BlackBerry пришел в Россию

новинки

Центр по лицензированию, сертификации и защите государственной тайны ФСБ РФ выдал МТС и «Вымпелкому» разрешения на ввоз примерно 16 тыс. смартфонов BlackBerry, которые позволят работать с защищенной электронной почтой. Операторы заявили об огромном потенциале технологии на российском рынке. А вот эксперты в этом сомневаются. Памятуя о русской пословице «хороша ложка к обеду», в том, своевременен ли приход BlackBerry в Россию, разбирался **Евгений Черешнев**.

У технологии BlackBerry, изобретенной канадской компанией Research in Motion (RIM), есть три основных отличия от конкурирующих решений. Во-первых, почтовый сервис BlackBerry позволяет совершать обмен информацией между клиентом (телефоном) и сервером в защищенном режиме, с использованием алгоритмов шифрования AES и triple DES. Во-вторых, смартфон BlackBerry в отличие от других аппаратов приспособлен для комфортной работы с электронной почтой — устройство без проблем открывает файловые вложения. В-третьих, BlackBerry отличает интеграция с платформами для обмена документами Microsoft Exchange, IBM Lotus Domino и Novell GroupWise.

BlackBerry опоздал в Россию ФОТО REUTERS

Повышенный интерес к технологии BlackBerry в свое время проявили корпоративные клиенты США и Канады, для которых понятия «гарантированная безопасность» и «высокая интеграция» имеют особое значение. Это позволило RIM быстро захватить существенную долю рынка. По данным IDC, доля устройств, работающих под ОС BlackBerry, составляла 10% всех мобильных устройств.

Компания продолжает сообщать о позитивной динамике роста продаж. Однако, по мнению многих экспертов, в России перспективы BlackBerry не самые радужные. Крупные международные холдинги (в основном североамериканские, на которые и приходится подавляющее большинство продаж от упомянутых 10%) с высокой долей вероятности станут первыми клиентами российской версии BlackBerry. Но остальные компании, действующие на российском рынке, вряд ли проявят энтузиазм. И тому есть причины.

Прежде всего это касается собственно понятия «шифрованное сообщение», которое у россиян вызывает ассоциации с соответствующими органами. В данном случае — не совсем беспочвенные. Задержка сертификации RIM и прихода BlackBerry в Россию возникла потому, что канадские разработчики отказывались предоставить ФСБ ключи дешифровки. Нетрудно догадаться, что в этом споре победили российские органы безопасности, получившие возможность прослушивания голосового и просмотра письменного трафика. Только гарантировав доступ спецслужб к серверам BlackBerry, RIM получила лицензию.

Разумеется, и ФСБ, и операторы твердят о том, что тайна переписки не будет нарушена. «Неприкосновенность коммерческой и частной информации, которую нам доверяют наши абоненты, будет, безусловно, гарантирована, и информация на всем промежутке от абонента до другого абонента будет надежно защищена»,— сказал директор подразделения «МТС Россия» Михаил Шамолин. Однако, чтобы пользователи не питали иллюзий, он пояснил, что «согласно законодательству РФ, доступ спецслужб к прослушиванию разговоров и переписке абонентов осуществляется по постановлению суда». «В этом случае мы как оператор будем обязаны предоставлять информацию»,— признал Михаил Шамолин.

Кроме того, для полноценной работы с сервисами BlackBerry абонент, внося ежемесячную плату в размере примерно $60, должен пользоваться исключительно коммуникатором BlackBerry. Модельный ряд аппаратов ограничен тремя-четырьмя устройствами. В этих условиях говорить об успехе среди частных пользователей не приходится — наши соотечественники привыкли менять телефоны как перчатки. В стране, где «имидж — все» и даже менеджеры среднего звена могут запросто щеголять в офисе с Nokia 8800 Sirocco, три кирпичные модели BlackBerry вряд ли станут фаворитами.

Томи Ахонен (Tomi T. Ahonen), эксперт в области мобильной связи, в приватной беседе с Ъ отметил, что это решение родилось в Канаде, отсюда все его достоинства и недостатки. «Это добротная, стабильная и консервативная технология,— подчеркнул он.— Именно такие устройства пользуются популярностью на североамериканском континенте. Азия же, особенно Корея и Япония, давно ушла далеко вперед в своей мобильности. BlackBerry им попросту не нужен как пережиток прошлого. Думаю, и в России у этой технологии весьма туманные перспективы. По той же причине». Саймон Бейкер, руководитель программ исследований IDC по рынку мобильных телефонов в регионе EMEA пессимизм Томи Ахонена относительно потенциала технологии в России разделяет: «Поставки BlackBerry в Россию ограничены, что связано с определенными проблемами при оформлении разрешений на эти устройства. Невозможно дать прогноз динамики продаж».

Конечно, в абсолютных цифрах BlackBerry еще несколько лет будет демонстрировать рост. По прогнозам IDC, рост продаж мобильных устройств вырастет с 124,6 млн штук в 2007 году до 376,2 млн в 2012 году. Но есть все основания полагать, что братья по мобильному цеху не дадут BlackBerry наслаждаться завоеванными с таким трудом 10% рынка. Дело в том, что единственным весомым аргументом в пользу работы с BlackBerry является не шифрование данных (никто не питает иллюзий в том, что зашифрованную информацию нельзя прочитать — было бы желание, или, как в случае с ФСБ, «оперативная необходимость», подкрепленная санкцией суда), а поддержка синхронизации с Microsoft Outlook и Exchange. Однако в июле этого года на рынок выходит вторая версия культового смартфона Apple iPhone, в котором впервые будет реализована полноценная поддержка Microsoft Exchange. Скажем прямо, у аппаратов Apple благодаря ее феноменальному дару создавать уникальные интерфейсы куда больше шансов завоевать любовь пользователей по всему миру. Ведь для клиента, в первую очередь, важны именно удобство, комфорт и стиль, а безопасность считается уделом немногих на ней помешанных. Не стоит забывать и о том, что устройства Apple при схожей цене (смартфоны BlackBerry довольно дороги — $350-450) обладают большей мобильностью, мультимедийностью и эргономикой. Наконец, такое прогрессивное новшество последнего года, как управление контентом при помощи сенсорного экрана, BlackBerry игнорирует.

Конкурент в лице Nokia (а ее примеру наверняка последуют и другие компании) тоже не в восторге от монополии канадцев в корпоративном секторе. Поэтому осенью прошлого года финская компания запустила свое альтернативное решение, причем имеющее существенные преимущества перед вариантом конкурента. «В ноябре прошлого года российский оператор мобильной связи „Мегафон“ начал предоставлять услуги мобильного доступа к электронной почте на базе решения Nokia Intellisync Wireless Email,— рассказала менеджер по связям с общественностью Nokia Виктория Еремина.— Сервис, получивший название MegaSync, включает в себя доступ к электронной почте с мобильных устройств, расширенные возможности для работы с прикрепленными файлами, календарь, адресную книгу и синхронизацию задач. В отличие от аналогичных решений мобильной электронной почты, Intellisync — открытая платформа, т. е. его поддерживают не только устройства линейки Nokia Eseries, но и более 100 других устройств (как смартфонов, так и телефонов средней ценовой категории), отсутствует ежемесячная абонентская плата — оплачивается только трафик. Данная услуга ориентирована не только на бизнес-пользователей, но и на массовых потребителей».

По мнению экспертов, проблема канадцев заключается в тотальном непонимании локальных рынков и динамично меняющихся в современных реалиях потребностей конечных пользователей. RIM, отхватившая приличный кусок на своей родине и в США, планирует получить лавинообразный рост продаж за счет рынков Азии и Восточной Европы. Но специфика этих рынков в акцентах на другие технологии. Пока канадцы проповедуют безопасный и удобный доступ к Outlook, вся остальная планета интересуется интерактивным телевидением, мобильными музыкальными коллекциями, комфортным интернет-серфингом, SMS и MMS (которые молодое поколение считает куда более удобными, чем электронная почта). Даже самые консервативные служащие офисов в условиях развития Wi-Fi, WiMax, 3G и HSPA предпочитают отвечать на электронные письма с ноутбука, а для всего остального использовать нормальный смартфон, который можно менять как минимум раз в полгода. Поэтому, несмотря на всю свою внешнюю привлекательность, BlackBerry опоздали в Россию на два-три года. И шансов стать законодателями мод даже в корпоративном секторе у компании весьма немного. Обычные же пользователи прихода столь востребованного в свое время решения, скорее всего, даже не заметят.

Мобильные телефоны блещут интеллектом

передел рынка

Прибыль канадской компании Research in Motion, производящей популярные на Западе смартфоны BlackBerry, выросла за последний квартал 2007 года более чем в два раза. Как заявила на прошедшем в Лас-Вегасе Smartphones Summit исследовательская компания M:Metrics, в этом году только в США смартфонов будет продано вдвое больше, чем в прошлом году. Причина — цены на смартфоны за последние год-два упали настолько, что теперь эти устройства составляют серьезную конкуренцию обычным мобильным телефонам.

Смартфоны вместо домов

Компания Research in Motion (RIM), производитель смартфонов BlackBerry, сообщила, что ее квартальная прибыль выросла более чем в два раза, превзойдя ожидания аналитиков. В четвертом квартале 2007 финансового года, закончившегося для RIM 1 марта 2008 года, чистая прибыль составила $412,5 млн по сравнению со $187,4 млн в четвертом квартале 2006 финансового года. Эксперты считали, что квартальная прибыль компании составит порядка $390 млн. Выручка RIM выросла вдвое, с $930,4 млн в 2006 году до $1,88 млрд в 2007-м. Только за один квартал обладателями BlackBerry стали 2,2 млн человек, общее число пользователей превысило 14 млн человек. В интервью Bloomberg директор нью-йоркской исследовательской компании Dinosaur Securities Дэвид Геррити заявил: «Компании и обычные потребители все чаще предпочитают BlackBerry другим устройствам. BlackBerry уже превратился из предпочтительного устройства для делового общения в обязательное». Данкан Стюарт, президент управляющей компании Duncan Stewart Asset Management, считает, что даже в условиях нынешнего снижения потребительской активности люди все-таки могут найти средства на покупку BlackBerry: «Можно меньше тратить на покупку машин, домов, но к BlackBerry это не относится».

Растущий интерес к смартфонам подтвердили на прошлой неделе и эксперты, собравшиеся в Лас-Вегасе на Smartphones Summit, прошедшем в рамках конгресса Cellular Telecommunications & Internet Association (CTIA), посвященного развитию беспроводных телекоммуникаций. По прогнозам вице-президента американской исследовательской компании M:Metrics Марка Донована, только в США в этом году смартфонов будет продано почти вдвое больше, чем в прошлом: 14,6 млн против 7,4 млн штук. Если сотовых телефонов в прошлом году было куплено 1,1 млрд, то смартфонов — 115 млн. «Придя в салон сотовой связи, вы видите, что смартфоны уже не стоят где-то в углу, отдельно от всего остального. Теперь они стоят рядом с остальными товарами. Границы размываются»,— цитирует специализированный журнал InformationWeek аналитика Deutsche Bank Equity Research Джоната на Голдберга.

В конце марта нью-йоркская аналитическая компания ABI Research выпустила исследование, в котором прогнозируется дальнейший рост популярности смартфонов. Если в 2007 году они составляли примерно 10% мобильного рынка, то к 2013 году займут уже 31%. Как заявил вице-президент ABI Research Стюарт Карло, «операционные системы для смартфонов оптимизируются для работы на более медленных процессорах, это стратегически важно для поддержки и развития смарт-операционных систем». По оценкам господина Карло, сейчас на рынке смартфонов доминирует Nokia (52%), на рынке ОС для смартфонов — Symbian (65%). Однако «по мере совершенствования и развития Windows Mobile давление на лидеров растет».

Эксперты объясняют резкий рост интереса к смартфонам ценовым фактором. В интервью Ъ аналитик телекоммуникационного рынка международной инвесткомпании Nomura International Ричард Виндзор заявил: «Резкий рост популярности смартфонов, который мы в последнее время наблюдаем, в первую очередь обусловлен тем, что цена на эти устройства резко пошла вниз, и они стали конкурировать с обычными мобильными телефонами. Поэтому потребители в последнее время стали обращать все больше внимания на смартфоны». Действительно, если три-четыре года назад смартфоны стоили в несколько раз дороже обычных мобильных телефонов — в районе $500–700, то сейчас смартфон можно купить за $200–300. А в октябре прошлого года компания Palm выпустила смартфон Palm Centro на базе ОС Palm 5.4.9, оснащенный полноценной qwerty-клавиатурой и способный передавать данные в сетях третьего поколения, ценой $100. Уже в конце марта компания объявила, что продажи Centro перевалили за 1 млн.

Подарок от конкурента

Впрочем, некоторые эксперты считают, что производители смартфонов получили в середине прошлого года настоящий подарок от компании, выпустившей продукт, который должен был составить конкуренцию смартфону, в строгом смысле этого слова таковым не являясь. Речь идет о компании Apple и ее iPhone. Большинство экспертов телекоммуникационной индустрии определяют смартфон как мобильное устройство, работающее на базе операционной системы, которая позволяет устанавливать на эти устройства программные приложения, созданные сторонними разработчиками,— операционная система продающихся сейчас iPhone пока не позволяет этого делать. Тем не менее, некоторые аналитики считают, что производители смартфонов, в частности RIM, должны благодарить компанию Apple и ее iPhone, поскольку этот продукт оживил рынок мобильных устройств повышенной функциональности и привлек дополнительное внимание потребителей к смартфонам. За первые шесть месяцев продаж iPhone было продано 4 млн этих устройств. В 2008 году компания планирует продать 10 млн iPhone. «Люди начинают понимать: зачем покупать Motorola Razr, если можно купить BlackBerry или iPhone? Думаю, что выход iPhone стал настоящим подарком для RIM»,— говорит Питер Майсек, аналитик компании Canaccord.

Наиболее заметно влияние iPhone на родном для него американском рынке. По данным исследовательской компании Canalys, в регионе EMEA (Европа, Ближний Восток, Африка) доминируют смартфоны на базе Symbian, их доля составляет 78%. Устройства на базе Windows Mobile составляют 11% рынка, BlackBerry — 5%. А в Северной Америке 47% рынка мобильных устройств повышенной функциональности занято BlackBerry, 25% — устройствами на базе Windows Mobile, 17% — iPhone, а Symbian, столь популярная в Европе, занимает менее 3%. Как сообщил Ъ Ричард Виндзор из Nomura International, это связано с тем, что «американским потребителям больше нравятся устройства с сенсорным дисплеем и возможностью использовать полноценную клавиатуру». «Здесь на память, безусловно, приходит такой продукт, как iPhone. Кроме того, если говорить о программном обеспечении, то в США более популярна платформа Windows Mobile. Европейский потребитель, напротив, больше ориентирован на телефонные функции смартфонов. Считаю, что во многом это связано с чрезвычайной популярностью телефонов Nokia в Европе. Этот же фактор объясняет большую приверженность европейского потребителя к платформе Symbian, которую активно применяет Nokia»,— говорит Ричард Виндзор.

Вполне естественно, что рост популярности смартфонов играет на руку не только их производителям, но и компаниям, выпускающим мультимедийный контент для мобильных устройств. На прошлой неделе Research in Motion объявила, что количество загруженных приложений, позволяющих пользователям BlackBerry пользоваться популярной социальной сетью FaceBook, достигло 1 млн. «Запуская ПО, позволяющее пользоваться FaceBook на BlackBerry, мы верили, что потребители признают преимущества сочетания социальной сети и мобильности. Теперь мы видим, что эта вера подтвердилась 1 млн раз»,— заявил вице-президент RIM по корпоративному маркетингу Марк Гюйберт. В Америке пользователи iPhone оказались даже более активными потребителями мультимедийного мобильного контента, чем обладатели обычных смартфонов.

Россия догоняет рынок

В России смартфоны также приобретают все большую популярность — этот сегмент растет пропорционально рынку мобильных телефонов. Многих потребителей интересуют такие параметры, как скорость работы устройства, наличие встроенной камеры, позволяющей делать снимки хорошего качества, возможность доступа в интернет, удобный интерфейс, большой дисплей, сенсорная клавиатура и т. д. При этом в России многие покупатели приходят в салон сотовой связи не за тем, чтобы купить именно смартфон, а для того, чтобы купить телефон с расширенными возможностями. Покупателей не интересует, что именно они покупают, их интересуют функциональность и внешний вид аппарата.

В середине 2007 года в России появились первые iPhone. Несмотря на отсутствие нашей страны в списке стран, куда iPhone поставляется официально, Россия может конкурировать с рынками стран Европы по объему ввозимых аппаратов. Рынок в России, по различным данным, оценивается в количественном эквиваленте от 200 тыс. до 400 тыс. аппаратов, что составляет 5–10% мировых продаж iPhone. Популярность iPhone в России, как и во всем мире, обусловлена совокупностью его функциональности, цены и дизайна. С помощью браузера iPhone пользователь получает доступ к практически полноценному интернету.

Совсем недавно крупнейшие сотовые операторы России — МТС и «Вымпелком» получили разрешение госорганов, в том числе ФСБ, и регуляторов на предоставление услуги BlackBerry на территории РФ. Компаниям были выданы тестовые разрешения сроком на год. МТС получила право в течение года импортировать по 300 аппаратов BlackBerry 8800 и BlackBerry 7290, а также 480 штук BlackBerry 8700g. «Вымпелкому» компания Research in Motion поставит смартфоны BlackBerry 8700g. Этот смартфон поддерживает четыре диапазона частот, технологии передачи данных EDGE. В телефоне есть такие бизнес-функции, как «умное» соединение, конференцсвязь, громкая связь и поддержка Bluetooth для использования в автомобиле. BlackBerry 8700g оснащен LCD-монитором стандарта QVGA (320x240) со светочувствительной технологией, которая автоматически регулирует уровень подсветки экрана и клавиатуры в зависимости от местонахождения — в помещении, на улице или в темноте. Их продажа в России начнется уже через две недели. По мнению аналитиков, продажа этого аппарата не окажет существенного влияния на отечественный рынок смартфонов, так как основными их потребителями станут корпоративные пользователи и люди, нуждающиеся в оперативном доступе к e-mail. Стоимость BlackBerry будет сопоставима с ценой на другие смартфоны и iPhone.

Евгений Хвостик, Клавдия Большакова