

Алексей Михайлов  
am\_spb@mail.ru

# Общие тенденции и состояние рынка GSM-терминалов в России

*В данной статье описывается состояние, общие тенденции и динамика рынка GSM-терминалов. Вся приведенная информация отражает видение российского рынка компанией «Евромобайл» и основана на реальных данных деятельности компании, имеющей многолетний опыт продвижения продукции ведущих производителей.*

В данной сфере Россия переживает период активного подъема. Стремительное распространение беспроводных m2m технологий, расширение областей применения — тенденция постоянна и отчетлива. Рынок данного спектра устройств можно считать сформировавшимся.

## Терминология

GSM-терминалом называют законченное и готовое к применению корпусное устройство, имеющее, как минимум, стандартный интерфейс, например COM или USB, разъем для подключения питания, как правило, поддерживающий мультивольтаж и стандартный коннектор для подключения антенны, SMA или FME типа.

GSM-модулем называют устройство, являющееся некоего рода «полуфабрикатом», предназначенное для дальнейшей интеграции в другие изделия. Для работы модуля необходимо дополнительно использовать схему стабилизации питания, усилитель уровня сигналов COM-порта, монтаж считывателя SIM-карты, монтаж средств для подключения антенны.

Таким образом, GSM-модули являются главной составляющей частью и основой для всех GSM-терминалов. Необходимо также отметить, что термин GSM-модем часто применяется как к модулям, так и к терминалам.

В настоящее время именно устройства для передачи данных по сетям сотовых операторов, главным образом стандарта GSM, стали стандартом для мобильного межмашинного взаимодействия различного рода. Решающим и самым большим плюсом подобного рода решений является широкое покрытие GSM-сетей, высокая емкость, и возможность использования готовой инфраструктуры.

Мы будем рассматривать рынок беспроводных устройств применительно к GSM-терминалам. Именно эта категория продуктов наиболее востребована на российском рынке и занимает большую часть объема продаж большинства компаний, специализирующихся на продаже широкого спектра m2m беспроводной продукции (рис. 1).

В диаграмме выделены и другие, достаточно специфические группы продукции, такие, например, как аксессуары (антенны, блоки питания, кабели, коннекторы), модемы, предназначенные для конечных пользователей, и специализированные GSM-терминалы с функциями охранных систем.

## Развитие рынка

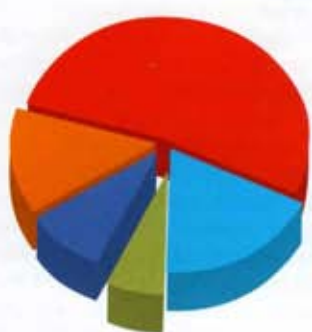
Первую волну на рубеже 2003–2004 года возглавила компания Wavocom. Несмотря на то, что выход на российский рынок был спонтанным и явно не организованным с маркетинговой точки зрения, эффект был достигнут. Данная марка до сих пор сохраняет весомые позиции на рынке. Линейка предлагаемой продукции была, пожалуй, самой широкой по вариантам исполнения: каждый продукт предлагался пользователю в виде модуля и в двух вариантах корпусных исполнений. Особенностью Wavocom была возможность загрузки приложений пользователя, написанных в собственной среде Open-AT.

Одними из первых конкурентов Wavocom стали GSM-терминалы компании SonyEricsson, разработчики которых пошли по пути аналогичного технического решения. Терминалы шведской компании также поддерживали загрузку приложений в собственной среде m2m-power.

Сложно сказать, что именно послужило причиной, но написание приложений ни под одной из сред не получило широкого распространения в России. По самой оптимистичной оценке, приложения пользователя заработали только на 5% установленных устройств.

В 2005 году произошел целый ряд событий, приведший к существенной перестановке сил на рынке. Появившиеся в 2004 году терминалы Siemens начали активно теснить конкурентов. Несмотря на значительно более узкий функционал, не позволяющий загрузку какого-либо рода приложений, и наличие всего двух моделей: Siemens TC-35iT и Siemens MC-35iT, в течение всего полутора лет Siemens уверенно захватила лидерство в области GSM-терминалов. Они не обладали какими-то дополнительными возможностями для пользователя, уже практически ушедший в прошлое TC-35i T даже не поддерживал протокол пакетной передачи данных GPRS. Однако известная торговая марка, высокая надежность работы, а также возникшие внутренние проблемы m2m-департамента SonyEricsson, и пускай незначительно, но все-таки более низкая стоимость сделали свое дело.

По данным маркетинговых исследований, проведенных компанией «Евромобайл» в 2006 году, доля продаж терминалов Siemens на внутреннем рынке России достигала 50% от их общего числа (см. таблицу). Стоит отметить, что столь высокий результат достигнут только за счет указанных выше модемов. Появившийся относительно позже терминал Siemens TC-65, поддерживающий загрузку приложений, написанных на языке Java, и имеющий гальваническую развязку для подключения датчиков, составляет существенно меньше 10% продаж данной группы оборудования. В условиях динамичного развития беспроводных технологий данное решение может



### Структура спроса

#### по товарным группам:

- GSM-терминалы — 58%
- GSM-модули — 20%
- устройства для конечных пользователей — 7%
- аксессуары — 10%
- оборудование для охранных систем — 5%

Рис. 1. Структура спроса по товарным группам (количество устройств)

**Таблица.** Состояние рынка GSM-терминалов в 2003–2006 году

Год	Производитель	Доля рынка (количество устройств)*, %	Розничная стоимость GSM-терминала*, \$
2003	Wavocom	90	190
	прочие	10	
2004	Wavocom	40	160
	SonyEricsson	35	
	Siemens	20	
	прочие	5	
2005	Wavocom	30	140
	SonyEricsson	15	
	Siemens	40	
	прочие	15	
2006	Wavocom	15	120
	Siemens	50	
	Enfora	10	
	Novacom	15	
	Teltonika	5	
	прочие	5	

\* - в среднем, по данным «Евромобайл»

поменять ситуацию и в самом обозримом будущем приобрести статус негласного стандарта, учитывая широкую распространенность языка Java и возможность сделать ПО фактически независимым от типа устройства.

## Новые производители

В течение 2006 года на данном рынке появилось множество новых игроков. В основе большинства их терминалов лежат модули «брендовых» производителей. Большинство изделий продается под собственными торговыми марками, но на рынке присутствуют и откровенные подделки. Практически вся подобная продукция пытается примерить на себя логотип Siemens.

Пожалуй, самым ярким примером является получивший относительно широкое распространение терминал MC39i. Многие конечные пользователи длительное время считали, что они приобретают и используют в работе продукт известного представителя. Абсолютно закономерным являлась как невысокая цена данного изделия, так и посредственное качество его исполнения. Но стоит отметить, что производителями данных изделий было принято решение комплектовать их всем необходимым для начала работы: антенной, блоком питания и кабелем. Это решение было положительно воспринято потребителями.

При этом, большинство GSM-терминалов широко известных брендов, таких как Siemens, Wavocom, Enfora, поставляется в состоянии «как есть», то есть не только не содержат никакой дополнительной обвязки, но и документации, а также каких-либо инструкций и дисков с программным обеспечением.

Получить дополнительное преимущество для своей продукции наличия в линейке за счет «коробочных наборов» пытаются такие производители, как Novacom и Teltonika.

На примере этих двух производителей можно наблюдать разницу маркетинговых подходов и видения рынка в целом. Продвигая собственные торговые марки, они используют в своей продукции модули известных брендов: Novacom — широкий спектр модулей от Siemens, AnyDATA и SimTechnology, Teltonika же строит свои изде-

лия главным образом на одном модуле — Nokia 12i. При этом, первый из перечисленных производителей предлагает различные варианты комплектаций — от непосредственно терминала до терминала со всей необходимой обвязкой. Таким образом, Teltonika позиционирует себя ближе к потребительскому рынку, в то время как Novacom — к промышленному.

## Структура спроса

Для понимания тенденций и процессов, происходящих на рынке, наиболее важным является понимание потребностей потребителей. Естественно, что потребительские предпочтения будут вытекать из сферы применения GSM-терминалов. Усредненное распределение потребительских групп на рынке, основанное на статистических данных за 2006 год, предоставленных компанией «Евромобайл», приведено на рис. 2.

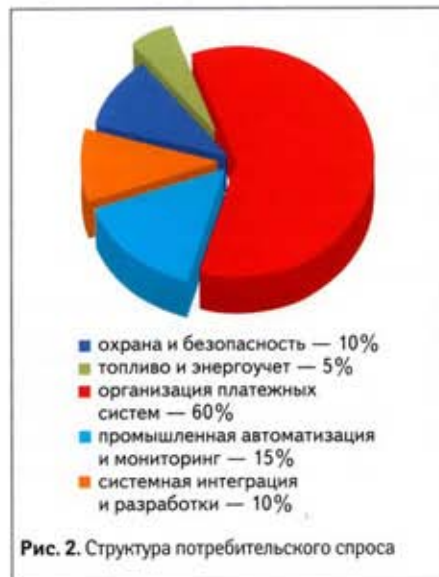


Рис. 2. Структура потребительского спроса

Прорывом последних двух лет является рынок платежных систем. Если изначально под данное определение попадали в основном банкоматы и терминалы для оплаты пластиковыми картами, то в настоящее время ситуация резко изменилась. Можно смело утверждать, что не менее 90% данного сегмента составляют производители и владельцы платежных терминалов, предназначенных для приема наличных средств.

Стоит отметить, что несмотря на прогнозируемое падение объема выпуска подобных платежных терминалов в ближайшие несколько лет не стоит ожидать, что данный сегмент слат свое лидерство. Небольшой, но стабильный рост показывает применение GSM-терминалов в сфере топливно- и энергоучета. Однако в ближайшее время у этого сегмента есть серьезный ограничивающий фактор: количество современных счетчиков, способных напрямую взаимодействовать с беспроводным устройством, пока невелико.

Наиболее перспективным, на наш взгляд, является потребительский сегмент «промышленная автоматизация и мониторинг», пока не получивший серьезного развития в России. По мнению зарубежных аналитиков, именно производственный сектор является наиболее емким.

## Общие тенденции

На первый взгляд, тенденция может показаться нелогичной: при общем прогрессе технологий макси-

мально востребованы наиболее простые с функциональной точки зрения GSM-терминалы.

Объяснение этого факта чрезвычайно простое — как видно из изложенного ранее, устройства, осуществляющие беспроводную передачу данных, уже не требуют какого-либо рода контроллеров на самом GSM-терминале. В самом распространенном варианте применения — платежном терминале — модем фактически подключен к порту компьютера, способного с помощью специфического ПО контролировать параметры его работы. Таким образом, от GSM-терминала требуются три основные вещи: стабильное функционирование, работа со стандартными AT-командами и невысокая стоимость.

## Промежуточные итоги

На примере российского рынка беспроводных терминалов наиболее ярко сказывается общая проблема российского маркетинга, суть которой можно охарактеризовать кратко: «Отсутствие достоверной информации». Если первая составляющая этого явления — чрезвычайная молодость и аномально высокая динамика данного рынка, что не позволяет наработать серьезный материал для анализа, вполне естественно, то вторая является общей российской проблемой. Ее суть заключается в следующем — серьезные маркетинговые исследования, проводимые независимыми организациями, отсутствуют, а маркетинговая информация, собранная участниками рынка, или не распространяется, или трактуется в свою пользу.

Таким образом, привести достоверные данные о соотношении долей российского рынка, занимаемых различными производителями, является сложной задачей. Но можно достоверно утверждать, что лидером продаж в 2006 году стал Siemens MC-35iT.

Учитывая существующую динамику продаж GSM-терминалов на российском рынке, даже по самым скромным подсчетам в ближайшее три года, в среднем, стоит ожидать удвоения продаж GSM-терминалов в количественном выражении.

Все приведенные данные вполне вписываются в оценки западных аналитиков: доля компании Siemens на беспроводном m2m-рынке в целом в 2006 году составляет 41% (по данным Gartner), прогнозируемый прирост продаж в финансовом выражении — не менее 40% в год, на фоне семикратного общего прироста продаж (данные CI-Online, ABI Research) к 2011 году.

## Развитие продолжается

Несмотря на оптимистичную картину нескольких прошедших лет, дальнейшее развитие рынка может оказаться не таким очевидным. Наибольшее количество факторов рынка, пускай, не способных остановить его рост, но имеющих шанс существенно снизить динамику, проявляется со стороны смежных технологий передачи данных. Однако стоит отметить, что превысить зону охвата GSM-сетей в ближайшее время не удастся ни одному из существующих стандартов беспроводной связи. □

## Литература

- [http://www.inconex.ru/mw/report2006\\_01.htm](http://www.inconex.ru/mw/report2006_01.htm)
- <http://www.euroml.ru/technology.php>
- <http://www.gartner.com/>