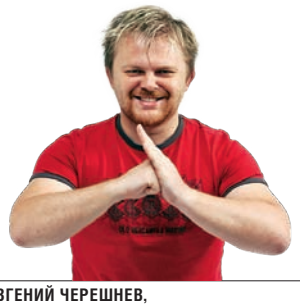


ЕВГЕНИЙ ЧЕРЕШНЕВ,
ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР
ПРИЛОЖЕНИЯ «Ъ-ТЕЛЕКОМ»

ФАКИР БЫЛ ПЬЯН…

В основе успеха любого фокусника лежит отнюдь не ловкость. Главный талант мастера состоит в умении отвлечь внимание аудитории — изящно, в четко выверенный момент. Если работает маэстро, даже закоренелые скептики сидят с раскрытыми ртами. Современный рынок мобильных технологий работает по схожим принципам. Технологическая эволюция достигла уровня, при котором «генетическая» разница между продуктами становится призрачной: все ноутбуки, смартфоны и коммуникаторы имеют очень близкие технические характеристики и функционал. Как продать свой товар с максимальной эффективностью, если явное технологическое первенство практически недостижимо? Правильный ответ — стать фокусником. Превратить потенциальных покупателей в отару зрителей, увлечь их, сместить акценты с фактов на фантазию при помощи красивых картинок и витиеватых обещаний. Если затея удастся, человек станет преданным поклонником, готовым платить за каждое новое представление, ибо для него оно способность вырваться из серых будней. Именно это делает с рынком Стив Джобс. Ни один из продуктов Apple не является сколько-нибудь выдающимся с технической точки зрения. iPhone лишен дара многозадачности, iTunes не позволяет копировать музыку с iPod на жесткий диск, а зачем нужен iPad, до сих пор никто даже не понял. Но статистика продаж говорит о том, что люди стремятся купить эти продукты. Где тут здравый смысл? Его нет. Да и не было никогда: мир испокон веков делится на две категории — на тех, кем играют, и игроков. Мы уверены, что вы относитесь к первой категории. А потому милости просим за кулисы, в «Ъ-Телеком» — место, где фокусы разработчиков не проходят.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» «Телеком»

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Андрей Васильев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдди Опп — директор фотослужбы
Екатерина Кузнецова — директор по рекламе.
Рекламная служба:
Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353
Алексей Харнас — руководитель службы «Издательский синдикат»
Евгений Черешнев — выпускающий редактор
Наталия Дашковская — редактор
Ольга Хвостунова — ответственный секретарь
Сергей Цомык — главный художник
Виктор Куликов — фоторедактор
Екатерина Бородулина — корректор
Адрес редакции: 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4.
Тел. (499) 943-9724/9774/9198

Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом».
Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010

Типография: «Сканвеб Аб».
Адрес: Корьаланкату 27, Коувола, Финляндия
Тираж: 75000. Цена свободная

Фото на обложке: Fotobank/Bloomberg via Getty Images

ЗАГАДКА ВСЕМИРНОГО МАСШТАБА

ПО ДАННЫМ APPLE, В ТЕЧЕНИЕ 28 ДНЕЙ ТОЛЬКО НА ТЕРРИТОРИИ США БЫЛ РАСПРОДАН 1 МЛН ЭКЗЕМПЛЯРОВ ИНТЕРНЕТ-ПЛАНШЕТА IPAD. ПРИ ЭТОМ МНОГИЕ ИЗ СЧАСТЛИВЫХ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ПОКА ЗАТРУДНЯЮТСЯ ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОС «ЗАЧЕМ ВЫ ЕГО КУПИЛИ». АЛЕКСАНДР КАРПОВ

ОТ ЗАМЫСЛА ДО ВОПЛОЩЕНИЯ Впервые о намерении выпустить собственный интернет-планшет корпорация Apple объявила на презентации в Сан-Франциско 27 января. Именно тогда миру был явлен iPad — устройство с 9,7-дюймовым сенсорным экраном, процессором 1 ГГц, поддержкой технологи multitouch и внушительным объемом встроенной памяти (от 16 до 64 ГБ). О конкретном предназначении планшета Стив Джобс тогда умолчал, однако пообещал поддержку игр и программ с iPhone, удобный интернет-браузер, MP3-плеер, почтовый клиент, а главное — специальное приложение iBookStore, многократно облегчающее процесс покупки и чтения электронных книг. В поддержку Apple подоспела «тяжелая артиллерия»: крупнейшие американские издательства (Harper Collins, Simon & Schuster, Hachette и другие) мгновенно подтвердили готовность выпускать для iPad специальные версии своих периодических изданий. Все указывало на то, что 3 апреля — в день официального начала продаж — покупатели получат этакий универсальный мультимедийный комбайн.



AP

ПОСЛЕ ЧАСА РАЗМЫШЛЕНИЙ НАД ВОПРОСОМ «ЗАЧЕМ Я КУПИЛ IPAD», НЕКОТОРЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ НАЧИНАЮТ ТЕРЯТЬ КОНТРОЛЬ НАД СОБОЙ

ХОТЕЛИ КАК ЛУЧШЕ По данным Apple, лишь в первый день продаж было реализовано около 300 тыс. устройств, скачано 250 тыс. книг и более 1 млн приложений. В российских интернет-магазинах первые экземпляры iPad появились на следующий же день, причем по цене, вчетверо превышающей рекомендованную в США (60 тыс. рублей вместо $500). По свидетельству сотрудника интернет-магазина icover.ru, закупленные экземпляры разлетелись как горячие пирожки. Тем не менее блогосфера наполнилась неоднозначными мнениями о новинке. Антон Носик, получивший в руки интернет-планшет одним из первых среди российских пользователей, суммировал свои ощущения: «Я очень старательно использую сейчас iPad в повседневной жизни. Именно потому, что мне очень важно самому понять ответ на вопрос, в самом ли деле за ним (или за планшетами в целом) будущее. Но, разумеется, эксперимент мой не жесткий. Я не могу себе позволить отложить решение каких-то рабочих задач, если iPad с ними не справляется. Поэтому приходится таскаться по Лазурному берегу с сумкой, где лежат iPad, клавиатура к нему и ноутбук под Windows 7. В 95% случаев для решения осмысленных рабочих задач iPad приходится зачехлить и перейти на ноутбук. 5% задач, для которых iPad достаточен,— быстрый ответ на электронную почту и просмотр документов на вебе. Для всего, что касается создания и обработки файлов, iPad довольно-таки бесполезен. Зато в качестве развлекательно-мультимедийного центра он очень хорош. Поэтому человеку, для которого компьютер не является рабочим инструментом, я его вполне могу рекомендовать. Но пользователь должен понимать, что речь идет о чрезвычайно хрупкой, сырой и ненадежной конструкции. Которая может, например, умереть за 15 минут от перегрева на ярком солнце, при этом в ней отсутствует любой алгоритм сохранения пользовательских данных перед принудительным shutdown. Нужно также понимать, что синхронизация с MobileMe чревата потерей абсолютно любого количества информации на всех синхронизируемых устройствах, не только на самом iPad, но даже на аккаунте Gmail». С ним согласился Олег Тиньков: «У меня уже есть смартфон Nokia и ноутбук Macbook, поэтому iPad мне совсем не нужен. Сама по себе концепция напоминает Tablet PC, но все равно малоубедительна. В общем, непонятный продукт». Судя по результатам опросов, большинство покупателей с этим мнением солидарно. Компания Retrevo провела исследование: из тысячи опрошенных ею 52% слышали об iPad, но покупать его не собирались, еще 18% вообще не слышали об этом устройстве и 21% можно отнести к сомневающимся.

Тем не менее результаты грамотно спланированной PR-кампании налицо: продажи iPad бьют рекорды — и это факт, мириться с которым предстоит прежде всего многочисленным конкурентам.

НЕ IPAD ЕДИНЫМ Слухи о выпуске интернет-планшета Apple ходили по рынку еще задолго до анонса. Поэтому конкуренты встретили iPad во всеоружии. Еще в начале января в Лас-Вегасе на выставке Consumer Electronic Show глава компании Microsoft Стив Балмер потрясал перед публикой планшетным компьютером производства Hewlett-Packard. Предполагалось, что устройство под названием HP Slate с 8,9-дюймовым сенсорным дисплеем будет работать под управлением операционной системы Windows 7. Сама идея создания интернет-планшета появилась у инженеров HP из концепта электронной книги. Кроме того, по рынку начали ходить слухи о готовящемся выпуске оригинального планшетного компьютера Microsoft Courier в необычном «книжном» форм-факторе — с двумя сенсорными экранами. Другие вендоры не отставали: на той же выставки собственный прототип интернет-планшета был также показан компаниями MSI и Dell, а о намерении тайваньского производителя ASUS выпустить модель Eee Pad источники сообщали еще в декабре 2008 года. Но планы вдруг резко изменились: вначале вдруг стало известно о том, что HP сворачивает разработку планшетного компьютера Slate. Согласно источникам портала TechCrunch, компания оказалась не удовлетворена использованием системы Windows 7 в качестве платформы для устройства. А за несколько дней до этого стало известно и об отмене проекта Microsoft Courier. Судя по всему, с вопросами о позиционировании интернет-планшетов и потенциальной емкости рынка пока еще не определились сами производители.

БИТВА ЗА БУКВЫ Зато рынок цифровых книг и соответствующих устройств для чтения ощутил на себе последствия релиза Apple iPad, причем еще до появления в продаже последнего. Сам по себе рынок зародился сравнительно недавно: первую электронную книгу, рассчитанную на массового пользователя, корпорация Sony представила в 2006 году. Технология «электронных чернил» позволила создать устройство сравнительно недорогое и при этом удобное для конечного покупателя: при чтении текстов с LCD-экранов глаза устают гораздо быстрее. Всего за несколько лет главным игроком рынка стал интернет-гигант Amazon, сумевший наладить производство электронных «читалок» под брендом Kindle и наладивший систему дистрибуции цифровых копий книг.

Однако Apple удалось поссорить Amazon с книгоиздателями сразу после анонса планшета. Компания изначально предложила издателям более выгодные условия — возможность самим устанавливать цены на электронные книги, продаваемые через каналы Apple, и забирать себе до 70% прибыли (Amazon жестко ограничивал стоимость книг $10). Когда ключевые мировые издатели один за одним начали в ультимативной форме настаивать на коррекции ценовой политики Amazon, интернет-гиганту пришлось сдаться. Руководство компании обратилось к клиентам, сообщив, что отныне им придется самостоятельно искать ответ на вопрос, «может ли электронная книга стоить дороже бумажной».

По данным Digitimes Research, Amazon Kindle в данный момент занимает 60% мирового рынка электронных книг. Но уже ближе к концу года ситуация может измениться. По данным аналитиков, в конце 2009 года число проданных экземпляров Kindle исчислялось 3 млн, тогда как компания iSuppli предсказывает Apple iPad продажи до 7,1 млн всего лишь в течение текущего года.

Секрет успеха iPad заключается в его доступности и многофункциональности. Возможность чтения книг как будто дается с планшетом в нагрузку. Эксперт интернет-магазина reader-sony.ru в разговоре с «Ъ-Телекомом» высказал мысль, что как минимум по числу проданных копий Amazon Kindle, являющийся довольно специфическим устройством для американского рынка, будет побит абсолютно точно. В своих предупреждениях эксперты идут еще дальше — так, аналитик Джин Манстер призывает Amazon вовсе отказаться от продажи устройств под собственным брендом и целиком посвятить себя исключительно онлайн-дистрибуции контента. Хотя ассортимент iBookStore пока в пять раз меньше, чем у Amazon. Это, впрочем, и есть одна из самых оригинальных черт iPad: по отдельности книги лучше все-таки читать с помощью специализированных устройств, отвечать на письма через нетбук, слушать музыку через MP3-плеер. Но все вместе это умеет делать только iPod. Пока — не самым лучшим образом, но это, судя по всему, только начало. ■