиц тонера на элементах устройства. При этом ремонт и замену испорченных деталей пользователю придется осуществлять за свой счет, так как применение неоригинальных расходных материалов автоматически снимает технику с гарантии производителя. Использование контрафактных расходных материалов может нанести вред и здоровью пользователя. Таким образом, мнимая экономия может обернуться действительно крупными затратами и привести к потере гарантии и порче как важных документов, так и самих печатающих устройств».

ЭКСПЕРТ

**Александр Александров,**

менеджер по развитию категории лазерных устройств для малого и среднего бизнеса представителям компании HP в России:



«Почему производители принтеров настаивают на использовании оригинальных картриджей? Все дело в том, что устройство печати разрабатывается совместно с расходным материалом, в результате при работе они дополняют друг друга. Неоригинальные расходные материалы не обладают теми свойствами, что и оригинальные, что отражается на некорректной работе узлов и агрегатов принтера. Реальность такова, что поддельные чернила могут забить сопла головки или пролиться во внутренности принтера, повредив при этом электронику устройства. В лучшем случае при использовании «левых» расходных материалов потребитель получает низкое качество печати, в худшем — может сломать оборудование полностью».

**Екатерина Тюрина,**

менеджер по маркетингу компании Samsung Electronics:



«Потребитель волен сам делать выбор, однако следует помнить, что качество неоригинальных расходных материалов снижает качество печати, может стать причиной выхода устройства из рабочего состояния и даже принести вред вашему здоровью, поскольку неоригинальные расходные материалы не проходят сертификацию и могут производиться с нарушением технологии и использованием опасных для здоровья веществ».

получать совокупный доход от продажи расходных материалов». При этом Sharp, по словам эксперта, в подобные игры не играет: «Оборудование у нас, возможно, не всегда самое дешевое, но за счет низкой стоимости отпечатков совокупная стоимость владения получается одной из самых низких в индустрии».

Среди других тенденций, характерных для нынешнего рынка, Алексей Плотников назвал рост сегмента МФУ с возможностью сетевого подключения, обеспечивающих высокую производительность и обладающих широким функционалом, что позволяет компаниям оптимизировать документооборот. Так, в сегменте



SHUTTERSTOCK

**Вендоры прикладывают серьезные усилия к продвижению оригинальных расходников на рынок**

оборудования для малого и среднего бизнеса (МСБ), по его словам, востребованы модели с функциями печати с USB и сохранения на USB отсканированных изображений, возможностями удаленного администрирования и управления печатными процессами. При этом потребности в функциональности устройств, по мнению эксперта, разнятся в зависимости от размера компании и нагрузки на офисную инфраструктуру. Небольшие организации отдают предпочтение менее дорогим и менее производительным моделям оборудования, например, монохромным сетевым принтерам или МФУ. Более крупные заказчики приобретают более производительные и функциональные устройства, предъявляя более высокие требования к безопасности оборудования, возможности его интеграции в офисную среду, а также к автоматизации задач печати — например, посредством автосохранения цифровой версии копируемого документа в архиве или ограничения доступа сотрудников к копированию документов.

Все большее значение компании уделяют возможностям автоматизации печатных процессов, интеграции устройств в ИТ-инфраструктуру и электронный документооборот, а также обеспечению высокого уровня защиты конфиденциальной информации. Кроме того, в последнее время происходит интенсивная «мобилизация» корпоративных и персональных пользователей, которая стимулирует рост предложений в сегменте программных и аппаратных решений и приложений для мобильной печати.

По словам директора департамента информационных технологий Samsung Electronics Олега Ерохина, в последнее время все больше внимания произво-

дителями уделяется экономичности и экологичности печатных устройств. А в связи с быстрыми темпами развития беспроводных сетей и мобильных устройств на рынке печатных устройств для домашнего пользования и МСБ также прослеживается, по его словам, и тенденция спроса на Wi-Fi устройств.

Что касается дальнейшего развития рынка печатной техники в стране в целом, то, несмотря на его постепенное насыщение, Алексей Плотников, к примеру, все же прогнозирует сохранение тенденции к умеренному росту. Наиболее динамичное развитие, по его мнению, получат сегменты многофункциональных и цветных устройств, решений для мобильной и облачной печати. Достаточно интенсивным будет распространение услуг по управлению печатной инфраструктурой, поскольку к аутсорсингу офисной печати проявляют интерес и региональные компании, и сектор малого и среднего бизнеса. Конкуренция же при этом усилится как между лидерами рынка печатной техники, так и среди менее влиятельных представителей индустрии.

На продолжение умеренного роста рынка в денежном выражении рассчитывает и Юлия Козырева. При этом количество ежегодно продаваемых принтеров и МФУ может несколько сократиться за счет того, что во многих организациях уже начался процесс замены массово применявшихся ранее персональных устройств на более «тяжелые», предназначенные для использования рабочей группой. Такие решения в большей степени соответствуют текущим потребностям офиса и могут обеспечить как необходимую функциональность, так и сокращение затрат на печать.

■ АНДРЕЙ МОСКАЛЕНКО