



Рынок устройств печати: от стагнации — к падению

После «восстановительного» 2010 г., когда были зафиксированы двузначные цифры роста российского рынка устройств печати, его динамика существенно замедлилась. В 2012 г. рынок практически «остался при своих», показав лишь символический рост. А в неблагоприятном прошлом году стагнация сменилась падением. И перспективы не радуют...

Объем и динамика

По данным ITResearch, в 2013 г. объем российского рынка принтеров и настольных МФУ составил чуть меньше 4 млн. штук, сократившись по сравнению с показателями 2012 г. на 10%. В денежном выражении снижение меньше — на 4,1%, до 880 млн. долл.

Как отмечают аналитики, ослабление спроса на устройства печати, начавшееся еще в 2012 г., продолжалось и на протяжении всех четырех кварталов 2013 г. Не смог улучшить ситуацию и традиционно «урожайный» последний квартал, более того, в эти три месяца продажи сократились даже сильнее, чем в целом за год, — на 12%.

Падение продаж устройств печати отмечают и в IDC. «По итогам 2013 г. российский рынок сократился на 4,8% по сравнению с предшествующим годом, до 3,99 млн. штук. Объем в денежном выражении снизился на 3,2%, до 987,7 млн. долл.», — сообщает **Константин Макаренко**, ведущий аналитик IDC.

По данным GfK TEMAХ, в прошлом году происходило «равномерное снижение» — на 10% в штучном выражении и на 9% в денежном. В целом объем рынка офисного оборудования печати и расходных материалов (Office Equipment & Consumables) оценивается GfK TEMAХ в 55,123 млрд. руб., это на 13,8% меньше, чем в 2012 г.

Оценивая объем и динамику рынка, многие опрошенные вендоры и дистрибьюторы традиционно ссылаются на данные аналитиков. При этом, подводя итоги своей работы и говоря о достижениях, многие из них называют 2013 г. «успешным».

«И в денежном, и в штучном выражении налицо небольшая тенденция к снижению, во многом связанная с макроэкономическими показателями национальной экономики, — считает **Михаил Сорокин**, менеджер по развитию корпоративных продуктов HP PPS. — HP сохранила лидирующую позицию на рынке устройств печати, даже нарастив преимущество в некоторых сегментах рынка, — так что, конечно, мы можем назвать прошедший год успешным для нас. В соответствии со статистикой IDC, доля устройств печати HP на рынке в 2013 г. составила 39%, что почти в два раза больше доли нашего ближайшего конкурента».

Антон Бородихин, директор департамента партнерских операций компании «Херо

Россия», называет 2013-й «непростым» для своей компании из-за «негативной рыночной конъюнктуры». «Однако в некоторых сегментах — например, цветной офисной техники и монохромных аппаратов формата А4 со скоростью печати более 30 стр./мин — наблюдался рост. В условиях замедления темпов развития рынка и роста конкуренции мы сосредоточились на направлениях с высоким потенциалом — это бизнес услуг аутсорсинга офисной печатной инфраструктуры (MPS) и продвижение инновационных решений для работы с документами, и добились здесь успеха», — добавляет он. По словам Антона Бородихина, в прошлом году компания Херо вновь подтвердила свое лидерство на рынке MPS: «Наше предложение пополнилось новыми решениями. Например, мы запустили программно-аппаратную платформу Xerox ConnectKey, которая на сегодня не имеет аналогов на рынке. Эта платформа помогает оптимизировать и упростить обработку электронных и бумажных документов. С приобретением французской компании Imprima Xerox стала обладателем самого обширного портфолио решений для печати промышленного уровня. Также в 2013 г. запущен цветной струйный принтер IJP 2000 с самой высокой скоростью печати в линейке широкоформатного оборудования Херо. Мы делаем ставку на наши услуги и новинки для поддержания позиций компании на рынке».

По мнению **Ильи Хохлова**, продакт-менеджера по струйным устройствам московского представительства компании Epson Europe B.V. в целом прогнозы IDC оправдались, «на рынке печатающей техники наблюдается небольшое снижение, как в штучном, так и в денежном выражении». «Минувший год был довольно тяжелым, в основном это связано с сокращением бюджетов государственных организаций на тендерные закупки. Но несмотря на общее снижение рынка, компании Epson удалось превзойти результаты 2012 г., укрепив свои позиции на рынке струйной печати благодаря активному продвижению струйных принтеров и МФУ без картриджа серии „Фабрика печати“, — утверждает он.

«В 2013 г. рынок устройств печати, как и многие другие продуктовые сегменты, сократился в условиях неблагоприятной экономической конъюнктуры. При этом объемы продаж в сегменте лазерных устройств, напротив, демонстрировали положительную динамику, — говорит **Сергей Кантаржи**, директор по корпоративным продажам Canon в России. — Прошлый год был не самым простым практически для всех игроков, но тем не менее Canon удалось не только избежать падения продаж, но и увеличить свою долю во многих ключевых для нас сегментах».

Юрий Тэн, менеджер по продукту «Принтеры и МФУ» отдела печатной техники компании Samsung Electronics в России, называет прошлый год «непростым»: «Это объясняется действием ряда внутрирыночных факторов, таких как подготовка к Олимпиаде, в связи с чем снизилось количество тендерных закупок. Тем не менее для Samsung год был значимым — мы успешно вывели на рынок монохромную линейку принтеров и МФУ формата А4, предназначенных для малого и среднего бизнеса, а также новые машины А3 формата».

Есть чем гордиться представителям компании KYOCERA Document Solutions Russia. «Прошедший год, как и 2012 г., стал очень успешным для KYOCERA в России. По данным IDC, объем продаж в количественном выражении увеличился по сравнению с 2012 г. на впечатляющий 61%, а в денежном — на 44%. Это позволило нам нарастить долю рынка с 5 до 8,4% в штучном выражении и с 9,4 до 14,3% — в денежном. Мы стали безоговорочным лидером в сегменте формата А3 (включая МФУ и принтеры, монохромные и цветные аппараты) с 28% рынка, а также в ряде других, меньших сегментах. Например, в секторе цветных устройств формата А4 со скоростью от 21 до 30 стр./мин, в секторе монохромных МФУ формата А4 со скоростями от 31 до 44 стр./мин, в секторе монохромных принтеров формата А4 со скоростями от 45 до 69 стр./мин и некоторых других», — сообщает **Игорь Козаченко**, менеджер по продукту компании KYOCERA Document Solutions Russia.

«В 2013 г. объем рынка печатной техники несколько сократился по сравнению с 2012 г., в штучном выражении примерно на 5%. Начало года было достаточно слабым, и даже традиционная активизация продаж во второй половине не смогла полностью компенсировать это», — отмечает **Юлия Козырева**, руководитель отдела маркетинга компании Ricoh Rus. По ее словам, в 2013 г. Ricoh в России смогла значительно — почти в два раза — увеличить продажи в штучках: «Произошло это в первую очередь за счет недорогих лазерных принтеров и МФУ на базе принтеров серий Ricoh SP 100 и Ricoh SP 200. Предложенная нами концепция официально перезаправляемых картриджами для этих устройств хорошо воспринята рынком и позволила нам добиться желаемых результатов даже в условиях падения спроса в 2013 г. Успешным этот год был для нас и в сегменте „тяжелых“ листовых цифровых печатных систем. Благодаря активной работе с корпоративными заказчиками и удачному обновлению линейки, в которой появились новые монохромные модели Pro 8100S и полноцветные системы Pro C5110S/C5100S, Ricoh вышла на третье

место в России по общей доле рынка в сегменте ЦПМ и на второе — конкретно в категории монохромных систем печати». Юлия Козырева отмечает, что увеличение продаж произошло в основном за счет моделей с невысокой стоимостью, и поэтому рост бизнеса компании в 2013 г. в денежном выражении был не столь впечатляющим, как «в штуках»: «Однако мы в любом случае в плюсе относительно итогов 2012 г.».

По словам **Павла Тихонова**, продакт-менеджера Brother в России, прошлый год стал для компании успешным, продажи выросли как в денежном, так и в штучном выражении: «Мы отметили значительный рост в сегменте BusinessInk струйных МФУ, где доля компании составила более 15%. Другой перспективный сегмент — струйные МФУ формата А3, где мы занимаем более 60% рынка по итогам 2013 г. (данные GfK, в штучном выражении)». Кроме того, представители Brother утверждают, что «по итогам IV квартала 2013 г. компания вышла на второе место по количеству продаж на рынке монохромных лазерных устройств, по оценкам ведущих агентств».

По мнению **Сергея Лебедева**, директора по маркетингу компании «ОКИ Системс Рус», положительной тенденцией является значительный, более 15%, рост цветных лазерных устройств: «Для ОКИ, активного игрока именно в сегменте цветной бизнес-печати, такой показатель более чем приятен. При этом следует заметить, что в этом году количество цветных лазерных устройств составляет лишь 6,6% общего объема, а значит, у рынка цветных устройств еще большой потенциал роста. Ведь, к примеру, в таких странах, как Франция и Австрия, цветные устройства занимают до 40%!». Он также сообщил, что в 2013 г. ОКИ снизила показатели по количеству проданных устройств почти на 28%, при этом в деньгах это меньше лишь на 0,5%: «Причины таких показателей очевидны: нам не удалось повторить своих результатов работы в тендерах, достигнутых в довольно успешном для компании 2012 г. Именно тендеры дают большой прирост в штуках и маленький в деньгах».

Дмитрий Купцов, вице-президент OCS Distribution, оценивает объем рынка примерно

в 3,9–4 млн. устройств печати общей стоимостью около 900 млн. долл., падение в 2013 г. составило 5–10%. По его словам, продажи оборудования снизились в OCS Distribution «вместе с рынком», тем не менее он считает прошлый год успешным для компании: «Мы смогли, не потеряв позиций, проделать большую работу по повышению эффективности бизнеса (оборачиваемость складов, прибыльность, оперативность и т. д.)».

Олег Захарченко, руководитель группы «Печатающие устройства и расходные материалы» компании «Марвел-Дистрибуция», отмечает, что 2013 г.

оказался не самым успешным для ИТ-рынка в целом и для рынка устройств печати — в частности: «Последний уменьшился примерно на 5%, однако динамика варьировалась в зависимости от сегмента». «Количественные показатели наших продаж несколько отличались от среднерыночных в лучшую сторону, но все равно не полностью нас удовлетворили, — добавляет он. — Иначе обстоят дела с качеством нашего предложения. В течение года мы корректировали и расширяли наш портфель. Уже сейчас мы готовы предложить нашим партнерам продукцию таких лидеров, как HP, Canon, Lexmark. В ближайших планах увеличение количества вендоров. Таким образом, мы несколько изменили стратегию работы, сфокусировавшись на „строительстве фундамента“ будущих достижений».

По мнению **Леонида Сальникова**, руководителя отдела маркетинга USN Computers, объем российского рынка устройств печати составляет примерно 4,5 млн. штук в год: «В 2013 г. он вырос примерно на 3%, это произошло благодаря повышению цен на устройства и продажам более дорогих, чем в 2012 г., моделей. Поэтому можно с большой долей уверенности сказать, что рынок стоял на месте». Продажи оборудования в USN Computers, по его словам, остались «практически на том же уровне, что и в 2012 г.».

Сергей Данилов, директор компании РОСКО, обращает внимание на бизнес ключевого для дистрибьютора вендора — Epson: «Продажи МФУ по сравнению с 2012 г. остались прежними, поставки струйных принтеров в 2013 г. увеличились на 37%, и это уникальный

результат, идущий вразрез с рыночными тенденциями». Он признает, что РОСКО завершила год с ощутимым падением оборота по сравнению с 2012 г., «т.к. отказалась от нескольких убыточных направлений»: «Из позитивного — в 2013 г. в нашем портфеле остались только направления, приносящие прибыль».

«По сравнению с 2012 г. российский рынок устройств печати не увеличился в штучном выражении и на 2–3% стал меньше в денежном. Совокупная стоимость принтеров, копиров и МФУ составила около 1 млрд. долл., при этом средняя цена аппарата также упала на 2,1% по сравнению с 2012 г.», — считает **Андрей Блинов**, коммерческий директор компании Теко. По его словам, оборот Теко в 2013 г. вырос на 14%. «Тем не менее не все задачи, которые компания перед собой ставила, были достигнуты. В основном это произошло из-за рыночных отклонений, которыми компания занималась во второй половине 2013 г.», — добавляет он.

Сегменты и подсегменты

Рынок устройств печати, состоящий из принтеров и МФУ, можно разбить на множество сегментов и подсегментов — по используемым в них технологиям печати, по ее скорости, по формату и т.п. Какие из этих категорий «чувствовали себя лучше» в непростом 2013 г.?

«Струйных устройств продано почти на 20% меньше как в категории принтеров, так и МФУ, причем в основном за счет снижения спроса на модели нижнего ценового уровня. В лазерном сегменте падение продаж целиком определилось уменьшением спроса на принтеры, в то время как настольных МФУ было продано даже чуть больше, чем годом раньше. В обеих категориях лазерных устройств увеличились поставки цветных моделей, причем в сегменте МФУ темпы роста были двузначными», — сообщают аналитики ITRResearch.

По данным IDC, в общем объеме продаж (3,99 млн. шт.) на лазерную технику пришлось около 2,78 млн. устройств, в том числе 1,59 млн. МФУ. Лазерная технология печати продолжает доминировать, причем в этом сегменте МФУ занимают более половины рынка.

В IDC также отмечают рост интереса к цветной печати.

«Главной тенденцией на общем фоне снижения объемов рынка стал растущий интерес к цветным лазерным устройствам.

Они стали единственным сегментом рынка, где по итогам 2013 г. отмечен рост как в количественном, так и в денежном выражении. По сравнению с 2012 г. поставки данных моделей увеличились на 16,5% в количественном выражении и на 8,2% в денежном — до 182 тыс. устройств на общую сумму 180 млн. долл.», — сообщает Константин Макаренков. При этом, по его словам, максимальный рост продаж показали цветные лазерные МФУ (что полностью совпадает с данными ITRResearch): «Рост этих устройств в процентах был двузначным по отношению к 2012 г. Поставки монохромных лазерных аппаратов, напротив, сократились, а в продажах МФУ наблюдается переход к недорогим устройствам. По струйной технике в целом поставки в штуках сокращаются при росте денежной выручки — это говорит о постепенном смещении предпочтений производителей к продвижению более дорогих устройств и уходе в нишевые сегменты, где во главу поставлено высокое качество цветной печати, которое пока не всегда могут обеспечить лазерные принтеры и МФУ».

Выступая в конце января на конференции компании KYOCERA Document Solutions Russia, Константин Макаренков привел более подробные (но предварительные) данные IDC о том, как изменились объемы продаж в различных сегментах российского рынка устройств печати. Возможно, они слегка отличаются от окончательных, однако хорошо отражают тенденции, наблюдающиеся на рынке. Согласно предварительным данным IDC, поставки лазерных устройств снизились на 3,9% в штуках (до 2,778 млн. шт.) и на 4,4% в деньгах (до 839,57 млн. долл.). При этом продажи лазерных МФУ по сравнению с 2012 г. прибавили 1,8% в штуках, но в деньгах этот сегмент стал меньше на 1%.

Поставки струйных устройств в натуральном выражении сократились на 6,4% (до 1,18 млн. шт.), тогда как в деньгах этот сегмент стал больше на 5,9%, его объем превысил 136,5 млн. долл. Спрос здесь сместился в сторону более дорогих аппаратов.

Монохромной лазерной техники поставлено меньше на 5,1% в штучном выражении (2,506 млн шт.) и на 7,4% — в денежном. При этом сегмент монохромных лазерных принтеров заметно сократился как в штуках (на 11,8%), так и в деньгах (на 13,7%). Сегмент монохромных лазерных МФУ чуть прибавил в штуках (на 0,7%), но в деньгах уменьшился на 4,1%.

Настоящим «оазисом» можно назвать сегмент цветной лазерной техники. В прошлом году по сравнению с 2012 г. он ощутило подрос — на 16,5% в штуках и на 8,2% в деньгах. В основном это обусловлено впечатляющим ростом поставок цветных лазерных МФУ — на 24,4% в штуках и на 13,7% в деньгах. Впрочем, абсолютные показатели пока не столь впечатляют — по предварительным данным IDC, в 2013 г. в нашу страну было поставлено 88,6 тыс. этих устройств на общую сумму 112,35 млн. долл.

Многие из опрошенных игроков также отмечают тенденции, обозначенные аналитиками.

В компании HP утверждают, что «лучше всего себя чувствовали, как и в предыдущем году, монохромные лазерные МФУ». Действительно, этот сегмент, похоже, имеет наибольший «удельный вес» на рынке устройств печати. «В то же время возрос интерес к цветным устройствам в корпоративном сегменте, во многом благодаря появлению новой, более доступной с точки зрения стоимости печати технологии HP PageWide», — добавляет Михаил Сорокин.

Представители компании «Хероx Россия» отмечают, что в прошлом году «развитие разных сегментов российского рынка печатных устройств произошло в русле тенденций последних лет». «Повышение в течение года спроса на цветные устройства связано не только со снижением стоимости цветного отпечатка, но и с более высокой эффективностью цветных документов в коммуникациях, — считает Антон Бородихин. — В свою очередь, увеличение доли МФУ в структуре продаж объясняется ориентацией потребителя на многозадачность и активным внедрением в такие аппараты инновационных технологий, которые позволяют упростить документооборот».

Представители Canon также отмечают, что сегмент цветных

лазерных МФУ показал наибольшие темпы роста. «Постепенно увеличивается интерес российских потребителей к офисным устройствам повышенной производительности и функциональности, которые позволяют значительно сэкономить затраты при больших объемах печати. В целом тенденции российского рынка повторяют общеевропейский вектор развития рынка печати», — добавляет Сергей Кантаржи.

А представители Samsung Electronics называют «наиболее успешным» сегмент монохромных МФУ формата А4. «Это связано с тем, что разница в цене между принтером и МФУ становится все меньше, при этом операционная эффективность и производительность МФУ намного выше. Мы также наблюдаем развитие тренда все большего распространения лазерной печати — струйная остается актуальной в основном для задач фотопечати», — добавляет Юрий Тэн.

Впрочем, представители Epson, поставляющей в Россию только струйную технику, вряд ли с этим согласятся. «Недавно мы представили линейку монохромных струйных устройств, призванную составить конкуренцию монохромным лазерным аппаратам за счет своих уникальных характеристик и рекордно низкой себестоимости печати», — говорит Илья Хохлов.

«Что касается лазерной технологии, то тут тенденции очевидны. Во-первых, спрос устойчиво смещается от принтеров в сторону МФУ, а во-вторых, от монохромных аппаратов — к цветным, — считает Игорь Козаченко (KYOCERA). — И то и другое — вполне логичное развитие рынка печати. При сохранении разумной общей стоимости владения пользователи хотят иметь больше возможностей».

В компании Ricoh Rus отмечают, что «отрицательная динамика была заметна практически во всех сегментах лазерных принтеров, включая цветные». «Эта категория „упала“ примерно на 10% по итогам года, — утверждает Юлия Козырева. — Не очень хорошо шли и продажи черно-белых офисных МФУ формата А3: спрос здесь сократился примерно на 20% по сравнению с 2012 г.». По ее мнению, подкрепленно-му данными аналитиков, рост

наблюдался только в сегменте цветных многофункциональных устройств: «Например, полноцветные МФУ А3 формата „прибавили“ за год около 20%. Очевидно, что тенденция перехода на цветную печать в корпоративном секторе набирает обороты».

Доля МФУ действительно увеличивается, но в основном не за счет роста их продаж, а из-за спада спроса на принтеры. Это подтверждают в компании «Panasonic Россия». «На протяжении многих лет сохраняется тенденция замещения принтеров многофункциональными устройствами. Несмотря на это, продажи МФУ не выросли в 2013 г. по аналогии с предыдущими периодами. По нашим оценкам, продажи в 2013 г. вплотную приблизились к результатам предыдущего года, но не превысили их, причем нужно отметить снижение струйного сегмента по отношению к лазерному», — сообщает Евгений Карпов, руководитель отдела офисной техники компании «Panasonic Россия». Он также отмечает еще одну интересную тенденцию: «Увеличение продаж устройств с функцией дуплекса, что говорит о растущем интересе пользователей к более производительным и экономичным устройствам».

Несмотря на все эти тенденции, некоторые дистрибьюторы отметили рост интереса к недорогой технике печати, что объясняется стагнацией в экономике.

«Как и во время предыдущего кризиса, наблюдалась тенденция «сползания» фокуса спроса вниз, в сторону более дешевых решений (принтеры вместо МФУ, ч/б вместо цвета, меньшая производительность и т. д.)», — утверждает Дмитрий Купцов (OCS Distribution).

Наверное, эта тенденция в основном проявилась во втором полугодии. «С учетом того, что в III и IV кварталах 2013 г. большинство компаний стало снижать издержки, в корпоративном сегменте наиболее востребованными стали лазерные монохромные МФУ, поскольку именно эти модели обладают лучшим соотношением цена/качество», — считает Леонид Сальников (USN Computers).

В компании «Марвел-Дистрибуция» подтверждают эту тенденцию, но лишь отчасти. «Традиционно лучше остальных чувствовали себя два сегмента:

недорогие струйные МФУ и лазерные принтеры и МФУ. Могут отметить интересную тенденцию — конечные потребители теперь предпочитают более дорогие устройства, — говорит Олег Захарченко. — Определяющим фактором все чаще становится наличие Wi-Fi. Кроме того, покупатели стали внимательнее относиться к такому показателю, как стоимость одного отпечатка, и конкуренция здесь обостряется».

По мнению Сергея Данилова (РОСКО), «наилучшее положение дел в сегменте струйных монохромных и цветных МФУ Epson»: «Структура продаж — 60% струйных МФУ и 40% струйных принтеров. Связано это прежде всего с тем, что у „Фабрика печати“ Epson на рынке сейчас нет аналогов, кроме самодельных СНПЧ, а также благодаря становлению рынка монохромных струйных принтеров с новыми технологиями и удешевлением печати».

О «Фабриках печати» вспоминает и Андрей Блинов (Teko): «Традиционно „лучше себя чувствуют“ высокопроизводительные устройства, цветные аппараты и МФУ формата А3. Поставки лазерных монохромных принтеров и МФУ уменьшились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года во всех сегментах за исключением среднего 45–69 стр./мин, показавшего рост, что говорит о повышении активности корпоративного сектора». Вместе с тем он также отмечает и наблюдавшийся всплеск интереса к недорогим струйным аппаратам: «Любопытно, что в III квартале сегмент струйных принтеров устойчиво рос, что компенсировало его падение во II квартале 2013 г. Согласно данным IDC, продажи струйной техники увеличились на 9,9% в штучном выражении по сравнению с III кварталом 2012 г. Рост обеспечил начальный сегмент принтеров по цене 100–199 долл. и струйных МФУ стоимостью 200–299 долл. (последних стало продаваться в восемь раз больше). Напомним, во II квартале сектор сжался почти на 20%. Во многом это внезапное укрепление стабильно падающего рынка обязано усилиям компании Epson, в особенности — набирающей популярность линейки „Фабрика печати“». ■

Полную версию статьи читайте на www.crn.ru