

ВЕСЕЛЕЕ ВМЕСТЕ

РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОММУНИКАТОРОВ ПОКА ЕЩЕ МОЛОД, НО ВЫСОКИЕ ТЕМПЫ РОСТА — 55% В 2007 ГОДУ, ПО ДАННЫМ SMARTMARKETING,— ДЕЛАЮТ ЕГО ВСЕ БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ КРУПНЫХ ВЕНДОРОВ. ЯРКИЙ ПРИМЕР ТОМУ — ПОГЛОЩЕНИЕ КОМПАНИЕЙ ACER МАЛЕНЬКОГО ТАЙВАНЬСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ КОММУНИКАТОРОВ E-TEN INFORMATION TECHNOLOGIES, ДОБИВШЕГОСЯ САМЫХ БОЛЬШИХ УСПЕХОВ ИМЕННО НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ.

ТАТЬЯНА КОСТЫЛЕВА

ВСПОМНИ, КАК ЭТО БЫЛО До сих пор аналогичные слияния телекоммуникационных компаний не всегда оканчивались удачно. Из хороших примеров можно вспомнить компанию Sony Ericsson (SE), образованную в 2001 году в результате слияния Ericsson и мобильного подразделения Sony. До образования союза положение дел и той и другой на рынке мобильной связи было довольно плачевным, а теперь же, согласно исследованию Gartner за 2007 год, SE занимает долю 9% рынка. А вот тайваньской корпорации BenQ, выкупившей летом 2005 года подразделение Siemens Mobile, повезло меньше: образованная компания обанкротилась уже через год.

В мировом масштабе тайваньская корпорация E-TEN Information Systems имеет весьма скромные обороты. Самых больших успехов компания добилась на российском рынке: доля ее продукции среди коммуникаторов на Windows Mobile за последний год увеличилась чуть ли не вдвое — до 16,4%, по данным SmartMarketing. При этом на нашу страну приходится порядка 30% общего оборота коммуникаторов Glofiish, поэтому Acer интересуется преимущественно российской частью бизнеса компании. «Успех Glofiish в России объясняется прежде всего принятой здесь моделью дистрибуции», — уверен глава представительства E-TEN в России Михаил Фадеев. — Она никак не завязана на работе операторов связи, как в случае с iPhone». В Европе и США модель дистрибуции строится на работе с оператором: сотовый телефон или коммуникатор идет «в нагрузку» с контрактом. Чтобы продвигать таким образом коммуникаторы, необходимы соглашения с операторами. А договориться на выгодных условиях с огромной корпорацией (Vodafone, O2, T-Mobile и др.) не так просто, если ты небольшой азиатский производитель. Но при поддержке такого гиганта, как Acer, это становится более чем реальным.

ПЕРСПЕКТИВЫ Мировой рынок конвергентных мобильных устройств стремительно растет и, по прогнозам аналитиков, через пару лет вырастет еще минимум на 30%. Покупкой E-TEN компания Acer планирует выйти на быстрорастущий рынок коммуникаторов Windows Mobile, на котором до этого была практически не представлена. При этом Acer уже работала на рынке ультрапортативной техники с собственной линейкой карманных компьютеров, но этот опыт был не самым удачным. Тем более что КПК и коммуникатор существенно отличаются не только в разра-

ботке, но и в канале сбыта. Около 80% коммуникаторов продается в России через так называемый телеком-канал — розничные торговые сети, а КПК реализуется исключительно через IT-канал.

Вести переговоры, будучи компанией с поддержкой Acer Inc., куда проще. А финансовые ресурсы у обеих компаний просто несопоставимы. Увеличение финансирования позволит E-TEN нанять больше квалифицированных разработчиков, инженеров и специалистов по контролю за качеством, а также ускорить разработку новых моделей.

КАК РАБОТАЕМ ДАЛЬШЕ Сумма сделки оценивается в 9 млрд тайваньских долларов — порядка \$290 млрд. Слияние единогласно одобрено руководством обеих компаний, а также собраниями акционеров и регулирующими органами. Acer Inc. обменивается акциями своей компании с E-TEN с коэффициентом 1:1,07 (одна акция Acer за 1,07 акции E-TEN), при этом новые выпущенные акции будут составлять около 6% от всех оставшихся обычных акций Acer. Завершение сделки планируется в течение третьего квартала 2008 года. В результате E-TEN полностью вольется в состав Acer как отдельное подразделение внутри компании — Smart Handheld Division.

В планах представителей E-TEN — занять 30% рынка коммуникаторов в России в 2008 году. «Пусть сейчас Acer пришлось выложить за E-TEN столько денег — я уверен, что эти инвестиции в ближайшем будущем с лихвой окупятся. Рынок смартфонов и коммуникаторов — один из самых быстроразвивающихся и перспективных», — говорит Денис Зенкин, партнер маркетингового агентства Rosencrantz & Guildenstern.

Других слияний от рынка коммуникаторов ждать не стоит. Крупные бренды, не имеющие в своей структуре отделов разработки «умных» устройств, чаще всего работают по OEM- и ODM-схеме — закупают у азиатских производителей продукцию и продают под собственным брендом. Именно так поступают, например, компании Toshiba и Sony Ericsson. Другие гиганты — Samsung, LG и ASUS — уже имеют подразделения по разработке коммуникаторов. Первой на очереди стоит разве что Motorola, усиленно ищущая покупателя для своего мобильного подразделения. Его прибыль в четвертом квартале 2007 года упала на 84% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. ■

В РОССИИ НЕБОЛЬШИМ АЗИАТСКИМ КОМПАНИЯМ ПРОДВИГАТЬ КОММУНИКАТОРЫ ЛЕГЧЕ, ЧЕМ В ЕВРОПЕ: ЗДЕСЬ НЕТ НУЖДЫ СТРОИТЬ МОДЕЛЬ ДИСТРИБУЦИИ НА СОГЛАШЕНИЯХ С СОТОВЫМИ ОПЕРАТОРАМИ

↑
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА

КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС



на правах рекламы

Большой масштаб Серьезный партнер

Современный бизнес движется вперед, используя свежие идеи и адаптируясь к новым условиям. Постоянные изменения стали нормой нашей жизни. Как опытный и надежный партнер, мы предлагаем передовые технологии для того, чтобы вы могли достичь большего. Телекоммуникационные технологии «КОМСТАР – Объединенные ТелеСистемы» обеспечивают свободное и постоянное развитие вашего бизнеса.



ОАО «КОМСТАР – ОТС»
119121, Москва, Смоленская-Сенная пл., д. 27, стр. 2
тел.: (495) 956-00-00 info@comstar-uts.ru
www.comstar-uts.ru