ТЕЛЕКОМ

Эволюция в кармане

конкуренция

Продажи ноутбуков в России падают: аналитики сообщают о снижении поставок во втором квартале на 42,3% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. В сложившейся ситуации виноваты не только кризис и сопутствующее ему снижение спроса, но и политика самих вендоров. Компании слишком агрессивно продвигают на рынок ультракомпактные нетбуки стоимостью $500–600, которые отнимают часть рынка у более производительных и дорогих «собратьев».

ЕВГЕНИЙ ПЕРЕВЕРЗЕВ

Традиционные ноутбуки едва удерживаются на рынке под натиском маленьких собратьев

Ветер перемен

Пожалуй, рынок нетбуков (net book — ноутбук для интернета) можно назвать одним из немногих в высокотехнологичной отрасли, чьему стабильному росту не помешал даже мировой финансовый кризис. Продажи традиционных лэптопов, да и настольных компьютеров, падают по всему миру. В отчете Wordlwide Quarterly PC Tracker аналитическая компания IDC отмечает, что за минувший год продажи ноутбуков в штучном выражении хотя и выросли на 13%, тем не менее в ценовых показателях сократились на 6%. Комментируя российские показатели, ведущий аналитик IDC Зарина Камытбаева говорит, что поставки во втором квартале снизились на 42,3% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. Желающих оспорить эти данные не нашлось. При разговоре с корреспондентом BG-IT Игорь Снытко, генеральный менеджер региона СНГ и Балтии ООО «Тошиба Рус», подтвердил, что «объемы продаж ноутбуков во втором квартале 2009 года значительно снизились». При этом он признался, что не разделяет оптимизма большинства производителей, прогнозирующих активный рост объемов продаж в ближайшие месяцы: «Предпосылок на рынке для активного роста пока нет. При возможном небольшом росте в четвертом квартале, во многом определяемом сезонностью, я ожидаю повторного снижения в первой половине 2010 года. Некоторого роста, на мой взгляд, можно ожидать не ранее чем в третьем квартале, и он традиционно придется на период начала учебного года. Но при этом нет никаких оснований полагать, что уровень продаж достигнет показателей 2008 года».

На этом фоне показатели продаж миниатюрных лэптопов стоимостью $500–700 кажутся поразительными. Та же IDC обнародовала результаты, согласно которым за первое полугодие 2009 года на российский рынок было поставлено на 68% больше нетбуков, чем год назад, то есть чуть более 180 тыс. штук. Повод для оптимизма? Это как посмотреть — дело в том, что нетбуки дешевле в производстве, и вендоры, соответственно, зарабатывают на них меньше. При этом размытие границ между двумя классами устройств приводит к «каннибализации» нетбуками рынка, занятого «взрослыми» лэптопами. Фактически вендоры сами лишают себя потенциальной прибыли: потребители отдают предпочтение не слишком функциональным, но дешевым устройствам, тогда как раньше им пришлось бы раскошеливаться на полноразмерный тысячедолларовый (как минимум) ноутбук.

Хотели как лучше

Идейным предшественником нетбуков принято считать концепт One Laptop Per Child, представленный сотрудником Массачусетского технологического университета Николасом Негропонте в 2005 году. Предполагалось, что дешевые стодолларовые лэптопы будут в учебных целях использовать школы развивающихся стран третьего мира. Однако вышло не совсем так, как задумывалось: первый действительно работающий нетбук Eee PC 701 был выпущен на массовый рынок компанией ASUS лишь осенью 2007 года, стоил же он отнюдь не сотню долларов, а все $400. Программа OLPC в сознании потребителей очень быстро отошла на второй план, хотя африканские школы свои ноутбуки XO-1 все-таки получили. Зато миниатюрный субноутбук от ASUS с диагональю экрана всего 7 дюймов быстро завоевал популярность на мировом рынке. Выяснилось, что огромному количеству потребителей не хватало именно такого, простого и недорогого, устройства для работы с электронной почтой и текстовыми документами. Согласно отчету компании IDC, только за первый квартал 2008 года ASUS продала 700 тыс. устройств из серии Eee PC — лишь вдвое меньше, чем полноразмерных лэптопов. К «гонке вооружений» оперативно подключились остальные производители — MSI, Acer, Samsung и другие.

Несмотря на то что интерес СМИ к проекту One Laptop Per Child заметно упал, работа над ним ведется в полную силу. Пару недель назад организация представила новую модель ноутбука XO-1.5 с поддержкой ускорения 3D-графики, 1 ГБ оперативной памяти и четырехгигабайтным встроенным SSD-накопителем. Довольно забавно на этом фоне звучит новость о том, что во многих эфиопских школах пользоваться ноутбуками XO-1 ученикам запрещают. По мнению преподавателей, это лишь отвлекает детей от занятий.

Первоначально граница между нетбуками и классическими лэптопами проводилась достаточно легко. Первые имели миниатюрные размеры, дисплей диагональю 7–8 дюймов, продавались в среднем за 12 тыс. рублей и были пригодны разве что для работы с интернетом. Самые же дешевые неплохие полноразмерные ноутбуки имели 14-дюймовые экраны и стоили около 22–23 тыс. рублей. Однако дальнейшее развитие платформы привело к размытию позиционирования: то, что называлось нетбуками, подорожало до $600–700, приобрело вменяемые размеры экрана (10–12 дюймов) и стало достаточно мощным для удовлетворения базовых потребностей пользователей. Аналитики IDC говорят, что за последний год в общей массе портативной электроники нетбуки довели свою долю до 26%. Логику потребителя объяснить легко. Сегодня на рынке можно приобрести, допустим, модный дизайнерский нетбук Acer Ferrari One-200 (экран 11,6 дюйма) за 25 тыс. рублей — и имиджевый «настоящий» ноутбук Fujitsu-Siemens Lifebook P8020 почти таких же размеров, но более производительный за 80 тыс. рублей. Если не иметь намерения использовать мобильный ПК для ресурсоемких игр или приложений, зачем тогда платить больше?

Вариантов.net?

Представитель по продажам компании ASUS Алексей Осипов соглашается с тем, что «границы» между нетбуками и ноутбуками размываются и если раньше сегментация устройств зависела от размера ЖК-панели, то теперь главным критерием для сравнения стал процессор. Об этом говорит и Игорь Снытко: «Такое впечатление действительно складывается, так как сейчас многие производители выходят на рынок с широким диапазоном цен и технических возможностей в обоих сегментах». Однако, по его мнению, вряд ли когда-нибудь эти границы сотрутся окончательно, «поскольку перед ноутбуками и нетбуками изначально стоят разные задачи. Нетбуки отличаются легкостью и мобильностью и позволяют работать и выходить в интернет в любом месте. Ноутбуки же сейчас выполняют функцию полноценного настольного компьютера и предлагают пользователю более широкие возможности для работы и развлечений».

В начале года исследовательская компания ABI Research провела опрос: 79% респондентов заявили, что воспринимают нетбуки лишь в качестве вспомогательного устройства — в дополнение к ноутбукам, настольным компьютерам и другим. Однако 11% признались, что пользуются нетбуком как основным компьютером. Впрочем, часть этих пользователей, возможно, в будущем может предпочесть им неттопы. Этот класс недорогих персональных компьютеров появился недавно, однако свои варианты успели выпустить компании Acer, ASUS и MSI. Именно такого устройства, предназначенного в основном для работы в сети, по-видимому, и не хватало многим потребителям — недаром только во втором квартале 2009 года, по данным IDC, продажи традиционных компьютеров упали на 19,1% в штучном выражении.

Многие поставщики с нетерпением ожидают релиза операционной системы Windows 7: предполагается, что ее выход, который состоится уже через пару недель, спровоцирует в следующем году новый цикл обновления пользователями компьютеров и ноутбуков. К счастью пользователей, новая OS будет прекрасно работать даже на недорогих нетбуках. О выпуске собственного нетбука на базе Windows 7 объявила даже финская корпорация Nokia. По факту Booklet 3G станет ее первым опытом в создании мобильных компьютеров, хотя до сих пор компания упорно называла этим термином собственные смартфоны. На рынке скоро станет совсем жарко. В любом случае потребитель от этого только выиграет.

Станислав Куприянов

ПортТелеком
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННАЯ КОМПАНИЯ

Data-Center компании «ПортТелеком» — оптимальное решение для бизнеса

Сегодня все заметнее прослеживается зависимость бизнеса от работы и реакции ИТ-систем. Поэтому эксперты говорят о наступлении эпохи дата-центров нового поколения, которые интенсивно появляются на рынке услуг.

Практика применения риск-ориентированных подходов к ведению бизнеса стимулирует использование дата-центров. Компании начали понимать, что инвестиции в организацию **бесперебойной работы критичных ИТ-систем** обходятся для многих видов бизнеса гораздо дешевле, чем возможный ущерб от потери данных в результате сбоя.

В современном понимании дата-центр (data center) — это комплексное организационно-техническое решение, предназначенное для создания высокопроизводительной и отказоустойчивой информационной инфраструктуры.

В более узком смысле дата-центр — это помещение, предназначенное для размещения оборудования для обработки и хранения данных и обеспечивающее соединение с внешним миром по быстрым каналам связи.

Дата-центр компании «ПортТелеком» обладает системой бесперебойного энергоснабжения с источниками бесперебойного питания UPS и мощной дизель-генераторной установкой, системой климат-контроля с кондиционированием и приточно-вытяжной вентиляцией по схеме «N+1» («Необходимое + 1 запасное»), 4-х уровневой системой безопасности (охраняемые территория и вход в помещение, система контроля доступа, закрываемые стойки, система видеонаблюдения, круглосуточная дежурная служба) и системой пожаротушения.

Кроме технологических преимуществ дата-центра компании «ПортТелеком» большое значение уделяет квалификации персонала и качеству работы службы технической поддержки. Здесь могут обеспечить высокий уровень сервиса за счет высококвалифицированной команды специалистов, причем особо ценными для клиентов являются наши специалисты, уже имеющие опыт работы в подобных проектах.

Сегодня партнерами и клиентами ООО «ПортТелеком». являются такие компании, как АНО «РосНИИРОС», ОАО «Владивостокский морской торговый порт», ОАО «Комстар — Объединенные ТелеСистемы», ОАО «Ростелеком», ОАО «Мобифон-2000» и другие.

Перечень услуг ООО «ПортТелеком» не ограничивается только услугами по размещению оборудования в Дата-центре. ООО «ПортТелеком» также предлагает услуги хостинга, аренды цифровых каналов связи, услуги по передаче данных для целей передачи голосовой информации и другие.

Но ООО «ПортТелеком» предлагает услуги не только крупному бизнесу, наши двери открыты, как для среднего, так и для малого бизнеса.

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В ДАТА-ЦЕНТР КОМПАНИИ ООО «ПОРТТЕЛЕКОМ»!

Более подробную информацию можно получить на сайте www.ptkom.ru
690950, г. Владивосток, ул. Стрельникова, 9, тел.: +7 (4232) 496-000, 301-000
Коммерческий отдел:
тел.: +7 (4232) 302-300, доб. 5 тел./факс: +7 (4232) 49-72-23,
e-mail.: office@ptkom.ru

РЕКЛАМА

25 копеек за минуту

Единая цена звонков на мобильные и городские в тарифе «Коллеги»

В тарифном плане «Коллеги» цена на мобильные и фиксированные номера «Билайн» сотрудников компании с первой минуты разговора составляет всего 25 копеек.

Яркие решения для бизнеса
8 800 100 0628 | b2b.beeline.ru

Билайн®
Бизнес

Цена указана с учетом НДС и действительна в рамках одного корпоративного договора при нахождении в домашней сети. С подробностями тарификации при нахождении в роуминге и при международных звонках можно ознакомиться на сайте www.b2b.beeline.ru. РЕКЛАМА

Коммерсантъ http://vostok.kommersant.ru

Коммерсантъ напишет про тебя

Вы умеете делать бизнес. Мы умеем делать газету.

- дизайн корпоративных и клиентских газет, журналов, специальных изданий
- тексты
- фотографии
- предпечатная подготовка
- печать
- распространение
- продажа рекламы

все это возьмут на себя профессионалы ЗАО «„Коммерсантъ“ в Хабаровске»

издательский СИНДИКАТ

Хабаровск,
Серышева, 31

(4212) 42-04-74, 42-04-76.
Владивосток (4232) 41-35-81

РЕКЛАМА