ЯБЛОКИ НЕ ДЛЯ ВСЕХ

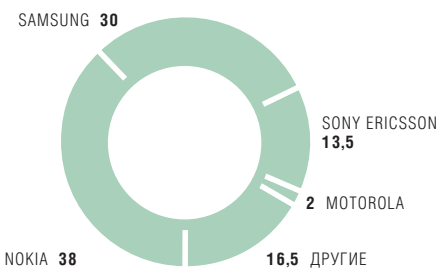
СОГЛАСНО ФИНАНСОВЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ APPLE, ОБЩАЯ ВЫРУЧКА КОМПАНИИ ЗА ЧЕТВЕРТЫЙ КВАРТАЛ ПРОШЛОГО ГОДА ДОСТИГЛА РЕКОРДНЫХ ВЕЛИЧИН — $10 МЛРД (ЗАМЕТИМ, ЭТО В УСЛОВИЯХ МАСШТАБНОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА). ОДНАКО ПОЗИЦИИ КОМПАНИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ОСТАЮТСЯ ЧРЕЗВЫЧАЙНО СКРОМНЫМИ. ПОЧЕМУ? В ОСОБЕННОСТЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ КАЛИФОРНИЙСКОГО ГИГАНТА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ РАЗБИРАЛСЯ ЕВГЕНИЙ ЧЕРЕШНЕВ.

РАБОТА НАД ОШИБКАМИ Долгое время эксклюзивным представителем Apple на территории нашей страны оставалась компания Apple IMC Russia. Правда, вместо построения эффективной стратегии продаж компания ограничилась ввозом «яблочного» оборудования и его перепродажей по ценам, в два-три раза превосходящим указанные в «родном», американском интернет-магазине. Продажи пошли: изголодавшийся народ, наслышанный о культовом американском бренде, ждал Apple как манны небесной. О деятельности Apple IMC на рынке ходили легенды: работавшие на этом рынке СМИ практически не получали от компании ни пресс-релизов, ни новостей. Не было и рекламы продукции.

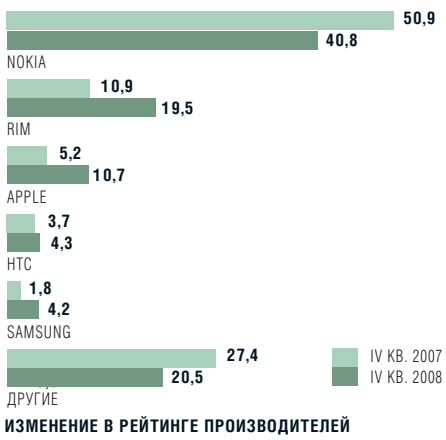
Правда, мало кто решался комментировать ситуацию: разве что Евгений Чичваркин в одном из интервью, данном „Ъ“ (см. номер от 9 марта 2007 года), и вовсе назвал Apple IMC Russia «какой-то вахтерской прокладкой между производителем и рынком». По его мнению, «если iPhone будет продвигаться в России так же, как iPod, ничего хорошего из этого не выйдет: в России доля рынка iPod в семь раз ниже, чем по всему миру. С iPhone в России все будет нормально в том случае, если Apple даст возможность дистрибуторам нормально продавать свой товар, вложится в рекламу, промоакции».

Признаки надвигающихся перемен возникли в 2006 году, когда Apple IMC Russia лишилась права использовать бренды Apple Center и Apple Store для своих магазинов. Также Apple, в свою очередь, объявила, что собирается самостоятельно выходить на отечественный рынок с магазинами Apple Store. Акционеры Apple IMC Russia решили активно наращивать количество точек продаж своей сети, видимо, для того, чтобы в последующем иметь возможность ее выгодной продажи американцам.

Однако кризис спутал все карты. 17 апреля домен Apple.ru все еще числился в базе за компанией Apple IMC Russia и не функционировал, а на следующий день уже принадлежал самой Apple и вел на русскоязычную версию американского сайта.



ДОЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СОТОВЫХ ТЕЛЕФОНОВ В РОССИИ В 2008 ГОДУ (%) ИСТОЧНИК: MOBILE RESEARCH GROUP.



ИЗМЕНЕНИЕ В РЕЙТИНГЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ (%) ИСТОЧНИК: GARTNER.

Впрочем, цены в магазинах пока остались прежними. Настольный компьютер iMac, стоящий в американском интернет-магазине $1199, в России можно купить не менее чем за $1930. Просьбу прокомментировать данное положение вещей Apple IMC Russia проигнорировала.

А пресс-служба Apple в России даже прислала „Ъ“ комментарий, в котором объяснила, что «компания не сможет дать развернутые ответы, поскольку основной акцент делает прежде всего на продуктах, нежели бизнесе. Официально Apple не обсуждала свои планы, показатели продаж, каналы дистрибуции и достижения на локальном рынке и не будет делать этого в будущем. Спикеров в России нет, как и в других странах — чтобы не было соблазна спекулировать на тему бизнеса».

Вплоть до 17 апреля информация о ценах на продукцию на русскоязычном сайте не указывалась — есть надежда, что калифорнийцы пересмотрят свою ценовую политику и предложат российскому рынку решение, устраивающее всех. Главное — не упустить момент, как это случилось с iPhone 3G.

БОЛЬШАЯ ТРОЙКА История выхода телефона iPhone на российский рынок покрыта мраком: все участники «большой тройки» сотовых операторов стараются избегать комментариев на эту тему.

В итоге стороны — как Apple, так и мобильные операторы — устали толочь воду в ступе и сговорились о продажах iPhone 3G, закрыв глаза на проблему с iTunes.

ИСТОРИЯ ВЫХОДА IPHONE НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПОКРЫТА МРАКОМ

AP

Каждый из сотовых операторов «большой тройки» по итогам заключенного с Apple контракта обязался выкупить фиксированное количество аппаратов на реализацию.

Совокупность факторов, таких, как высокая цена на аппараты (от $1000) и насыщенность рынка «серыми» аппаратами, привела к печальным последствиям. За первую ночь продаж 3 октября 2008 года было реализовано всего 2,5 тыс. аппаратов, 40% от которых пришлось на «МегаФон», еще по 30% отошло «Вымпелкому» и МТС.

Первый оператор сделал ставку на «родную» модель продаж: вся стоимость телефона субсидировалась самим оператором в счет стоимости контракта с дорогой ежемесячной абонентской платой. Ведущий аналитик Mobile Research Group Эльдар Муртазин в конце года предсказывал, что за два года в России будет реализовано 3,5 млн iPhone при условии, что мобильные операторы будут использовать разные способы продвижения продукта.

Сколько их будет продано в действительности, остается только гадать.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ Почти во всем мире плееры iPod и телефоны iPhone продаются в связке с доступом к музыкальному интернет-магазину iTunes Music Store. Этот сервис занимает на рынке цифровой музыки лидирующую позицию — на него приходится до 76% покупаемых через сеть композиций. К середине апреля через него было скачано 975 млн песен. Весь дополнительный контент для плееров и телефонов Apple реализуется только через iTunes.

Но об использовании сервиса на территории России компании договориться пока не удалось. Проблема — в сложной системе расчетов с владельцами прав на распространяемый музыкальный контент. Российское законодательство иначе толкует понятия прав на произведения. Единственная возможность для российского пользователя приобрести что-либо в iTunes Store — воспользоваться заграничной банковской карточкой. На территории США закачка одной композиции в формате MP3 стоит 99 центов, и такая ситуация устраивает как саму компанию, так и правообладателей.

Эксперты едины во мнении, что при стоимости одного файла 5–10 рублей (порядка 20–30 центов) сервис iTunes мог бы стать популярным и в России. Однако для удовлетворения местных правообладателей цена должна составлять не менее $2.

Разрубить этот гордиев узел весьма тяжело: многие думали, что iPhone появится на российском рынке лишь тогда, когда американцам удастся договориться с российскими музыкальными правообладателями.

Ну а пока уже в мае состоится официальное открытие конкурентного мультимедийного сервиса Ovi от компании Nokia, позволяющего скачивать игры, спутниковые карты и музыкальные файлы. С учетом того что доля Nokia на российском рынке мобильных телефонов еще в предыдущем году составляла 38%, по данным Mobile Research Group, очень скоро потенциальное открытие iTunes music store сможет пройти не замеченным для широкой публики. ■

СТАВКА НА МОБИЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

По оценкам AC&M Consulting, доход от мобильного контента в первой половине 2008 года в России составил около $260 млн, а объем рынка дополнительных услуг за тот же период — $1,8 млрд. Руководитель отдела мобильных решений ИК «Финам» Константин Каменев сообщает, что ежегодный рост рынка контента составляет 20–25%. К 2012 году российский рынок, по прогнозам МТС, составит $5,4 млрд, а рынок дополнительных услуг в целом — $13,1 млрд.