

Исследование российского рынка мониторов за период 2000–2003 года

Дмитрий Сергеевич Долгушев

Сочинский государственный университет, филиал в г. Нижний Новгород, Россия

603132, г. Нижний Новгород, ул. Адм. Макарова, 1А

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: cantygo@rambler.ru

Аннотация. Представленная статья является продолжением исследования по формированию и развитию российского рынка информационных технологий (ИТ). В приведённом ниже материале, автор показывает состояние одного из подсегментов более крупного сегмента рынка ИТ. Речь будет идти о российском рынке мониторов. Данные, представленные в статье, наглядно характеризуют его объём в денежном и натуральном выражении, а также отражают структуру рынка за период 2000-2003 годов.

Ключевые слова: рынок информационных технологий; российский рынок мониторов; размер и структура российского рынка мониторов; производители и дистрибьюторы мониторов на российском рынке.

Введение. Рынок мониторов является подсегментом той части рынка ИТ, который включает в себя рынок персональных компьютеров, серверов, периферийные устройства и др. Поэтому можно сказать, что это один из нескольких подсегментов формирующих более крупный и важный сегмент рынка ИТ. Отдельные результаты исследования автора по формированию и развитию рынка ИТ в России представлены в ранее опубликованных статьях [5, 6, 7].

Материалы и методы. Условно материал статьи можно разделить на две части теоретическую и практическую.

Теоретическая часть статьи основывается на работах и публикациях отечественных авторов и материалах консалтинговых компаний [2, 14, 15, 16, 17, 20].

Практическая часть статьи, как и в целом всё исследование, потребовала использования самых различных методов [9], в том числе таких как:

- **анализ спроса и предложения**, как область экономических исследований, в той части, основной задачей которого является научное прогнозирование материальных потребностей всех хозяйствующих субъектов в информационных технологиях в широком смысле, и в персональных компьютерах, серверах, мониторах и т.д. в более узком смысле.

- **вероятностный подход** к изучению экономических явлений. Это связано с тем, что если даже предположить, что российский рынок ИТ в целом, или его часть в виде рынка мониторов, испытывают общую тенденцию к росту, все же по годам (кварталам) цифры могут весьма существенно колебаться. Поэтому при изучении экономики, прогнозируя будущие тенденции в планах, необходимо предусматривать резервы. Другими словами следует подходить к экономике (рынку) как к вероятностной, а не детерминированной системе, что особенно актуально в условиях капиталистических отношений.

- наряду с многообразием других методов автор, пользовался в своих исследованиях **дескриптивными и нормативными подходами** к изучению рынка ИТ. Используя их совместно, чередуя их, автор рассматривал объект своего исследования с точки зрения дескриптивного подхода «каков он, что он собой представляет», «каким должен быть?» и нормативного или **конструктивного подхода** «как должна действовать эта система и/или как должен функционировать этот рынок».

Обсуждение. Российский рынок мониторов за анализируемый в статье период характеризуется данными приведёнными в таблицах №1 и №2.

В таблице №1 приводятся данные о размере рынка мониторов в 2000-2003 годах в натуральном и денежном выражении.

Таблица 1

Размер российского рынка мониторов за период 2000-2003 гг.

Показатель	2000 г.		2001 г.			2002 г.		2003 г.				
	4 кв.	Итого за год	3 кв.	4 кв.	Итого за год	3 кв.	Итого за год	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Итого за год
Продажи в натуральном выражении (тыс. шт.)	579	1908	631	848	2500	779	3100	986	762	1130	1482	4360
Продажи в денежном выражении (млн. долл.)	137	442	162	224	650	189	783	249	192,5	285,4	374,3	1101,2

В таблице №2 отражена структура рынка по типам и размерам мониторов, а также структура участников и лидеров рынка мониторов в России.

Таблица 2

Структура российского рынка мониторов за период с 2001 по 2003 гг.

	2001 г.		2002 г.		2003 г.			
	4 кв.	Итого за год	3 кв.	Итого за год	1 кв.	2 кв.	3 кв.	Итого за год
Лидер рынка	Samsung	Samsung*	Samsung	Samsung	Samsung	Samsung	Samsung	Samsung
Ведущие участники рынка	LG, Samsung, CTX	LG, Samsung, ViewSonic	LG, Samsung, NEC	LG, Samsung, Rover Scan**	LG, Samsung, NEC	LG, Samsung, NEC	LG, Samsung, NEC	LG, Samsung, NEC – Mitsubishi, Rover Scan, Philips***
14" CRT-мониторы	-	0,6 %	-	-	-	-	-	-
15" CRT-мониторы	43 %	50,2 %	22 %	26,5 %	-	10 %	6 %	7 %
17" CRT-мониторы	-	41,1 %	-	57 %	-	-	-	40,5 %
19" CRT-мониторы и больше	-	3,6 %	-	2,5 %	-	-	-	-
LCD-мониторы	7 %	4,5 %	-	14 %	24 %	-	Более 30 %	30 %

* - на Samsung пришлось 60 % всех продаж произведённых первой тройкой в 2001 году.

** - RoverScan, российский бренд. Однако если учитывать продажи всей компании NMDE (NEC и Mitsubishi), то она отесняет российскую марку на четвёртое место.

*** - в 4 кв. 2003 года компания Philips показала большой рост на рынке мониторов, что позволило ей войти в тройку лидеров в том же квартале.

Выше указанные данные отражают величину исследуемого рынка и его структуру. Состояние рынка напрямую связано с одной стороны с потребностями всех хозяйствующих субъектов в данном товаре, а с другой стороны с работой производителей мониторов и продавцов в лице российских дистрибьюторских компаний. Анализируя работу последних, был сделан вывод, что каждая компания имеет в своём арсенале эксклюзивное предложение того или иного иностранного производителя мониторов.

Например, компания «Марвел», заключила в 2002 году дистрибьюторское соглашение с компанией SAMPO Technology (Тайвань, оборот за 2002г. – 2 млрд. долл.). Отсутствие абсолютных данных о сотрудничестве между производителем и дистрибьютером, несколько проясняется наличием относительных данных. Так доля продукции SAMPO в 2002 году

достигла 10-15 % от общего объёма поставленных «Марвелом» LCD (liquidcrystal display)-мониторов (из них 86,04 % - 15", 13,44 % - 17", 0,52 % - 19" мониторы) [8, 10].

В 2002 году из 100 LCD-мониторов, изготовленных SAMPO как по OEM (originalequipment manufacturer) – соглашениям, так и под собственной торговой маркой, 65 приходилось на 15" и 35 на 17"-мониторы. В 1 кв. 2003 года распределение было следующим: доля 17"-мониторов достигла 75 %, 15"-мониторов 20 % и 19"-мониторов 5 % [8].

Мониторы SAMPO продавали 178 компаний из 54 городов России [8]. При этом 92,86 % от общего объёма продаж в 2002г. составили пять городов: Санкт-Петербург (43,15 %), Новосибирск (8,46 %), Москва (7,08 %), Екатеринбург (4,7 %), Краснодар (4,28 %).

Дистрибьюторская компания RSI в конце 2001 года вывела на рынок мониторы под торговой маркой GreenWood, принадлежащую тайваньской фирме LiChingTechnology [12].

В 2002 году было продано 57 865 шт. мониторов данной марки (при этом 81 %, это CRT-мониторы, и 19 %, это LCD-мониторы) [12]. Все мониторы GreenWood (это 7 моделей CRT (cathoderaytube)-мониторов, и 11 LCD-мониторов) к конечным пользователям поступают исключительно через партнёрскую сеть, насчитывающую 42 авторизованных дилера, 10 из которых располагаются в Москве, а 32 в регионах. География продаж по округам в 2002 году выглядела следующим образом: Сибирский округ – 15 %, Приволжский округ – 13 %, Центральный (без г.Москвы) – 9 %, Южный – 8 %, Уральский – 6 %, Северо-Западный – 3 %, Дальневосточный - 2 %, на г.Москву приходилось 44 %.

В 1 квартале 2003 года в России было продано 15 тыс. мониторов GreenWood (в 1 квартале 2002г. – 11 701 шт.). Планы поставленные на 2003 год заключались в достижении объёма продаж на уровне 75 000 шт.

В декабре 2001 года в Москве состоялся первый съезд российских партнёров корейской компании HyundaiImageQuest [19]. В настоящее время 4 завода компаний HyundaiImageQuest способны производить до 4,2 млн. мониторов год. При этом мощности корейского завода составляют 1,8 млн. изделий в год, китайского – 1,2 млн. изделий, европейского и американского по 600 тыс. изделий в год.

По данным компании HyundaiImageQuest цены на LCD-панели, в 2001г. упали более чем в два раза, а спрос на LCD-мониторы в мире вырос в пять раз.

Рост продаж мониторов компании HyundaiImageQuest в России выглядит следующим образом: 1999 г. – 13,5 тыс. шт., 2000 г. – 32 тыс. шт., 2001 г. – 50 тыс. шт., 2002 г. (план) – 100 тыс. шт.

Московское представительство компании Acer сообщило, что в 2002 году оборот составил 15,2 млн. евро, что на 41,5 % больше чем в 2001 году (10,74 млн. евро). При этом доля LCD-мониторов в общем обороте компании составила в 2002г. 37,6 % или 5,7 млн. евро [18].

В 2003 году поставки LCD-мониторов Acer увеличились, по сравнению с 2002 годом, более чем в два раза. Наибольший объём поставок (48 %) пришёлся на мониторы экономной линии. Доля моделей бизнес - сегмента составила (33 %), на модели престижной линии пришлось (19 %). Доля 15" моделей в общем объёме поставок составила 52 %, 17"-моделей 40 %, 19"-моделей 8 %.

В общей структуре оборота компании Acer в 1 кв. 2003г. доля мониторов составляла 22 % (в 1 кв. 2002г. – 12 %). Продажи мониторов за этот же период выросли почти на 85 %, по сравнению с 1 кв. 2002 г.

Выводы. Обобщая приведённые данные о состоянии российского рынка мониторов в 2000-2003 годах можно сделать следующие выводы.

1. За указанный период объём рынка мониторов в России увеличился как в натуральном, так и в денежном выражении. В 2000 году продажи в натуральном выражении составили 1908 тыс. шт., в 2003 году 4360 тыс. шт. (рост составил 228,5 % или 2,28 раза). Продажи мониторов в денежном выражении в 2000 году составили 442 млн. долл., в 2003 году 1101,2 млн. долл. (рост составил 249,14 % или 2,49 раза).

Сравнивая среднее значение цены товара по годам, можно отметить следующее: в 2000 году средняя цена составляла 231,65 долл., в 2003 году 252,56 долл. На основе средней цены можно отметить, что наряду с ростом объёма продаж в натуральном выражении, увеличивались и цены на мониторы. Это в частности можно объяснить тем, что в структуре продаж постепенно увеличивалась доля LCD-мониторов и сокращалась доля CRT-мониторов. Так как LCD-мониторы в анализируемый период были «новинкой» рынка, то соответственно и цены на них были выше, чем на CRT-мониторы. Кроме того факта, что

цены на мониторы в 2003 году были выше, чем в 2000 году за счёт появления новых моделей продукта, важно учитывать влияние и других факторов таких как инфляция, изменение курсов валют, транспортные расходы, таможенные тарифы. При этом самым главным является то, что данный продукт на отечественном рынке, это импортный товар, поставки которого полностью контролируются иностранными фирмами-производителями, в соответствии с интересами их стратегий, что имеет наиважнейшее влияние на формирование цены.

2. Материал таблицы №2 наглядно демонстрирует, что все модели мониторов представлены иностранными производителями. Этот рынок полностью контролируют компании из Южной Кореи и Японии, США и Нидерландов. На российском рынке действует всего один отечественный производитель выпускающий мониторы под маркой RoverScan.

3. Следующий вывод, касается не только данного подсегмента рынка ИТ, но и всех других подсегментов и сегментов этого рынка. Он заключается в том, что для формирования и развития российского рынка ИТ требуется налаживание работы всего отечественного машиностроительного комплекса, его отрасли приборостроения и многих подотраслей включая производство средств вычислительной техники, производство приборов отображения информации и другие. Отсутствие реальных мер, направленных на выполнение такой работы, не позволит отечественным предприятиям избавиться от монопольного влияния иностранных компаний в области разработки и последующей реализации наукоёмких и передовых продуктов на внутреннем рынке.

Примечания:

1. Бизнес RSI стал более устойчивым, Владимир Митин // PCWEEK/RE, № 7, 4-10 марта, 2003.
2. Будущее России на мировом ИТ – рынке, Андрей Колесов // PCWEEK/RE № 19, 28 мая, 2002.
3. Восточный экспресс, Алексей Максимов // PCWEEK/RE № 5, 2004.
4. Восточный экспресс, Алексей Максимов // PCWEEK/RE № 9, 2004.
5. Долгушев Д.С. Анализ состояния и развития рынка серверов в начале XXI-века // Экономика и предпринимательство, 2013. №11 с.503-507, 1006.
6. Долгушев Д.С. Оценка состояния рынка персональных компьютеров в регионе – Восточная Европа, Средняя Азия, Африка за 2000-2002 года // Экономика и предпринимательство. 2013. №12. ч.1. с. 187-195, 891.
7. Долгушев Д.С. Российский вариант формирования и развития рынка информационных технологий // Экономика и предпринимательство, 2013. №8 с.636-639, 691.
8. ЖК-мониторы SAMPO. Год в России, Владимир Митин // PCWEEK/RE, № 18, 2003.
9. Лопатников Л. Популярный экономико-математический словарь. М., «Знание», 1979, 192с.
10. «Марвел» пригласил в Бразилию, Владимир Митин // PCWEEK/RE, №5, 18 февраля, 2003.
11. Методические указания к разработке государственных планов развития народного хозяйства СССР. М., «Экономика», 1974. 791 с. (Госплан СССР.)
12. Мониторы GreenWood: год на рынке, Владимир Митин // PCWEEK/RE, №14, 22 апреля, 2003.
13. Национальная конкуренция требует инвестиций, Алексей Максимов // PCWEEK/RE № 32, 2 сентября, 2003.
14. Российский ИТ рынок в 2003 году // PCWEEK/RE, № 10, 23 марта, 2004.
15. Рынок информационных технологий в 2000-2002 годах (цифры, тенденции, анализ), Александр Прохоров, Николай Прохоров, с. 8-22. // Компьютер Пресс № 1, январь 2002.
16. Рынок информационных технологий в 2002-2003 годах (цифры, тенденции, прогнозы), Светлана Шляхтина, Александр Прохоров, с. 8-15. // Компьютер Пресс № 1, январь 2003.
17. Смотри инфокоммуникаций России, Пётр Чачин // PCWEEK/RE № 35, 23 сентября, 2003.
18. Асег довольна итогами реструктуризации, Владимир Митин // PCWEEK/RE, №14, 22 апреля, 2003.
19. HyundaiImageQuest делает ставку на тонкие клиенты, Владимир Митин // PCWEEK/RE, №1, 15 января, 2002.
20. IDC: а рынок всё растёт, Алексей Максимов // PCWEEK/RE, № 25, 8 июля, 2003.

UDC 339.1:004.382.7(470+571)

Researching the Russian Monitor Market between 2000 and 2003

Dmitry S. Dolgushev

Sochi State University, branch in Nizhny Novgorod, Russian Federation

603132, Nizhny Novgorod, Adm. Makarova St., 1A

PhD, Assistant Professor

E-mail: cantygo@rambler.ru

Abstract. The present article is the continuation of research on the creation and the development of the Russian IT market. The author will review the state of one of the sub-segments in the larger IT market and will focus on the Russian monitor market. The information presented in the article clearly showcases the market's volume in cash and in kind while also expressing the structure of the market for the period between 2000 and 2003.

Keywords: IT market, Russian monitor market, size and structure of the Russian monitor market, monitor producers and distributors on the Russian market.