

Исследование рынка
оборудования для
интерактивного
обучения в
Азербайджане

АИК Цифра

Оглавление

1.	Макроэкономические показатели рынка оборудования для интерактивного обучения в мире и в регионе	Стр. 2
2.	Основные показатели состояния регионального рынка	Стр. 4
2.1.	Основные макроэкономические показатели Азербайджана	Стр. 5
2.2.	Объем, темпы роста и структура рынка	Стр. 8
2.3.	Основные виды потребляемой продукции	Стр. 10
2.4.	Специфика системы образования в Азербайджане, законодательные и национальные особенности	Стр. 13
2.5.	Потенциальные барьеры для вхождения в рынки региона	Стр. 15
3.	Анализ конкурентной среды рынка ИО в Азербайджане	Стр. 17
3.1.	Основные игроки на рынках ИО, доли рынка, особенности продвижения, сильные и слабые стороны	Стр. 17
3.2.	Крупнейшие потребители оборудования для ИО	Стр. 19
3.3.	Анализ продуктов - конкурентов по ценам и ассортименту	Стр. 20
4.	Маркетинговая стратегия выхода на рынок оборудования для ИО Азербайджана	Стр. 23
4.1.	Целевые группы и стратегия привлечения потребителей	Стр. 23
4.2.	Прогноз маркетинговых возможностей	Стр. 25
4.3.	Возможные конкурентные преимущества	Стр. 27
5.	Приложения	Стр. 28
5.1.	Профили основных компаний конкурентов	Стр. 28
5.2.	Крупнейшие потребители оборудования для ИО в Азербайджане	Стр. 38
5.3.	Прайс-листы компаний	

1 Макроэкономические показатели рынка оборудования для интерактивного обучения в мире и в регионе

Последние несколько лет мировой рынок интерактивных решений для образования претерпевает серьезные изменения. Связано это с началом очередного цикла использования новых технологий, доведенных до стадии коммерциализации. Выделяют следующие рыночные тенденции, оказывающие серьезное влияние на рынок:

1. Насыщение рынка развитых стран интерактивными аппаратными решениями.
2. Рост продаж интерактивных панелей и снижение продаж интерактивных досок
3. Развитие интерактивных облачных решений с поддержкой принципа BYOD (использование для работы и обучения собственных устройств пользователя).

Лидерами мирового рынка интерактивного оборудования являются такие компании как: IQ Board, Hitachi, Promethean, SMART Technologies, Interwrite, Julong, Polyvision и др.

Если не брать в расчет Китай и Турцию, где доминируют местные производители, то в 2014 году лидером мирового рынка интерактивного оборудования стала компания SMART Technologies. Сейчас ее доля в мире составляет более 40%. Ближайший конкурент – компания Promethean отстает почти в 2 раза. Остальные производители контролируют крайне незначительные доли.

2 Основные показатели состояния регионального рынка

Азербайджан - государство на Южном Кавказе. По данным последней переписи население составляет около 9 млн. человек, территория — 86 600 км², по обоим этим показателям является крупнейшей страной Закавказья. Занимает девяносто первое место в мире по численности населения и сто двенадцатое по территории.

Столица — Баку. Государственный язык — азербайджанский. Является светским государством.

Подразделяется на 66 районов, 11 городов республиканского подчинения и 1 автономную республику — Нахичеванскую Автономную Республику

Доля городского населения составляет 54,1 %.

Гендерный состав населения практически равномерен, на 1000 мужчин приходится 1039 женщины.

Азербайджан — индустриально-аграрная страна с высокоразвитой промышленностью и многоотраслевым сельским хозяйством. Важнейшее место в хозяйстве Азербайджана занимают нефте- и газодобывающая, нефтеперерабатывающая, химическая, машиностроительная, горнорудная промышленность, цветная металлургия, легкая и пищевая промышленность.

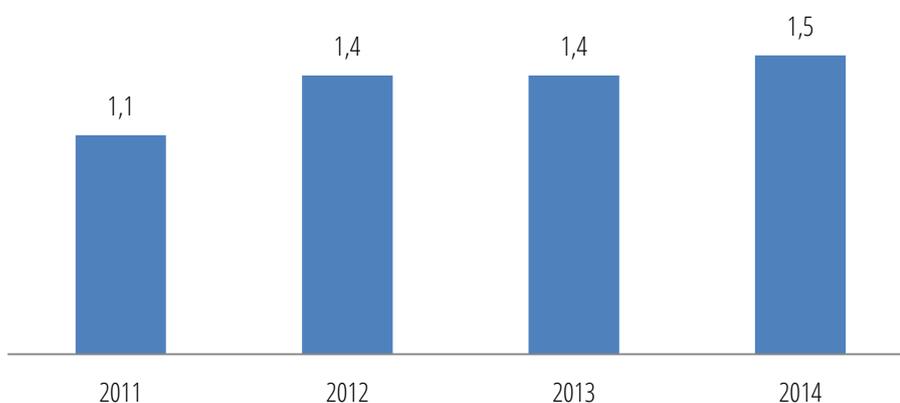
Азербайджан экспортирует в другие страны продукцию химической и топливной промышленности, цветной и чёрной металлургии, машиностроения и металлообработки. Из других стран в Азербайджан ввозится, в основном, готовая продукция: станки, различные сельскохозяйственные машины, автомобили, одежда, продовольственные товары.

2.2

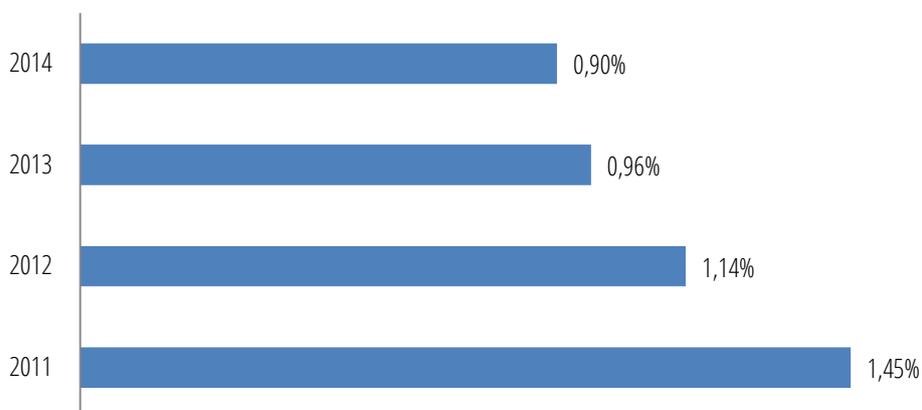
Объем, темпы роста и структура рынка

По данным министерства образования Азербайджана совокупные расходы на образование в Азербайджане составили в 2014г. 1610 млн. манатов (1,5 \$ млрд.), в 2013г. 1530 млн. манатов (1,4\$ млрд.), в 2012г. – 1520 млн. манатов (1,4\$ млрд.), в 2011г. 1200 млн. манатов (1,1\$ млрд.).

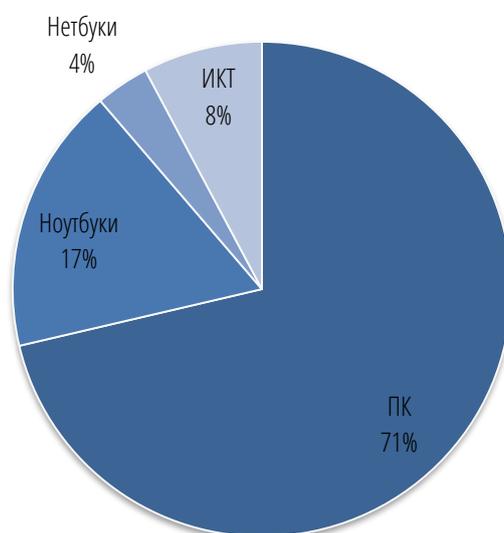
Государственные расходы на образование в Азербайджане 2011-2014гг. млрд. \$



Доля расходов на оборудование ИКТ в общих расходах образование в Азербайджане



Количественная структура рынка оборудования для информатизации образования Азербайджана



2.3

Основные виды потребляемой продукции

В Азербайджане принята национальная программа развития образования, одним из ключевых параметров которой является развитие инфраструктуры образования, формирование электронных образовательных ресурсов, расширение использования современной образовательной техники и технологии. Приоритеты данной программы являются электронные уроки и учебники и оснащение образовательных учреждений техникой.

3 Анализ конкурентной среды рынка ИО в Азербайджане

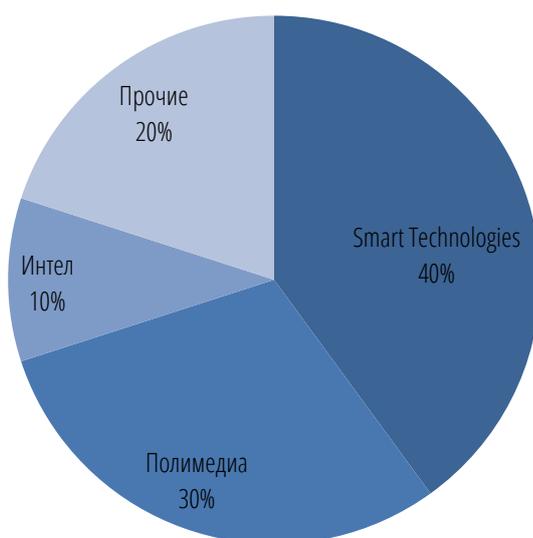
Азербайджан - государство на Южном Кавказе. По данным последней переписи население составляет около 9 млн. человек, территория — 86 600 км², по обоим этим показателям является крупнейшей страной Закавказья. Занимает девяносто первое место в мире по численности населения и сто двенадцатое по территории.

3.1 Основные игроки на рынках ИО, доли рынка, особенности продвижения, сильные и слабые стороны

Лидерами азербайджанского рынка оборудования для ИО являются компании Smart Technologies, Полимедиа-Азербайджан и компания Intel, остальные игроки занимают небольшие доли рынка.

Основной стратегией продвижения данных компаний является активное участие в мероприятиях имиджевого характера совместно с государственными органами и крупнейшими образовательными учреждениями. Так, компания Smart Technologies проводит активное продвижение своей продукции на выставках, так же на базе Бакинского Европейского лицея компанией был открыт тренинг-центр для преподавателей.

По экспертным оценкам данный рынок в разрезе основных игроков имеет следующую структуру.



Компания «Полимедиа-Азербайджан» так же участвует в выставках и конференциях, компания Intel спонсирует массовые образовательные мероприятия, передает в дар свою продукцию школам.

Полные профили основных компаний-конкурентов приведены в [Приложении 1](#).

Компания	Лаборатории для проф.обучения	Учебные лаборатории	Интерактивные доски	Интерактивные проекторы	Беспроводные планшеты	Прочее оборудование
Polymedia	да Учебные стенды, лабораторное оборудование PASCO	да Учебные стенды, лабораторное оборудование PASCO	да Promethean ActivBoard	да Epson, CASIO	да Promethean ActivSlate	Система опроса и тестирования ActivExpression
	нет	нет	да MimioBoard	да MimioProjector	да MimioPad	Системы тестирования MimioVote, Система обработки рукописных данных MimioCapture
	нет	да лабораторное оборудование	да Promethean ActivBoard	да Promethean	да Promethean ActivSlate	Система опроса и тестирования ActivExpression, Labdisc Globisens
	нет	нет	да ProTouch	нет	нет	Система аттестации ProASK Комплексная система управления бизнес – процессами ProSchool
	нет	да POLYTECH	да Promethean ACTIVBOARD, SMART Board TouchBoard	да Epson, eBeam Edge	да Promethean ActivTablet, INTERWRITE Mobi View	Комплексы оперативного контроля знаний Turning Technologies, Документ-камеры AVerVision, Epson
	Да, лабораторное оборудование PASCO EDIBON, PHYWE	Да, лабораторное оборудование PASCO EDIBON, PHYWE,	Да, интерактивные комплексы TeachTouch, Promethean ActivBoard, SMART Board	да Epson	да Promethean ActivSlate	Да, системы тестирования ActivExpression, ActiVote
	да, лабораторное оборудование	да, лабораторное оборудование	нет	нет	нет	нет
	да, лабораторное оборудование	да, лабораторное оборудование	нет	нет	нет	нет

Сравнительный анализ компаний по ценам

Компания	Лаборатории для проф.обучения	Учебные лаборатории	Интерактивные доски	Интерактивные проекторы	Беспроводные планшеты	Прочее оборудование
	Нет	10-250 тыс. руб.	70-360 тыс. руб.	50-210 тыс. руб.	45 тыс. руб.	не проводился
	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	не проводился
	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	не проводился
	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	не проводился
	нет	5-10 тыс. руб. (продаются отдельными датчиками)	65-165 тыс. руб.	60-120 тыс. руб.	13-46 тыс. руб.	не проводился
	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	не проводился
	200-600 тыс. руб.	200-250 тыс. руб.	нет	нет	нет	не проводился
	250-1500 тыс. руб.	150-250 тыс. руб.	нет	нет	нет	не проводился
	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	не проводился
	нет	нет	45-189 тыс. руб.	230-250 тыс. руб.	37 тыс. руб.	не проводился

4 Маркетинговая стратегия выхода на рынок оборудования для ИО Азербайджана

Как уже указывалось, потребителями оборудования для интерактивного обучения в Азербайджане являются государство и бизнес, в современном маркетинге данные целевые группы определяются как B2G и B2B.

4.1 Целевые группы и стратегия привлечения потребителей

4.2 Прогноз маркетинговых возможностей

4.3 Возможные конкурентные преимущества

Качество предлагаемого оборудования позволяет достойно конкурировать на мировом рынке оборудования для интерактивного обучения.

В настоящее время макроэкономическая ситуация является достаточно сложной для импорта товаров в Азербайджан. Негативные тенденции последнего периода, связанные с падением курса маната сокращают возможности валютной ценовой конкуренции, что делает ключевым фактор цены для принятия решения о закупке товаров для нужд образовательных учреждений.

Предложение наилучших цен и условий расчетов позволит иметь конкурентные преимущества на рынке оборудования для ИО в Азербайджане.

Профиль компании

Сайт

Характеристика компании

Лидер российского рынка систем отображения информации. Компания основана в 1998 году и объединяет 13 компаний в крупнейших городах России и СНГ: Москве, Екатеринбурге, Самаре, Казани, Уфе, Новосибирске, Санкт-Петербурге, Воронеже, Краснодаре, Астане (Казахстан), Ташкенте (Узбекистан) и Баку (Азербайджан). В состав холдинга входит компания ART Polymedia, специализирующаяся на комплексных арендных проектах по оснащению выставок, форумов, конференций, спортивных мероприятий, переговорных комнат, и учебных аудиторий.

Компания активно сотрудничает с российским образованием, поставляя современное интерактивное оборудование и комплексные решения на его основе в учебные заведения, а также организуя регулярные обучающие семинары для преподавателей. Для поддержки пользователей и предоставления им площадки обмена опытом, компания открыла сайт Интернет-сообщества педагогов-новаторов Edcommunity

Продукты/партнеры компании

Среди собственных разработок компании возможности видеоконференц-системы LifeSize и видеостену из тонкошовных дисплеев собственного производства Flame.

Авторизованный сервисный центр по ремонту оборудования Promethean, Mitsubishi Electric, Panasonic, Sony, Epson, Casio, Wolf Vision, Crestron International, Extron Electronics, Sanako

Офис в Азербайджане

Представительство

Контакты

г. Баку

Тел:

Электронная почта: