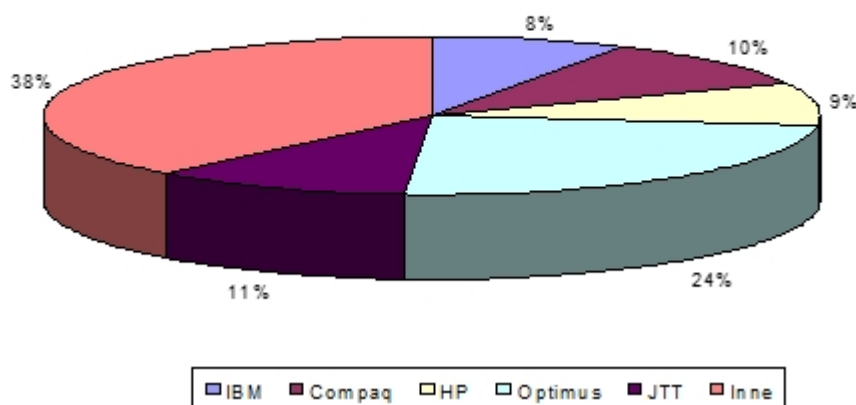


Pozycja rynkowa Optimus SA

Polski rynek komputerów PC określa się mianem niedojrzałego. Wyznacznikiem tej niedojrzałości jest brak dominacji marek międzynarodowych, przede wszystkim amerykańskich nad producentami lokalnymi. Na podstawie rozwoju sytuacji na rynkach Europy Zachodniej, oraz Czech, Węgier i Rosji gdzie dominują marki amerykańskie, jak Dell, Compaq, IBM oraz Hewlett-Packard, można oczekiwać podobnego scenariusza także na ignorowanym dotychczas przez największych rynku polskim. Na razie dwa pierwsze miejsca należą do polskich firm – Optimusa i JTT, które łącznie stanowią ponad 35% rynku. Widać jednak coraz większą presję ze strony zachodnich producentów i dystrybutorów, którzy na przestrzeni ostatnich dwóch lat zwiększyli udział w naszym rynku. Rysunek nr 10 przedstawia udział poszczególnych marek komputerów osobistych w polskim rynku IT w 2000 r.

Rysunek 10. Udział producentów w polskim rynku PC w roku 2000



Źródło: idg.pl/news

W roku 2001 ze względu na trudności finansowe oraz proces podziału spółki zarówno poziom produkcji jak i sprzedaży komputerów marki Optimus znacznie się zmniejszył. Firma w

sumie sprzedała niewiele ponad 80 tys. komputerów osobistych co stanowiło ponad 12% udziału w rynku. Według międzynarodowej firmy zajmującej się badaniem rynku – International Data Corporation (IDC), sprzedaż PC w Polsce osiągnęła w 2001 roku rekordową ilość 650 tys. szt., natomiast rok wcześniej sprzedano ich około 590 tys. szt. Szacuje się, że w ciągu najbliższych 5 lat liczba sprzedawanych w Polsce komputerów osobistych wzrastać będzie o 15% rocznie.

Pomimo spadkowej dynamiki wzrostu sprzedaży komputerów osobistych w pierwszej połowie 2001 roku w Polsce i na świecie. Rynek PC ma przed sobą jeszcze duży, niewykorzystany potencjał. Szczególnie optymistyczne prognozy generowane są w odniesieniu do rynku MSP, zatrudniających od 10 do 500 osób. Według różnych źródeł ponad połowa, a nawet 60% firm z segmentu MSP nie posiada komputera. Kluczowym czynnikiem warunkującym zakup komputera dla większości małych firm jest jego cena, rzetelne wsparcie techniczne oraz opieka gwarancyjna. Optimus Technologie, kontynuując działalność Spółki Optimus SA, będzie rozwijał swoją ofertę komputerów biurowych pod kątem dostarczenia wszystkich tych cech, a dodatkowo zapewniał będzie stabilność pracy, nowoczesność i wysoką jakość produktów.

Komputery biurowe wyróżniają się wysoką funkcjonalnością, atrakcyjnym wzornictwem i zastosowaniem unikalnych ergonomicznych rozwiązań, jak również gotowością do pracy w lokalnej sieci komputerowej i internecie. Można oczekiwać, że właśnie rynek MSP będzie siłą napędową popytu rynkowego na komputery osobiste przez najbliższych kilka lat.

Drugim kluczowym segmentem rynkowym dla działalności Optimus Technologie w ramach oferty komputerowej będą użytkownicy domowi. Penetracja komputerów wśród gospodarstw domowych w Polsce szacowana jest na około 10-12%, podczas gdy w Stanach Zjednoczonych odsetek ten jest niewspółmiernie wyższy, bowiem wynosi ponad 50%, przy czym bardzo często rodziny amerykańskie posiadają w domu więcej niż jeden komputer. Powodem takiej

dysproporcji jest nie tylko różnica w poziomie życia i zamożności społeczeństw, ale przede wszystkim w uwarunkowaniach gospodarczych, przejawiających się w sposobach finansowania zakupów. Polskie rodziny dążą ku nowoczesności, ale podstawową barierą na tej drodze są niskie dochody i wysokie koszty dostępnych w Polsce kredytów i systemów ratalnych.

Optimus zamierza wychodzić naprzeciw oczekiwaniom klientów i dostarczać komputery o najkorzystniejszej relacji pomiędzy ceną, jakością i funkcjonalnością. Ważną grupą odbiorców komputerów są profesjonaliści – szczególnie wymagający użytkownicy indywidualni oraz biznesowi. Z myślą o nich Optimus będzie rozwijać wysokiej klasy, najbardziej wydajne komputery i stacje robocze mogące sprostać nawet najbardziej wyrafinowanym oczekiwaniom.

Pod względem stosowanych rozwiązań rynek korporacyjny i instytucjonalny jest bardziej specyficzny. Ponieważ informatyzacja dużych jednostek wiąże się zwykle z koniecznością pracy w sieci komputerowej, a poufność danych wymaga stosowania specjalnych zabezpieczeń i centralnego administrowania sprzętem, miejsce standardowych komputerów zajmują coraz częściej terminale zwane też końcówkami sieciowymi, które podłączone są do serwera i pozwalają administratorowi na sprawne zarządzanie siecią. Optimus od kilku lat rozwija ofertę terminali sieciowych, które z powodzeniem wdrażane są w instytucjach rządowych, samorządowych oraz w służbach mundurowych.

Bardzo istotną częścią rozwijającego się rynku są systemy serwerowe adresowane do segmentu korporacyjnego. Aktualnie dostrzegany jest trend rozwoju systemów z obszaru „High Availability” (o wysokiej niezawodności). W roku 2001 firma Optimus Technologie sprzedała 906 takich serwerów. Są to rozwiązania przeznaczone do obsługi krytycznych środowisk informatycznych o znaczeniu strategicznym, takie jak duże bazy danych, wymagające serwery aplikacji czy platformy

telekomunikacyjne. Optimus aktualnie realizuje politykę ekspansji swojej działalności w kierunku rozwiązań budowanych w oparciu o zaawansowane technologie. W ofercie pojawiły się kompleksowe systemy klastrowe oferujące najwyższy poziom dyspozycyjności, wydajności oraz bezpieczeństwa.

Spółka Optimus Technologie stara się, aby jej wyrób lub usługa w jak największym stopniu zaspokajały potrzeby i oczekiwania nabywców. Trwają ciągłe badania i wydaje się niemało pieniędzy na opracowywanie nowych rozwiązań szczególnie w zakresie integracji aplikacyjnej wykorzystującej nowatorskie rozwiązania oprogramowania. W przypadku komputerów osobistych postęp i ewolucja rozwiązań odbywa się na rynku światowym a spółka Optimus jest zbyt mała aby uczestniczyć w tym procesie. Niemniej jednak wszelkie nowatorskie rozwiązania są przez spółkę natychmiast przyswajane i poziom techniczny jej produktów nie odbiega od standardu światowego. Narastająca globalizacja gospodarki i silna konkurencja sprawia, że produkt i jego zdolność do zaspakajania potrzeb nabywców nie jest głównym elementem osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.

Znacznie większe znaczenie z punktu widzenia walki konkurencyjnej ma kolejny element marketingu-mix a mianowicie cena. Niestety w tym elemencie sytuacja Optimusa też nie jest najlepsza. Mniejsze lokalne firmy są w stanie oferować swoje produkty po niższych cenach. Nie ma tu większego znaczenia, że wyroby te są często niskiej jakości, zmontowane z najtańszych podzespołów. Firmy takie oferują przeważnie komputery dla odbiorcy indywidualnego w szczególności mniej zasobnego, dla którego cena jest jedynym kryterium zakupu. Z drugiej strony skali znajdują się międzynarodowe korporacje, których wyroby są znacznie droższe od komputerów Optimus ale one głównie obsługują klientów instytucjonalnych dla których z kolei najważniejszym kryterium w wyborze oferty jest jakość i niezawodność. Gdyby jednak światowi potentaci chcieli zawładnąć rynkiem użytkowników indywidualnych, są w stanie zaproponować ceny atrakcyjne nawet w długim okresie.

Działania takie realizuje już firma Compaq i IBM, oferujące swoje wyroby po cenach o ok. 20% niższych niż komputery firmy Optimus. Reasumując, zagrożeniem dla firmy są obecnie małe lokalne firmy montujące wątpliwej jakości komputery po niskich cenach oraz w przyszłości światowi potentaci będący w stanie podjąć wojnę cenową na polskim rynku markowych komputerów.

Jeśli chodzi o promocję, firma Optimus przyjęła strategię internetowej kampanii reklamowej poprzez portal Onet.pl i sklepy internetowe. Firma nastawiła się również na realizację działań promocyjnych i reklamowych realizowanych poprzez sieć licencjonowanych przedstawicielstw i dealerów sprzętu. Klasyczne działania reklamowe odnoszą się praktycznie wyłącznie do wyrobów fiskalnych.

Przejrzystość działalności i zwartość struktury – to podstawa strategii dla Optimusa na rok 2003 i następne. Według nowego Zarządu Optimus musi wybrać, czy chce być producentem, czy integratorem.

Przejrzystość Optimusa ma polegać na ujednoliceniu jego działalności. Zwartość zaś oznacza rezygnację z holdingowej struktury. Zarząd firmy ma dwa pomysły na poprawę sytuacji finansowej przedsiębiorstwa. Pierwszy z nich polega na skupieniu się na produkcji i sprzedaży komputerów. Szef Optimusa planuje, że z tytułu sprzedaży pecetów osiągnie wyniki finansowe pozwolą na rentowną produkcję już w 2003 roku. Przeciętą marżę Optimusa wynosi 9%, koszty operacyjne (administracja, zarząd, księgowość, itp.) mogą zostać obniżone do ok. 5 % co daje zysk operacyjny ze sprzedaży pecetów na poziomie 4%, co w warunkach ostrej konkurencji na tym rynku jest wysokim wskaźnikiem.

Decydując się na model producencki, Optimus nie ograniczyłby się jednak do komputerów. Zarząd chciałby w przyszłości poszerzyć ofertę o sprzęt elektroniczny, np. skanery, aparaty cyfrowe a nawet nowoczesne telewizory. Ujawnia, że firma pracuje obecnie nad „projektem chińskim”, tzn. rozważa zakup

fabryki tego rodzaju sprzętu w jednym z krajów azjatyckich. Optimus nie miałby trudności z wprowadzeniem na rynek nowych produktów spod znaku elektroniki domowej. Pomogłaby mu w tym jego marka – uważa prezes. Na dowód przytacza ostatnie dane Instytutu Marki Polskiej: Optimus jest marką, która zajmuje wysokie 27 miejsce w rankingu najlepiej rozpoznawanych marek w Polsce.

Produkcja i sprzedaż pecetów to jedna z dróg, którymi może podążyć Optimus. Druga zaś to integracja. Nowy szef Optimusa zakłada, że jeśli firma skupi się na tym modelu biznesowym, w ciągu dwóch lat 30 % jej obrotów będzie pochodzić z usług integratorskich. Zanim jednak Optimus stałby się integratorem z prawdziwego zdarzenia, musiałby kupić 6-7 firm zajmujących się oprogramowaniem. Firma gotowa jest na ten cel wydać nie więcej niż 20 mln złotych. Czy spółka będzie producentem, czy integratorem, rozstrzygnie się w ciągu kilku najbliższych miesięcy.

Ujednolicenie profilu produkcji to nie jedyne zadanie, które czeka nowy zarząd w najbliższym czasie. Konsekwencją ujednolicenia działalności Optimusa ma być uporządkowanie jego struktury organizacyjnej. Obecnie jest on holdingiem składającym się z około 30 spółek, w których ma większościowy lub mniejszościowy udział. Firma zamierza skupić kapitał w jednej spółce. Udziały w firmach, które nie pasują do modelu działalności wybranego przez Optimusa, mają więc być sprzedane. Wśród spółek-córek, których Optimus się nie wyzbędzie, wymienia się Optimusa Enterprise i Xtrade.

Sprzedaż pozostałych spółek wiąże się ze zwolnieniami. Obecnie w holdingu pracuje około 550 osób. Prezes na razie nie chce ujawnić, ile osób straci pracę. Pociesza, że koncentracja kapitału ma także jaśniejszą stronę. W przypadku przyjęcia modelu integracyjnego możliwe jest nawet zatrudnienie pracowników – specjalistów od oprogramowania. Zwolnienia mają dotyczyć nie tylko szeregowych pracowników.

Przeobrażeniom ma ulec także struktura akcjonariatu Optimusa. Jego nowy szef chciałby, aby ok. 40 proc. akcji należałoby do 5-6 udziałowców, a reszta byłaby w obrocie rynkowym. W tej chwili najwięksi akcjonariusze Optimusa to BRE Bank (12,8 proc.), ITI (25,9 proc.) i Grupa Onet.pl (18,6 proc.). 37,6 proc. papierów należy do drobnych udziałowców.

Na pewno nie zmieni się w Optimusie jedno – marka. To ona ma być atutem w przypadku obu wariantów modelu biznesowego (producentckiego i integratorskiego), tym bardziej że znana jest nie tylko w Polsce. Optimus ceniony jest także za granicą. Przyczyniły się do tego przetargi organizowane przez agencje NATO. Jeden z nich Optimus już wygrał na początku 2002 roku (jego wartość wynosi 1,5 mln euro), a w trzech następnych bierze udział (łącznie opiekują na kwotę 10 mln euro). Optimus znany jest także na Ukrainie. Jeszcze w 2001 roku zawarł z tamtejszym rządem umowę na dostawę sprzętu i usługi integracyjne dla urzędów podatkowych (wartości 12 mln dol.). Możliwe, że dojdzie do podpisania następnego kontraktu.

Optimus należy do czołówki polskich dystrybutorów branży IT. Każdego roku notowany jest wzrost dochodów pochodzących z tej części działalności firmy. Wzrasta również udział tych dochodów w całości dochodów realizowanych dotychczas przez Spółkę Dzieloną. Przejawem ciągłej dbałości o aktualność, atrakcyjność oraz rozwój oferty wraz z wymogami odbiorców są ciągłe prace w zakresie:

- nawiązywania współpracy z największymi światowymi producentami sprzętu,
- poszukiwania nowych produktów z branży IT w ofercie producentów,
- przeprowadzania badań, testów, prób nowych produktów pojawiających się na rynku w zakresie ich jakości i współpracy z innymi urządzeniami komputerowymi,
- zapewniania wysokiej jakości oferowanych towarów,
- zapewniania serwisu gwarancyjnego i pogwarancyjnego dla sprzedawanych produktów, zapewniania materiałów

eksploatacyjnych,

- dbałości o ciągłość i szeroki wachlarz oferty,
- nawiązywania współpracy z największymi dystrybutorami sprzętu komputerowego na rynku polskim w celu umocnienia pozycji wśród czołówki dystrybutorów krajowych, prowadzenia wspólnych akcji marketingowych,
- zawierania strategicznych powiązań z dostawcami podzespołów i komponentów,
- realizowania wspólnych szkoleń i treningów zarówno dla handlowców i grup sprzedających, jak i dla dealerów.

Wykorzystując dotychczasową pozycję Optimus SA w zakresie dystrybucji towarów oraz możliwości finansowe działalność ta powinna rozwijać się stabilnie i powinna wzrastać rola firmy wśród krajowych dystrybutorów.

Wydaje się, że dla opracowania konkurencyjnej strategii dla firmy Optimus w przypadku przyjęcia modelu produktowego kluczowym elementem jest polityka dystrybucji a w niej pośrednio elementy promocji, reklamy i kształtowania pozytywnego wizerunku marki, dlatego temu elementowi zostanie poświęcony IV rozdział pracy [tej pracy **magisterskiej**].

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.