



Владимир СКЛЯР, Евгений ПОЛИЩУК

СКС-2009 — не в деньгах счастье

Прошедший год, по мнению большинства участников рынка СКС, был далеко не самым лучшим. По результатам опроса, проведенного аналитической группой журнала «Сети и Бизнес», рынок СКС упал до уровня 2005 года и составил \$25,68 млн., снизившись на 51,9% по сравнению с 2008 годом.



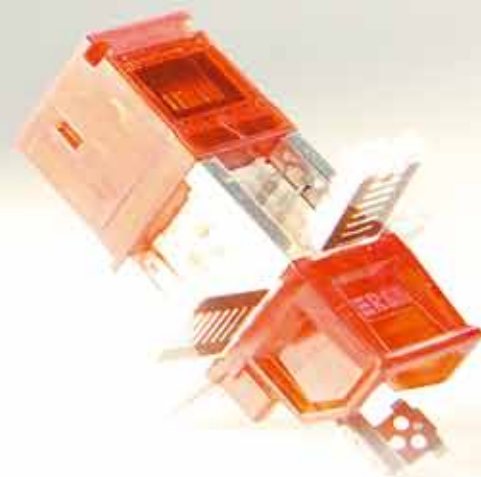
около 97% опрошенных инсталляторов в рамках ежегодного анкетирования, проводимого журналом «Сети и Бизнес», подтвердили, что прошедший год для сегмента СКС был неудачным. Падение уровня продаж для различных торговых марок составило от 30% до 80%. Истинное положение вещей установить очень непросто, поскольку вряд ли кто в этом напрямую заинтересован. Доходы производителей и дистрибьюторов снизились, компании-инсталляторы пребывают также не в лучшей форме. По некоторой информации, многие крупные инсталляторы еще в начале 2009 года провели

серии увольнений, прежде всего — монтажников СКС.

Чтобы нарисовать обобщенную картину украинского рынка СКС 2009 года, аналитическая группа редакции использовала традиционное анкетирование отечественных компаний-инсталляторов, перечень которых регулярно обновляется. На сегодняшний день в нашей базе зафиксирована 401 компания.

Однако далеко не все компании, специалисты которых прошли обучение и получили сертификат, занимаются инсталляцией СКС. В прошедшем году многие из них свернули свою деятельность в сегменте СКС, некоторые не стали демонстрировать свои результаты, ссылаясь на отсутствие реальных достижений.

Мы благодарны компаниям, откликнувшимся на нашу просьбу. И относимся с пониманием к тем, кто по разным причинам не смог этого сделать. В **табл. 1** представлена разбивка участников опроса на группы в зависимости от их реакции на анкету. Из всего списка потенциальных респондентов анкеты заполнили 73 участника (их перечень представлен в начале статьи). Остальные прореагировали



Swiss plus Swiss

Synergia SE

Ексклюзивний дистрибутор R&M рішень в Україні

Бул. Дружби Народів, 38, оф. 817, Київ, 01014

Тел.: +38 (044) 201 19 00

Факс: +38 (044) 521 62 82,

info@synergia.ua

www.synergia.ua

Synergia
advanced cabling spectrum



R&M

Convincing cabling solutions

Компании, принявшие участие в анкетировании

Киев IT-Solutions S&T Ukraine Альтинет АПТ Днепр Вест-системы Диавест+ Дирекс-Телеком Еллиском Зеон Интегрированные Информационные Системы ИНВЭКС Телеком Инком Интеллектуальные системы ИТЕКС КОТС Лан-Инжиниринг Ланит – Iv Кабельные системы Премьер Матриком Нетбокс Нетворк-Сервис Парис-сети Премиум-Системс РКИ-Консалтинг	САЛД ЛТД Світ Кабельних Систем Сетевой стандарт Ситроникс СКС Лайнс Софт Нет Сервис ТриА-нет УЛИС Системс	Кривой Рог АВ-Консалтинг	Фрейм Инжиниринг
	Винница Лиана	Луганск Информационные системы	Полтава NextStep
	Днепропетровск Декарт ДНЕПР-Техноцентр РИМ 2000 РИМ ЛАН Си-Интегра Сити-холдинг инсталлятор	Луцк Сталкер ИТК Струнец В.М.	Ровно Реноме-Смарт
	Донецк АМИ Синтал	Львов Нео-сервис Ритек Техника для бизнеса	Северодонецк Бест Вей
	Запорожье Микроком Сич Рома Лтд Союз-D	Мариуполь ПК-Сервис	Симферополь Деккер Ай-Ти
		Николаев АДМ Ай Ти Мак-Версия Меркури плюс Парус-Единение	Ужгород Колега
		Одесса Микродата Одител	Харьков Верна Wescom СМИТ.Компьютеры и сети Спецвузавтоматика
			Херсон Интерком
			Черновцы Юнитрейд Про

различным образом: 116 компаний отказались участвовать в опросе; 19 пообещали прислать анкеты, но что-то им помешало это сделать; 85 получили анкеты и «залегли на дно»; 81 компанию отыскать не удалось (из-за устаревших контактных данных).

Табл. 1. Результаты анкетирования участников украинского рынка СКС 2009 года (из списка сертифицированных инсталляторов)

Результаты переговоров с участниками анкетирования	Кол-во компаний
Заполнили и прислали анкету	73
Отказались заполнять анкету	115
Обещали, но не прислали	19
Сказали «мы посмотрим» и «залегли на дно»	85
Устаревшие данные по контактам	81
Другие	28
Всего компаний, приглашенных к участию в опросе	401

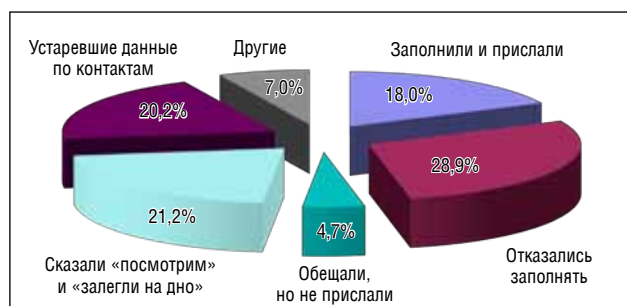


Рис. 1. Распределение компаний в соответствии с их реакцией на предложение принять участие в опросе

На рис. 1 приведено распределение компаний в соответствии с их реакцией на предложение принять участие в опросе.

Достаточно большая группа компаний отказались участвовать в анкетировании. Мы проанализировали их устные и письменные ответы (табл. 2). Оказалось, что 15 компаний не реализовывали подобные проекты в минувшем году, 21 компания не решились показывать свои результаты, еще 21 — перепрофилировалась в другие сегменты или сместила акценты, и в настоящее время СКС их не интересует.

И хотя 14 компаний сослались на отсутствие времени, а еще 17 — на другие важные причины, тем не менее даже прямой отказ (в духе профессора Преображенского) нас также ничуть не смущал. Редакционный приз среди «отказников» как самый оригинальный мог бы получить ответ: «А что такое СКС?»

Цифры не могут пугать

2009 год был непростым для всех субъектов украинского ИТ-рынка в целом. По мнению участников опроса, падение объемов рынка СКС по сравнению с 2008 годом составило 53,5%. А в результате сравнения данных по инсталлированным портам среди компаний, принявших участие сразу в двух смежных опросах, объем рынка СКС 2009 года, вероятнее все-

го, составляет около \$25,68 млн. (что на 51,9% меньше по сравнению с 2008 годом).

Объем украинского рынка СКС 2009 года составляет \$25,7 млн.

Таковы цифры, но даже они кажутся несколько завышенными, поскольку снижение оборотов многих ведущих брендов превысило 50%. С другой стороны, показатели компаний, работающих с торговыми марками СКС, на которые привыкли ориентироваться представительства и дочерние структуры зарубежных компаний (американских и европейских), в этом году упали не столь сильно, а порой даже выросли. По крайней мере, в ходе бесед с некоторыми партнерами мировых брендов были выявлены два производителя, зафиксировавших в 2009 году прирост своих оборотов по сравнению с 2008-м. Учтем еще появление и активное продвижение СКС IvyNET, которая также отняла, пусть и небольшую, но все же часть рынка у ведущих брендов.

Поэтому нельзя сказать, что падение рынка более чем на 50% равномерно коснулось всех торговых марок СКС. На самом деле кто-то пострадал больше, кто-то меньше. Единственное, в чем нет сомнений, так это в том, что кризис ударил по большинству инсталляторов, многие из которых либо ушли с рынка СКС либо пытаются перепрофилировать свою деятельность.

Обучение и партнеры

Популярность и распространенность торговой марки СКС зависит от множества факторов. Немаловажным свидетельством роста активности бренда на рынке является количество обученных специалистов по этой кабельной системе. Известно, что компании-инсталляторы проходят обучение, чтобы получить статус партнера, позволяющий иметь ощутимые

Табл. 2. Распределение компаний, отказавшихся принять участие в анкетировании

Причина отказа	Кол-во
В 2009 году не было проектов по СКС	15
Проектов почти нет, показывать нечего	21
В настоящее время СКС не занимаемся, более актуальны другие темы	21
Совершенно нет времени на заполнение анкеты, очень заняты	14
Сейчас не можем заполнить анкету (командировка, отсутствует ответственный, переезд, проверки, пр.)	17

скидки при покупке компонентов СКС и возможность предоставлять системную гарантию от производителя.

Количество обученных специалистов — это важнейший критерий, по которому можно оценить распространенность бренда в рамках страны, в данном случае — Украины.

Вот так выглядит структура распределения обученных спе-

циалистов по различным торговым маркам СКС (рис. 2) по состоянию на 1 января 2010 года. Данные получены в результате обработки анкет 73 участников опроса, которые в совокупности заявили о наличии у них свыше 850 сертификатов.

Каждый пятый диплом, имеющийся на руках у украинских инсталляторов, принадлежит СКС торговой марки R&M. Это самый

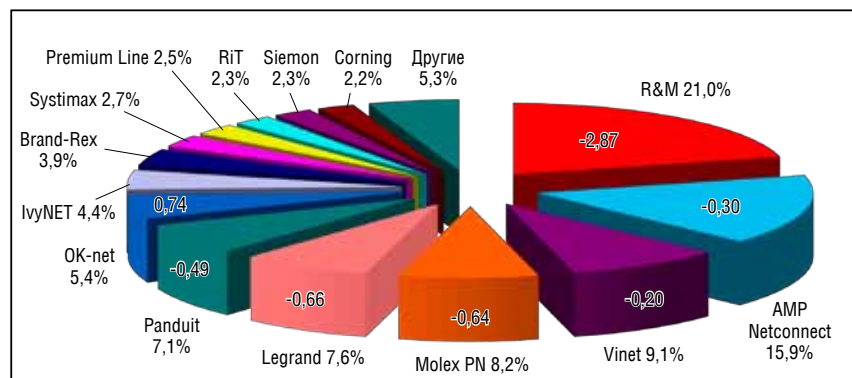


Рис. 2. Распределение обученных специалистов по различным торговым маркам СКС на украинском рынке

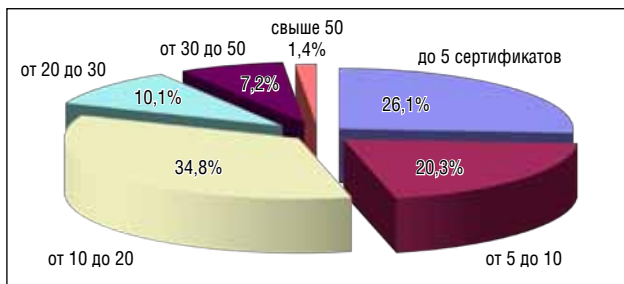


Рис. 3. Структура распределения компаний по количеству сертификатов SKC

высокий результат на украинском рынке (21,0%), хотя годом ранее данный показатель был на 2,87% выше. Второе место традиционно за AMP Netconnect — ее доля составляет 15,9%. Третье место по числу дипломов занимает Vinet (9,1%). Далее идут Molex PN (8,2%), Legrand (7,6%) и Panduit (7,1%).

9-е место по числу дипломов занимает торговая марка SKC IvyNET (4,4%). Эта кабельная система появилась на рынке в конце 2008 года благодаря усилиям компании «Альянс Текнолоджиз» и за год успела потеснить многие системы второго эшелона.

Известно, что многие компании-инсталляторы

Объем украинского рынка SKC 2009 года упал до уровня 2005-го.

владеют солидным набором сертификатов (исчисляемых иногда многими десятками). Как правило, они сосредоточены у одного-двух ведущих специалистов, но характеризуют компетенцию компании в целом. При ближайшем рассмотрении в нашем исследовании оказалось, что на каждую компанию, принявшую участие в опросе, в среднем приходится по 13,5 диплома.

При этом до 5 сертификатов имеют 26,5% начинающих компаний рынка SKC (рис. 3), от 5 до 10 сертификатов — 20,6% опытных фирм. Самая многочисленная группа зрелых компаний (35,3%) обладают 10–20 сертификатами. От 20 до 30 сертификатов — у 10,3% компаний-экспертов. Далее идет группа компаний (5,9%), обладающих от 30 до 50 сертификатов. А вот свыше 50(!) сертификатов на руках — всего у 1,5% инсталляторов.

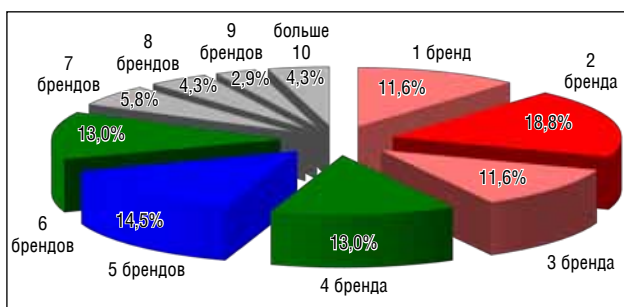


Рис. 4. Распределение компаний-инсталляторов в зависимости от количества имеющихся у них сертификатов различных торговых марок SKC

Нередко бывает так, что инсталлятор проводит обучение сразу всех своих сотрудников по какому-то одному бренду. В результате появлялось большое число обученных специалистов по одной SKC. Но опытные инсталляторы стараются иметь в штате специалистов сразу по нескольким торговым маркам, чтобы предлагать заказчикам различные решения. На рис. 4 представлено распределение компаний-инсталляторов в зависимости от количества имеющихся у них сертификатов по различным брендам.

Из последней диаграммы видно, что только с одной торговой маркой SKC предпочитают иметь дело всего 11,6% компаний-инсталляторов. В 18,8% случаев у компаний-инсталляторов имеются в наличии специалисты хотя бы по двум SKC. Чем опытнее инсталлятор, тем большим количеством сертификатов от различных торговых марок SKC он «обрастает». Хотя это и не означает, что инсталляторы отдадут равное предпочтение всем брендам в ходе реализации проектов.

С тремя брендами SKC работают 11,6% компаний-инсталляторов. С четырьмя и шестью — 13,0% компаний, с пятью торговыми марками SKC предпочитают иметь дело 14,5% участников рынка. Более шести брендов — у 16,2% украинских компаний-инсталляторов.

Проанализировав анкеты, мы получили данные и о том, обученные специалисты каких торговых марок SKC присутствуют в штате украинских компаний-инсталляторов (рис. 5). Получился своеобразный рейтинг популярности. По вертикальной оси отложена доля компаний (%), имеющих специалистов по различным кабельным системам.

Первое место в рейтинге принадлежит компании R&M, сертифицированных специалистов которой можно встретить у 63,8% компаний-инсталляторов. На втором месте по популярности бренда — AMP Netconnect (его показатель ниже всего на 1,5%). Далее в порядке снижения идут кабельные системы Molex PN, Vinet, Panduit, Legrand и др.

Удивительно, но следование брендов друг за другом на этом графике в точности соответствует результатам исследования рынка за 2008 год. Это означает, что ситуация в сфере обучения достаточно инерционна. Исключением является SKC торговой марки IvyNET, ранее отсутствовавшей в рейтинге. Сейчас она занимает позицию между OK-net и Corninig с рейтингом в 18,9%.

В целом же в этом году рейтинги первой четверки лидеров несколько снизились по сравнению с предыдущим исследовательским периодом: R&M — на 6,2 пункта, AMP Netconnect — на 5,6 пункта, Molex PN — на 1,5 пункта, Vinet — на 4,1 пункта. Рейтинги остальных торговых марок, не имея столь высоких показателей, существенных изменений не претерпели.

Портрет участников опроса

В результате анкетирования аналитическая группа журнала «Сети и Бизнес» обработала 73 анкеты, заполненные украинскими компаниями-инсталляторами.

Согласно этим данным, в 2009 году участниками опроса было инсталлировано в среднем по 21,7 проекта из расчета на одну компанию. При этом было установлено примерно по 1870 портов на каждого инсталлятора, или по 86,5 порта из расчета на один проект.

Из всех реализованных проектов 90,4% были построены на основе компонентов категории 5е (рис. 6), 6,7% — на компонентах кат. 6 и выше и 2,9% — комбинированные решения.

Что же касается экранированных и неэкранированных решений (рис. 7), то по-прежнему доминируют неэкранированные системы (69,7%). Экранированные СКС занимают 24,9%. С применением волоконно-оптических компонентов было выполнено 20% проектов СКС.

При этом компании, принявшие участие в анкетировании, сертифицировали всего 22,6% построенных СКС.

Проектная активность участников опроса в принципе стандартна — большинство респондентов (67,6%) построили в 2009 году до 20 СКС (рис. 8). По результатам предыдущего исследования этот показатель составил 42,2%, что говорит о реальном снижении загрузки компаний-инсталляторов и общем снижении количества проектов на рынке. А вот доля компаний, построивших за год от 20 до 40 проектов, не изменилась и составила 20,6% (в 2008 году этот показатель равнялся 20,0%). В пределах от 40 до 60 проектов наблюдается резкое падение — с 11,1% в 2008 году до 4,4% в 2009-м. По мере роста количества проектов картина остается прежней — значительное сниже-

ние числа компаний, выполнявших большое количество проектов. Так, в 2008 году свыше 160 проектов за год реализовали 11,1% компаний-инсталляторов. В 2009-м таких компаний всего 3%.

Если же посмотреть на количество портов, установленных

компаниями-инсталляторами (рис. 9), то можно увидеть, что в 2009 году 54,4% компаний установили до 1000 портов, что более чем в два раза превышает аналогичный показатель 2008 года (25,4%). Весомая доля компаний (17,6%), инсталлировавших в 2009

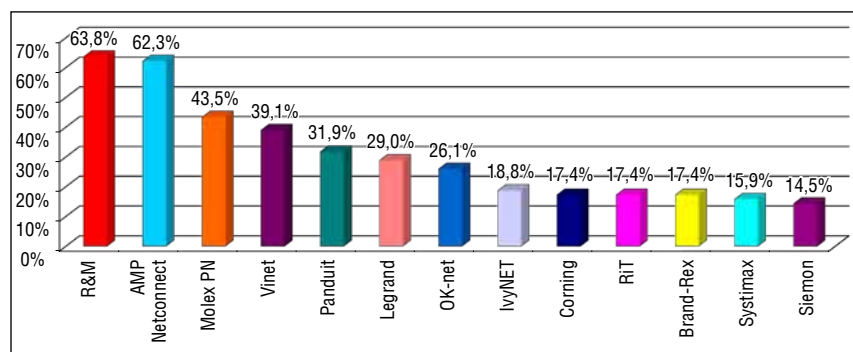


Рис. 5. Рейтинг популярности сертификатов различных производителей среди компаний инсталляторов

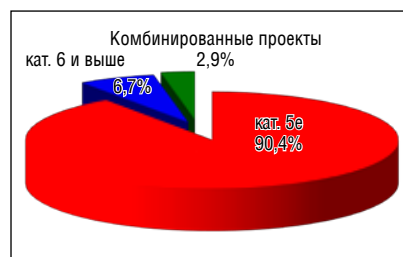


Рис. 6. Распределение количества реализованных проектов по категориям использованных компонентов на украинском рынке СКС



Рис. 7. Распределение количества экранированных и неэкранированных проектов на украинском рынке СКС

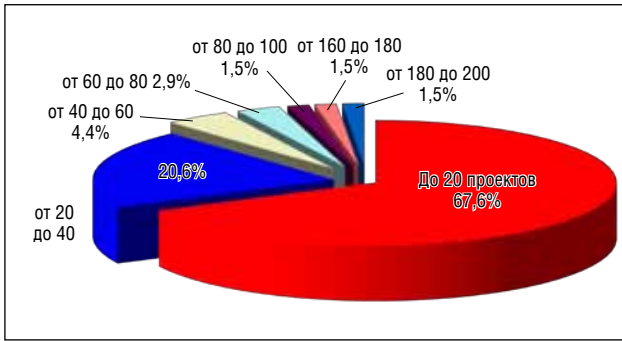


Рис. 8. Распределение долей компаний-инсталляторов по количеству реализованных ими проектов в 2009 году

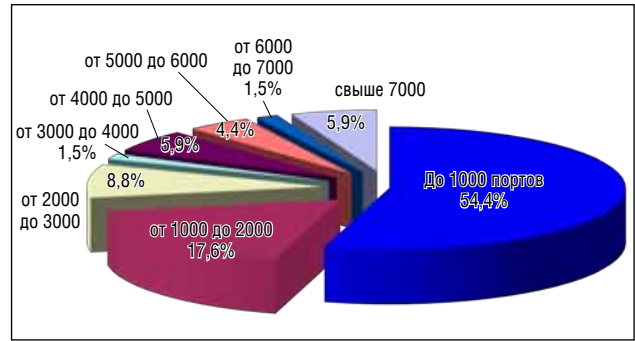


Рис. 9. Распределение долей компаний-инсталляторов по количеству инсталлированных ими портов

году от 1000 до 2000 портов (хотя в 2008 году таких компаний было 22%).

В целом же за счет роста в 2009 году сегмента «До 1000 портов» круговой диаграммы остальные доли естественным образом должны сократиться. Например, доля компаний, инсталлировавших в 2009 году свыше 7000 портов, со-

ставляет 5,9%. В 2008-м этот же показатель достигал 20,4%. Это еще раз подтверждает падение активности рынка СКС.

В каких же потребительских сегментах рынка выполнялись проекты? Ответ можно найти на рис. 10, где представлена структура потребления в сегменте СКС. По сравнению с результатами

2008 года следует отметить существенный рост потребления в коммерческом сегменте (с 25,3% до 32,2%), небольшой подъем доли промышленных предприятий (с 9,7% до 10,8%) и предприятий торговли (с 6,5% до 9,2%). С другой стороны, значительно снизилось потребление в банковской сфере (с 23,0% до 13,4%), небольшой спад потребления наблюдался и среди государственных учреждений (с 16,2% до 14,4%).

С точки зрения потребительских сегментов 2009 год можно считать годом подъема коммерческой сферы и годом падения банковской.

Более расширенный анализ ответов респондентов позволяет выстроить рейтинг отраслей, в которых компании реализовывали свои проекты (рис. 11).

Коммерческие структуры, как и следовало ожидать, имеют наивысший рейтинг (81,8%). Примерно на одном уровне рейтинг государственных учреждений и банковского сектора (59,1% и 57,6% соответственно). Незначительно отстают друг от друга рейтинги предприятий торговли (45,5%), промышленных предприятий (42,4%) и сервисных компаний (39,4), куда входят гостиницы, рестораны, туристические и страховые организации.

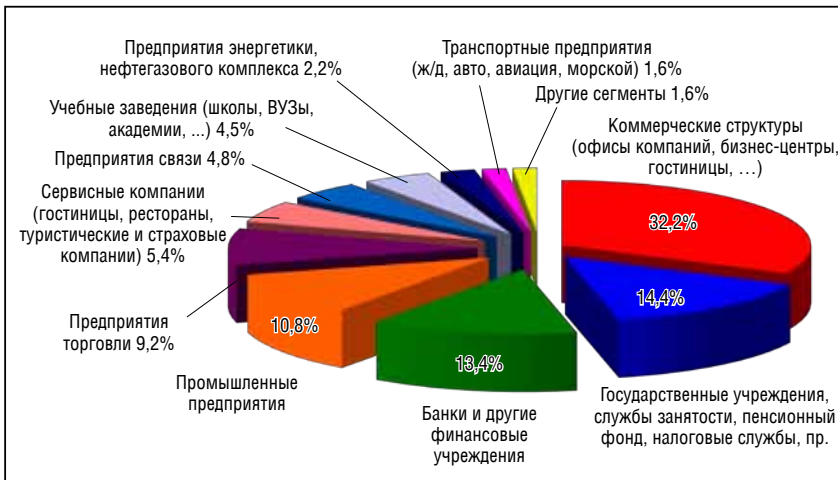


Рис. 10. Структура потребления в сегменте СКС

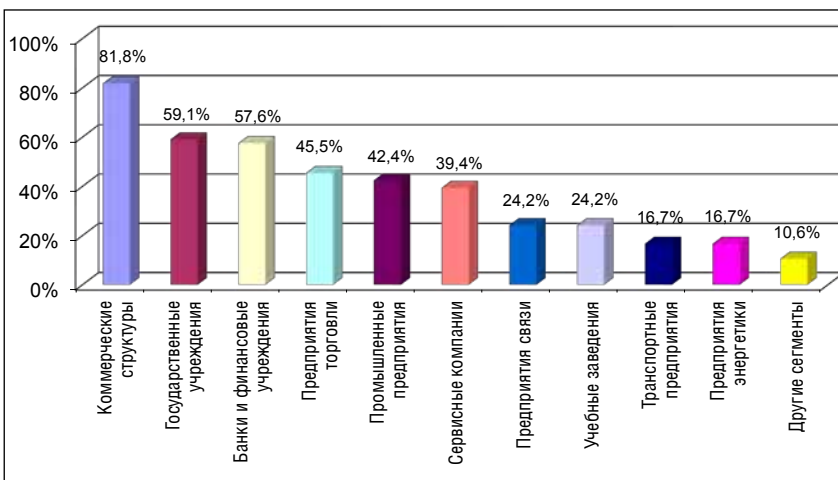


Рис. 11. Рейтинг отраслей, в которых компании-инсталляторы в 2009 году реализовывали проекты СКС

Рынок и торговые марки СКС

Уже не первый год аналитическая группа журнала апробирует различные методики анализа рын-

ка в части изучения уровня присутствия на нем различных торговых марок СКС. В одних случаях рассматривались и сравнивались объемы ввозимых компонентов от различных производителей. В других — предпринимались попытки комплексного подхода, объединявшие данные от производителей, дистрибьюторов и инсталляторов.

Опыт показал, что изучать объемы завезенных на рынок компонентов СКС — дело неблагодарное. Ведь, к примеру, значительная часть кабеля уходит в систему розничной продажи — на рынки и в супермаркеты. Кроме того, в связи с активизацией рынка домашних сетей, а также сетей доступа на медных витых парах выросло количество компонентов, поставляемых владельцам этих сетей в обход инсталляторов. Что

уж говорить об операторах связи, непрерывно расширяющих свои сети, прокладывающих оптические решения. Во всех этих случаях компоненты чаще всего уходят непосредственно к заказчику в виде бухт кабелей, коробок с модулями и панелями. Производители и дистрибьюторы в этих случаях отчитываются о выполненной работе (объемы поставок растут), а инсталляторы СКС смотрят на все это со скучающим видом — они ведь в данном процессе не задействованы.

В нынешнем исследовании мы решили учитывать только работы, выполненные **инсталляторами**. А следовательно, анализировать структуру **инсталляционного рынка**. В результате мы получим распределение проинсталлированных портов, а не поставленных производителями на рынок.

На **рис. 12** представлено распределение **количества проектов**, выполненных на компонентах кат. 5е различных торговых марок СКС.

Первое место по количеству проектов на компонентах кат. 5е заняла **AMP Netconnect** с долей рынка 23,5%. Вторая ступенька за так называемой сборной солянкой (20,8%) — проектами, построенными из «безымянных» компонентов или смеси из наборов компонентов, оказавшихся под рукой. Подобные решения — зачастую вынужденный шаг, на который идут инсталляторы, чтобы снизить стоимость решения. Третье место по количеству проектов, реализованных участниками опроса на компонентах кат. 5е, занимает R&M (14,8%). На четвертом месте — Molex PN (13,2%). Закрывает первую пятерку лидеров OK-net с долей 10,1%.

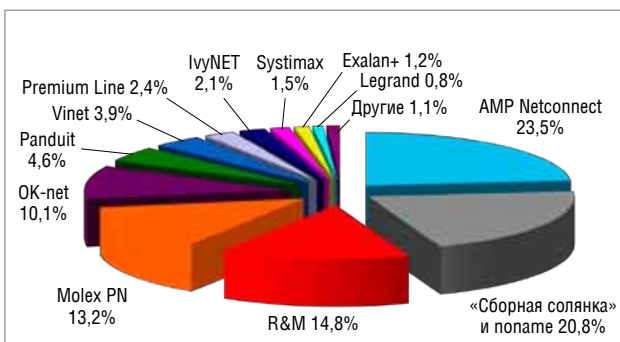


Рис. 12. Распределение количества проектов СКС на компонентах кат. 5е различных торговых марок СКС

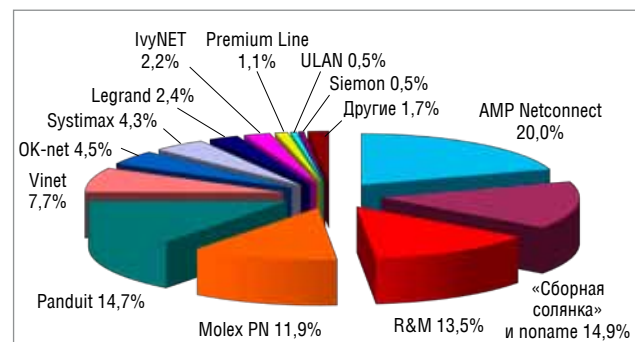


Рис. 13. Распределение количества портов СКС на компонентах кат. 5е различных торговых марок СКС

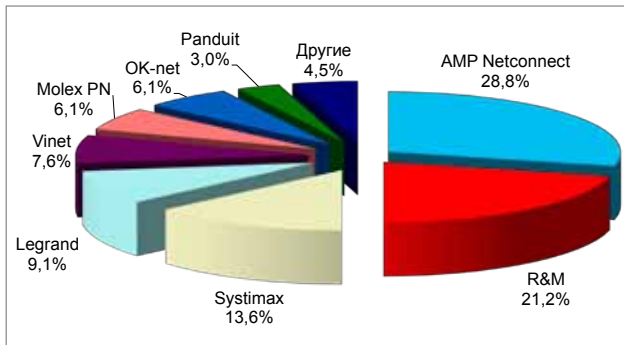


Рис. 14. Распределение количества проектов СКС на компонентах кат. 6 и выше различных торговых марок СКС

Можно было бы предположить, что распределение количества **инсталлированных портов** СКС между производителями будет соответствовать аналогичным распределениям по количеству проектов. Тем не менее диаграмма (**рис. 13**) распределения по портам демонстрирует, прежде всего, что доля «сборной солянки» несколько ниже, чем доля проектов на этом «бренде». Это говорит о том, что на сборной солянке строились небольшие проекты, число которых оказалось довольно большим, хотя портов там мало. Кроме того, отметим высокую долю Panduit по количеству портов (14,7%). Связано это с инсталляцией крупных проектов на этой торговой марке СКС.

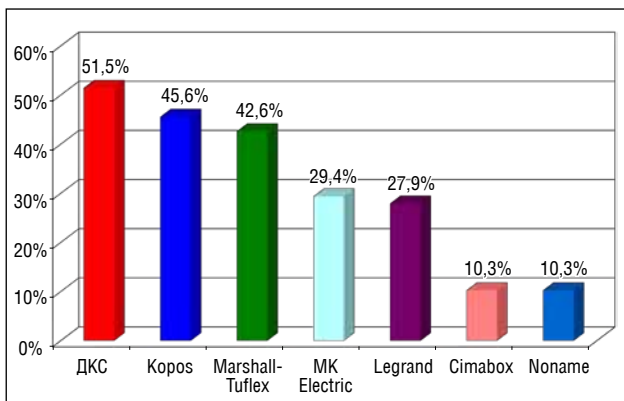


Рис. 15. Рейтинг популярности пластиковых кабельных каналов на рынке СКС 2009 года

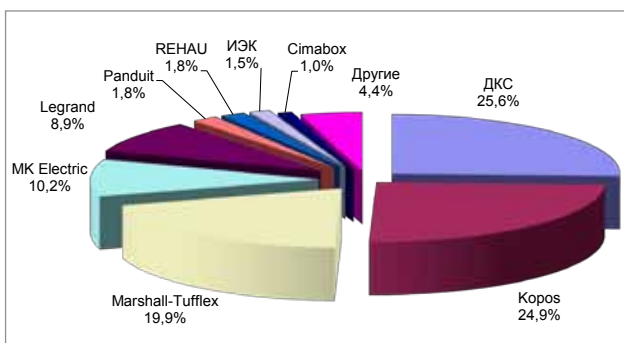


Рис. 16. Структура рынка пластиковых кабель-каналов (коробов) для СКС в 2009 году

Хочется отметить также и некоторых «новичков», засветившихся достаточно серьезно как по числу проектов, так и по портам. Прежде всего речь идет об СКС Systimax (4,3%) и IvyNET (2,2%).

Несмотря на доминирование на рынке категории 5е, решения на компонентах 6, 6А и более высокого порядка (в частности, с применением кабеля кат. 7) также представляют интерес. Как правило, это достаточно крупные решения для «серьезных» заказчиков.

На **рис. 14** приведено распределение проектов, выполненных на компонентах кат. 6 и выше для различных торговых марок СКС.

Первое место по количеству реализованных проектов на компонентах кат. 6 и выше занимает AMP Netconnect (28,9% рынка). На втором месте — R&M (21,2%). На третье неожиданно вышел Systimax с долей 13,6%. За ним непосредственно следует Legrand (9,1%) и замыкает первую пятерку Vinet (7,6%).

Очевидно, что проекты на компонентах высоких категорий строятся, как правило, на решениях известных торговых марок, гарантирующих качество решений, предоставляющих системную гарантию и сервисное обслуживание. Кроме того, многие зарубежные компании реализуют проекты СКС в своих офисах, руководствуясь корпоративными стандартами (требованиями). Вероятно, именно по этой причине СКС Systimax и Legrand заняли столь высокие места по количеству реализованных проектов на компонентах кат. 6 и выше.

Отметим, что хотя Systimax уже давно присутствует на украинском рынке, лишь результаты 2009 года позволяют говорить о том, что эта торговая марка начинает составлять серьезную конкуренцию ведущим брендам отечественного рынка.

Шкафы, лотки, коробка

Сопутствующее оборудование уже традиционно включается в исследование рынка СКС и, по логике, вполне обоснованно. Его стоимость в итоге входит в стоимость порта, причем эта доля достаточно весомая: металлические лотки в структуре затрат на проект СКС занимают от 4,5%, пластиковые короба — в среднем 6,5%, шкафы также около 6,5%. Так что в каком-то смысле это равноправные элементы СКС.

При прокладке кабельных трасс пока что наиболее популярным оборудованием остаются **пластиковые короба**. Проведенное исследование показывает, что короба применяли в проектах 2009 года абсолютно все опрошенные инсталляторы. Вместе с тем это же исследование подтвердило уже ранее намечившуюся тенденцию к уменьшению их доли в проектах. В 2009 году на один порт СКС пришлось всего 1,6 м короба, тогда как в прошлом году этот показатель равнялся 1,9 м, а годом ранее — 2,4 м. Любопытно, что если проследить динамику за де-

сятилетие, то с 2002 года по 2006-й наблюдался явный рост коробов в проекте (с 2,4 м до 3,5 м), затем все поменялось в обратную сторону. Возможно, на судьбу короба повлияли новые методы — прокладка кабеля в гофротрубах, а также практика сокрытия проводки за фальшпотолком и гипсокартоном.

Как бы там ни было, короба пока в ходу, и на рынке по-прежнему предлагается немало этого оборудования. Приверженность к различным торговым маркам, конечно, разная, о чем наглядно свидетельствует рейтинг популярности (рис. 15), отражающий частотность использования инсталляторами того или иного бренда (процент компаний, выбравших для монтажа тот или иной бренд).

Сразу скажем, что положение лидеров по этим показателям повторяет картину последних лет. С той лишь разницей, что за последние три года укрепились позиции лидера — ДКС, на второй ступеньке прочно обосновался **Kopos**, а **Marshall-Tufflex** постепенно мигрировал в популярности с первого места на третье. Далее конкурируют **Legrand** и **MK Electric**; последняя оказалась в этом году удачливее. Среди других наблюдений — дальнейший рост рейтинга торговой марки **Cimabox** (продукция компании Simon Connect), а также впервые за долгое время отсутствие некогда известных в этом сегменте Panduit и Rehau — похоже, их уже начали забывать. Бросается в глаза и большое «уважение» к безымянной продукции.

Картина реальных продаж (рис. 16) также подтверждает незыблемые позиции лидеров: половину рынка делят между собой ДКС и Kopos, еще 40% приходится на долю Marshall-Tufflex, МК Electric и Legrand, а на всех остальных остается менее 10%. Почти все, как в прошлом году, за исключением того, что несколько снизились (на 5–10%) и личные, и общие показатели наших лидеров и за их счет заметно укрепился Marshall-Tufflex (на 8,8%), а также прибавили МК Electric и Legrand. (В целом по цифрам расстановка производителей очень напоминает итог 2007 года (см. «Сиб», 2008, № 1, с. 28), хотя что это может значить, оставляем додумать экспертам.)

Нельзя не отметить, что, утратив в популярности, не утратили некоторых своих приверженцев **Panduit** и **Rehau**, доля которых в продажах пока заметна. Напротив, став популярней, не набрал пока коммерческих оборотов **Cimabox**, хотя его претензии очевидны. Еще один дебютант в группе сильнейших на рынке пластиковых кабель-каналов — торговая марка компании **ИЭК**, только второй год поставляющая эту продукцию на рынок (российский производитель с дочерней компанией в Украине).

В завершение отметим, что в анкетах инсталляторами упоминались и другие торговые марки, короба которых ими приобретались в 2009 году, однако в силу незначительных продаж на рынке

СКС эти бренды оказались в категории «других»: это «Аско» (Украина), KSS (Тайвань), Mutlusan (Турция), OBO Bettermann (Германия), Palgal (Израиль), Thorsman (Швеция).

Как и пластиковые кабель-каналы, **металлические лотки** уже давно и прочно вошли в арсенал инсталляторов. Согласно опросу, только пятая часть компаний не использовали в своих проектах каких-либо типов металлических кабельных каналов. Вместе с тем продукция эта специфическая, востребована далеко не во всех проектах. Поэтому,

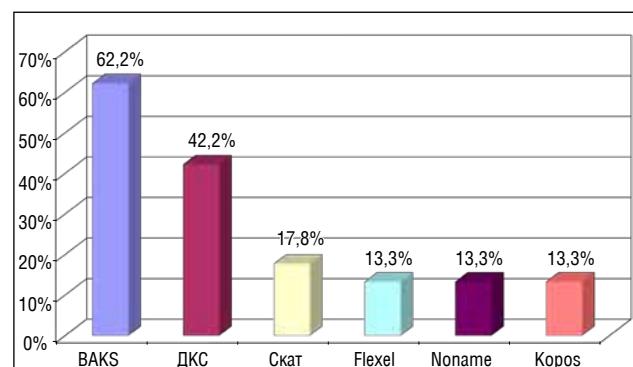


Рис. 17. Рейтинг популярности сплошных и перфорированных лотков в украинском сегменте СКС 2009 года

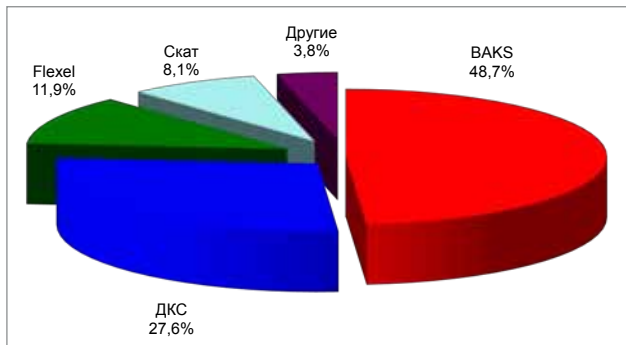


Рис. 18. Структура украинского рынка сплошных и перфорированных лотков для СКБ в 2009 году

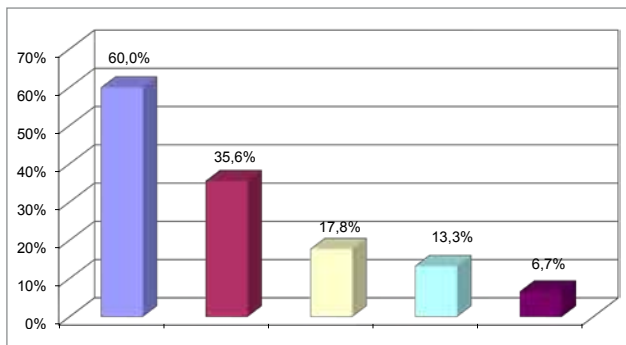


Рис. 19. Рейтинг популярности брендов в украинском сегменте сетчатых лотков для СКБ 2009 года

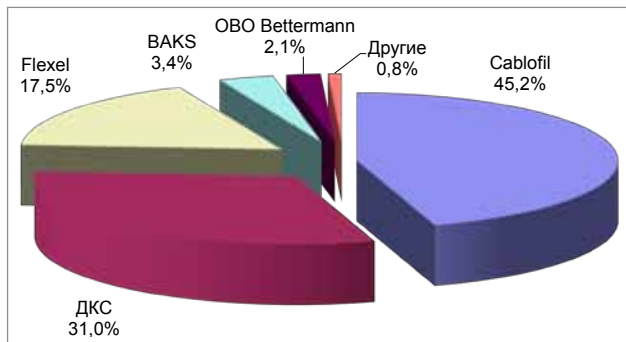


Рис. 20. Структура украинского рынка сетчатых лотков для СКБ в 2009 году

как показало исследование, по объемам прокладки в инсталляциях 2009 года она уступает коробам в 2,3 раза.

Очевидные изменения наблюдаются в структуре потребления лотков различных типов. Поскольку

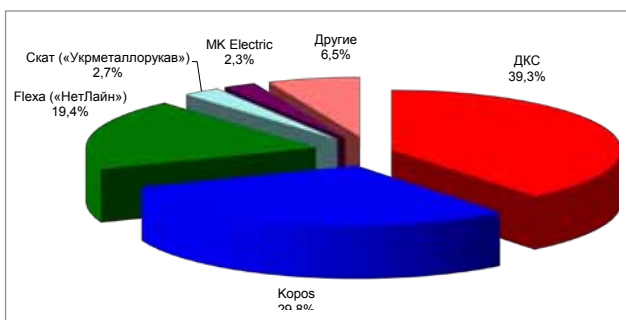


Рис. 21. «Экспериментальная» структура украинского рынка «трубной» продукции для СКБ в 2009 году

лестничные лотки в СКБ используются достаточно редко, предметом наших исследований остаются обычно сплошные, перфорированные (одной группой) и сетчатые кабельные трассы. Так вот, доля сетчатых лотков в проектах за минувший год заметно возросла. 22% компаний, которые вообще применяли лотки, обращались исключительно к сетчатым лоткам. 59% закупали в разных пропорциях продукцию обоих типов, причем почти треть из них отдают явное предпочтение все-таки сетчатым. И только 18% компаний остаются верными более традиционному оборудованию — перфорированным лоткам. В целом соотношение погоняжа установленных металлических систем прокладки кабеля из «сетки»/«перфорации» в 2009 году составило 46%/54%. Для сравнения: годом ранее такое же соотношение выглядело как 38%/62%.

Среди торговых марок в группе **сплошных и перфорированных изделий** (рис. 17) наивысшую популярность в 2009 году по-прежнему (собственно, за все время нашего исследования этого сегмента, с 2004 года) сохраняла торговая марка **BAKS**. Уже привычна в этом рейтинге вторая позиция **ДКС**. Торговая марка **«СкаТ» («Укрметаллорукав»)** встречалась в рейтинге популярности и раньше, но столь высокое место занимает впервые. А вот Flexel среди самых известных брендов впервые вообще.

Популярность продукта не всегда соответствует уровню продаж, но в сегменте цельных и перфорированных лотков 2009 года соответствие практически полное (рис. 18). Налицо смена лидера: потеснив лауреата последних двух лет — торговую марку **ДКС**, с ощутимым преимуществом на первое место возвращается **BAKS**. Третья позиция по показателям в натуральном выражении — у **Flexel**. Достоен похвалы и **«Укрметаллорукав»** со своим брендом **«СкаТ»**, впервые за последние годы вырвавшийся на рынке СКБ из категории «Другие», в которой оказались даже такие компании, как Корос, OBO Bettermann и ТК REM.

В сегменте **сетчатых лотков** в Украине оперируют практически те же игроки, что и в предыдущей группе, но лидирует здесь по всем статьям **Cablofil**, для которого «сетка» — профильный продукт (рис. 19). В рейтинге популярности некоторую конкуренцию ему пытается составить **ДКС**, все остальные участники рынка «несколько» отстали. Обращает на себя внимание появление в этой диаграмме торговой марки **BAKS**. Хотя польский производитель сетчатые лотки (korytka siatkowe) в своем ассортименте имеет, но где их берут в Украине, пока не очень ясно. Возможно, популярность **BAKS** в «сетчатом» варианте обеспечили его более мощные «однофамильцы».

Это предположение подтверждает и другая диаграмма (рис. 20), составленная по данным конкрет-

ных закупок инсталляторов. Здесь у сетчатых лотков **BAKS** доля совсем небольшая, и их уверенно опережает продукция **Flexel**. Отметим не столь значительный разрыв, как в рейтинге популярности, между лидерами. По реальным продажам ДКС явно настигает значительно раньше вышедший на рынок в «сетчатом» сегменте Cablofil. Более востребована на рынке СКС и симпатичная «сетка» **OVO Bettermann** (монтаж без инструмента), а уровень продаж всех остальных известных производителей проволочного лотка на рынке СКС в 2009 году (Koros, Flexnet, Pemsa, Vergosan) легко укладывается в рамки статистической погрешности.

Серьезную конкуренцию коробам и лоткам при прокладке кабельных трасс в последние годы составляют различные **трубы** (пластиковые и металлические, гладкие и чаще гофрированные). Рынок этих изделий пока изучен недостаточно, однако с оглядкой на его значительную емкость авторы исследования рынка СКС попробовали сделать некоторые прикидки, пока что не различая типы труб. В итоге удалось получить некоторое представление о структуре этого «альтернативного» рынка кабельных каналов для СКС (рис. 21).

Картинка довольно наглядная, однако очевидно, что представления наших респондентов о производителях гофротрубы еще не сложились. Об этом свидетельствует, например, странное упоминание в диаграмме MK Electric (а есть еще в упоминаниях и Marshall-Tufflex, и Legrand). Возможно, у многих происхождение труб ассоциируется с поставщиками упомянутых брендов, а может, это настолько массовый продукт, как сахар или хлеб ☺, и его столько производится в Украине, что идентифицировать производителя не представляется возможным.

Коммутационные шкафы по-прежнему остаются востребован-

ным элементом при строительстве структурированной кабельной системы. Конечно, их абсолютные продажи резко упали, однако по отношению к количеству установленных СКС показатель использованных шкафов остается на достаточно высоком уровне. В 2008 году количество шкафов в проектах СКС достигло рекордной за все годы исследований величины — 1,35 шкафа на среднюю СКС (тогда она имела 89,8 порта). Средняя СКС 2009 года, как уже говорилось выше, вмещает 86,5 порта, а показатель шкафов снизился до 1,1 шкафа на проект.

Если посмотреть, сколько портов в 2009 году пришлось на один шкаф (а их 76), то некоторый дефицит коммутационного пространства ощущается (результаты исследования за несколько лет дают довольно стабильную норму — 60–65 портов на шкаф).

Вполне возможно, что этот дефицит восполняется возросшим количеством коммутационных стоек, к которым все чаще прибегают инсталляторы (в кризисное время, очевидно, особенно) — только 26,1% опрошенных компаний не использовали стойки в своих проектах. Хотя шкафов в проектах

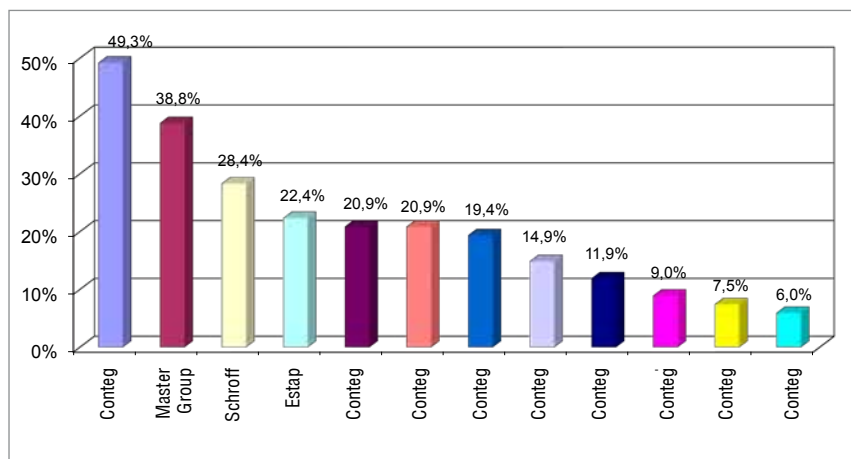


Рис. 22. Рейтинг популярности на рынке коммутационных шкафов для СКС в 2009 году

APC by Schneider Electric
Rittal
LIMO
Евроформат
ZT-Net
Atrack
ZPAS

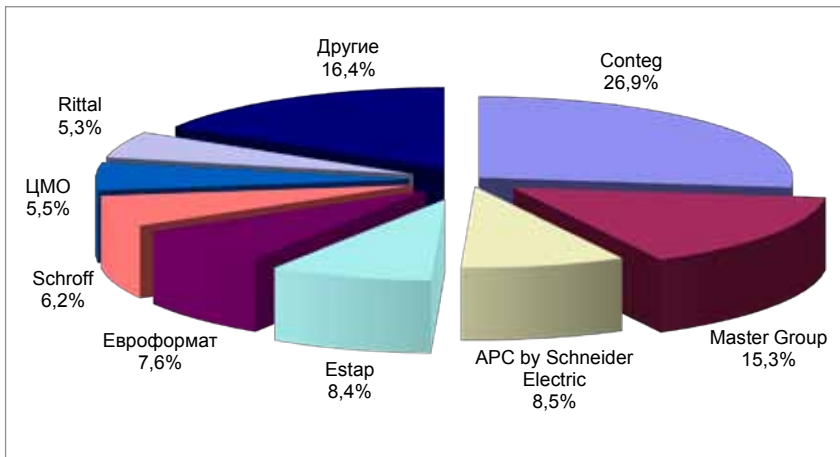


Рис. 23. Структура рынка коммутационных шкафов для СКС в 2009 году

все еще значительно больше, чем стоек, однако их соотношение в 2009 году значительно улучшилось в пользу последних — 1:4,1 (в 2008 году на каждую стойку приходилось 5,6 шкафа). Всего в среднем в проекте в 2009 году устанавливалось 0,28 стойки, или, грубо говоря, одна стойка в каждом четвертом проекте.

В прошлом году, судя по анкетам, инсталляторы использовали в своих проектах шкафное оборудование 19 торговых марок плюс некоторое количество шкафов неизвестного происхождения. Самой популярной, как и все последние годы, остается продукция компании **Conteg** — эти шкафы присутствуют в инсталляциях практически каждой второй компании на рынке СКС. Каждая третья компания использует шкафы тайваньского производителя **Master Group** — не случайно этот бренд

в рейтинге популярности оказался на второй позиции, оттеснив на третье место **Schroff**. Значительно прибавили за минувший год корпусные оболочки **Estap**, **APC by Schneider Electric**, **Rittal**, впервые в рейтинге предпочтения продукты украинского производителя — компании «**Евроформат**». А вот другие отечественные шкафы, которые продвигаются под торговыми марками **AESP** и **ZT-Net**, а также белорусский бренд **ЦМО** в 2009-м несколько сдали в части симпатий со стороны инсталляторов.

Особенностью рейтинга популярности (рис. 22) отчетного года в сегменте шкафов стал резкий рост баллов практически у каждого производителя. Это означает, что круг потребителей расширился у большинства брендов и многие инсталляторы при выборе шкафов придерживались

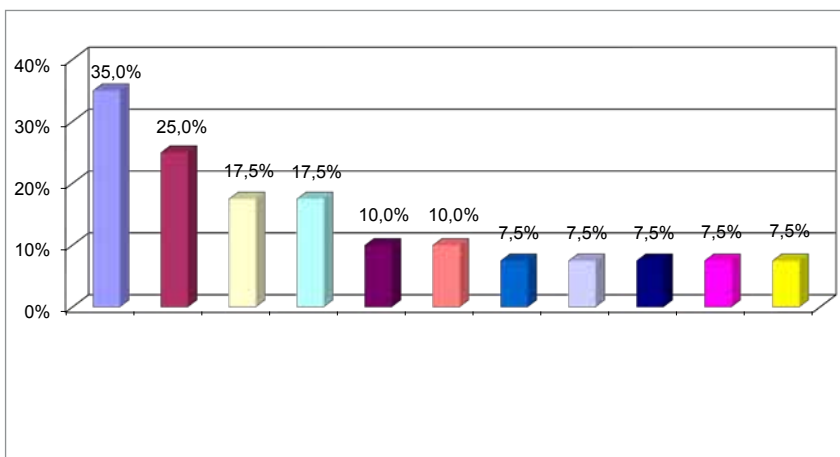


Рис. 24. Рейтинг популярности торговых марок на рынке коммутационных стоек для СКС 2009 года

мультивендорности: в 2009-м были нередки случаи закупки шкафов сразу пяти-шести и даже восьми производителей. Налицо влияние факторов кризисного безвременья с его нестабильным наполнением складов, ценовой чехардой, а то и просто временным анабиозом поставщиков.

Действительно, было трудно, но даже в этих условиях лидеры рынка сумели подтвердить свою репутацию и свои позиции на рынке. Нагляднее всего об этом говорят количественные характеристики продаж (рис. 23). В условиях жесточайшей конкуренции, вообще характерной для этого сегмента и резко возросшей в 2009 году, самую большую долю рынка (более четверти) сохранил за собой Conteg, хотя по сравнению с 2008-м и он понес потери в 5%. Возможно, какую-то долю пришлось отдать продукции Master Group, а может, и впервые заявившему о своей доле рынка «Евроформату» (7,6%). «Делиться», впрочем, пришлось многим: несколько сократилась доля Rittal, Schroff, APC by Schneider Electric, совсем неважно в шкафном бизнесе шли дела у AESP (-7,6% по сравнению с 2008 годом и 11-я позиция вместо третьей). А вот турецкий Estap не только сумел сохранить свою долю, но и вплотную подобрался к тройке лидеров.

Отметим очередное появление среди реальных игроков уже с некоторой долей рынка торговых марок **Triton** и **ZPAS**. Статистиками и аутсайдерами оказались в этом году ZT-Net, Atrack, «Конструктив ОКБ» и некоторые другие, чьи доли продаж просто потерялись на общем фоне.

Рынок **коммутационных стоек** анализируется в нашем исследовании с 2007 года. И все это время в соревновании за звание самой популярной торговой марки боролись Conteg и AESP. Сначала единолично лидировал AESP, в 2008-м оба бренда пришли к финишу с совершенно одинако-

вым результатом. Сегодня впереди Conteg, да еще с солидным отрывом (рис. 24). AESP уступил еще и Master Group, продукцию который выбирает сейчас каждый четвертый инсталлятор.

В группе наиболее популярных стоек также ЦМО, Schroff и «Конструктив ОКБ». С дебютом в этом рейтинге можно поздравить и «Евроформат» — его стойки уже известны многим.

Как и в случае со шкафами, уровень баллов в этом году также выше: инсталляторы страхуют свои риски и при выборе стоек, покупая их иногда у 3–4 производителей. Причем наиболее популярные варианты взаимозаменяемости — это комбинации ЦМО с Conteg, Master Group и Estap, иногда вместо ЦМО ключевым фигурантом выступает «Конструктив ОКБ».

Таковы предпочтения, а вот по объему продаж на первую позицию впервые уверенно вышла компания **Master Group** (рис. 25). Резкий прогресс в этом сегменте и у ЦМО (прибавка в доле сразу на 10,5% и вторая позиция). Из всех прошлогодних лидеров в тройке сумел удержаться только AESP, потеряв в итоге около 6% рынка. Conteg лишь четвертый, на 5% «просел» по стойкам Estap, а именитники возле этого «пирога» — «Конструктив ОКБ» и дебютант «Евроформат». Отметим отсутствие в этой структуре рынка Schroff — бывшего лидера и обладателя третьей позиции прошлого года.

Лучшие торговые марки

Опрос участников рынка позволил получить и субъективный рейтинг производителей в сегменте СКС в целом, а также по направлениям шкафов, металлических лотков и коробов. Субъективный — это не значит ущербный или некорректный. Наоборот, этот рейтинг серьезно дополняет рейтинг, полученный по результатам анализа проектов, выполненных инсталляторами. Субъективный рейтинг

учитывает различные качественные стороны торговых марок — наличие на складе, удобство работы, надежность и др.

Мы попросили наших респон-

дентов указать производителей, которые входят сегодня в первую пятерку лидеров на украинском рынке, и расставить их по местам в соответствии с их собственны-

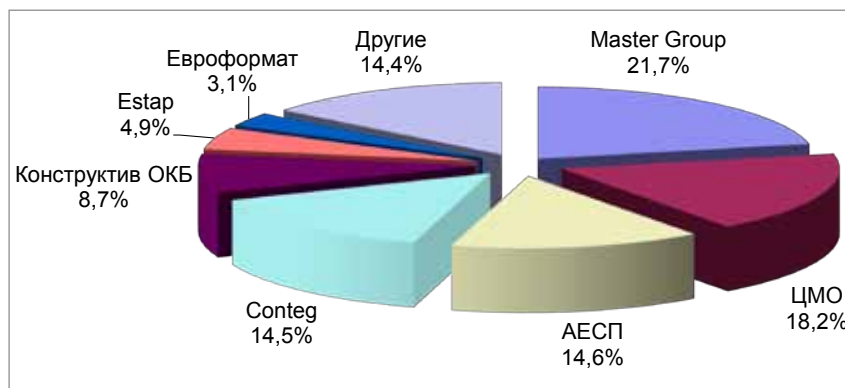


Рис. 25. Структура рынка коммутационных стоек для СКС в 2009 году

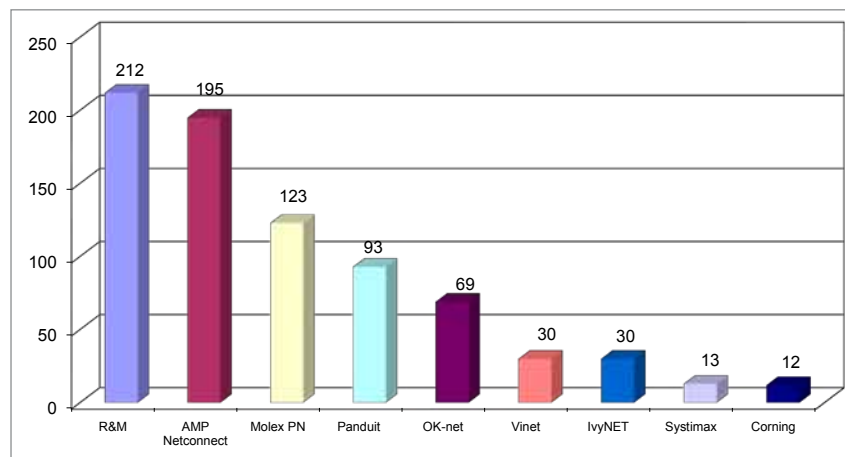


Рис. 26. Взвешенный рейтинг производителей СКС на медной витой паре

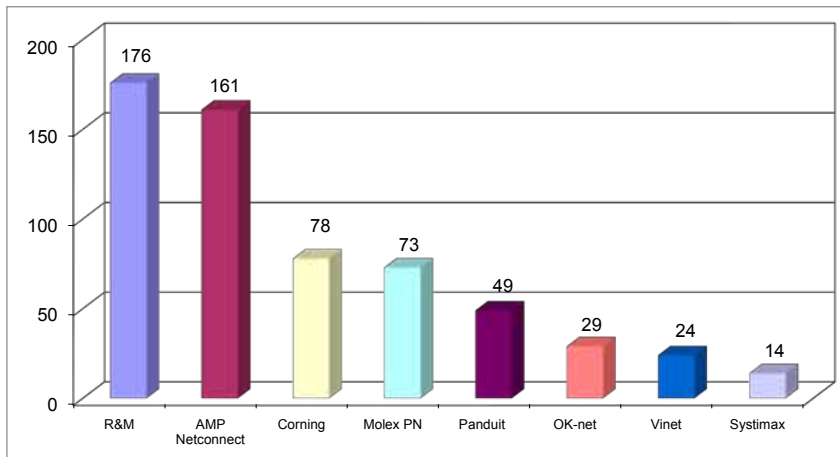


Рис. 27. Взвешенный рейтинг производителей волоконно-оптических СКС

ми представлениями о лидерстве. За первое место торговая марка получала 5 баллов, за второе — 4 балла и т.д. Обработки анкет выполнялось суммирование набранных баллов по каждому производителю. В результате формировался взвешенный рейтинг.

В сегменте «Лучший производитель СКС на медной витой паре» предпочтения инсталляторов распределились следующим образом.

Лучшим производителем на медных витых парах (рис. 26) была признана торговая марка R&M (212 баллов). На втором месте — AMP Netconnect (195 баллов). Третье место уверенно занимает Molex PN (123 балла). На четвертом — Panduit (93 балла), на пятом — OK-net (69 баллов).

Отметим, что позиции СКС торговых марок R&M, AMP Netconnect

и Molex PN являются бесспорными, поскольку по результатам опросов они были расставлены по указанным местам в таком же порядке, как и по результатам весового суммирования.

А вот относительно Panduit и OK-net «расклад» несколько иной. По оценкам респондентов, OK-net оказалась в лидерах одновременно как претендент и на 4-е, и на 5-е места. Однако за счет высокого рейтинга Panduit в борьбе за 3-е место по результатам весового суммирования OK-net оказалась на 5-м месте.

Лучшим производителем волоконно-оптических СКС (рис. 27) признана торговая марка R&M (176 баллов). На втором месте — AMP Netconnect (161 балл). Третье место за Corning (78 баллов), четвертое — за Molex PN (73 балла).

Пятое место занимает Panduit (49 баллов).

Анализируя волоконно-оптический сегмент, можно сделать вывод о попарной близости рейтингов R&M и AMP, а также Corning и Molex PN. Это свидетельствует о том, что в настоящее время среди респондентов нет четкого представления о реальных лидерах этого сегмента рынка.

Та же мысль подтверждается и анализом прямых ответов респондентов на вопрос о лидерах. Так, прямой подсчет показывает, что большинство опрошенных инсталляторов высказались за присуждение 1-го места R&M и 2-го — AMP Netconnect. Однако то в то же время большинство экспертов указали на то, что 3-е, 4-е и 5-е места нужно отдать торговой марке Molex PN (!). Невероятно, но это так и есть. А как же получилось, что в интегральном (весовом) рейтинге третье место досталось Corning? А это, опять-таки, результат предпочтений ответивших инсталляторов. Так, если при голосовании за первое место 43,1% голосов было отдано R&M, а 27,5% голосов — за AMP Netconnect, то за Corning — 13,7%. Именно предпочтения респондентов, отдавших свои голоса за Corning в борьбе за первое место, и вывели этого производителя на 3-е место по общему взвешенно-

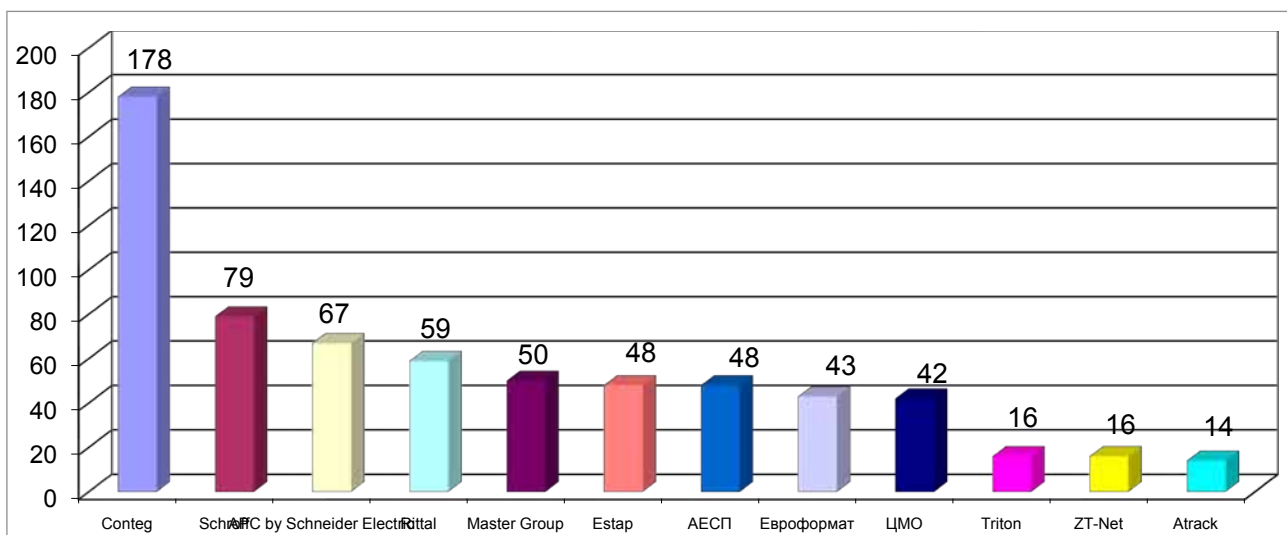


Рис. 28. Взвешенный рейтинг производителей шкафов на украинском рынке СКС

му рейтингу.

Взвешенный рейтинг производителей шкафов представлен на **рис. 28**.

С очень значительным отрывом от конкурентов здесь лидирует компания Conteg (178 баллов). На втором месте — Schroff (79 баллов), на третьем — APC by Schneider Electric (67 баллов), на четвертом — Rittal (59 баллов). Далее достаточно плотной группой друг за другом следуют Master Group, Estap, AESP.

Как видим, рейтинг Conteg более чем в два раза превышает рейтинг ближайших торговых марок. На втором месте в интегральном рейтинге — шкафы торговой марки Schroff. Можно сделать вывод, что данный рейтинг не всегда однозначно соотносится с долями рынка данных производителей. Если рейтинг APC by Schneider Electric в точности соответствует 3-му месту на рынке, то Master Group в этом рейтинге — на 5-м месте, хотя занимает 2-е место по доле инсталляций. Вероятно, взвешенный рейтинг производителей шкафов для рынка СКС характеризует не только объемы поставок, но и надежность брендов, удобство работы, наличие товара на складе, преимущества грамотной маркетинговой политики, проводимой поставщиками оборудования.

На **рис. 29** представлен взвешенный рейтинг торговых марок коробов (пластиковых кабельных каналов).

На первом месте коробка ДКС (176 баллов), что соответствует наибольшей доле рынка данного производителя. Второе место — у Marshall-Tufflex (151 балл), третье — у Koros (138 баллов). Если сравнить рейтинг этих двух производителей с занимаемыми ими долями рынка, то картина будет зеркальной — реальная доля рынка несколько выше у Koros. Четвертое место по взвешенному рейтингу занимают коробка Legrand (98 баллов), пятое — МК Electric

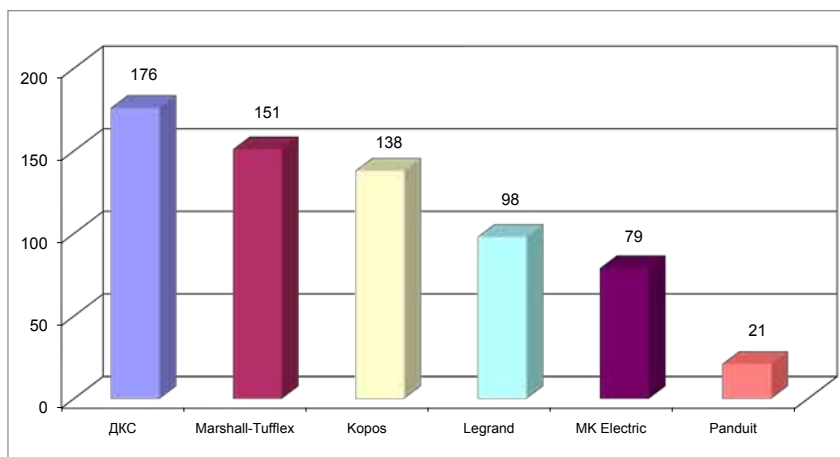


Рис. 29. Взвешенный рейтинг торговых марок пластиковых кабельных каналов (коробов)

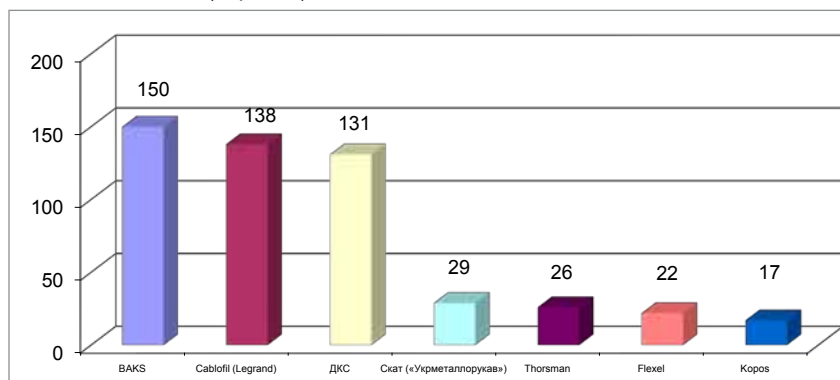


Рис. 30. Взвешенный рейтинг торговых марок металлических лотков

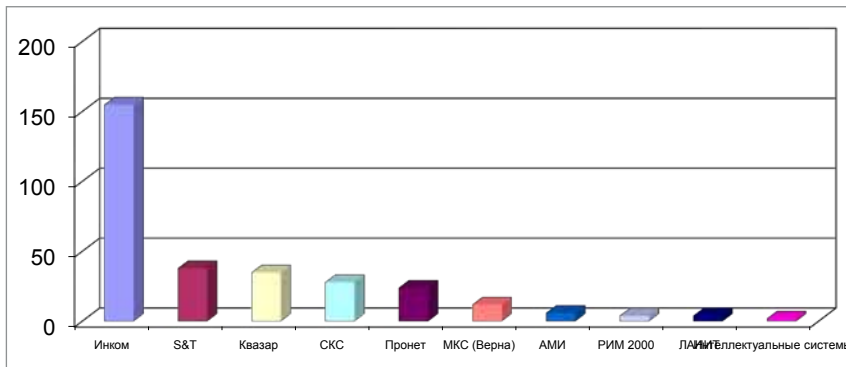


Рис. 31. Рейтинг лучших инсталляторов СКС 2009 года

(79 баллов).

Что касается рейтинга металлических лотков (рис. 30), то здесь инсталляторы отдали преимущество лоткам ВАКС (150 баллов). Прекрасные позиции также и у лотков Cablofil (138 баллов) и ДКС (131 балл). Сложность, и даже, скажем так, неоднозначность этого рейтинга вызвана тем, что вопрос касается рассмотрения сразу двух типов лотков — сетчатых и обычных (как сплошных, так и

перфорированных). В результате мы имеем совмещенный рейтинг. Тем не менее он также должен заставить задуматься.

Лучшие инсталляторы СКС

В этом году, как и в предыдущие, безусловно, лучшей компанией-инсталлятором, по мнению большинства участников рынка, стал «Инком». На рис. 31 приведен рейтинг инсталляторов, полученный в результате обработки

ответов на вопрос: «Какие украинские компании-инсталляторы входят, по Вашему мнению, сегодня в первую пятерку лидеров на украинском рынке СКС?».

С большим отрывом за лидером следуют не менее известные «воротилы» украинского инсталляционного рынка — *S&T Ukraine* (38 баллов), «*Ситроникс Информационные Технологии Украина*» (ранее «Квазар-Микро») (35 баллов), «*Свит Кабельных Систем*» (28 баллов), «*Пронет*» (24 балла), «*Верна*» (ранее «МКС Системная интеграция») (12 баллов).

Завершают рейтинговую диаграмму компании *АМИ*, «*РИМ 2000*», «*ЛАНИТ – Iv Кабельные системы*», «*Интеллектуальные системы*».

Отметим еще раз — это мнение «инсталляторов об инсталляторах», взгляд изнутри, некое интроспективное представление рынка о себе самом. Этот рейтинг никак

Мнения инсталляторов о рынке СКС 2009 года

Точку зрения инсталляторов на ситуацию, сложившуюся на рынке СКС в 2009 году, представим в виде фрагментов ответов, высланных в редакцию в ходе анкетирования.

Начнем с мнений *пессимистических*: Стагнация продолжается.

Заказчик при согласовании стоимости инсталляций спекулирует на кризисе. Уменьшение количества проектов и инсталляций СКС.

Общее падение рынка услуг.

Остановка бюджетных проектов.

Значительные задержки по бюджетным платежам.

Приостановка нового строительства и перенос сроков на 2010 год.

Резкое падение объемов строительства.

Переход ряда заказчиков на строительство хозспособом.

Резкое сокращение крупных игроков на рынке СКС.

Небывалый ценовой демпинг.

Массовые переезды заказчиков на меньшие площади.

Общий спад деловой активности и замораживание проектов.

Заказчиков стало меньше.

В связи со спадом строительства новых объектов и кризисом в экономике рынок СКС значительно упал. По тем же причинам рынок изменился структурно — уменьшилась доля сертифицированных СКС, увеличилась доля недорогих решений. По этим же причинам компании, которые занимаются только СКС, переживают тяжелые времена — близки к закрытию либо идет репрофилирование бизнеса.

У многочисленных заказчиков стало меньше денег на СКС. За свои деньги заказчики хотят больше, чем раньше.

Увеличение количества малопортовых СКС в связи с переселением и уменьшением арендуемых площадей.

Уменьшение количества фирм инсталляторов.

Отсутствие денег у заказчика, следовательно, переход на низкоценовую категорию брендов.

Заказчиками выступали в основном мелкие и средние компании, крупные приостановили развитие инфраструктуры.

Рост конкуренции на рынке.

Уменьшилась доля средних и крупных проектов.

В связи с резким повышением цен на «брендовые» компоненты существенно возросла доля отечественных и «попате».

Массовый переход на «бюджетные решения».

Уменьшение прибыльности работ.

Увеличение угрозы неплатежей.

Стоимость компонентов СКС существенно поднялась.

Уменьшение стоимости за порт.

А вот из *хороших новостей* наши респонденты отмечают:

- Подъем активности в гостиничном сегменте.

- Увеличение доли оптических компонентов.

- Возрастание интереса к дата-центрам.

- Мечты поучаствовать в проектах к «Евро-2012».

- Заказчики спокойнее воспринимают необходимость использования оптики между шкафами.

- Увеличение мелких проектов: добавление рабочих мест, переезды, аудит и тестирование СКС на соответствие и работоспособность.

не связан с реальными объемами инсталляций и характеризует известность компании, публичность и опыт ее работы на рынке и, вероятно, много других факторов, например, победы в конкурсах на лучший проект СКС, публикации сотрудников компании с авторскими статьями в журнале «Сети и Бизнес» ☺.

Итак, рынок СКС, что бы там ни говорили его недоброжелатели, живет. Хотя пока и не процветает. Но за каждым падением следует подъем, за каждым трудным периодом идут этапы роста и достижений.

Мы радуемся, что многие инсталляторы продолжают активно работать на кабельном рынке. Несмотря на трудности и даже как бы назло кризису, стараясь не столько выжить или как-то удержаться на рынке, но воспринимая проблемы как испытание на крепость духа, выдержку, стойкость. Хочется поддержать компании, прошедшие трудный этап, и выразить уверенность в том, что будущее у нас есть. Его просто не может не быть. Мы сами его формируем напряженным ежедневным трудом.

Хочется выразить благодарность всем компаниям, принявшим участие в нашем опросе, а также отметить весомый вклад в проделанную работу Ольги ШЕЛАПОВОЙ, менеджера аналитического отдела журнала «Сети и Бизнес», выполнявшей рассылку анкет, проводившей переговоры с респондентами и обрабатывавшей результаты анкетирования.

**Владимир СКЛЯР,
Евгений ПОЛИЩУК,**