

стей для общения с потребителями напрямую: посредством SMS, социальных мобильных услуг и почты. При этом доступ на рынок коммуникаций такого рода обходится значительно дешевле, чем остальные средства рекламы, а возможность таргетировать аудиторию, несомненно, значительно выше.

Список литературы:

1. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13 марта 2006 года №38-ФЗ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/?utm_campaign=doc_dynamic&utm_source=google.adwords&utm_medium=cpc&utm_content=1&gclid=CPajtOfy2skCFaXFcgod51oPtw
2. Антипов К.В. Основы рекламы: учебник. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 326 с.
3. Жуков Е.Т. Маркетинговая политика продвижения продукции. – М.: Лаборатория Книги, 2010. – 144 с.
4. Казакова М. Реклама. – М.: Лаборатория Книги, 2010. – 78 с.
5. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности. – 3-е изд., перераб. И доп. – М. Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 208 с.
6. Понуждаев Э.А. Популярный маркетинг (или Весь маркетинг на 150 страницах). – М.: ООО «Книгодел», 2007. – 152 с.

Бурцева Маргарита Николаевна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: burceva.margarita@yandex.ru

Милицкая Юлия Олеговна

студентка 2 курса магистратуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: burceva.margarita@yandex.ru

УДК 339.13:346.548

С.А. Тимофеева, Е.М. Либерова

ОТРАСЛЕВОЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА СИСТЕМ БЕЗОПАСНОСТИ

Рынок систем безопасности охватывает много областей как с точки зрения типов техники, так и с точки зрения предоставляемых услуг. Рынок систем безопасности имеет меньше промежуточных звеньев для продвижения товара потребителю. Это рынок проектов, и взаимоотношения строятся, в основном, непосредственно между поставщиком и корпоративным клиентом. Предметом сделки практически всегда является товар с необходимой услугой по его установке. Безусловно, этот сегмент велик и демонстрирует высокие темпы роста.

Ключевые слова: рынок систем безопасности, средства охранного телевидения, системы видеонаблюдения, пожарные сигнализации.

Рынок систем безопасности не имеет официального деления на различные сегменты по назначению систем, однако за годы его существования воз-

никла вполне устойчивая структура.

Под техническими системами безопасности мы понимаем все технические средства охраны (ТСО), а также противопожарные системы, антитеррористическое оборудование, системы связи и оповещения и средства личной безопасности (рис. 1).

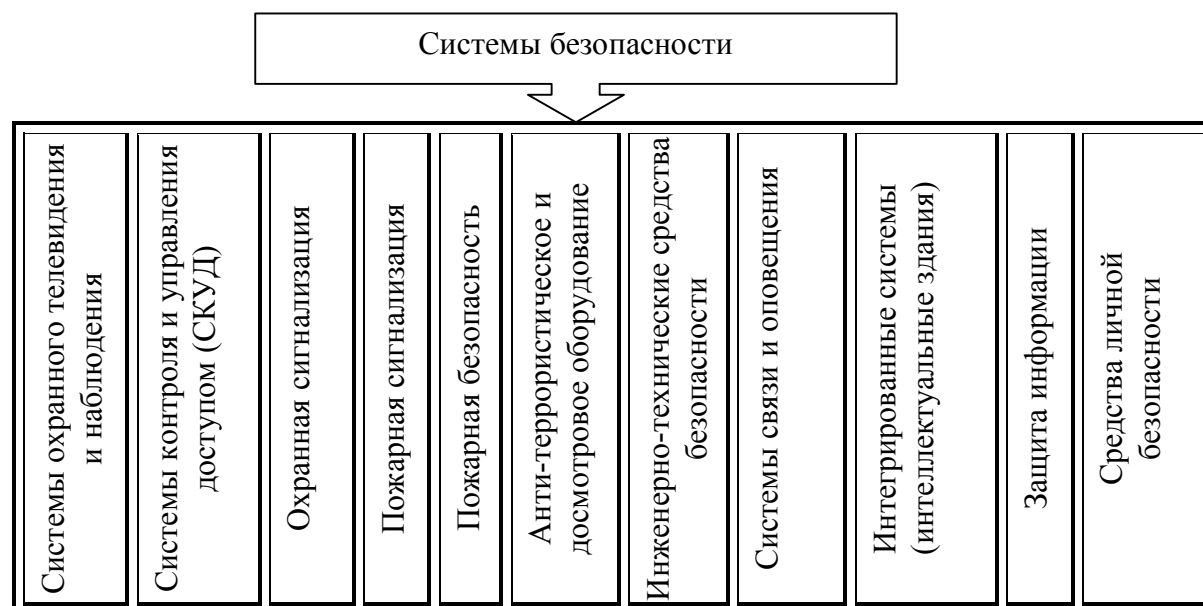


Рисунок 1 – Структура рынка технических систем безопасности

В исследовании будут рассмотрены следующие сегменты рынка СБ:

- системы охранного телевидения и наблюдения;
- пожарная и охранная сигнализация;
- системы контроля и управления доступом (СКУД).

Основываясь на экономическом здоровье их бизнеса, дилеры и интеграторы систем безопасности оценили четыре главные продуктовые категории отрасли с точки зрения потенциала продаж в 2014г. Наибольшую среднюю оценку – 3,80 балла по пятибалльной шкале – набрала категория продуктов для видеонаблюдения; за ней следуют системы охранной сигнализации (3,46), пожарные сигнализации (3,26) и СКУД (3,24).

По данным информационно-аналитического журнала «РУБЕЖ», денежные средства на системы безопасности по регионам РФ распределены следующим образом (рис. 2) [1].

Рынок систем видеонаблюдения охватывает много областей как с точки зрения типов техники, так и с точки зрения предоставляемых услуг.

Надо сказать, что рассматривать этот рынок обособленно было бы не вполне правильно, так как он является частью масштабного и быстрорастущего рынка систем безопасности. Поэтому правильнее говорить о средствах видеоконтроля в рамках последнего. Безусловно, этот сегмент велик и демонстрирует высокие темпы роста. Сегодня можно выделить следующие основные сегменты средств охранного телевидения (CCTV):

- аналоговые и IP-видео-камеры (в стоимости проектов они занимают львиную долю);
- устройства коммутации;
- системы хранения данных и устройства видеорегистрации DVR/NVR.

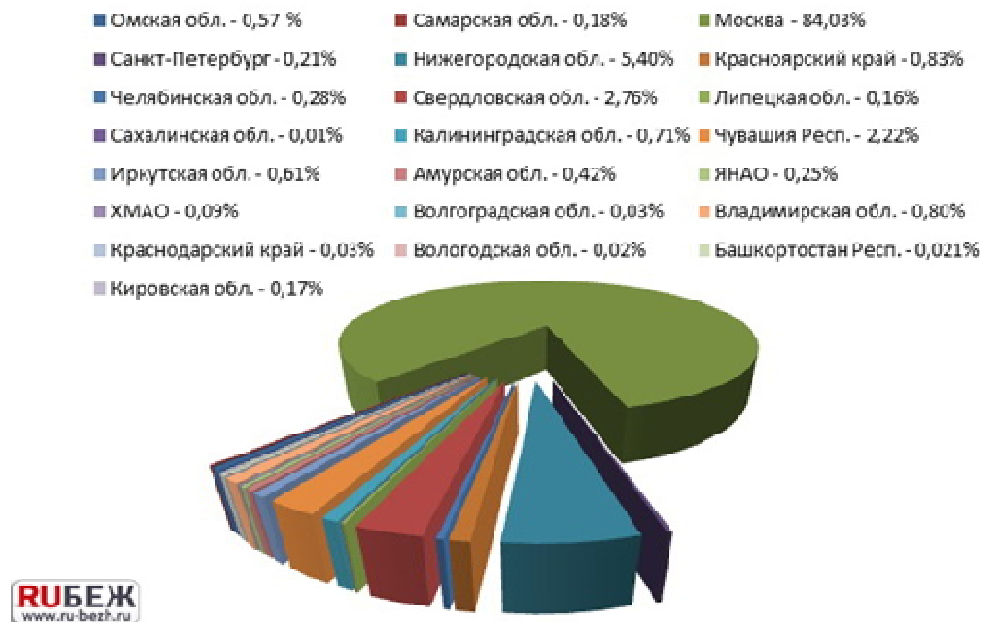


Рисунок 2 – Распределение денежных средств на системы безопасности по регионам РФ в 2014 году

Среди производителей камер основным игроком является фирма AXIS. Несмотря на высокие цены, доля этого вендора достигает 30-35%, что для такого конкурентного рынка очень много. Panasonic также известный игрок еще с «аналоговых» времен.

Hikvision – один из успешных и агрессивных в плане ценовой политики игроков рынка, занимающий заметное место как на российском, так и на зарубежных рынках по числу поставляемых камер. Hikvision можно охарактеризовать как лидера массового проектного рынка. Mobotix и Pelco – элита камеростроения, передовики технологического развития. Bosch и Samsung – две компании, которые благодаря грамотному и мощному маркетингу быстро выдвигаются на передовые позиции и теснят именитых конкурентов. Например, все новые терминалы аэропорта «Шереметьево» оснащены камерами Bosch.

Sony также работает на рынке видеонаблюдения, но решающей роли не играет. Вездесущая D-Link плотно оккупировала бюджетный сегмент, и ее продукцию можно встретить повсеместно.

Отдельную группу образуют российские OEM-поставщики камер. Среди них наиболее широко представлены на рынке марки RVi, Smartec, Sollo, MBK. Это, как правило, бюджетные продукты, результат OEM-творчества крупных торговых домов рынка систем безопасности. Они отличаются действительно неплохим балансом цены и заявленных свойств. Что касается качества, то тут все зависит от требований OEM-заказчика. Их продукцию мы видим в наших

подъездах и многих муниципальных объектах. OEM-поставщики бесспорно занимают заметную долю рынка, и потребитель в поиске бюджетных решений отдает предпочтение именно им. Секрет успеха – интенсивный маркетинг и агрессивные цены.

Интересен опыт выхода на российский рынок компании ZAVIO, производящей камеры среднего ценового диапазона при достаточно высоком качестве. Имея широкую линейку и доступное ценовое предложение, компания сделала ставку на сотрудничество с InPrice Distribution, и менее чем за год смогла войти и на ИТ-рынок (здесь сегмент IP-камер все еще свободен), и активно заявить о себе на рынке систем безопасности.

Примерно два года назад общий объем рынка IP-камер в России оценивался в 350-400 тыс. шт. в год, а в течение 2013 г. только в рамках проекта «Безопасный город» будет поставлено около 350 тыс. камер. При этом стоимость чуть ли не самого распространенного в этом проекте купольного наклонно-поворотного уличного аппарата составляет более 1 тыс. евро. Понятно, что такие проекты бывают не каждый день, но на рынке систем безопасности давно никого не удивляет заказ в 500-1000 камер в один проект с почти моментальной отгрузкой со склада. Темпы роста сектора видеокамер, не считая крупных проектов, достигают 40-60% в год, а по NVR-системам – до 90-110 % [2].

На этом рынке работает менее десяти крупных дистрибьюторов и примерно 20 торговых домов из Москвы и Санкт-Петербурга. Внизу этой пирамиды находятся региональные торговые дома и фирмы, монтажные организации, большое число мелких интеграторов, бригады которых состоят в основном из фрилансеров, и какое-то количество интернет-магазинов, специализирующихся на этой продукции. Среди крупных импортеров надо отметить «Армо-Системы», OnCom, Luis+, DSSL, «Видау системс», «Гран При», «Эдванс Сетевое Видео» и ряд других.

Рынок систем пожарной безопасности в 2014 году вырос на 4% в секторе детекции огня и дыма и на 10% - в секторе пожаротушения. Предполагается, что к 2015 году объем рынка достигнет почти 9,5 млрд. рублей (данные британской аналитической компании Frost Sullivan, исследование «Российский рынок систем пожарной сигнализации и систем пожаротушения»). При этом часть российских экспертов прогнозирует, что общий рост составит еще больше – до 12-15 %. Этому немало способствуют изменения в технических регламентах, реализация крупных проектов в строительстве и грядущее введение пожарного мониторинга, который подразумевает переоснащение или дооснащение десятков тысяч объектов социальной сферы. Одновременно модернизируются предприятия ТЭК и промышленности, к которым предъявлены новые требования по обеспечению пожарной безопасности.

При этом рынок не только быстро растет, но и достаточно сильно меняется. Первая тихая революция случилась летом 2011 года, когда в целом стали известны грядущие поправки в 123-ФЗ и вступили в силу изменения к СП 5 (пожарные подразделения начали получать извещения о возгорании на объектах в автоматическом режиме в отсутствие персонала). С этого времени многие ком-

пании полностью отказались от установки неадресных дискретных (пороговых) систем пожарной сигнализации и перешли на более надежные адресные. До этого момента в России неадресные системы занимали около 80 % рынка, в Европе и во всем мире – с точностью до наоборот [3].

Типы пожарных сигнализаций различаются настолько кардинально, что можно напомнить об этом еще раз. Тем более, что даже эксперты рынка часто путаются в терминологии. Всего типов сигнализаций три: неадресные дискретные (неадресные пороговые), адресные дискретные (адресные пороговые) и адресно-аналоговые.

Зарубежные производители адресно-аналоговых систем пожарной сигнализации комфортно чувствовали себя на российском рынке примерно до 2005 года, пока не появились первые отечественные АА-системы. К этому моменту доля высокотехнологичных систем пожарной сигнализации в России достигла 20%. Во многом этот спрос поддерживали иностранные инвесторы в коммерческое или индустриальное строительство, которые предпочитали иметь дело с системами ОПС европейских регламентов.

Однако российские компании проявили настойчивость, в результате на рынке появились вполне конкурентоспособные ИСО «Орион» (компания «Боллид»), АА-система «Рубеж» (ГК «Рубеж»), Юнитроник-496 (компания «Юнитест»), Рубикон (компания «Сигма-ИС») и другие.

Российские производители и проектировщики систем пожаротушения отмечают несколько неожиданную тенденцию к изменению мотивации потребителей: заказчики при выборе все чаще ориентируются на раскрученность бренда, а не на его функциональные характеристики.

Несмотря на то, что экономическая структура отрасли остаётся неизменной (в денежном выражении услуги занимают 70%, а стоимость оборудования 30% общего объёма рынка), политические и экономические изменения последних лет (усиление госсектора, членство России в ВТО и т.п.) существенно меняют перспективы развития рынка систем безопасности. Входной барьер для новых участников и дальше будет только повышаться. Большая часть компаний пришла на рынок после 1995 года и в начале 2000-х.

Одни и те же факторы для одних компаний могут давать новые возможности для развития, а для других – нести угрозу их существованию. Тем не менее, есть ряд факторов, влияние которых в кратко- и среднесрочной перспективе можно определить с высокой вероятностью.

Возможности рынка систем безопасности:

- рынок корпоративных систем безопасности продолжает расти, несмотря на кризис, и до 2015 года темпы ежегодного прироста будут превышать 10%;
- активно развиваются региональные рынки систем безопасности, догоняя бурно растущие рынки Москвы и Санкт-Петербурга;
- возможности выхода на региональные рынки через филиалы крупных банков и корпораций;
- инвестиционные проекты и строительство новых объектов, финанси-

руемых государством, в сфере добычи и транспортировки углеводородов, спортивные объекты в регионах, модернизация оборонной промышленности, городская безопасность, и т.п. делают госзаказы крупнейшим (не менее 1/3) сектором рынка;

- сильное законодательное стимулирование рынка: законы о защите информации, о персональных данных, о противодействии терроризму, отраслевые стандарты безопасности и т.п.;

- увеличивается количество российских производителей оборудования и ПО и повышается качество их продукции;

- 30-40 % всего импортируемого оборудования попадает к конечному потребителю через системных интеграторов;

- развитие и законодательное стимулирование рынков информационной и экологической безопасности.

Угрозы рынка систем безопасности:

- возможное повышение цен на зарубежное оборудование и программное обеспечение, доля которого, например, в системах видеонаблюдения превышает 90 %;

- возможный выход на российский рынок крупных зарубежных интеграторов, ранее работавших через российских партнёров, их отказ от дилерской схемы, снижение объёмов продаж у дилеров;

- спад в ряде отраслей (банки, авиация);

- возможна тенденция на укрупнение, при которой в долгосрочной перспективе останется 7-8 крупных компаний, способных конкурировать за самые крупные (самые выгодные) заказы от органов государственной власти и крупных корпораций;

- возможна нехватка источников финансирования для участия в крупных проектах;

- будет расти требовательность клиентов к системам безопасности, которые потребуют большего количества и качества услуг за ту же цену, скидок и т.п.

Список литературы:

1. Отрасль безопасности: проверка на устойчивость [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sec4all.net/modules/myarticles/article.php?storyid=984>
2. Полковников Е. Безопасность в цифрах // РУБЕЖ – 2014 – № 3 (6) – С.1-12.
3. Хохлов А. Запрос рождает предложение // РУБЕЖ – 2014 – №2 (5) – С.20-29.

Тимофеева Светлана Анатольевна

*старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: voronkovasveta@yandex.ru*

Либерова Екатерина Михайловна

*студентка 4 курса финансово-экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: kaf_stat@ogiet.ru*