



e-mail: [crnre@aha.ru](mailto:crnre@aha.ru)  
 N2 (13), 31 января 1997 г.

Обзор рынка звуковых плат: По объему продаж лидирует Creative, остальные выступают в роли догоняющих

## Информация об изготовителях повышает активность VAR'ов

Дебора А. Козеоллино

.....

Оказывается, большая часть потребителей, собирающихся приобрести звуковые платы, нуждается в помощи. Проведенное CRN эксклюзивное исследование продемонстрировало неосведомленность многих менеджеров, работающих в области информационных технологий, при определении торговой марки звуковых плат.

Большие, средние и малые компании используют в своих компьютерах звуковые платы, и все они, согласно исследованию CRN, намерены и впредь приобретать различные звуковые периферийные устройства. Но представители этих фирм затрудняются ответить на вопрос о том, какие именно платы у них уже есть, на изделиях какой торговой марки они хотели бы остановить свой выбор, и порой даже не знают, какие фирмы занимаются производством такой продукции.

Плата Sound Blaster фирмы Creative Labs - наиболее популярная у потребителей подобной продукции, занимает первое место среди звуковых плат всех производителей. При перечислении имеющихся у них плат менеджеры крупных компаний по незнанию отмечали Sound Blaster и Creative как два различных типа изделий. На самом же деле Sound Blaster - это звуковая плата производства компании Creative. Тот факт, что Sound Blaster принимается за самостоятельную brandname-фирму, доказывает доминирование фирмы Creative на рынке. Второй в списке крупных изготовителей указывалась Compaq Computer Corp., несмотря на то, что она вовсе не производит звуковых плат. Хотя все персональные компьютеры от Compaq оснащены звуковыми платами, совместимыми со стандартом Sound Blaster, все они изготовлены малоизвестными фирмами, продукцию которых можно встретить только на этих машинах. Да, именно столько крупных изготовителей смогли указать респонденты в своих ответах. Опрос производился в таких фирмах, как IBM Corp., Hewlett-Packard Co., AT&T Corp. и Packard Bell NEC. Совершенно очевидно, что потребители просто не информированы о том оборудовании, на котором они работают. Это подтверждается еще и тем, что среди ответов представителей всех компаний, независимо от их размера, преобладал вариант "не знаю". Больше половины менеджеров мелких фирм не знали, с какими звуковыми платами они работают. Более одной трети менеджеров крупных и средних компаний показали тот же уровень познаний.

### Реселлеру на заметку

- Более половины опрошенных небольших компаний даже не знают, с какими звуковыми платами они работают.
- Компания Aztech Labs увеличила в 1995 г. продажи своих звуковых плат на 1,6 млн. по сравнению с 1994 г.

Некоторые реселлеры столкнулись с подобной ситуацией при работе с клиентами. Марвин Коэн, президент компании Ampet Corp. (Брумэлл, шт. Пенсильвания), поставляющей специализированные системы, говорит, что "клиенты не ведают о том, что находится внутри их компьютеров". Это вполне устраивает Коэна, поскольку позволяет ему выступать перед клиентом в роли искушенного специалиста. Он советует остальным реселлерам следовать его примеру.

Другая, обычная среди занимающихся распространением звуковых плат реселлеров практика - приобретение плат у посредников. Все VAR'ы, опрошенные CRN, сказали, что закупают платы у дистрибьюторов и не имеют дел непосредственно с производителем.

VAR'ы и системные интеграторы - вот основной источник, откуда большие компании получают примерно 30% звуковых плат. Компании средних размеров приобретают у них уже чуть меньше 20% своих плат, ставя их на второе место среди поставщиков. Небольшие компании вообще не полагаются на VAR'ов и интеграторов.

### Шанс найти свое место на рынке

Джордж Экономос, интегратор из ARvee Systems Inc. (Богемия, шт. Нью-Йорк), посетивший CRN, считает, что звуковые платы сейчас установлены почти во всех персональных компьютерах и рабочих станциях. Подобная конфигурация превращается в стандартную, поскольку компании все чаще используют в своей работе видеоконференции и мультимедиа-презентации. В аналитическом отчете фирмы Dataquest Inc. говорится, что "по мере развития рынка мультимедиа-компьютеров все больше пользователей из делового мира приобретают завершённые мультимедиа-ПК со встроенными аудиосистемами". Привнесение звука в ПК - это не что иное, как революция в компьютерном мире, подобная революции, произведенной в свое время приходом звука в кинематограф. Потребители, определяющие уровень затрат на закупку оборудования, потеряют совсем немного денег, если звуковые возможности приобретаемой ими системы не будут находиться на доисторическом уровне.

В условиях, когда большое число пользователей не имеют звуковых плат на своих компьютерах, для VAR'ов открываются огромные возможности по комплектованию их систем качественными звуковыми платами. Почти все изготовители, принявшие участие в данном обзоре, предлагают единовременные скидки для крупных оптовых покупателей, что повысит прибыли реселлеров и сделает переход к работе со звуком более привлекательным для их клиентов.

Наряду с Creative Labs, чьи товары пользуются самой высокой репутацией, на рынке сейчас много компаний, которые производят качественные платы и имеют даже лучшие программы организации сбыта. Все предлагают маржу, превышающую 15%, и надежное сопровождение своей продукции. Компания Boca Research спонсирует программу извлечения дополнительной прибыли под названием "Travel @ the speed of life", предоставляющей систему специальных скидок при крупных оптовых закупках ее продукции. Фирма Shark Multimedia, в свою очередь, предлагает 5%-ную единовременную скидку на свою плату Mako Plus, реализуемую через ее дистрибьюторов. Diamond Multimedia Systems, как и Aztech Labs, предлагает 2% паевых.