

Тайны офиса, доступные каждому



Текст: Александр Котляров

Отработанные конфиденциальные документы, которые содержат коммерческую информацию или индивидуальные данные, должны быть уничтожены. С этим трудно поспорить, поскольку прокатившаяся по Европе и США волна мошенничеств, основанных на краже информации, постепенно подступила к России. Интерес мошенников к конфиденциальным документам, несомненно, возрос. Ситуация особенно опасна на фоне почти полного отсутствия в России культуры обращения с офисными документами и личными данными. Необходимым атрибутом офиса, отвечающего современным требованиям информационной безопасности, становится шредер. О тенденциях на рынке шредеров нашему журналу рассказали ведущие производители и дистрибьюторы.

Состояние рынка шредеров

Состояние российского рынка шредеров обусловлено недостаточно серьезным отношением потребителей к вопросу защиты информации.

Product Manager компании Fellowes Russia Михаил Тимошенко констатирует «факт халатной ненасыщенности» рынка — наличие множества неосвоенных потребительских ниш: «Около 80% офисов не имеют ни одного шредера. В «домашнем» секторе ситуация еще более плачевная. Носители, содержащие конфиденциальную информацию, должным образом уничтожают считанные единицы».

На существование свободных ниш указывает и **представитель Ассоциации Brands в России и СНГ Анастасия Кожевникова**: «В основном шредерами пользуются государственные структуры, банки, поскольку во многих подобных организациях существует централизованное предписание о необходимости иметь шредер определенного уровня секретности. Но, кроме государственных структур и банков, потенциальная область

применения шредеров в России очень широка: это любые офисы (в том числе и домашние), переговорные комнаты в гостиницах и бизнес-центрах, кадровые агентства, кабинеты директоров производств, складских комплексов и прочие».

В то же время эксперты отмечают, что предложение на рынке шредеров представлено довольно широко.

Руководитель подразделения московских продаж компании «Гамма-Центр» Денис Чубрин говорит о «наличии на российском рынке большого количества поставщиков, особенно в низком ценовом сегменте, и о широком ассортименте предлагаемых моделей».

Менеджер отдела оргтехники компании «Самсон» Антон Гумуржи отмечает, что из-за отсутствия общей культуры сохранения информации «шредеры для большинства руководителей организаций, к сожалению, пока остаются статьей расходов, на которой можно сэкономить».

Причины сложившейся ситуации, по мнению экспертов, следует искать в менталитете россиян, которым

чаще свойственно решать проблемы, а не предотвращать их. Среди второстепенных причин называют низкий уровень ответственности, предусмотренный законом за разглашение личной информации, и пока недостаточную оснащенность и «подкованность» отечественных мошенников для совершения афер с использованием украденных данных.

Но ситуация имеет тенденцию к улучшению. **Глава московского представительства компании ProfiOffice GmbH (Германия) Татьяна Далгатова** отметила, что «Россия уверено приближается к стандартам европейского потребления, растет офисная культура, многие пользователи успели по достоинству оценить удобство и эстетичность использования данной продукции».

Динамика рынка

Шредеры появились на российском рынке в середине 90-х годов. По данным компании ProfiOffice GmbH (Германия), наибольший рост объемов продаж пришелся на 2004-2006 гг. За период с 2003-2008 гг., наблюдалось

ежегодное увеличение объемов продаж, по разным оценкам динамика составляла от 20 до 30%. **Татьяна Далгатова (компания ProfiOffice GmbH)** комментирует: «В 2009 году наблюдался спад объемов продаж по shreddерам по сравнению с 2008-м от 30% до 50%. Наиболее снизились показатели по продажам на дорогие аппараты, наименьший спад отмечался по бюджетным моделям. Последний квартал 2009 года был относительно стабильным».

Эксперты отметили рост рынка в 2010 году с оговоркой, что показатели продаж 2009-го остались на уровне докризисного 2008 года.

Менеджер по продукту компании «Бюрократ» Борис Белов говорит, что 2010 год для офисного оборудования начался позитивно: «Увеличение продаж shreddеров в первой половине 2010-го по сравнению с аналогичным периодом 2009 года в первую очередь связано с выходом российского рынка из кризисного состояния. Рост продаж shreddеров в первое полугодие 2010 года составил, по нашим оценкам, 25-30%».

Анастасия Кожевникова (компания Acco Brands Russia) подчеркивает положительную динамику продаж: «У компании Acco Brands в 2010 году рост продаж shreddеров более 100% по сравнению с кризисным 2009 годом, который, как известно, не был показательным с точки зрения развития рынка. Средний рост товарной группы shreddеров на российском рынке в обычный период составляет около 30%. Основное развитие продаж для компании Acco Brands в 2010 году наблюдается в розничном сегменте. В целом рост продаж shreddеров, очевидно, больше в корпоративном сегменте».

Татьяна Далгатова (компания ProfiOffice GmbH) отмечает: «Первый квартал 2010 года показал рост продаж по технике в среднем на 25% по сравнению с показателями за аналогичный период 2009 года».

Михаил Тимошенко (компания Fellowes Russia) рассказывает: «Сейчас мы наблюдаем небольшой рост рынка. Очевидно, что 2010 год покажет плюс 10 — 12% по сравнению с 2009-ым. Если же брать бренд Fellowes, то благодаря ряду удачных мероприятий, акций и просто хорошей работе мы фиксируем рост в 50% по сравнению с аналогичным периодом 2009 года».

Денис Чубрин (компания «Гамма-Центр») констатирует, что в 2010 году спрос на shreddеры растет медленнее, чем в предыдущие 4 года: «По нашим оценкам, в 2009 году было продано около 45 тысяч shreddеров на общую сумму около \$14 млн., показатель роста рынка составляет примерно 15-20% в год. В 2010 году рынок вновь оживился. В основном рост происходит за счет увеличения первичного

спроса — shreddеры стали неотъемлемым атрибутом любого современного офиса. Нужно отметить, что shreddеры премиум-класса — аппараты этой категории представляет компания «Гамма-Центр» на российском рынке — продаются в небольших количествах. Их потребителями являются крупные корпоративные клиенты, которые обычно планируют закупку на определенный квартал, поэтому в этом сегменте наблюдается схожая динамика продаж на оптовом и корпоративном рынке. Далеко не все дилеры создают складские запасы такой техники и чаще приобретают её под заказ. В целом же, несмотря на то, что спрос на shreddеры не подвержен резким сезонным колебаниям, опыт продаж прошлого года показывает, что существует тенденция увеличения продаж на конец каждого квартала и на конец года».

Рынок shreddеров демонстрирует посткризисный рост. Лидером в этом плане объяснимо стал корпоративный сегмент.

Участники рынка

Российский рынок предлагает богатый ассортимент shreddеров различных стран-производителей: Германии, Англии, США, Италии, Южной Кореи, Тайваня, Китая. Крупные производители shreddеров, по мнению экспертов, — компании Fellowes, Acco Brands, Profi Office, HSM, Kobra. В премиум сегменте отмечена компания EVA, shreddеры которой имеют срок службы, превышающий 10 лет. Заметными дистрибьюторами shreddеров эксперты назвали компании «Бюрократ», «Самсон», «Центр F1».

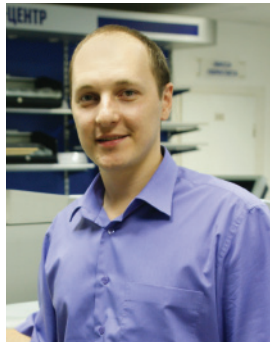




Анастасия Кожевникова
(Acco Brands Russia)



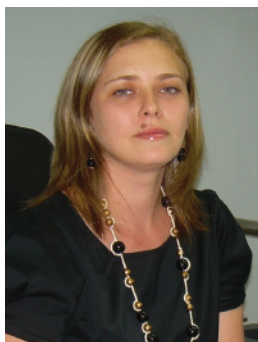
Борис Белов
(«Бюрократ»)



Денис Чубрин
(«Гамма-Центр»)



Михаил Тимошенко
(Fellowes Russia)



Татьяна Далгатова
(«ProfiOffice GmbH»)



Антон Гумуржи
(«Самсон»)

Были упомянуты также известные торговые марки Ideal, Martin Yale, Dahle, Piranha, Alligator, Gladwork.

Безусловный лидер импорта shredders на российский рынок — Китай. Доля продукции из этой страны составляет, по разным оценкам, от 80 до 90 процентов. По данным компании Fellowes, приблизительно 7 % импорта у Кореи и лишь 3 % у Германии. Очевидно, что себестоимость shreddera, изготовленного в Китае, в два раза меньше немецкого при сопоставимом уровне качества. В Китае не брезгают размещать производства такие мировые лидеры как Sony и Adidas. Используя в Китае свои менеджмент и систему качества, они добиваются высочайших относительных показателей производительности, доходности и качества. Свои мощности размещают здесь и крупные компании-изготовители shredders.

Доли других стран-импортеров на российском рынке весьма незначительны.

Сегментация рынка

Рынок shredders сильно сегментирован. Границы между сегментами очень условны. В каждом сегменте представлена разнообразная в плане цены продукция. По оценкам экспертов, стоимость shredders определяется как их техническими характеристиками, так и предлагаемой маркой.

Михаил Тимошенко (компания Fellowes Russia) комментирует: «Говорить о четком разграничении ценовых сегментов я бы не стал. Цена на shredder зависит, в первую очередь, от степени секретности и производительности shreddera. А поскольку линейки основных производителей весьма ровные, то говорить можно о стоимости shreddera той или иной торговой марки. Fellowes, Kobra, Acco — это представители мидл-сегмента. К лоу-сегменту относятся торговые марки Gladwork, Comix. Совсем внизу ищите Bulros, Jinrex. Дорогие немецкие уничтожители документов от Dahle и EBA расположились в верхнем прайм-сегменте».

Денис Чубрин (компания «Гамма-Центр») в зависимости от потребительских характеристик выделяет 4 категории shredders. При этом он рассказывает о них на примере устройств марки EBA, выделяя в пределах каждой категории несколько ценовых сегментов:

«Устройства первой категории — персональные, рекомендованные для работы в небольших офисах (2-4 человека) или дома. В эту категорию входят, например, shredders EBA 1121 C и EBA 1121 S, имеющие ширину входа 220 мм, с третьим и вторым уровнем секретности соответственно. Поставляются они в комплекте с контейнером вместимостью 20 л.

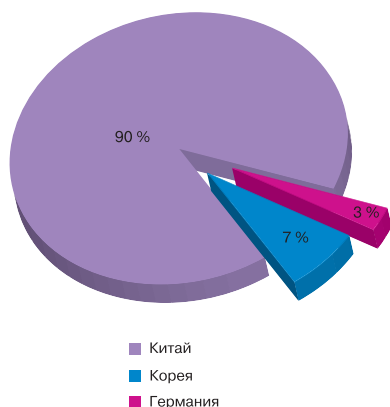
Стоимость персональных shredders эконом-класса (марки Pro-intell, Gladwork) не превышает на рынке 3,5 тысяч рублей. Покупка аппарата среднего ценового сегмента, например, марки Fellowes обойдется потребителю не дороже 7 тысяч рублей. Цена на персональные shredders премиум-класса, к которому принадлежат shredders EBA, колеблется в пределах от 5 до 20 тысяч рублей.

Ко второй категории относят устройства для малых и средних офисов. Среди shredders EBA, принадлежащих к этой категории, наиболее популярны уничтожители EBA серии 1324, которые представлены сразу четырьмя моделями: второй, третьей, четвертой и шестой степени секретности. Вместимость используемых в них многофункциональных пакетов для сбора мусора составляет 35 литров. Особое место в ряду уничтожителей документов для малых и средних офисов занимает модель EBA AL1, удостоенная за дизайн нового продукта престижной награды старейшего международного конкурса Good Design Award 2008, учрежденного Чикагским музеем Архитектуры и искусства совместно с Европейским центром архитектуры, искусства, дизайна и урбанистических исследований.

Стоимость shredders для малых и средних офисов эконом-класса составляет 5-8 тысяч рублей. Покупка аппарата среднего ценового сегмента обойдется потребителю не дороже 15 тысяч рублей. Цена на shredders для малых и средних офисов премиум-класса колеблется в пределах от 17 до 45 тысяч рублей.

Shredders третьей категории рассчитаны на большой объем уничтожаемых документов и используются в крупных организациях. В этой категории shredders EBA имеют самую длинную продуктовую линейку и включают модели, оснащенные контейнерами вместимо-

Диаграмма Доли рынка стран-импортеров shredders, по данным компании Fellowes



ВАШ НОВЫЙ СУПЕР-ПРОДАВЕЦ!



- Ежедневно повышает продажи
- Работает на вас в офисе клиента
- Демонстрирует ваш товар с лучшей стороны
- Всегда компетентен
- Исключает ошибки
- Всегда вежлив с клиентами

ЗАКАЖИТЕ КАТАЛОГ ДЛЯ ВАШИХ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ

Присоединяйтесь к дилерской программе по организации корпоративной торговли от фирмы «САМСОН»

Вопросы и пожелания по адресу: dealer@samsonpost.ru Максимов Роман тел.: 8-910-732-15-05

Москва (495) 645-83-26

Воронеж (4732) 42-58-11

Волгоград (8442) 45-32-83

Саратов (8452) 36-44-95

Ростов-на-Дону (863) 250-84-02

Нижний Новгород (831) 274-86-31

Казань (843) 513-73-77

Самара (846) 341-43-74

Новосибирск (383) 303-19-22

Пермь (342) 297-92-97

Ставрополь (652) 29-89-30

Уфа (347) 246-06-01



www.samsonopt.ru



стью до 225 литров, которые способны одновременно уничтожить до 47 листов бумаги.

Цены на аппараты эконом- и среднего классов в сегменте shreddеров для больших офисов сопоставимы с ценами на модели премиум-класса, которые варьируются в пределах от 25 до 60 тыс. руб. Поэтому в этом сегменте лидирующие позиции занимают марки мировых лидеров.

И наконец, к shreddерам четвертого класса, которые можно назвать архивными, относят мощные аппараты, имеющие самые высокие показатели разовой загрузки листов.

Shreddеры EBA этой категории имеют ширину приемного устройства от 460 до 500 мм и могут за раз уничтожить от 29 (модель 4 уровня секретности 5146 C) до 600 листов (модель 2 уровня секретности 7050-2 C). Поставляются такие shreddеры в комплекте с одноразовыми пакетами под мусор объемом от 230 до 300 л.

Эта группа представлена только моделями премиум-класса — от 250 тысяч рублей. При этом, говоря о ценах на shreddеры, нужно учитывать, что стоимость модели шестого уровня секретности может превышать стоимость этой же модели второго уровня секретности, более чем в 2 раза».

Анастасия Кожевникова (компания Ассо Brands Russia) отмечает, что компанией Ассо Brands разработана классификация shreddеров, которая помогает потребителям выбрать, какое устройство подходит им лучше всего. Shreddеры разделены на персональные и офисные. Персональные shreddеры представлены 3 группами.

Устройства «для дома» предназначены для уничтожения личных документов. К данной группе относятся shreddеры Rexel серии Alpha продольного и поперечного реза. Отличительная особенность таких устройств — суперэкономичная цена.

Устройства «для домашнего офиса» предназначены для малых офисов до 5 человек. Примеры устройств данного класса — модели Rexel Silencio V35WS и V30WS. Они совершенно бесшумны. Модели Rexel Style и Style + отличаются эргономичным

дизайном и имеют выдвижную корзину для мусора.

Устройства «для руководителей» — стильные shreddеры, обеспечивающие высокий уровень секретности и быстрое уничтожение. К таким приборам относятся большие по объему shreddеры Rexel серии Silencio и Style. Интересное решение — модель Rexel OfficeMaster CC175. Скошенный верх модели позволяет загружать бумагу для уничтожения не вертикально, а горизонтально. Shreddер может находиться под рабочим столом, и его можно не доставать из-под стола при загрузке документов.

Офисные shreddеры делятся на 4 группы. Устройства «для малого офиса» до 5 пользователей. В данную группу входит модель Rexel V120, способная уничтожить скобы, скрепки и кредитные карты; и компактный shreddер Rexel с технологией Mercury RSX 1227, которая позволит загрузить лишь столько листов, сколько прибор способен уничтожить. Эта технология предотвращает поломку ножей, которая случается из-за того, что shreddер оказывается перегружен.

Устройства «для отдела» более 5 пользователей. В эту группу входят shreddеры Rexel серии Mercury.

Устройства «для большого офиса» более 20 пользователей. Это shreddеры с объемом корзины более 40 литров и высоким уровнем секретности. Примером могут служить модели Rexel серии Mercury с корзиной 50 литров и 4 и 5 уровнем секретности.

Устройства «для специалистов», предназначенные для 40 пользователей и способные уничтожить огромное количество документов. Пример устройств этого класса — shreddер Rexel Auto+ с загрузкой 500 листов формата A4, которые могут быть переработаны вместе со скрепками и скобами.

Борис Белов (компания «Бюрократ») выделил 4 ценовых сегмента рынка shreddеров: «Основные ценовые сегменты на рынке уничтожителей: персональные shreddеры до \$150, малый офис \$150-300, средний офис \$300-600, офисные машины свыше \$600».



Татьяна Далгатова (компания ProfiOffice GmbH) говорит: «Шредеры TM ProfiOffice занимают верхний уровень низкого ценового диапазона и нижний уровень среднего. Разумеется, цена уничтожителя зависит от его внутреннего наполнения и заявленных технических характеристик. Чем показатели привлекательнее, тем цена на него будет выше. Из представленного нашей компанией ассортимента наиболее привлекательными по цене будут уничтожители из модельного ряда Piranha, где в основном представлены модели для персонального использования или для использования в офисах с небольшим документооборотом. Что касается модельного ряда уничтожителей Alligator, то представленные в нем аппараты обладают более широким спектром возможностей и, соответственно, позиционируются в более высоком ценовом диапазоне. На себестоимость продукции влияет также местонахождение завода-производителя, однако производство в той или иной стране не является однозначным показателем качества».

Конкуренция

Эксперты отмечают, что в большинстве сегментов рынка шредеров конкуренция проявляется преимущественно на уровне дополнительного сервисного обслуживания.

Антон Гумуржи (компания «Самсон») рассказывает: «Конкуренция на этом рынке достаточно сильна, поскольку технические характеристики (уровень секретности, объем корзины, производительность) у всех изготовителей примерно одинаковые. Следовательно, основной причиной выбора того или иного шредера может стать внешний вид, наличие дополнительных технологий и качественный сервис».

Михаил Тимошенко (компания Fellowes Russia) говорит: «Основными потребительскими характеристиками шредера являются уровень секретности, как следствие, размер фрагмента уничтоженного документа, производительность, объем корзины и рабочий цикл. Покупатель выбирает из этих параметров наиболее подходящий для себя, безусловно, держа в уме цену. При этом предлагаемые линейки шредеров у основных игроков весьма равномерные. Практически у каждого в середине линейки, если ранжировать по производительности и уровню секретности, есть аналог, а то и два. В данных условиях борьба выходит на уровень дополнительных функций, гарантии, сервисного и постгарантийного обслуживания».

Борис Белов (компания «Бюрократ») особо отмечает конкуренцию в низком сегменте рынка: «Наиболее остро конкуренция проявляется

в сегменте персональных шредеров средней стоимостью до \$150. В последнее время увеличился поток недорогих машин из стран восточной Азии, и значительно выросло число брендов в этом сегменте. На сегодняшний день рынок насчитывает порядка 30 производителей».

Анастасия Кожевникова (компания Acco Brands Russia), представляя компанию-производителя, замечает: «Конкуренция на рынке шредеров есть только при тендерных поставках. Во всех остальных случаях производители шредеров конкурируют в основном с изготовителями корзины для бумаг».

Отдельно стоит сказать о конкуренции в премиум-сегменте: «Ни один производитель шредеров премиум-класса пока не может похвастаться весомой долей рынка, даже, несмотря на признанные технологические преимущества, привлекательный внешний вид и надежный послепродажный сервис своей продукции».

Большинство российских покупателей не склонны платить высокую цену даже за превосходный товар и приобретают недорогие модели азиатских производителей. Поэтому наиболее острая конкуренция наблюдается в низком ценовом сегменте. В отличие от марок этого сегмента марки премиум-класса сильно дифференцированы и мало подвержены атакам конкурентов. Поэтому конкурентный климат здесь остается достаточно мирным», — отметил **Денис Чубрин (компания «Гамма-Центр»)**.

Лидеры продаж

Очевидно, что в каждом сегменте рынка шредеров и у каждой компании существуют модели, которые продаются лучше остальных. Поэтому просто перечислим те, которые эксперты указали в числе лидеров продаж, чтобы получить объективную картину спроса и понять, какой сегмент рынка на сегодняшний день наиболее востребован.

Антон Гумуржи (компания «Самсон»): «Наиболее успешно продаются следующие модели шредеров: FELLOWES P-40, предназначенный для 1 человека, с шириной полоски 6,3 мм, перерабатывающий степлерные скобы, FS-32500; FELLOWES PS-60, предназначенный для групп 1-3 человек, с шириной полоски 5,8 мм, перерабатывающий скрепки; FS-36603-05, CRC-36003; FELLOWES PS-67Cs, предназначенный для групп 1-3 человек, с фрагментами 3,9 x 50 мм, перерабатывающий степлерные скобы, FS-32165. Наибольшим спросом пользуются недорогие персональные уничтожители. На них приходится более половины всех продаж шредеров. Но в ассортименте также должны быть устройства для разных целевых групп, включая большие





мощные shreddеры, рассчитанные на непрерывную работу».

Анастасия Кожевникова (компания Acco Brands): «Наиболее успешны в высоком и среднем ценовых сегментах торговые марки профессиональных производителей: Acco Brands (Rexel), Fellowes, HSM, Ideal. Для покупателя shreddера цена стоит все-таки не на первом месте, поскольку это в принципе недешевый товар. В низком ценовом сегменте популярность постоянно переходит от одного производителя к другому. В этой нише нет стабильности в показателях. В основном это так называемые частные торговые марки, привозимые из Китая».

Михаил Тимошенко (компания Fellowes): «Безусловными хитами продаж являются PowerShred® PS-60 и PowerShred® PS-67Cs. Очень большой потенциал у серии Fellowes 100% Jam Proof, ведь ее shreddеры гарантируют отсутствие «бумажных пробок», — это преимущество уже оценили несколько тысяч пользователей. Если взять разрез ценового сегмента, то можно видеть практически прямую зависимость цены от производительности и класса секретности shreddера. Чуть меньше на цену влияет объем корзины».

Борис Белов (компания «Бюрократ»): «Компания «Бюрократ» представляет на рынке shreddеры марки BURO. Наибольшей популярностью в ассортименте компании пользуется модель BU-C968. Она имеет 4-й класс секретности (размер фрагмента 2 x 6 мм) с возможностью одновременной переработки 10 листов. Объем корзины для отходов составляет 24 литра. Особенностью данной модели являются разделенные приемники для бумажных отходов и CD, а также дополнительный режущий механизм для CD и кредитных карт. Для предотвращения поломки shreddер снабжен функцией автоматического отключения при перегреве двигателя (тепловой перегрузке). Дополнительное преимущество shreddеров BURO — яркая красочная упаковка. На упаковке указаны технические характеристики устройств и основная информация, необходимая потре-

бителю. Все модели комплектуются подробным руководством по использованию на русском языке».

Татьяна Далгатова (компания ProfiOffice GmbH): «В ассортименте компании «ProfiOffice GmbH» наиболее популярными и востребованными остаются персональные shreddеры с перекрестной резкой, обеспечивающие оптимальный — 3-й уровень секретности, способные уничтожать одновременно 5-10 листов, занимающие нижний и средний ценовой диапазон в этом классе, например: Piranha M 5CC, Piranha 5CC, Piranha 7CC, Piranha 110CC+, Piranha 108CC. Так же пользуются спросом у потребителя офисные уничтожители обеспечивающие высокую степень секретности: Alligator 705 CC+, Alligator 808 CC+, и модели способные одновременно уничтожить от 15 до 20 листов: Alligator 815 CC+, Alligator 617 CC+, Alligator 620 CC+. Среди новинок уничтожителей ТМ ProfiOffice, особенно хочется обратить внимание на уничтожители Alligator 915 CC+ и Alligator 1020 CC+ — офисные модели, оснащенные объемной корзиной, способные одновременно уничтожить от 15 до 20 листов. При этом они характеризуются низким уровнем шума, имеют цифровое управление, оснащены дисплеем, отображающим все рабочие процессы, без труда справятся с уничтожением дисков и пластиковых карт, выполнены в современном дизайне. Средняя рыночная цена на эти модели ниже по сравнению с аналогами других торговых марок на 20%».

Тенденции и перспективы

Эксперты отметили, что рынок shreddеров в России чрезвычайно перспективен.

«В ближайшие несколько лет он будет расти. Наиболее перспективен корпоративный канал сбыта, поскольку одним из важнейших факторов успешного существования крупных организаций является защита информации, а уничтожение документов — компонент такой защиты. Нужно открывать и развивать ассортимент всей офисной техники, а не только shreddеров. Также очень многое

зависит от маркетинговых мероприятий, проводимых для продвижения на рынке. Компания «Самсон» готова предоставить своим клиентам весь необходимый ассортимент офисной техники и расходных материалов к ней. Что касается новых лидеров, в ближайшее время они не появятся, поскольку у каждого производителя shreddеров есть свои налаженные каналы сбыта и клиенты, работающие с конкретными дистрибьюторами. Новые предложения, безусловно, будут. Без этого невозможно занимать лидирующие позиции на этом рынке», — отметил **Антон Гумуржи (компания «Самсон»)**.

«При стабильной экономике, которая стимулирует развитие рыночных отношений, и рынок малой офисной техники (в том числе shreddеры) не исключение, появляются новые предложения, новые игроки на рынке, которые в дальнейшем вполне могут войти в число лидеров», — указывает **Татьяна Далгатова (компания ProfiOffice GmbH)**.

«На рынке shreddеров наблюдаются несколько основных тенденций. Мировая тенденция номер один — Китай завоевывает рынок производства. В мире осталось всего 2-3 компании, у которых вся линейка состоит из shreddеров, сделанных на территории Европы или Северной Америки. Тенденция номер два — это смещение спроса в сторону перекрестного реза. Еще несколько лет назад перекрестная резка едва ли составляла треть от всех продаж, сегодня же более дорогие «перекрестники» — это добрая половина продаж. Третий тренд рынка — все большая заинтересованность крупнейших розничных сетей в shreddерах. Рынок shreddеров, безусловно, растет. В ближайшее время падение роста не предвидится, поскольку растут банковская, медицинская, страховая отрасли. Российский рынок находится в самом начале роста. Посмотрите на американский рынок shreddеров — многомиллиардные обороты, персональный shreddер есть в каждой пятой семье, офис или ресепшн без shreddера — нарушение корпоративной этики, признак неуважения клиента. Поэтому перспективы роста российского рынка, помноженные на количество населения, представляют весьма радужную картину. Наибольшим же потенциалом роста на данный момент обладают персональные shreddеры, отвечающие справедливым требованиям надежности и безопасности пользователя, способные без проблем вписаться в домашний или офисный интерьер», — говорит **Михаил Тимошенко (компания Fellowes)**.

«Наиболее перспективны продажи shreddеров в двух направлениях: небольших компактных устройств высокого качества для использования

дома, а также «умных» multifunctionальных приборов для офиса, которые не ломаются и очень просты в использовании. По прогнозам компании Acco Brands, основная перспектива продаж shreddеров в мире — это розничные сети, при этом не только канцелярские, но и компьютерные. В России эта тенденция уже тоже начала себя оправдывать. Самое основное в продаже shreddеров — предложить правильную модель клиенту. Многие конечные потребители еще не знакомы с данным товаром, не стоит забывать об этом», — прокомментировала **Анастасия Кожевникова (компания Acco Brands Russia)**.

«В ближайшие несколько лет российский рынок shreddеров будет продолжать расти, в том числе за счет роста первичного спроса в регионах. В спросе на замену будут преобладать марки премиум-класса. По мере созревания рынка и снижения цен на shreddеры премиум-класса следует ожидать увеличения их долей рынка. В силу того, что рынок сильно сегментирован и производители shreddеров стараются удвоить все множество запросов потребителей, высока вероятность появления на рынке новых более технологичных моделей. Как уже отмечалось, весьма вероятно появление узкоспециализированных shreddеров, уничтожающих, например, только кредитные карты — такие аппараты будут востребованы прежде всего банками. Сегмент крупных корпоративных клиентов по-прежнему будет оставаться самым перспективным каналом сбыта», — говорит **Денис Чубрин (компания «Гамма-Центр»)**.

«В России, на наш взгляд, растет культура офиса. С этим и связан рост продаж офисного оборудования в целом и, в частности, уничтожителей документов. В перспективе конечные покупатели должны осознать необходимость приобретения shreddера для дома, что приведет к росту продаж также в ритейле», — таково мнение **Бориса Белова (компания «Бюрократ»)**.

Итак, эксперты прогнозируют рост на рынке shreddеров. Большинство делает основную ставку на корпоративных клиентов, одновременно держа руку на пульсе розничного канала сбыта, который постепенно набирает обороты. Очевидно, что рост рынка связан с постепенным выходом экономики России из состояния рецессии и, как следствие, возрастающим спросом со стороны корпоративных клиентов. В России постепенно формируется культура работы с офисными документами и личными данными. Совокупность этих обстоятельств позволяет утверждать, что отечественный рынок уничтожителей документов имеет огромный потенциал. ■

