

Телеком

www.kommersant.ru

Четверг 15 марта 2007 №41 (№3617 с момента возобновления издания)

Бунт по новому тарифу

Фиксированная связь

Операторам сетей фиксированной связи общего пользования, вопреки ожиданиям, с огромным трудом удалось внедрить новую систему расчетов с населением за услуги связи. Хотя делали они это во исполнение правительственных постановлений. Основными оппонентами связистов в вопросе изменения тарифов выступили местные власти, которые искали на связистов управу в Мининформсвязи, ФАС, прокуратуре и даже Правительстве РФ.

Решение о разработке новой системы тарификации для физических лиц было принято на уровне правительства в октябре 2005 года. Тогда было издано постановление №637 «О государственном регулировании тарифов на услуги общедоступной электросвязи». Во второй половине прошлого года Федеральная служба по тарифам (ФСТ) разработала по три тарифных плана для каждого региона. Их введение началось с 1 февраля 2007 года, при этом выбрать один из трех тарифных планов абоненты могли до середины марта.

Самыми высокими на российском рынке электросвязи оказались тарифы МГТС. При повременной оплате стоимость минуты разговора составила 0,28 руб. (плюс 125 руб. в месяц за пользование линией). Для сравнения: у предприятий холдинга «Связьинвест» средняя цена минуты при повременке — 0,26 руб., тариф «Безлимитный» в МГТС составляет 380 руб. в месяц (в «Связьинвесте» — 300 руб.). Плата по комбинированному тарифу составляет 229 руб., она включает в се-

бя 370 минут разговора. За каждую минуту трафика сверх включенного времени придется платить 0,23 руб.

Февральская кампания по изменению тарифов на связь, с одной стороны, сильно напомнила аналогичные дела прежних лет, с другой — существенно отличалась. Митинги недовольных у стен городских администраций приходилось видеть и пять, и десять лет назад, против изменения тарифов протестовали как традиционные в таких случаях пенсионеры, так и совсем юные пользователи интернета. Так, к примеру, к стенам московской мэрии в декабре 1997 года пришли с лозунгами и мегафонами 3 тыс. участников коммутируемых компьютерных сетей передачи данных (FIDO) — некоторого подобия интернета. Они выступали против внедрения повременки — поминутный учет стоимости разговоров МГТС хотела ввести с начала 1998 года. Судя по тому, что митинг большими частями транслировался по московскому городскому телеканалу, фидошники тогда до властей докричались, и те не рекомендовали МГТС внедрять повременку.

Борьба с повременкой была весьма популярной темой и в Петербурге середины 90-х. Там в 1995 году, за три месяца до предполагаемого включения счетчика, абонентам Выборгского узла ПТС начали поступать счета с указанием сумм, которые им пришлось бы заплатить, если бы повременка уже действовала. Что тут началось!

(Окончание на стр. 26)

Появление на рынке первого телефона от компании Apple iPod претендует на звание главного мирового события сезона на мировом сотовом рынке. Впрочем, как полагает корреспондент „Ъ“ **Александр Малахов**, «яблочная бомба», к взрыву которой публику готовили несколько лет, сработала вполсилы. От Apple ждали чуда, а получилась хотя и инновационный, но в целом вполне стандартный смартфон. Впрочем, эксперты не исключают, что до российских покупателей дойдет принципиально обновленная и улучшенная версия этого устройства.

В яблочко по касательной

преьера

Развесистая яблоня

Раскрутка iPhone началась задолго до того, как свет увидел первый телефон от Apple. По мнению экспертов, компания просто не могла не выпустить трубку, которая завоеует мир так же, как это сделал другой портативный продукт Apple — MP3-плеер iPod. Это устройство, изобретенное в 2001 году, завоевало всеамериканскую популярность в 2004 году после открытия специализированного интернет-магазина iTunes. После этого iPod стал самым продаваемым MP3-плеером в мире (сейчас на его долю приходится 60% продаж подобных устройств). А iTunes, который в первый же год работы смог продать 30 млн копий, в 2006 году реализовал 1,2 млрд мелодий. Впрочем, экспертам постепенно становилось очевидно, что Apple не хватает в продуктовой линейке собственного коммуникационного устройства: плееры необходимо обязательно подключать к компьютеру, что в эпоху развития высокоскоростного интернета становится существенным недостатком.

Оборот Apple Computer в первом квартале финансового 2007 года (завершился 30 де-

iPhone, который основатель Apple Стив Джобс представил на MacWorld, может не появиться не только в России, но и в США ФОТО АР



кабря 2006 года) составил \$7,1 млрд — рост на 24% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Аналитики, опрошенные агентством Thomson Financial, ожидали, что квартальная выручка составит около \$6,42 млрд. Таких показателей удалось добиться благодаря стремительному росту продаж компьютеров Mac и плееров iPod. За отчетный период компании удалось реализовать 1,6 млн (рост на 28%) и более 21 млн (рост на 50%) устройств соответственно.

В 2006 году вновь (зачастую с подачи самой Apple Computer) заговорили о разработке революционного устройства. Выдвигались самые разнообразные версии характеристик iPhone и его внешнего вида, но, пожалуй, угадать удалось только название. К примеру, в конце года были предположения, что iPhone будет выпущен в очень компактном форм-факторе, а объем флэш-памяти составит от 4 до 8 Гб. В сети встречались даже фотографии iPhone, которые, разумеется, были мистификацией: довольно невзрачные «раскладушки» выдавались за первый смартфон Apple. Некоторые аналитики со ссылкой на осведомленные источники утверждали, что у iPhone практически наверняка не будет сенсорного дисплея, но вышло иначе.

(Окончание на стр. 26)

27
страница

Siemens уходит из России?

28
страница

Офисы зацепились за кабель

29
страница

Телевещателей позвала труба

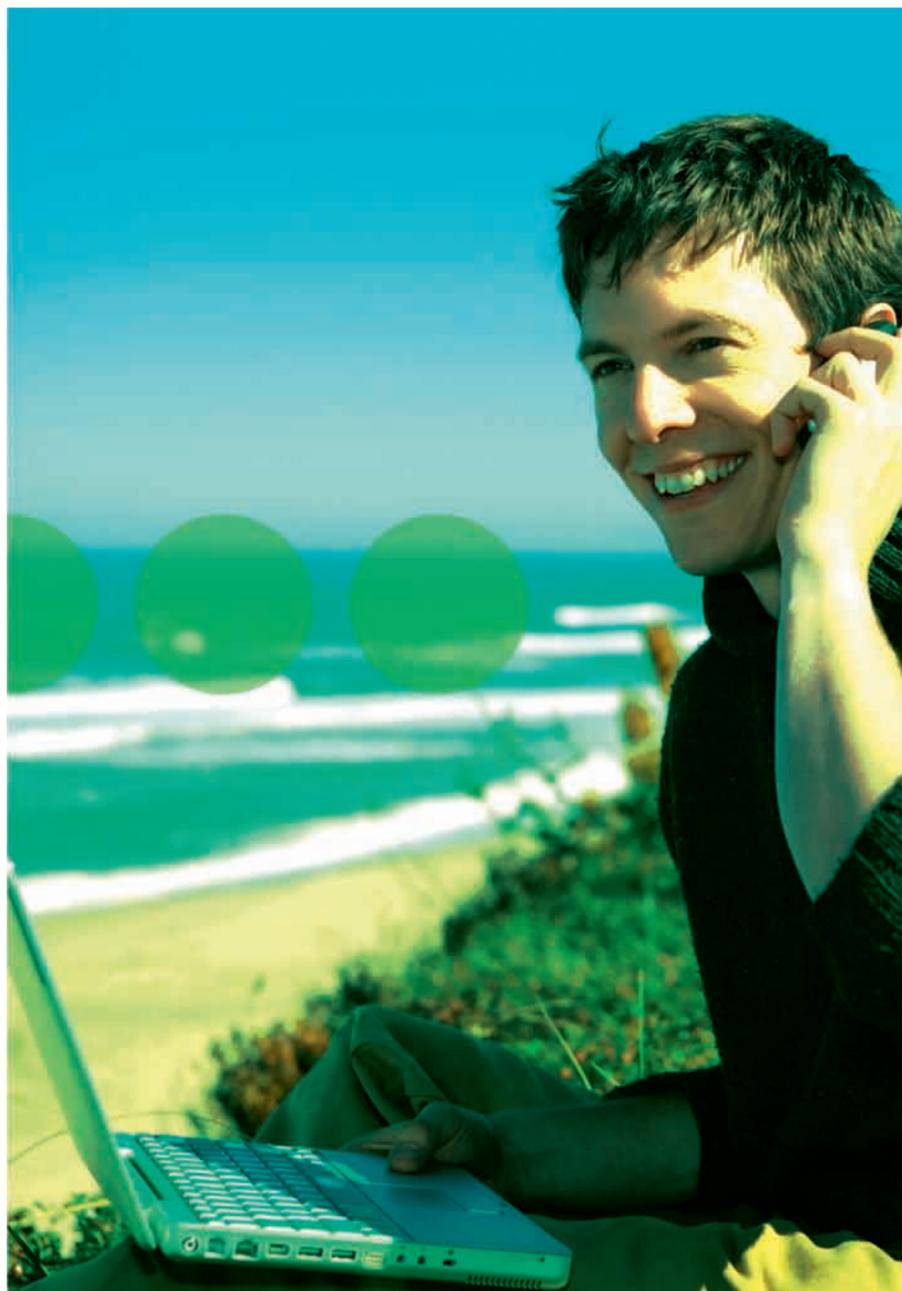


30
страница

Microsoft сыграет в России по-крупному

32
страница

Кто убьет iTunes?



услуга «Офис в кармане»

Не нужно жить в офисе, если офис — в кармане

Теперь совсем не обязательно проводить столько времени в офисе.

В любое время дня и ночи Ваша рабочая почта и необходимые документы доступны Вам вне зависимости от того, где Вы находитесь.

Такую возможность дает Вам новая услуга от МегаФон, разработанная специально для наших корпоративных клиентов.

На деловой встрече, в командировке в другом городе, на отдыхе, всегда и везде Вы в курсе дел и можете свободно работать.

Лицензия №№ 10010, 13282, 14404, 15002, 15409, 15410, 15411, 15412, 16338, 20377
Министерства РФ по связи и информатизации. На правах рекламы.



БРЭНД ГОДА / EFFIE 2006
ГРАН-ПРИ
Репутация и доверие



МЕГАФОН
Будущее зависит от тебя

телеком

Бунт по новому тарифу

фиксированная связь

(Окончание. Начало на стр. 25)

Городские газеты разразились заголовками: «Телефон-потрошитель готовится к бою», «Ползучая повременка». Комитеты ветеранов, инвалидов, Ленинградцев-блокадников осадили властные структуры. Кандидаты в депутаты Государственной думы (дело было в канун выборов), уловив настроения общества, включили борьбу с повременкой в Петербурге в свои предвыборные программы. И тогдашний мэр северной столицы Анатолий Собчак решил не возмущать горожан, отложив вопрос о повременной плате за телефон на неопределенный срок.

Характерно, что в предыдущие годы акции народного недовольства и выступления властей случались до того, как операторы хотели ввести новые принципы тарификации, а сейчас они произошли постфактум, что, должно быть, существенным образом облегчило жизнь связистам. Как всегда, самые пылкие дебаты прошли в столице. Меньше чем через неделю после внедрения новых тарифов, 6 февраля, слово взял мэр Москвы Юрий Лужков.

«Мы попытались выяснить, откуда взялось такое увеличение и, может быть, МГТС является убыточной организацией — нет, это абсолютно прибыльная структура», — отметил столичный градоначальник. «МГТС хочет нажиться на москвичах, и такое желание должно быть остановлено», — подчеркнул господин Лужков. Мэр также добавил, что правительство столицы уже направило в Федеральную антимонопольную службу предложения по исправлению этой ситуации и будет настаивать на том, чтобы введенные в столице с 1 февраля тарифы на телефонную стационарную связь были пересмотрены.

12 февраля в унисон высказался глава Мининформсвязи Леонид Рейман: «Мы поддерживаем позицию мэра Москвы Юрия Лужкова, который выступил против увеличения на 90% оплаты на услуги местной телефонной связи в Москве. Федеральная служба по тарифам установила не фиксированные тарифные планы, а максимальные тарифы, чтобы операторы связи, учитывая социальную значимость телефонной связи, устанавливали цены на тарифные планы в зависимости от финансово-экономической ситуации в каждом конкретном регионе».

14 февраля слово взяла Мосгордума. На ее заседании было принято обращение к премьеру правительства РФ Михаилу Фрадкову, в котором тарифы МГТС назвали завышенными. В обращении депутаты объяснили, что конкретно они считают завышенным — плату за предоставление абонентской линии в размере 125 руб. Депутаты отметили, что, по данным самой МГТС, рентабельность компании в прошлом году составила 38%. При этом 70% доходов принесли граждане, платившие 200 руб. в месяц за неограниченный объем местных телефонных соединений. «В феврале 2007 года население за такую



Выбор тарифного плана для многих российских абонентов стал трудной задачей. Фото Дмитрия Лебедева

же услугу в Москве должно платить 380 руб. в месяц, тогда как в Санкт-Петербурге безлимитный тариф составит 295 руб., в Московской области — 290 руб. в месяц», — написали депутаты премьеру Фрадкову.

Несмотря на чудовищный административный напор, МГТС не пошла на попятную. И обращения в инстанции ни к чему не привели. В ФАС, к примеру, Юрий Лужков ответил прямо: тарифы установлены ФСТ и мы их изучать не можем. Также безрезультатно закончились попытки прижать связистов и в других регионах. К примеру, акции протеста против новых тарифов «Сибирьтелекома» прошли в Новосибирске, Барнауле и Омске. На митинг у здания алтайского филиала «Сибирьтелекома», организованный местными нацболами, собралось около 50 человек, в основном молодые люди. Несмотря на резкие выступления, он все же прошел спокойно, а директор филиала Юрий Терентьев нашел возможность

разъяснить собравшимся пенсионерам преимущества тех или иных тарифных планов. Организатору протеста в Новосибирске местному отделению КПРФ удалось собрать у здания областного совета депутатов четверо больше пикетчиков, которые выражали возмущение прежде всего так называемым тарифом «Социальный». «В случае превышения установленного лимита в 150 руб. абонент будет вынужден платить в два с лишним раза больше обычного тарифа», — заявляли пикетчики. Позднее в число протестующих попали и депутаты новосибирского горсовета, которые приняли обращение в Госдуму и правительство РФ с предложением пересмотреть тарифы. В Омске на митинг местного комитета протестных действий, прошедший у мэрии, собралось более 100 человек. Под огнем критики оказались все три вводимых тарифа. Не остался в стороне и областная власть. Губернатор Леонид Полежаев обратился в областную

прокуратуру с просьбой провести проверку законности действий «Сибирьтелекома», заявив, что они «противоречат направленной социальной политике правительства и грубо нарушают права потребителей». Однако ни прокуратура, ни областное управление Федеральной антимонопольной службы РФ не нашли нарушений законодательства в решении ОАО «Сибирьтелеком» по введению тарифных планов. По мнению местных наблюдателей, заявление омского губернатора напрямую связано с предстоящими выборами в законодательное собрание Прииртышья, которые пройдут 11 марта. «Если бы Леонид Полежаев реально хотел повлиять на тарифы, он бы занимался этим в сентябре», — заявил в январе такой возможности уже не было: все решения уже были утверждены на федеральном уровне», — заметила независимый эксперт Галина Татарина.

Юрий Белов, Виктор Хилько

ТАРИФЫ ПОШЛИ В РОСТ

Тарифы на услуги местной городской телефонной связи в РФ в феврале возросли на 26,6% по сравнению с предыдущим месяцем, сообщила Федеральная служба государственной статистики (Росстат). В том числе абонентская плата за неограниченный

объем местных соединений (безлимитный тариф) увеличилась на 43,6%. В Москве, по данным Росстата, тарифы на местную связь выросли в 1,5 раза, в Санкт-Петербурге и еще шести субъектах РФ — в 1,4 раза. Между тем тарифы на междугородную и междуна-

родную связь в феврале снизились на 0,9%. Совокупный рост тарифов по всем видам услуг связи составил 10,3%. По сравнению с февралем прошлого года средний рост тарифов составил 12%.

«Интерфакс»

В яблочко по касательной

преьера

(Окончание. Начало на стр. 25)

Облом в одно касание
Итак, 9 января 2007 года глава Apple Стив Джобс представил iPhone и объявил о переименовании своей компании — от Apple отделилось слово Computer. По словам Джобса, компания «вновь изобрела телефон», совершив революционный прорыв. Главная «фишка» нового устройства — технология multi touch, которая позволяет работать с сенсорным дисплеем с помощью пальцев. Эксперты с иронией прокомментировали это заявление. «Apple просто собрала все, что есть у других производителей», — утверждает ведущий аналитик Mobile Research Group Эльдар Муртазин. В целом, кроме музыки и дизайна, у iPhone нет преимуществ перед аппаратами конкурентов», — говорит ведущий аналитик Mobile Research Group Эльдар Муртазин.

Господин Джобс пообещал начать продажи устройства вместе с контрактами сотового оператора Singulair в Америке в июне 2007 года по цене \$499. В Европе iPhone появится лишь к концу этого года, в Азии — в 2008 году. В 2008 году Apple надеется занять 1% мирового рынка — результат для компании очень хороший, если учесть, что в 2006 году в мире было продано больше 1 млрд мобильных телефонов.

Впрочем, эксперты и участники рынка отнеслись к iPhone довольно скептически. Аналитики указывали на неведущие технические характеристики телефона. В частности, вице-президент Nokia Йонас Гест упомянул о том, что устройство оснащено всего лишь двухмегапиксельной фотокамерой и не поддерживает сети третьего поколения (3G).

«Я заметил, что восторг, поддерживаемый усилиями PR-агентов Apple, сходит на нет, люди покупают обычные смартфоны. Сейчас на рынке полно аппаратов, предназначенных как для прослушивания музыки, так и для фотографирования, поэтому вау-эффект от iPhone продержится еще недолго», — уверен Эльдар Муртазин из Mobile Research Group. По его словам, сейчас публику готовят к iPhone, выход которого вполне может быть отложен, как это не раз бывало с аппаратами других производителей. «Взять хотя бы аппарат SonyEricsson P990, который также анонсировали заранее, а потом были проблемы с выпуском. В итоге на рынке появилась сырая модель», — рассказал господин Муртазин. Эксперт также напомнил о неудачном выходе Apple на рынок КПК в 1993 году. Первые 5 тыс. революционных по тем временам устройств Apple Newton раскупили всего за два часа по цене \$800, однако дальнейшие продажи не обрадовали менеджмент компании, и в 1998 году было принято решение свернуть это направление.

Слухи о том, что новинка от Apple может вообще не появиться в России, возникли сразу после презентации продукта, и их отчасти можно назвать правдой. Тот iPhone, который был представлен Стивом Джобсом на MacWorld, действительно может не появиться не только в России, но и в США. Такую вероятность подтвердил и глава Apple IMC Russia Евгений Бутман. Он не исключает того, что в продажу поступит уже обновленный iPhone. «Apple обновляет линейку смартфонов? Да ничем! Поэтому есть вероятность, что в продажу поступит не та версия iPhone, которая была анонсирована», — рассказал Бутман. «Говорить же о стратегии продаж в Европе можно будет не раньше осени этого года, сейчас она просто не выработана».

Слух слухов

На презентации iPhone Стив Джобс объявил, что компания планирует занять в 2008 году 1% рынка мобильных телефонов. В прошлом году было продано более 1 млрд устройств, то есть в штучном выражении 1% равен по меньшей мере 10 млн телефонов. Однако аналитики считают, что эти планы будут очень сложно осуществить. «К тому времени на рынке будет достаточно аналогичных устройств. Уже появилась похожая модель от LG — Prada, к концу года Motorola может выпустить похожий телефон, поэтому iPhone придется непросто — 10 млн аппаратов они вряд ли смогут продать. Хотя даже такой показатель будет каплей в море по сравнению с уровнем продаж ведущих производителей», — указывает Эльдар Муртазин. В Apple соглашались с тем, что с мобильными телефонами будет куда сложнее, чем с плеерами, но рассчитывают на лояльность пользователей. «Да, на рынке сотовых телефонов конкуренция сильнее, игроки крупнее. Но мы уверены, что большинство владельцев проданных 70 млн iPod купят iPhone, а не устройства сторонних производителей», — говорит господин Бутман. «Постоянно появляются клоны плееров iPod, но на наших продажах это особо не сказывается. Похожие устройства только популяризируют формат, поэтому нам будет проще выходить на рынок».

Впрочем, российские ритейлеры с трудом верят в успех iPhone в России, называя его главной проблемой высокую стоимость, а также отсутствие в России внятного маркетинга Apple. «Чем iPhone лучше других смартфонов? Да ничем! Поэтому без масштабной рекламной кампании и грамотной организации каналов сбыта у них почти нет шансов на нашем рынке», — делится сомнениями вице-президент «Евросети» Владимир Богданов. «Если в США телефон по договору с оператором будет стоить \$500, то в Рос-

сии — \$800–900, а это очень дорого. Таких телефонов в нашей стране продается в год около 50 тыс. штук. Большим успехом для Apple станет реализация 30 тыс. iPhone — при условии, что ритейлеры захотят с ними работать». Господин Богданов считает, что Apple не стоит рассчитывать даже на 1% российского рынка, объем которого в этом году составит примерно 28 млн аппаратов (в денежном выражении это \$6 млрд). Таким образом, если Apple удастся продать 30 тыс. устройств, то ее доля на рынке будет равна 0,1%.

Есть и альтернативная точка зрения относительно будущего Apple на рынке мобильных телефонов. Некоторые аналитики считают, что компания сможет повторить успех Motorola. «Компания представила на рынке стильные телефоны RAZR, которые раскупили, несмотря на высокую стоимость — около \$500. Американцы смогли продать более 75 млн телефонов RAZR», — подчеркнул аналитик iKS-Consulting Маргарита Зобнина.

И еще. Участники рынка отмечают, что выход iPhone на рынок и развенчание слухов о нем вызвали новые слухи о скором появлении на рынке других игроков, которые ранее никогда не занимались мобильными телефонами. Чаще всего в этой связи упоминается американский производитель компьютеров Dell. В феврале стало известно, что Dell переименовал исполнительного вице-президента компании Motorola и президента компании Mobile Devices Рона Гаррикуса. Глава Dell Майкл Делли объявил, что новый топ-менеджер будет работать над созданием нового продукта, и аналитики, разумеется, сделали соответствующий вывод: новым продуктом будет смартфон. Эксперты уверены, что на новый рынок выйдут многие производители КПК. «В частности, подобный шаг ожидается со стороны Palm», — говорит госпожа Зобнина.

Александр Малахов

ВЕДОМОСТИ

РЕКЛАМАЦИИ

Lenovo отзывает взрывоопасные батареи

Корпорация Lenovo объявила о масштабном отзыве неисправных батарей своих ноутбуков ThinkPad из-за повышенного риска их перегрева и возгорания. Всего производитель намерен отозвать свыше 200 тыс. литий-ионных батарей производства Saipuo, которые используются в моделях ноутбуков: R60, R60e, T60, T60p, Z60m, Z61e, Z61m и Z61p. Поводом для отзыва послужили жалобы от владельцев лаптопов о проблемах с батареями. Предполагается, что около 100 тыс. батарей будут отозваны из США, остальные — из других стран. В Lenovo утверждают, что перегревание может произойти в случае удара, а также если ноутбук наклонить особым образом, в результате чего батарея начинает нагревать его край. Производитель взрывоопасных батарей компания Saipuo уже согласилась разделить расходы, связанные с отзывом и заменой батарей. Отзыв касается девятиэлементных аккумуляторов увеличенной емкости, которые поставлялись дополнительно с переносными моделями ноутбуков. Количество батарей, которые отзывает Lenovo, не слишком уж велико, если иметь в виду прошлогодний казус с взрывоопасными батареями про-

изводства Sony, которых Apple, Dell, Hewlett-Packard, Toshiba и другие производители ПК отозвали в общей сложности 10 млн. «Компьюлента»

ГАДЖЕТЫ

Walkman поддерживает видео

Компания Sony обозначила сроки выхода линейки медиаплееров Walkman с функцией воспроизведения видео. В Европе гаджеты поступят в розничную продажу уже в апреле.



Главное существенное различие трех моделей видеоплееров Walkman — NW-A805, A806 и A808 — это объем памяти. Для NW-A805 это 2,4 Гб, для A806 и A808 — 8 Гб. Все три плеера новой линейки Walkman оснащены двухдюймовыми ЖК-дисплеями с разрешением QVGA (240x320 пикселей), с вертикальным и горизонтальным режимами просмотра. В комплекте с плеерами также поставляется специальный софт для перевода аудиофайлов из WMA, MP3 WAV в собственный формат Sony ATRAC. Возможность загрузки MP3-треков в плеер тоже есть, но в этом случае, утверждает производитель, батареи хватит на меньшее время непрерывной работы. Видеофайлы все три новинки от Walkman читают в форматах MPEG4 H.264 и AVC. Длительность работы батареи без подзарядки для просмотра видео и прослушивания музыки напрямую зависит от типов файлов. Например, при воспроизведении аудиофайлов в формате ATRAC с битрейтом 132 кбит/с батареи хватит примерно на 30 часов, а на видео в формате MPEG4 и битрейтом 768 кбит/с — на 7 часов. Видеофайлы с более низкими битрейтами заставят декодеры Walkman работать более интенсивно, поэтому при воспроизведении видео со скоростью 384 кбит/с время работы батареи сократится до шести с половиной часов. Стоимость NW-A805 в онлайн-магазине Sony — €180, NW-A806 — €230. Восемидюймовый NW-A808 стоит €300. «Компьюлента»



глобальные коммуникации • конвергенция • информационная безопасность • аутсорсинг

orange-business.ru

Equant, France Telecom и Orange объединились под маркой **Orange Business Services**.

открывая новые возможности

+7 (495) 777-0-800

Business Services orange

бизнес — это красиво

ТЕЛЕКОМ

Benq-Siemens становится раритетом

Телефонный бренд может исчезнуть с прилавков

сотовая розница

В конце февраля стало известно, что немецкая Benq Mobile GmbH (бывшая Siemens Mobile) будет распродана по частям. Тем временем телефоны под брендом Benq-Siemens практически исчезли из московской розницы. И хотя в московском офисе Benq Mobile перебои в поставках называют временными, участники рынка считают, что телефоны Benq-Siemens навсегда уходят не только с российского, но и с европейского рынка.

Обанкротившаяся осенью 2006 года Benq Mobile GmbH будет распродана по частям, сообщили представители компании. Такое решение было принято, поскольку внешним управляющим не удалось найти инвестора, пожелавшего приобрести актив целиком.

● Benq Group, оборот которой в 2005 году превысил \$12,4 млрд, включает в себя десять компаний, в том числе Benq Corporation. Benq Corporation специализируется на производстве ЖК-дисплеев, сканеров, мобильных телефонов и др. Выручка Benq Corporation по итогам 2005 года составила \$5 млрд. В июне 2005 года немецкий концерн Siemens передал Benq свое подразделение по производству мобильных телефонов Siemens Mobile, после чего оно было переименовано в Benq Mobile GmbH. В результате на рынке появились телефоны под брендом Benq-Siemens.

Тем временем ритейлеры сотовых телефонов рассказывают, что бренд Benq-Siemens фактически покинул российский рынок. В частности, президент «Связного» Максим Ноготков сообщил, что сейчас компания не имеет возможности закупать



мобильные телефоны Benq-Siemens: «Насколько мне известно, Benq распродавала остатки на складах после банкротства немецкого подразделения и к настоящему моменту запасы практически иссякли». Эту информацию подтвердили также в «Цифрограде» и «Беталинке». «Поставки телефонов еще есть, но они минимальны. На конец 2006 года доля Benq-Siemens в продажах нашей торговой сети составляла всего 5%, а сейчас этот показатель еще ниже. Перспективы дальнейшего сотрудничества остаются неясными», — отметила директор по связям с общественностью «Цифрограда» Татьяна Москалева. В «Беталинке» уже выводят Benq-Siemens из ассортимента. «Компания с рыночной долей примерно 15% была лидером в сегменте дешевых телефонов, но сейчас мы вынуждены распределять остатки и прекратить продажи устройств под брендом Benq-Siemens», — констатировал пресс-секретарь «Беталинка» Дмитрий Березин. О стабильности поставок телефонов Benq-Siemens «Ъ» заявили только в «Евростети».

Весь прошлый год Benq планомерно терял российский рынок: по данным Mobile Research Group (MRG), еще во втором квартале 2006 года доля компании в среднем выражении составляла 11,5%, но уже

к концу декабря она снизилась до 3,8%. «В четвертом квартале компании удалось реализовать на российском рынке примерно 346 тыс. мобильных телефонов, в первом квартале этого года этот показатель не превысит 200 тыс.», — рассказал ведущий аналитик MRG Эльдар Муртазин. — В Benq еще на что-то надеются, но по факту бренд уже практически ушел с европейского рынка, осенью распродавались остатки на складах в Германии и Сингапуре. Я не верю в возвращение Benq, вероятно, они останутся только в Латинской Америке и Китае».

В самой Benq утверждают, что о поражении компании на рынке мобильных телефонов говорить преждевременно: кризис с поставками телефонов может завершиться уже в этом году. «В компании проводится реорганизация, из-за чего возникли перебои с поставками. Но поставки должны возобновиться к концу этого года с завода в Шанхае, производственная мощность которого равна 100 млн сотовых телефонов в год (в прошлом году в мире продано более 1 млрд мобильных телефонов)», — заверил корреспондента «Ъ» глава российского представительства Benq Mobile Сергей Яковлев.

Виктор Хилько

Франк Нуово: потребитель с трудом привыкает к новым стандартам

дизайн

«Телефонная мода» меняется стремительно. Три-четыре года назад инновационными были трубки с камерами, большими дисплеями и встроенными плеерами, а сегодня это, к примеру, гибкие дисплеи и бесконтактные сенсорные экраны. Главный дизайнер компании Vertu ФРАНК НУОВО рассказал корреспонденту «Ъ» ВИКТОРУ ХИЛЬКО о том, как будет эволюционировать дизайн телефонов.

— Как вы оцениваете дизайн новых телефонов, выходящих сейчас на мировой рынок? Стал ли он скучнее и однообразнее или, наоборот, ярче и выразительнее?

— Для того чтобы говорить о дизайне в частности, необходимо сначала определить картину на мировом рынке в целом. За последние годы изменению подверглись практически все аспекты нашей жизни и работы. И дело здесь не только в телефонах, а в понятии «мобильность» в целом. Концептуальные и дизайнерские идеи, которые в прошлом откладывались в долгий ящик, теперь стали частью нашей повседневной жизни. Технологии позволили воплотить в реальность идеи прошлого. Функциональные возможности, о которых мечтали в 1990-е годы, сегодня стали стандартом нашей жизни. Я говорю о таких уже привычных сегодня функциях, как Bluetooth, камера, мультимедийные возможности для работы и развлечения. Сейчас большинство дизайнеров сфокусированы на использовании всех возможных функциональных новинок. Поэтому на рынке мобильной связи такой большой выбор решений, и покупатель делает окончательный выбор, руководствуясь своим видением продукта и вкусом. И можно сказать, что дизайн стал просто другим!

— Какие основные тенденции в дизайне телефонов последнего времени вы можете отметить? И что, на ваш взгляд, можно назвать прорывом?

— С увеличением числа специальных устройств в аппарате необходимо, чтобы батареи были более мощными при сохранении размеров самого телефона. Применение инновационных технологий в области изображения должно прежде всего основываться на соображениях простоты и безопасности использования.

Вряд ли стоит ожидать частых революционных изменений предметов, чей дизайн считается сформировавшимся или



Франк Нуово ищет золотую середину между размером и функциональностью

зрелым и к нему уже привык потребитель. Например, сохранение четырех колес в качестве основной колесной формулы автомобиля пока не может быть нарушено никакими альтернативными проектами. Как и автомобиль, устройство мобильной связи является своего рода заложником стандартов. Как только люди к ним привыкают, трудно изменить предмет радикально, даже если новая идея лучше. Сложным процессом было внедрение в мобильное устройство камеры и большого экрана. Я был вовлечен в некоторые инновационные дизайнерские проекты создания мультимедийных устройств для хранения и использования информации при сохранении базисных функций телефона. Я помню, как в свое время в компании Nokia все было буквально одержимо идеей создания такого рода трансформеров и в конце концов добились существенных успехов на этом направлении. Я с нетерпением жду, когда между размером и функциональностью будет найдена золотая середина, где меньше не значит лучше.

— Слайдер, раскладушка, моноблок — традиционные формы телефонов. Добавятся ли к ним новые? Какие новые тенденции в этих формах вы можете выделить?

— Изменение формы самой по себе только для того, чтобы изобрести что-то новое, не имеет долгосрочной перспективы. Каждое из решений, которое вы обозначили, имеет свою рациональную цель. Я участвовал в ряде исследований, касавшихся изобретения новых форм. Некоторые из них были восхитительными и стильными. Но классические формы основываются на функциональности и эргономич-

ских достоинствах. Средства мобильной связи можно сравнить со средствами транспорта, такими, как автомобили, велосипеды, поезда, самолеты и лодки. Самым радикальным изобретением, на мой взгляд, является двухколесный скутер компании Segway. Каждая из этих форм имеет множество достоинств, и таких примеров можно привести бесконечно много. Допустим, если у автомобиля убрать колеса и заставить его летать, самолета из него не получится. Это гибрид, однако его сущность не является инновационной.

— На что в ближайшие годы будут делаться упор дизайнеры и инженеры? На улучшение интерфейса, снижение веса, дизайн корпуса, дисплеи или на что-то еще?

— Мне представляется, что все будет развиваться в совокупности. Первостепенная задача — сделать мобильное устройство более совместимым с компьютером в частности и с повседневной жизнью человека в целом. Необходимо стремиться к хорошо интегрированным каналам связи, которые будут помощником для каждого из нас. И я уверен, что эта задача скоро будет решена.

— Насколько, на ваш взгляд, оправданно такое дизайнерское решение, как бесконтактные экраны, в частности iPhone?

— На мой взгляд, для многих потребителей сенсорные экраны не очень удобны в использовании. В большинстве случаев владельцы мобильных телефонов предпочитают кнопочную клавиатуру, более простую и удобную.

— Как новые технологии — UMTS, Wi-Fi, GPS и другие — влияют на дизайн и эргономичность телефонов?

— Различные способы передачи информации и их возрастающая функциональность все больше влияют на дизайн. Новые технологии, безусловно, требуют большего количества источников питания, что затрудняет создание компактного продукта. К тому же нужно быть очень осторожным, сочетая такой материал, как металл, с новыми технологиями передачи информации.

— Расскажите, каким вы видите телефон вашей мечты. Какими пользовательскими характеристиками он должен обладать?

— Телефоном моей мечты я могу назвать любую модель телефона Vertu. Вообще-то любой замысел приходит ко мне во сне. В моей копилке есть еще несколько идей, но делиться ими я не буду до тех пор, пока они не обретут осязаемых форм.

Новый стандарт делового общения

Представьте, рабочее место, оборудованное по последнему слову техники: высокоскоростное подключение к Интернет, удобная электронная почта, широкие возможности для работы с данными и отличная связь. А теперь представьте, что все это можно без труда спрятать в карман! Новый тонкий смартфон Samsung i600 обладает полным набором функций, необходимых деловому человеку. А если Вы захотите отвлечься от дел и расслабиться, в Вашем распоряжении фотокамера 1,3 Мпикс, видеокамера и музыкальный плеер.

Високая скорость

Благодаря технологии Wi-Fi смартфон i600 обеспечивает доступ в Интернет со скоростью до 54 Мбит/сек, позволяя делать экономичные звонки в любую точку мира с помощью Skype™ или голосовой связи (VoIP). Вы можете легко обмениваться данными с другими устройствами, поддерживающими Wi-Fi, и синхронизировать их работу со смартфоном.

Почта под рукой

Автоматически обновлять электронную почту в MS Outlook, незамедлительно принимая письма по мере их поступления на почтовый сервер, позволяет технология MS Direct Push. Смартфон i600 имеет QWERTY-клавиатуру — аналог привычной компьютерной клавиатуры. Буквы и символы вводятся нажатием одной клавиши. Теперь Вы можете быстро и легко набирать SMS- и e-mail сообщения, а также вводить в смартфон любую информацию.

Синхронная работа

Синхронизация смартфона с ПК займет считанные секунды благодаря программе ActiveSync. Надо только подключить устройство к компьютеру, указать один раз, что и как Вы хотите синхронизировать, и ActiveSync будет автоматически приводить в идентичное состояние Ваши сообщения, контакты, задачи, расписание на компьютере и в смартфоне.



Практичный дизайн

При обилии функций и возможностей, i600 имеет тонкий и легкий корпус. Большой дисплей с диагональю 2,3" дает четкое изображение, что особенно удобно при просмотре видео. С помощью бокового колеса навигации и прокрутки Вы сможете быстро перемещаться по меню, а удобная горячая клавиша позволит легко выбрать нужную опцию или войти в список наиболее часто используемых функций.

- ОС Windows Mobile 5.0 Smartphone Edition
- Процессор Intel PXA 272 (220 МГц)
- QWERTY-клавиатура / Колесо прокрутки
- Bluetooth 2.0 / USB 2.0
- Wi-Fi 802.11b/g

- 1.3 Мпикс камера и VGA-камера для видеотелефонии
- Широкоформатный TFT-дисплей 65536 цветов (320x240 пикселей)
- Просмотр документов (Word, Excel, PPT, PDF)
- Слот для карт памяти microSD
- Толщина 11,8 мм



The Ultra messag^e



телеком

Офисная связь зависла на проводе

корпоративные системы

Как театр начинается с вешалки, так современный офис — с сетей связи. Стены, крыша и рабочие столы в нем уже необязательны — бизнес компаний объединяют беспроводные и проводные системы связи. Пока компании отдают предпочтение последним: им импонирует надежность систем защиты информации, «упакованной» в кабели, и большая функциональность сетевой инфраструктуры, основанной на проводах.

Проводная контрреволюция

«Проводная связь в офисе уходит в прошлое. На смену ей идет Wi-Fi и другие технологии беспроводного доступа, с помощью которых лет через пять во всем мире, в том числе и в России, будет передаваться большая часть корпоративного трафика» — такое будущее офисных телекоммуникаций в начале этого десятилетия предсказывали производители оборудования и операторы связи. И, как сейчас выясняется, сильно ошибались: несмотря на все усилия инженеров и маркетологов компаний, производящих телекоммуникационное оборудование, беспроводной революции не произошло — Wi-Fi в российских офисах приживается с трудом.

По оценкам компании iKS-Consulting, в 2006 году объем российского рынка оборудования для корпоративных систем связи составил \$1,1 млрд, продемонстрировав годовой рост на 20%. Примерно 55% затрат компаний на телекоммуникационную инфраструктуру пришлось на долю оборудования передачи данных. Из этих \$600 млн всего 10–25% было потрачено на развертывание беспроводных сетей. «Несмотря на все преимущества Wi-Fi, и в первую очередь возможность сделать офисных работников более мобильными, корпоративные IT-менеджеры отдают предпочтение проводной связи», — констатирует гендиректор компании «Корбина Телеком» Александр Малис. — В крупных офисах развертывание проводных сетей зачастую дешевле, чем Wi-Fi. К тому же беспроводные технологии налагают на работу офисов целый ряд технологических ограничений.

По словам Вадима Левковца, руководителя отдела беспроводных технологий системного интегратора «Квазар-Микро», Wi-Fi пока не удовлетворяет потребности компаний, которым необходима высокая — от 100 Мбит/с и выше — скорость передачи данных внутри офисных информационных систем. Это, к примеру, банки, где приходится иметь дело с громадными базами данных. То же самое касается, например, инженеринговых компаний, в которых сотрудникам необходимо пересылать друг другу «крупногабаритные» чертежи. «У проводных сетей основное преимущество — скорость», — отмечает господин Левковец. — Беспроводные технологии по этому параметру пока сравниться с ними не могут.

Еще одна претензия клиентов и разработчиков инфокоммуникационных систем к Wi-Fi — безопасность. Воронство трафика «умельцами», незаконно подключающимися к беспроводным офисным се-



По мнению президента «Евросети» Эльдара Разрова, трубки, поддерживающие сотовую связь GSM и беспроводной доступ Wi-Fi, будут пользоваться спросом в российских офисах

тям, и кража информации («беспроводными» хакерами — распространенные городские, точнее, офисные легенды. Они небезопасны, считает глава компании ИВК Григорий Сизоненко, отмечая, что компании, использующие Wi-Fi, сталкиваются не только с проблемами технологического характера. «Главную угрозу составляет человеческий фактор», — говорит господин Сизоненко. — Многие администраторы игнорируют или неправильно настраивают имеющиеся средства защиты, оставляя сеть практически незащищенной. В крупных организациях не меньше проблем создает несанкционированное подключение к сети беспроводных точек доступа, которые, естественно, не охвачены корпоративной системой информационной безопасности. Сотрудники стараются для себя, а получается — для других».

Точечные включения

«Беспроводной революции» в российских офисах пока не случилось. Однако по эволюционному пути — от проводной связи к беспроводной — российские компании все-таки движутся. «Еще два-три года назад была бы одна hot spot в своем офисе устанавливали 10–20% наших корпоративных клиентов», — рассказывает Александр Ма-

лис. — Сейчас хотя бы одну точку доступа в дополнение к проводной инфраструктуре требуют 60% заказчиков».

Причина роста популярности Wi-Fi, как считают участники рынка, не только в росте рынка ноутбуков и их распространения среди топ-менеджеров и технологически подкованных клерков. Малый и средний бизнес, по мнению Григория Сизоненко, привлекает дешевизна систем связи на базе Wi-Fi: «В небольшом офисе вполне можно обойтись беспроводной локальной сетью. Эта технология позволяет значительно быстрее развернуть сеть, поэтому их часто используют как временное решение. На сегодняшний день, по оценкам участников рынка, оснастить каждое рабочее место (компьютер) проводной инфраструктурой передачи данных стоит \$70–100. Wi-Fi доступ позволяет охватить беспроводным интернетом помещение площадью 100 кв. м (в нем может разместиться около 20 сотрудников с компьютерами), истратив \$100–300. Если ПК стационарные, еще \$30–40 потребуется на дооснащение каждой машины модулем беспроводной связи».

Второй стимул внедрения Wi-Fi — мобильность технологии — касается и крупных компаний. Здесь пока лидируют структуры, связанные с логистикой и доставкой корреспонденции. Например, в конце прошлого года ФГУП «Почта России» и альтернативный оператор «Таском» начали совместный проект по оснащению 280 почтовых отделений в Москве hot spot (сейчас точками доступа Wi-Fi уже оснащено 210 офисов). Бюджет проекта «Почта России» и «Таском» не раскрывают, однако по оценкам участников рынка, его стоимость составляет около \$140 тыс. По словам представителей ФГУПа, это позволит «Почте России» организовать доступ клиентов, имеющих подключаемые к Wi-Fi устройства, к интернету (карточке для оплаты доступа «Таском» можно приобрести прямо в отделении). «Беспроводной интернет используется работниками в тех отделениях, где у почты до сих пор — по своим выделенным каналам», — подчеркивают в «Почте России».

Эксперты отмечают, что со временем Wi-Fi позволит почталонам не только подключаться к интернету, но и использовать новейшие логистические технологии. Такие, например, которые сейчас внедряет в своих офисах по всему миру, в том числе и в России, крупнейший мировой оператор экспресс-доставки UPS. Компания намерена внедрить в операционных и сортировочных центрах системы беспроводной

связи Wi-Fi и Bluetooth. Важным элементом этой системы будет носимый сортировщик грузов на среднем пальце руки беспроводной сканер штрих-кодов. С их помощью они будут моментально считывать с грузов информацию, которая затем будет отправляться в Wi-Fi терминалы, закрепленные у них на поясе, а оттуда — в корпоративную сеть компании. На специальном интернет-сайте клиенты компании смогут следить за всеми перемещениями своих отправок, а UPS — вести оперативный учет и контроль своих грузов. В рамках программы в 2 тыс. офисов UPS по всему миру будет установлено 55 тыс. беспроводных сканеров и 12 тыс. точек доступа Wi-Fi. Все это, по словам представителей UPS, позволит сократить компании затраты на оборудование и ремонт на 30%, время простоя производственных мощностей — на 35%, на столько же — количество запасного оборудования.

По словам начальника отдела технического обеспечения UPS в России Татьяны Толерчик, в московском и петербургском офисах компании беспроводные сканеры появятся уже в следующем месяце. Госпожа Толерчик отмечает, что внедрение необходимого оборудования в российских представительствах обойдется оператору экспресс-доставки в «несколько сотен тысяч долларов». «В будущем системами беспроводного доступа будут оборудованы не только стационарные объекты, но и наш автотранспорт», — рассказывает го-



Глава компании ИВК Григорий Сизоненко считает, что развитие беспроводных сетей сдерживает низкий уровень их защиты от взломов киберзлоумышленников

пожа Толерчик. — Такое устройство, соединенное с сетью сотовой связи GSM и CDMA, позволит вносить данные о грузе в корпоративную сеть UPS сразу же после его получения курьером или клиентом».

Беспроводные системы связи находят себе место и в российском ритейле. Самый яркий пример использования Wi-Fi в российской розничной торговле на сегодняшний день — сеть магазинов «Утконос», принадлежащая ООО «Новый импульс», которая насчитывает 150 магазинов. Ритейлер, реализующий в основном продукты и хозтовары, сделал Wi-Fi фактически основой своего бизнеса. «Наша логистическая схема работает следующим образом», — рассказывает технический директор компании Сергей Шишков. — Клиент делает заказ по интернету. В информационной системе эти заказы объединяются и поступают на склады. На беспроводные терминалы наших сотрудников приходит информация о запрашиваемом товаре и месте его хранения — отсеке, полке и т. п. После этого сотрудник с беспроводным сканером идентифицирует товар и помещает его в контейнер, который должен отправиться непосредственно в магазин (в беспроводную сеть при этом направляется сигнал о том, что заказ выполнен). Отсортированный таким образом товар направляется в магазин, где таким же образом его сортируют по более мелким контейнерам, в которых он выдается покупателям. Бюджет этого IT-проекта в «Новом импульсе» не разглашают, отмечая лишь, что каждый беспроводной терминал для сотрудников (беспроводной сканер и терминал получения данных с жидкокристаллическим дисплеем) обошелся компании в \$600–700. В каждом магазине имеется как минимум два таких терминала, еще 500–600 используется на складах.

В будущем, как считают эксперты, распространение Wi-Fi в офисах станет еще шире. Причина — появление так называемых конвергентных устройств, сочетающих в себе возможности обычного GSM/CDMA-телефона и приемопередающего устройства Wi-Fi. В идеале такое устройство должно работать так: вы идете по улице и говорите по трубке, пользуясь сотовой сетью, при входе в офис телефон «подхватывает» корпоративный Wi-Fi — и вы почти бесплатно продолжаете разговор уже через беспроводную сеть фиксированной связи. В «облегченном» же варианте вы просто ходите по офису с Wi-Fi трубкой, поддерживающей IP-телефонию, и звоните куда угодно, платя даже за минуту международного разговора не более \$0,03–0,04 (правда, в этом



Гендиректор «Корбины-Телеком» Александр Малис констатирует, что, несмотря на все преимущества Wi-Fi, при создании офисных сетей связи заказчики отдают предпочтение проводам

случае выход на сотовую сеть не предусматривается). Популярность Wi-Fi трубок стремительно растет во всем мире. По оценкам компании Infonetics Research, в прошлом году во всем мире подобных устройств было продано на \$102,5 млн — в денежном выражении рынок вырос на 76%, количество проданных трубок при этом увеличилось на 112%.

«Российский рынок подготовлен к подобным решениям», — считает президент компании «Евросеть» Эльдар Разров. — Из примерно 300 тыс. смартфонов, продающихся сейчас в России, большинство поддерживают Wi-Fi. При условии определенного апгрейда и наличия компьютеров с Wi-Fi приемными устройствами их можно подключать к сетям фиксированной связи. Как считает руководитель отдела интеллектуальных услуг «Евросети» Иван Жислин, в скором будущем российские офисы будут оснащаться более продвинутыми Wi-Fi трубками: «Такие устройства могут выходить в сеть передачи данных без «посредника» в виде компьютера. Связь осуществляется напрямую по схеме «телефон—hot spot». Сейчас выпуск подобных устройств осваивают крупнейшие мировые производители телефонов, такие, как Motorola и Philips. Стоят они пока примерно столько же, сколько смартфон экономкласса, — \$300–500.

Виктор Хилько

Говорит и показывает «Нафта-Москва»

широкополосный доступ

На московский рынок широкополосного доступа выходит новый игрок: с 1 апреля услуги интернет-доступа абонентам начнет предоставлять крупнейший московский оператор кабельного ТВ «Мостелеком». Инвестировал \$80 млн, дочерняя структура «Нафта-Москва» к концу года планирует подключить 100 тыс. интернет-пользователей и 1 млн абонентов цифрового ТВ. Конкуренты скептически относятся к планам оператора, указывая, что компания выходит на перенасыщенный рынок с большим опозданием и при этом предлагает устаревший продукт.

По словам главы компании «Национальные кабельные сети» (НКС), управляющей телекоммуникационными активами «Нафта-Москва», Сергея Калугина, с 1 апреля доступ к мультисервисной сети «Мостелекома» получат 100 тыс. московских квартир. Ее услуги весной будут доступны в Свиблове, Строгине, Чертанове и некоторых других районах Москвы. Инвестировал в проект около \$80 млн (\$1,5 млн из них пойдут на маркетинг, включающий разработку нового брэнда), к концу 2007 года «Мостелеком» планирует охватить сетью 35–40% территории Москвы и подключить 100 тыс. пользователей широкополосного скоростного интернета (до 100 Мбит/с) и 1 млн подписчиков цифрового ТВ. В компании рассчитывают, что каждый пользователь будет приносить ей не менее \$15 в месяц.

Плата за цифровое телевидение экономкласса, которое компания пока намерена предоставлять подписчикам (в пакет программ войдут 15 вещающих в Москве эфирных каналов плюс спутниковые: РБК-TV, Eurosport, Discovery Channel и др.). Абонентскую плату в компании не называют, отмечая однако, что она будет примерно такой же, как в Петербурге, где НКС берет с подписчиков 65 руб. в месяц. Сигнал будет доставляться до подъездов жилых домов по оптоволоконным каналам, преобразовываясь в аналоговый формат и раздаваясь абонентам через уже проложенные в квартирах кабели (для подключения к интернету в «Мостеле-



За два года глава НКС Сергей Калугин обещает довести мультисервисную сеть почти до 3 млн московских квартир

леком» надо будет заказывать прокладку отдельного ethernet-кабеля). Вопрос о внедрении полноценного многоканального цифрового ТВ, как говорят в компании, будет рассматриваться не ранее конца 2007 года.

По словам господина Калугина, к 2009 году «Мостелеком» планирует вложить в развитие цифровой сети \$188 млн и охватить мультисервисной сетью всех своих абонентов. По оценкам руководства компании, за два с половиной года «Мостелекому» удастся подключить около 300 тыс. абонентов широкополосного доступа и занять 10% этого сегмента интернет-рынка в Москве.

● ОАО «Мостелеком» — крупнейшая в Москве сеть кабельного телевидения, обслуживающая 2,8 млн домохозяйств. Прогнозируемый оборот компании в году составляет около \$75 млн. Группа «Нафта-Москва» напрямую и через ОАО «Мостелеком» владеет 59% акций компании, остальные акции принадлежат правительству Москвы.

Участники рынка считают, что исполнить свои планы «Мостелекому» будет крайне сложно, отмечая при этом, что мультисервисная сеть компании едва ли не главный телекоммуникационный долгострой Москвы. Планы ее создания появились еще в конце 1990-х годов, когда компанию контролировало правительство Москвы, а ни один из крупных операторов широкополосного доступа еще не вышел на рынок. Проект «Последняя миля», представленный в 2002 году в рамках городской программы «Электронная Москва», предполагал полную реконструкцию сети «Мостелекома» стоимостью \$600 млн. Однако дальше научно-исследовательских работ дело тогда не пошло. Сейчас, как считают конкуренты «Мостелекома», компания опоздала на московский рынок интернет-доступа. «Как мне кажется, «Мостелеком» немного с опозданием вышел на рынок, поскольку многие абоненты уже выбрали других операторов», — отмечает директор департамента общественных связей холдинга «Ренова-Медиа» (владеет операторами «Комкор-ТВ», «Мит-Телеком», «Телеинформ») Антон Сергеев. — К тому же неинтерактивное цифровое телевидение — несколько устаревший продукт. Впрочем, все зависит от того, как будет развиваться бизнес новое руководство «Мостелекома». Это мнение разделяет глава «Корбины-Телеком» Александр Малис: «Я не считаю, что выход «Мостелекома» приведет к заметному переделу московского рынка. В сфере широкополосного доступа он, наверное, займет какую-то нишу, но в плане телевидения наибольший интерес у абонентов будет вызывать интерактивное интернет-телевидение».

Аналитики с выводами операторов не согласны. По мнению Елены Баженовой из МДМ-банка, «Мостелеком» сможет изменить расклад сил на московском рынке интернет-доступа: «Компания обладает существенным административным ресурсом, не секрет, что «Мостелеком» практически в открытую поддерживает правительство Москвы. Этот ресурс может дать компании доступ к инфраструктуре — канализации, стоякам в домах, подвалам и чердакам, которого зачастую лишены «Комкор-ТВ» или, к примеру, «Корбина»».

Виктор Хилько

Две трети опрошенных нами руководителей считают, что в ближайшие два года их предприятия накроет лавина _____. Ряд публицистов и аналитиков, таких, как Том Фридман, видят мир _____. Другие, например Ричард Флорида, утверждают, что он _____. Но практически все единодушны в том, что фундаментальное _____ имеет топография. Среди множества разнообразных факторов, способных взорвать сложившуюся ситуацию, на первое место руководители ставят рыночные силы, такие, как _____, и неожиданные сдвиги на рынке. Но это далеко не все. По словам руководителей, их предприятиям предстоит решать проблемы, связанные с подготовкой персонала, _____, правовым регулированием и _____, что, несомненно, приведет к значительным переменам. И эти опасения вполне оправданы. *



Нам кажется, что у Вас возникнет желание заполнить эти пробелы. Загрузите опрос руководителей Global CEO Study 2006 на ibm.com/special/ru/ceo

Что делает Вас особенным?



телеком

Телевидение уходит в трубу

мобильные развлечения

Вопрос о том, как лучше переместить телевизор с тумбочки в гостиную в автомобиль, а в идеале — в карман, производители электроники решают не первый год. Портативные телевизоры становятся все легче и меньше, а картинка на их дисплеях — все ярче и качественнее. Их главные конкуренты — мобильные телефоны, заточенные под передачу видеокартинки и звука. О том, что нужно, чтобы смотреть любимые передачи в походных условиях и что разработчики оборудования и операторы связи предложат телезрителям в ближайшем будущем, рассказывает корреспондент „Ъ“ **Александра Ходонова.**

Смотр по диагонали

Первый в мире портативный телевизор создала в 1960 году корпорация Sony. Мобильность того устройства была весьма условной, примерно как у его советских «потомков» типа «Шилыси» или «Юности». Перетаскивать такие устройства на дачу и обратно еще было можно, но передвигаться, вообще не расставаясь с ними, было крайне затруднительно.

В наши дни мобильные телеприемники изменились до неузнаваемости: поместить их в портфель или даже в карман не проблема, а по-настоящему мобильными их делает питание от батареек или электроцепи автомобиля. Тонкость таким устройствам обеспечивают ЖК-экраны, а высокое качество изображения в самых современных моделях обеспечивает поддержка телевидения высокой четкости HDTV.

По признаниям продавцов бытовой техники, спрос на такие устройства растет из года в год — в основном за счет расширения ассортимента таких устройств и снижения цен на них. Прогнозируемый рост продаж портативных ТВ в этом году — 20%. «На российском рынке массовым спросом на сегодняшний момент пользуются простые и недорогие модели преимущественно китайского производства. Так называемые бренды класса А — Sony, JVC, Panasonic и другие — из-за своей относительно высокой цены занимают пока небольшую часть рынка», — рассказывает директор по связям с общественностью компании «Эльдорадо» Тимофей Суворов.

У российских электронных ритейлеров выбор подобной техники относительно невелик — например, в ассортименте «Техносила» присутствует около 35 наименований такой техники. Среди них, по словам представителей «Техносила», наибольшей популярностью пользуются Prology, Cheetah, Vitek, Mystery, Hyundai, Akaï. «В среднем каждый производитель представляет не более пяти-шести моделей, различающихся цветом корпуса и диагональю экрана», — рассказывает директор по связям с общественностью компании Надежда Сенюк. — Самые простые модели с диагональю пять дюймов стоят око-

ло 4 тыс. руб., однако наиболее удобные и востребованные — семидюймовые ТВ, цена на которые начинается от 6 тыс. руб.». По словам госпожи Сенюк, рынок мобильных ТВ на сегодняшний день очень однороден — модели разных производителей, как правило, отличаются лишь дизайном. «При выборе телевизора рекомендуется ориентироваться на качество матрицы и работы тюнера», — продолжает она и добавляет, что определить эти два критерия можно визуально, оценив четкость и качество изображения телевизора непосредственно в магазине.

Хитами продаж являются сверхтонкие (толщина — 2,5 см) модели Prology HDTV-705XS (4,79 тыс. руб.) с диагональю семь дюймов и HDTV-805XS (6,29 тыс. руб.) с восьмидюймовой диагональю. Эти устройства поддерживают HDTV. При использовании этого стандарта, картинка на экране ТВ складывается не из 625 горизонтальных строк, как в используемом российскими телекомпаниями SECAM, а из 1080, что ощутимо улучшает качество изображения. В России вещатели пока только обсуждают планы введения HDTV, однако если вы собираетесь провести отпуск в США или некоторых странах Европы и Азии, то вполне сможете смотреть ТВ высокой четкости.

Впрочем, пользоваться такими телевизорами можно и там, где HDTV еще нет. Оба имеют стандартные системы цветности PAL/SECAM/NTSC, русскоязычное экранное меню, возможность зеркального отображения картинки и функцию перевертывания изображения, которая незаменима при нестандартных вариантах крепления телевизора. В обеих моделях предусмотрен аудио- и видеовход, стереовыход для подключения наушников, AV-выход и телескопическая антенна.

Все дело в трубках

Портативный телевизор при всей невеличкости и миниатюрности по большей части автомобильный аксессуар. Переместить телевизор в карман позволяют мобильные телефоны. О том, каким должно быть это «телефонное» ТВ, сейчас идут жаркие споры

между разработчиками оборудования и операторами. Сейчас США, страны Европы, Южная Корея переживают бум сотовой связи третьего поколения (3G), позволяющей передавать и принимать по сетям данные на высокой — до 2 Мбит/с — скорости. Для просмотра мобильного телевидения этого вполне достаточно. Сейчас любимые программы, что называется, на колесике смотрят с помощью 3G-телефонов, к примеру, сотни тысяч корейцев.



Телефонное ТВ, по мнению аналитиков, в будущем станет одним из самых популярных мобильных развлечений

В России аналогичная услуга тоже уже доступна. Ее в прошлом году начал предоставлять своим абонентам сотовый оператор стандарта UMG-450 «Скайлинк». «Мобильные ТВ могут смотреть абоненты в Москве и Петербурге, где работает высокоскоростная передача данных по технологии EV-DO (Evolution Data Only)», — рассказывает пресс-секретарь сотового оператора Ольга Пестерева, отмечая, что технология как раз отвечает всем скоростным требованиям, поскольку при ее использовании скорость передачи данных может достигать 2,4 Мбит/с. На сегодняшний день московский абонент «Скайлинк» может смотреть в режиме онлайн десять каналов, среди которых РБК-ТВ, MusicBox TV, Rambler, ТНТ и другие. Для петербургских абонентов доступно восемь каналов.

Сегодня количество пользователей услуги составляет порядка 5% всех абонентов «Скайлинк» в Москве и Санкт-Петербурге. Развитие сервиса пока затрудняется недостатком сотовых телефонов, поддерживающих трансляцию видео: «Скайлинк» продает всего одну подходящую модель телефона — Ubiqum U300. Ее це-

на у дилеров составляет порядка \$400. Можно, правда, приобрести EV-DO модем (AnyData ADU-E100D, Ubiqum UM-300-ISO, CNU-550E Silk) и синхронизировать его с ноутбуком, однако такое мобильное телевидение может получиться «золотым»: просмотр мобильного телевидения обойдется на порядок дороже. «В среднем стоимость ноутбука колеблется на уровне \$1100–1200, тогда как стоимость модема составляет \$200–300», — подсчитывает ведущий аналитик Mobile Research Group Эльдар Муртазин.

Мобильное телевидение предоставляют абонентам и несколько российских GSM-операторов. Первым оператором из «большой тройки» подобную услугу запустил «МегаФон». С весны 2004 года его абоненты могут смотреть «Муз-ТВ», World Music, «Дамский канал» и другие. Никакого специального оборудования для просмотра ТВ не надо, достаточно иметь обычный сотовый телефон с цветным дисплеем и поддержкой GPRS или EDGE. Передачи телеканала закачиваются на сервер оператора, после чего идет их сжатие для возможности просмотра на мобильном телефоне. Как рассказывают в «МегаФоне», в основном абоненты просматривают телепередачу в течение 10–15 минут. Услугу «Мобильное телевидение» абонент может подключить бесплатно, оплачивается только трафик данных. Тариф — 7 руб. с НДС за 1 Мб для всех тарифных планов, кроме тарифного плана «МегаФон-Модем» и «Коммуникатор», для которых стоимость 1 Мб будет составлять соответственно 4,70 и 5,09 руб. с НДС. Иными словами, абонент платит примерно рубль за минуту просмотра при скорости передачи данных по каналу GPRS 21,4 кбит/с (при помощи EDGE — 200 кбит/с).

Возвращение к телебашне

Будущее мобильного ТВ, как считают эксперты, за принципиально новыми стандартами, совмещающими возможности традиционного телевидения и сотовой телефонии. Они предполагают оснащение трубок специальными ресиверами, сигнал на которые поступает не из сотовой се-



Современные мобильные ЖК-телевизоры могут воспроизводить программы высокой четкости

ти, а со специальных приемников на городских телебашнях. По оценкам аналитической компании Juniper Research, доходы провайдеров такого телевидения к 2010 году достигнут \$11,7 млрд, а число абонентов — 65 млн. При этом лидерами по проникновению мобильного ТВ станут Япония, где доходы составят \$2,9 млрд, и США с доходами \$1,8 млрд.

Наиболее распространенным в европейских странах стандартом мобильного ТВ может стать DVB-H (Digital Video Broadcast Handheld; DVB — «ручной, портативный»). В декабре 2004 года Европейская ассоциация по телекоммуникационным стандартам признала DVB-H основным стандартом для мобильных ТВ-сервисов Европы. По данным исследований Frost & Sullivan, именно эта технология является самой перспективной на рынке мобильного телевидения. В 2006 году сервисы, запущенные с ее помощью, принесли \$60 млн, а к 2010 году размер этих доходов может достигнуть \$2,04 млрд. «Поскольку российский сотовый рынок развивается по европейскому пути, скорее всего, у нас будет принят стандарт DVB-H», — считает аналитик iKS-Consulting Маргарита Зобнина. — Данный стандарт соответствует европейскому распределению частот».

Впрочем, триумф DVB-H в качестве единого мирового стандарта — вопрос далеко не решенный. Существует несколько конкурирующих с ним технологий передачи телесигнала на трубки. Это DMB (Digital Multimedia Broadcast — «цифровое мультимедиа-вещание»), японская ISDB-T (Integrated Services Digital Broadcasting — «цифровое вещание с интеграцией услуг»), Me-

diaFLO (создана компанией Qualcomm также для доставки вещательного контента на мобильные телефоны).

Впрочем, как констатируют участники рынка, говорить о начале масштабной конкуренции между стандартами не приходится. Серийных телефонов, поддерживающих инновационное цифровое вещание, пока фактически не существует. На рынке пока что есть один телефон, поддерживающий DVB-H, — Nokia N77. Российские продавцы сотовых телефонов предполагают, что в России он будет стоить \$400–500, но раньше конца этого года его появления на прилавках не прогнозируют.

Нетуто в России пока что и DVB-H-вещателей. Проекты в области мобильного телевидения сейчас разрабатывают крупнейшие российские участники телекоммуникационного рынка — АФК «Система», альтернативный оператор «Голден Телеком», сотовый оператор «Вымпелком». Однако, по общему мнению участников рынка, полноценную услугу абоненты смогут получить лишь через пару лет. По прогнозам iKS-Consulting, количество потребителей мобильного телевидения в России к 2009 году может составить порядка 1–1,5% от совокупной абонентской базы всех операторов, при этом оказание данной услуги может принести операторам порядка \$8 млн.

«Мобильное ТВ можно отнести к медленному направлению развития, которое мы считаем очень перспективным», — считает менеджер по связям с общественностью «Вымпелкома» Екатерина Осадча. — Однако оно получит полноценное развитие точно не в этом году».

В2В | НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ С БИЗНЕСОМ

Более 14 лет Ростелеком предоставляет услуги междугородной и международной связи для малого, среднего и крупного бизнеса. Мы используем проверенные технологии и собственную цифровую магистральную сеть, именно поэтому полностью контролируем процесс и отвечаем за результат.



Междугородная и международная связь

ОАО «Ростелеком» предлагает корпоративным клиентам комплекс современных телекоммуникационных услуг:

Доступ в Интернет

Качественный высокоскоростной доступ в Интернет от провайдера первого (магистрального) уровня.

Виртуальная Частная Сеть (IP VPN)

Объединение филиалов и региональных офисов в единую защищенную частную сеть. Полный спектр телекоммуникационных услуг. Гарантированно высокая степень надёжности.

«Бесплатный вызов» по кодам 8-800-100 и 8-800-200

Единые номера 8-800-100 и 8-800-200 позволяют проводить рекламные или маркетинговые акции, организовывать информационно-справочные службы на всей территории РФ.

НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ МОЖЕТ БЫТЬ ВЫГОДНОЙ

Дополнительная информация — по телефону 8-800-200-00-33

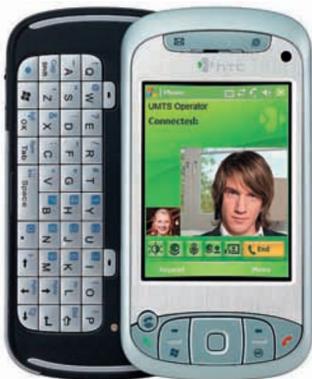
www.rt.ru

телеком

Мобильники закидывают в сети

ИННОВАЦИИ

Производители мобильных телефонов ищут новые идеи. Трубка, уместяющаяся в перстень, уже изобретена, сотовый толщиной с кредитку — тоже. У числа мегапикселей камерфона есть физический предел, разгонять процессор смартфона до бесконечности тоже нельзя: сядет батарейка. Новая концепция телефоностроения между тем лежит на поверхности: смартфон будущего — это терминал для доступа к данным пользователя в интернете. И первые шаги по воплощению этой идеи в жизнь индустрия уже сделала.



HTC TYPN

Концептуальный тупик

Кризис идей, поразивший отрасль мобильных телефонов, — это не выдумка. Пройдись по любой из крупнейших технологических выставок мира, будь то Consumer Electronics Show в Лас-Вегасе, конгресс Ассоциации GSM в Барселоне, ганноверская CeBIT или тайваньская Computex. Лейтмотив всех перечисленных мероприятий этого года — улучшение изобретенных ранее технологий и их более тесная интеграция. Всеохватывающие тренды, которыми индустрия жила последние 15 лет, сейчас и правда не в моде. Десятилетняя битва за право называться создателями самого миниатюрного телефона выиграна изобретателями из Японии. Моду на уменьшение толщины трубок, введенную американской компанией Motorola в 2004 году с выпуском модели RAZR, не подхватил только ленивый. С промежуточным результатом 5,9 мм в модели U100 в ней сегодня лидирует Samsung. Мобильный телефон со встроенной 10-мегапиксельной камерой был анонсирован той же Samsung еще в 2006 году. Многочисленные тайваньские производители во главе с компанией HTC экспериментируют со встроенными GPS-приемниками и продолжают увеличивать вычислительную мощь процессоров своих смартфонов. Казалось бы, улучшать в телефонах осталось только внешний вид. Однако эксперты не рискуют спаривать того, что первенство в дизайне принадлежит американской Apple. Компания Стива Джобса уже завалила мир своими плеерами iPod, взяв едва ли не в первую очередь дизайн. Саму Apple за iPod завалили наградами все возможные дизайнерские ассоциации. И вот в начале этого года Apple (завоевала) мобильный телефон, как сказала ее основательница Стив Джобс. Результат предсказуем: за iPhone, который появится в продаже только во второй половине 2007 года, уже выстроились очереди из фанатов продукции Apple.

Что станет движущей силой телефонной отрасли в ближайшие годы? Чтобы ответить на этот вопрос, вам нужно раздобыть удостоверение профессионального посетителя CES, CeBIT, Computex или конгресс



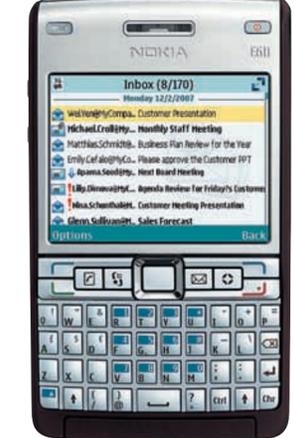
E-Ten M700

Выход в движение

Что станет движущей силой телефонной отрасли в ближайшие годы? Чтобы ответить на этот вопрос, вам нужно раздобыть удостоверение профессионального посетителя CES, CeBIT, Computex или конгресс



HTC Advantage 7500



Nokia E61i

са 3GSM. Именно на конференциях для производителей телефонов, операторов и многочисленных смежников куется будущее индустрии. А слово, которое чаще всего звучит на пленарных заседаниях, и в кулуарах форумов телефонистов, наверняка вам знакомо. Это «интернет».

Возьмем, для примера, события последнего конгресса 3GSM — именно это мероприятие сегодня считается наиболее представительным в индустрии. Ключевое объявление, сделанное в Барселоне в феврале, таково: лидер рынка мобильных телефонов Nokia заключает соглашение с лидирующим сетевым видеосервисом YouTube, принадлежащим компании Google. Уже в начале марта возможность просматривать видеоролики YouTube Mobile получили покупатели новых Nokia N73, N93 и N95. На том же конгрессе крупнейший в мире по капитализации сотовый оператор Vodafone объявил, что отныне будет устанавливать в телефоны, которые продает своим абонентам, программу Google Maps. Она показывает на экране мобильника спутниковую съемку и векторные карты городов всего мира с точностью до дома. Договоры между Nokia, Google и Vodafone — это крупнейшие, знаковые события. Сделок же масштабом поменьше с участием таких ин-

роков онлайн-рынка, как MySpace (крупнейший в США сайт для ведения личных дневников-блогов) и Vox (тоже блогинговая платформа, разработанная компанией SixApart, владельцем самого популярного в России блог-хостинга LiveJournal), на порядок больше. Массовое партнерство интернет-компаний и производителей мобильных телефонов дится уже не первый год. Тренд этот не обошел стороной и Россию. Так, в конце 2006 года о намерении построить в свои телефонный доступ к крупнейшей российской поисковой системе «Яндекс» объявила Nokia.

Офису — труба

Объявления производителей трубок и онлайн-сервисов о партнерстве — это только один элемент нового тренда. Чтобы предсказать, что получится из этих союзов в самом ближайшем будущем, достаточно диагностировать основное направление, в котором развиваются сетевые службы. А оно таково: функционал сайтов стремительно подменяет собой возможности, за которые до сих пор нужно было платить, покупая коробки с программным обеспечением. Например, сайт Google Docs & Spreadsheets позволяет создавать, редактировать и сохранять текстовые документы и электронные таблицы прямо в сети. А службы Zoho и BaseCampHQ помимо возможности просто поработать над документами дают возможность организовать полноценный документооборот прямо в интернете. О намерении создать версии своих программ Photoshop и Premiere, работающие прямо на интернет-сайтах, в середине февраля объявила крупнейшая в мире разработчик графического ПО американская Adobe. Активно стремится в интернет и законодатель мод на рынке офисного программного обеспечения Microsoft. Помимо портала для конечного пользователя Live в активе компании Билла Гейтса тысячи договоров о лицензировании онлайн-версий популярнейшей почтовой программы Outlook и сервера корреспонденции Exchange. Синхронизировать почту на сервере Exchange можно прямо с мобильного устройства. Впрочем, онлайн-сервисы не ограничены чисто корпоративным применением. Например, зарегистрироваться в почтовой службе Gmail, которая хранит до 3 Гб писем и позволяет искать в них фирменным поиском Google, с недавних пор без приглашения может любой житель России.

Интернет-сервисы и их мобильные версии меняют саму концепцию использования мобильных устройств. Чтобы убедиться в этом, ответьте на вопрос: сможет ли ваш телефон хранить 3 Гб почты? Вопрос риторический. Да, сегодня в продаже имеются карты памяти Secure Digital High Capacity (SD HC) емкостью до 8 Гб, а в будущем ожидается поступление в магазины и карточек SD HC объемом до 32 Гб. Но что если к этому радостному моменту вы накопите уже 50 Гб электронной почты? Да и хватит ли мощности мобильного компьютера, чтобы организовать поиск нужного письма в этой бездне корреспонденции? Будет ли интерфейс установленной на телефоне почтовой программы таким же удобным, как онлайн-новый?

Другой показательный пример того, что емкость памяти мобильных устройств не поспевает за объемом нужной информации, — географические карты. В феврале этого года с задержкой буквально в пару недель свои мобильные версии онлайн-карт на рынок вывели Google и Nokia. Принципы действия Google Maps и Nokia smart2go схожи: в памяти мобильного компьютера хранится только сама программа, карта же подгружается по беспроводному соединению в зависимости от вашего местоположения, которое определяет GPS-приемник.

Показательно, что сдвиг концепции использования мобильных устройств в сторону интернета осознали и российские мобильные операторы. Так, в начале февраля «Билайн» предложил своим абонентам покупать пакеты GPRS-трафика по оптовой цене. А в середине февраля о партнерстве с интернет-сервисом «Вторая память», позволяющим хранить и синхронизировать адресную книгу мобильного телефона в интернете, объявили «Мобильные телесистемы».

Тонкий намек на мобильного клиента

Если рынок мобильных телефонов станет развиваться в направлении все большей интеграции с интернет-сервисами, трубки изменятся радикально. Велика вероятность того, что на сотовом рынке повторится та же история, что произошла с компьютерами. До начала 1990-х годов, до появления и массового распространения персональных компьютеров, основополагающей в компьютерном мире считалась концепция мэйнфреймов — больших и мощных компьютеров, способных обслуживать несколько десятков, а то и сотен пользователей одновременно. Эра персоналочки почти на 15 лет заставила пользователей забыть о мэйнфреймах. Однако история развивается по спирали, и вот мэйнфреймы возвращаются в новом качестве — интернет-сервисов, которые теперь обслуживают уже не сотни и даже не тысячи, а миллионы и сотни миллионов (как Google) пользователей. Для доступа к интернет-услугам не нужен мощный компьютер, ведь все вычисления совершаются на сервере; зачастую не нужна и сложная дорогостоящая операционная система, ведь все функции могут быть сведены к доступу в сеть через браузер тонкого клиента.

Поэтому не вызывает удивления, если маховик истории компьютеров подомнет под себя и мобильные устройства. Производителям последних незначительно будет хвататься повышенной мощностью, на первое место выйдут такие характеристики, как возможность выходить в интернет в любых условиях, наличие встроенной системы определения координат (по спутникам или в сотовых сетях), характеристики фотокамеры. Мобильные телефоны и смартфоны превратятся из устройств для транспортировки информации в средства для доступа к этой информации. Возможно, первым таким устройством и будет мобильный телефон от Google, появления которого уже второй год ждут фанаты.

Егор Головлев

Microsoft приставилась в России

индустрия развлечений

Корпорация Microsoft объявила о начале продаж своих игровых приставок Xbox 360 в России. Софтверный гигант дебютирует на российском рынке игровых устройств, однако эксперты прогнозируют Xbox большое будущее в России. По их мнению, в этом году в России корпорация займет 10% рынка игровых консолей. Впрочем, Microsoft вряд ли удастся кардинально переключить рынок в ближайшее время — первенство останется за японской Sony.

Продажи Xbox 360 уже начались в крупнейших российских городах. Розничная цена, установленная на них корпорацией Билла Гейтса и эксклюзивным дистрибутором приставок в России компанией «Алион», составляет 15,7 тыс. руб. Продажами новой приставки займутся также розничные сети, как «М.Видео», «Союз», Media Markt, «Хит сезона», «Белый ветер» и GamePark. В Microsoft отмечают, что пока интернет-сервис Xbox Live для приставки не локализован, но игры уже можно приобрести в России. Завершение локализации планируется ближе к концу года.

В Microsoft не раскрывают планы продаж в России, но эксперты считают, что при грамотной маркетинговой политике, своевременной локализации игр и онлайн-сервисов компания может рассчитывать к концу этого года на 8–10% рынка. «Такую долю Microsoft получит при условии проведения масштабной рекламной кампании, — отметил глава отдела маркетинга компании-дистрибутора игр «Софт Клуб» Сергей Амирджанов. — Но в любом случае корпорация не сможет серьезно потеснить Sony, которая на протяжении долгого времени рекламировала свою приставку PlayStation 2 в нашей стране».

По словам Сергея Амирджанова, около 90% рынка будет по-прежнему контролировать японский производитель, который к тому же запустит в России продажи новейшей PlayStation 3 в апреле этого года. Эксперты прогнозируют, что ее доля на ответственном рынке составит 12–15%, несмотря на более высокую цену, чем у Microsoft, — примерно 20 тыс. руб. «Такая разница не отпугнет российских игроков», — утверждает господин Амирджанов. Третий игрок на рынке — Nintendo — со своей приставкой Wii, появившейся в продаже осенью прошлого года, будет по-прежнему занимать около 1% рынка, полагают эксперты.

По их оценкам, российский рынок игровых приставок растет впечатляющими темпами. «В прошлом году в нашей стране



было продано 350–400 тыс. устройств, — рассказал в ведущий аналитик Mobile Research Group Эльдар Муртазин. — В денежном выражении это около \$100 млн. Рынок удваивается ежегодно, то есть в этом году продажи могут составить порядка \$200 млн. Таким образом, чтобы добиться десятипроцентной доли, Microsoft потребуются продать к концу года 33,5 тыс. приставок Xbox».

Цифра вполне реальная, если принять во внимание мировую успех Xbox. «Приставка появилась на прилавках магазинов США в ноябре прошлого года, и за этот период компания реализовала по всему миру более 10,4 млн устройств. На данный момент Xbox 360 продано в два раза больше, чем всех остальных приставок нового поколения, — сообщил директор департамента по продвижению развлекательных платформ Microsoft в России и СНГ Алексей Бадаев. — К июлю 2007 года компания планирует поставить еще 12 млн консолей».

Примечательно, что за тот же период Sony удалось продать лишь 1 млн PlayStation 3, но, несмотря на это, она сохраняет за собой пальму первенства. Компания контролирует 70% мирового рынка (его объем в 2006 году — \$30 млрд) благодаря популярности приставки предыдущего поколения PlayStation 2.

Александр Малахов

Почтовая помарка

ЛОГИСТИКА

В начале марта информгентства Татарии распространили сообщение о том, что премьер-министр РТ Рустам Минниханов официально подтвердил передачу ГУП «Татарстан почта» (ТП) в собственность ФГУП «Почта России» (ПР). Однако представители «Татарстан почта» и правительства республики опровергли эту информацию, сказав, что свое имущество Татарстан будет продолжать отстаивать, несмотря на решения судов в пользу Российской Федерации.

6 марта руководитель правового управления ГУП «Татарстан почта» Юлдаш Мусин опроверг сообщения о том, что предприятие перейдет в ведение ФГУП «Почта России». Эта информация появилась на сайтах электронных СМИ после коллегии агентства по массовой коммуникации Татарии «Татмедиа», на которой премьер-министр РТ Рустам Минниханов якобы подтвердил передачу «Татарстан почта» «Почте России». На официальном сайте правительства, в частности, приводятся слова главы кабинета министров: «Никаких претязаний по поводу перехода «Татарстан почта» в ведение «Почты России» нет» — со ссылкой на первоисточник.

Как сообщил Юлдаш Мусин, постановления премьер-министра РФ Михаила Фрадкова о передаче имущества комплекса «Татарстан почта» в федеральную собственность не было. «Предприятие работает как работало», — сказал господин Мусин. Однако, по его словам, вероятно, правительство договорилось с федеральными ведомствами, пока не поставив в известность само ГУП «Татарстан почта».

Как ранее писал Б. конфликт Татарстана и Федерального агентства связи (Россвязь) с Росимуществом продолжается более года. Поводом для спора стало постановление министерства земельных и имущественных отношений Татарстана (МЗИО) №48 от 2005 года. Согласно документу, на базе ГУП «УПС. Татарстан почта» было создано одноименное ОАО, 100% акций которого стали собственностью правительства Татарии. Федеральные ведомства заявили, что приватизация МЗИО незаконна, и потребовали возврата имущества Российской Федерации. Судебная тяжба длилась почти год и завершилась победой федеральных органов. В частности, суд признал недействительность постановления МЗИО и ничтожность сделки по приватизации ГУП «Татарстан почта».

«Татарстан почта» — республиканский оператор почтовой связи, объединяющий около 1,1 тыс. отделений, расположенных на всей территории РТ. В 2006 году выручка «Татарстан почта» увеличилась по сравнению с 2005 годом на 10,4% и составила 1,112 млрд руб.

Однако, несмотря на все решения судов, Татарстан не намерен передавать «Татарстан почта» в собственность ПР. На сайте правительства также приводится фраза господина Минниханова, сказанная им на той же коллегии, противоречащая предыдущим высказываниям: «Республика возражает в части отчуждения собственности, которая находится в ведении «Татарстан почта», и готова отстаивать свои интересы в судебном порядке».

Как пояснил Б. руководитель пресс-службы кабинета министров Татарии Андрей Кузьмин, речь о передаче «Татарстан почта» «Почте России» не шла. «Премьер-министр говорил о том, что на территории Татарстана будут работать две конкурирующие организации, в том числе и филиалы «Почты России». Идет имущественный спор — «Почта России» хочет идти путем поглощения, но здесь должно быть два игрока», — сказал господин Кузьмин.

В ходе коллегии премьер-министр Татарстана действительно заявил, что появление «Почты России» создаст конкурентную среду на рынке почтовых услуг, и это пойдет на пользу всем».

Между тем, как считают участники рынка, подобные заявления татарских властей могут быть восприняты как вызов федеральным структурам. Они напоминают, что Россия и Росимущество уже не первый год добиваются возврата ТП в федеральную собственность. Аналитики считают, что впоследствии предприятие станет частью «Почты России». Пока возврата не произошло, «Почта России» создает в Татарии сеть филиалов, параллельную «Татарстан почта». Впрочем, в Москве такую модель развития бизнеса ПР в Татарии, по-видимому, считают временной мерой. «Мы надеемся, что власти РТ добровольно передадут имущество ТП в федеральную собственность, в противном случае будем настаивать на этом в рамках последующих судебных процессов», — ранее заявлял Б. представитель Федерального агентства связи Павел Морозов. Эксперты не исключают, что судебные разбирательства между федеральными властями и структурами Татарии, курирующими почтовую связь, возобновятся в будущем с новой силой.

Людмила Миргазиева, Казань

На правах рекламы

БИЗНЕС — ЭТО КРАСИВО

В 2006 г. France Telecom начал создание единой торговой марки для предоставления телекоммуникационных услуг. В результате ребрендинга Equant, France Telecom и Orange предоставляют по всему миру услуги под единым брендом Orange Business Services. В октябре 2006 г. под этим брендом начал работу ООО «Эквант». Доступ к услугам Orange Business Services возможен из 220 стран мира, причем в 166 из них компания имеет локальную поддержку. Для большинства своих услуг компания предоставляет соглашение об уровне качества (Service Level Agreement). За рубежом объединенная компания Orange Business Services сосредоточилась на услугах передачи данных и IP. Весь головной бизнес, доставшийся ей от Global One, она передала акционеру — France Telecom. Исключение сделано только для России: здесь услуги телефонии (включая телефонные карты) были сохранены.

Orange Business Services обеспечивает предоставление услуг более чем в 300 государствах России и СНГ. В России численность сотрудников — около 800 человек. К 2006 г. Orange Business Services открыл в России и странах СНГ 39 собственных офисов: 37 в городах России и два — в странах ближнего зарубежья — на Украине и в Казахстане.

теллектуальной сети связи, аудиоконференция, контакт-центр, виртуальная АТС).

Orange Business Services предоставляет номера городской телефонной сети. Лицензионная номерная емкость составляет более 100 тыс. номеров. Компания предоставляет также телефонные номера своей IP VPN-сети для построения корпоративных сетей на всей территории РФ. Оператор имеет партнерские отношения с российскими существующими и альтернативными операторами связи, а также с ведущими международными операторами связи.

Московская волоконно-оптическая сеть Orange Business Services базируется на технологиях SDH, Metro Ethernet и Passive Optical Network. Клиентам предоставляются каналы от 64 Кбит/с до 1 Гбит/с интернет-сервисами Ethernet.

Orange Business Services предоставляет клиентам своей сети услуги коммутируемого доступа в Интернет по выделенным каналам на скоростях до 1 Гбит/с. Выделенный канал может быть организован на основе существующей телефонной линии по технологии ADSL, волоконно-оптического кабеля, с организацией радиоканала или спутникового канала.

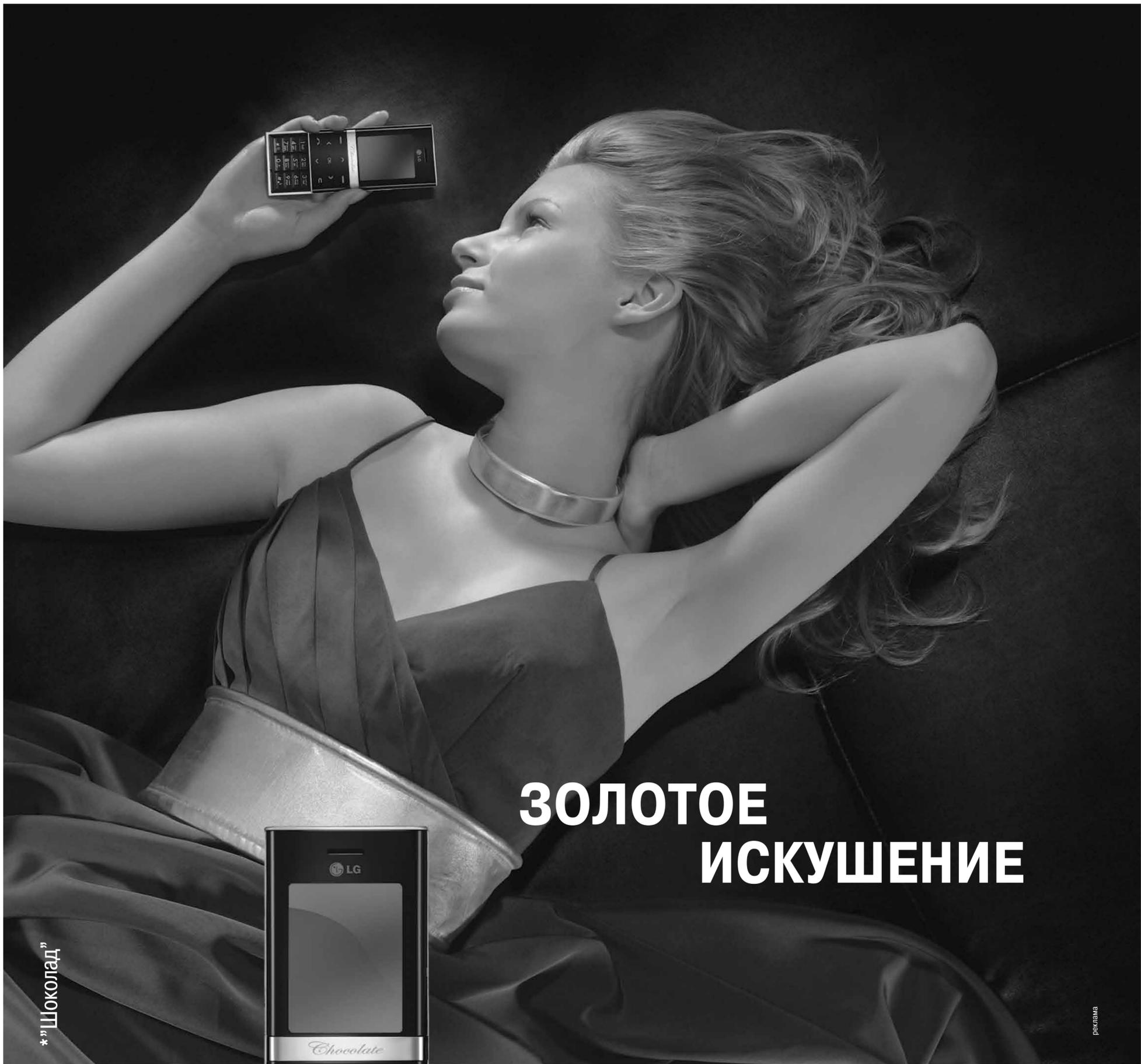
провайдерами телекоммуникационных услуг.

Сеть GIN позволяет установить связь через Интернет с любым территориально распределенным подразделением компании-клиента вне зависимости от его географического расположения. Услуги GIN Connection доступны во всех регионах России.

Orange Business Services предоставляет услуги хостинга веб-серверов, почтовых серверов и серверов для внутренней ИТ-инфраструктуры предприятий. Услуги виртуальной хостинга и хостинга приложений предоставляются под маркой Application Hosting, а услуги размещения клиентского оборудования — под маркой Net Hosting. Почтовые услуги — это большой ряд решений по организации корпоративной электронной почтовой системы на базе решений от Microsoft, Lotus, Stalker Software, с обеспечением защиты почты антивирусными продуктами и системами защиты от спама.

Инфраструктура дата-центров Orange Business Services в России уникальна. Компания имеет собственный дата-центр в Москве, а также лучшие в своих регионах дата-центры в 37 субъектах Российской Федерации. Кроме того, клиенту предлагается размещение серверного ресурса в крупнейших мировых центрах международной компании Orange Business Services (Лондон, Париж, Сидней, Атланта, Сан-Паулу, Сингапур).

Orange Business Services (ООО «Эквант») 119180, Москва, Якиманская набережная, 4, стр.1. Тел.: 777-0-800, факс: 777-0-900. E-mail: sales@orange-ftgroup.ru. http://www.orange-business.ru



* "Шоколад"

реклама

ЗОЛОТОЕ ИСКУШЕНИЕ



chocolate^{*}

Золотое искушение в коллекции телефонов LG Chocolate

Сенсорная клавиатура • Камера 2.0 Мрх
Слот для карт памяти MicroSD • MP3-плеер и FM-радио

Информационная служба LG Electronics 8-800-200-76-76
(бесплатная горячая линия по России)
<http://ru.lgmobile.com> <http://www.lg.ru>

Во Власти Качества



телеком

IT-компаниям включают музыку

медиаарынок

Виртуальный медиамаркет iTunes оказался едва ли не самым удачным изобретением Apple Computer: только в прошлом году на продажах музыки и видео через интернет компания заработала более \$1 млрд. Конкуренты «яблочников» не остаются в долгу — переманивать клиентов iTunes намерены Microsoft, Samsung и Google, разрабатывающие сейчас аналогичные проекты.

Появляются виртуальные магазины и в рунете. Правда, как убедился корреспондент „Ъ“ **Иван Буранов**, выбор музыки в них, а также качество записей оставляет желать лучшего.

Яблоко от яблони

Прошедшей зимой компания Apple подвела итоги работы онлайн-магазина iTunes Store (www.itunes.com). Все через сайт было продано и загружено более 2 млрд песен, из которых более 1 млрд — только за 2006 год. Таким образом, проект Apple уверенно занял первое место по продажам среди музыкальных онлайн-магазинов, получив контроль над 88% всего легального рынка загрузки музыкальных файлов.

Несмотря на всю популярность, у iTunes есть серьезный недостаток — слушать скачанную с него музыку можно только на плеерах iPod от Apple. Этой ахиллесовой пятой сервиса от Apple сейчас пытаются воспользоваться конкурирующие компании, запуская аналогичные проекты. «Конечно, 60% пользователей MP3-плееров — владельцы iPod, — рассуждают они. — Но что же делать остальным 40%?»

Один из потенциальных «убийц» iTunes — музыкальный магазин Urge (www.urge.com), совместный проект корпорации Microsoft и медиакомпания MTV. В Microsoft заявляют, что меломанам уже сейчас доступно около 2 млн композиций (примерно половина того, что предлагает iTunes). Ценовая политика Urge напоминает iTunes: в магазине позволено загружать целый месяц аудиоконтента на свои ПК и MP3-плееры за \$9,95 и \$14,95 соответственно. При этом можно платить отдельно за каждую скачанную песню или альбом — \$0,99 и \$9,95 соответственно (цены в iTunes — \$0,99 и \$9,99). Правда, в отличие от Apple, скачивая песню, вы получаете только голый трек — тексты песен, буклеты для распечатки, видеоклипы и другие «бонусы» доступны только у Apple. С другого фланга Microsoft собирается атаковать iTunes с помощью музыкального магазина Zune Marketplace. Сервис заточен под новый цифровой плеер Zune, представленный Microsoft в конце 2006 года. На сайте Zune Marketplace можно покупать каждый трек отдельно или купить Zune Pass (подписка в магазине) и скачивать треки без ограничений, как и на Urge. В свою очередь, пользователи плеера Zune с помощью Wi-Fi смогут пересылать друг другу музыкальные треки, но так как Microsoft рьяно борется с пиратством, то такие треки можно прослушать всего три раза в течение трех дней. Затем пользователи будут предельно покупать соответствующую песню в Zune Marketplace. Аудиобанк онлайн-сервиса превышает 1 млн композиций.

Отвоевать часть виртуального медиарынка у Apple в ближайшее время собирается и южнокорейский гигант Samsung. В январе компания объявила о скором открытии собственного онлайн-магазина музыки в Лондоне. Созданный по образу и подобию iTunes, магазин Samsung Media Studio предоставит пользователям доступ в MusicNet — аудиотеку, имеющую в наличии более 2,6 млн песен, представленных крупнейшими студиями звукозаписи. Покупатель одного из плееров Samsung будет предоставлен бесплатный недельный доступ к магазину. Стоимость песен варьируется в зависимости от их новизны и популярности, в среднем их цена составит около \$1,5 за файл, что почти в два ра-



за дороже, чем у Apple, при этом безлимитный месячный доступ к архиву будет стоить \$29.

Наконец, в январе 2007 года о намерении запустить собственный музыкальный магазин в ближайшее время объявила и Google — конкурировать с iTunes будет ресурс Google Tunes.

Свою оригинальную концепцию продаж музыки — у сайта Myspace.com. Это сообщество блогеров, членство в котором бесплатно и доступно и для россиян. По оценкам западных экспертов, сейчас число пользователей Myspace составляет более 100 млн человек, большая часть которых — музыканты, которые еще не успели оформить отношения с какими-либо звукозаписывающими компаниями. При этом каждая группа имеет право назначать свою цену за композицию в MP3-формате. Отладив сервис на «своих» музыкантах, руководство Myspace планирует привлечь в качестве партнеров крупные звукозаписывающие компании (руководство уже ведет переговоры с EMI Group) и устанавливать уже фиксированную цену за трек. Если компаниям удастся договориться, то новый музыкальный магазин сможет стать серьезным конкурентом iTunes. Сейчас об этом можно судить по объему доходов от рекламы, которые Myspace приносит владельцу News Corp. В прошлом году они составили \$25 млн.

Среди крупных конкурентов Apple числятся и крупнейшая в США сеть по продаже бытовой электроники Best Buy. В сотрудничестве с компаниями SanDisk и RealNetworks (разработчики популярной программы — медиаплеера RealPlayer) в конце 2006 года ритейлер открыл сервис Best Buy Digital Music Store. Специально для работы с сервисом оптимизированы MP3-плееры SanDisk Sa-

na e200R Rhapsody. Заявленная цена одной песни составляет \$0,99, неограниченный доступ в течение месяца стоит \$14,99.

От ритейлеров и IT-компаний не отстают связисты. Участники рынка отмечают, что у сотовых операторов есть важный козырь в борьбе за место на виртуальном медиарынке: для покупки контента их клиентам не нужен настольный компьютер, подключенный по проводам к интернету, грузить музыку они могут прямо на телефоны. Подобный сервис в феврале этого года открыла, к примеру, британская компания Omnicore. Сервис предназначен для абонентов сотовой связи стандартов 3G и 2,5G. Служба называется MusicStation и позволяет владельцам трубок скачивать музыкальные новинки десяти крупнейших звукозаписывающих лейблов за \$3,88 в неделю. Сначала доступ к сервису MusicStation получают только европейцы, затем жители азиатских стран, а позднее и сотовые абоненты по всему миру. Сейчас Omnicore уже заключила соглашения о сотрудничестве с 23 операторами сотовой связи в 40 странах, совокупная абонентская база которых составляет 690 млн человек. Музыкальные композиции в MusicStation распространяются в формате AAC+ (аналог MP3, используемый в мобильной связи). Песни, скачанные через новый сервис, наряду с пользовательскими плей-листами хранятся централизованно. Таким образом, если телефон будет потерян или украден, сотовый абонент сможет восстановить весь контент и загрузить его на новую трубку. Помимо доступа к музыке пользователям доступна возможность скачивать персонализированные новости, информация о выходе новых альбомов, концертах и заказе билетов.

Как и на любом рынке, в сегменте скачивания медиаконтента есть и свои дискаунтеры. Так, в 2006 году три меломана — Александр Агасипур, Генрих Вандерлин (директор по развитию MTV Europe) и Эллиот Гойман — открыли в сети новый музыкальный сервис PayPlay.fm, который, по всей видимости, сможет в ближайшем будущем также составить конкуренцию iTunes. Всего \$0,77 стоит на сайте один трек, \$7,77 — весь альбом. Впрочем, столь низкая цена за композицию объясняется небольшим ассортиментом. В аудиотеке PayPlay.fm находится около 500 тыс. песен от 70 тыс. исполнителей, что по сравнению с Apple немного. Кроме того, авторы большинства представленных на сайте композиций не очень известны публике. Однако компания собирается в ближайшее время нарастить аудиотеку, что, скорее всего, приведет к росту цен за скачивание музыки.

Впрочем, российские меломаны от этого не очень страдают — место западных медиа- и IT-гигантов в России

занимают местные компании. Так, к примеру, продолжает существовать знаменитый сайт такого рода Alltop3.com. Наиболее популярные российские музыкальные магазины — recording.ru и grammy.ru — позволяют качать музыкальные треки буквально за гроши (от 4 рублей за композицию). В отличие от зарубежных аналогов такие сервисы мало чем отличаются друг от друга по контенту, однако, к примеру, recording предпочитают любители электронной и танцевальной музыки, а delit — рока и гитарной музыки. Ограничения по оплате на таких сайтах, как правило, отсутствуют — пользователям доступны системы WebMoney, оплата по кредитным картам. Некоторые сайты позволяют скачивать музыку вообще бесплатно — уже ставший знаменитым в рунете Zайцев.net (zaicev.net) имеет солидную аудиотеку. Большинство композиций доступны в открытом доступе — битрейт начинается от 64 кбит/сек (ради справедливости следует отметить, что на платных сайтах качество не лучше).

Участники рынка признают, что деятельность большинства подобных сервисов в России полулегальна, отмечая, что благодаря усилиям властей в преддверии вступления России в ВТО большая часть таких ресурсов может быть закрыта. Первым предупредил владельцев этих ресурсов можно считать выигравший в январе этого года иск звукозаписывающей компании Gala Records (представляет в России интересы EMI Music) к сайту delit.ru. Процесс мог бы оказаться обычным разбирательством владельца музыки с пиратским сайтом, если бы не участие в нем Федерации правообладателей по коллективному управлению авторскими правами при использовании произведений в интерактивном режиме («ФАИР»), которая и работала с delit. Из-за дыры в российском законодательстве такие общества могут выдавать «лицензии» на MP3-треки артистов, с которыми их не связывают никакие договоры, чем активно пользуются российские онлайн-магазины. В результате оборот alltop3.com (его владелец США называли главным пиратским сайтом России), по разным оценкам, составляет \$10–14 млн в год, тогда как все российские сайты вместе продают музыку в цифровом формате на \$30–50 млн. В арбитражном суде Gala Records сумела доказать, что владельцы delit незаконно разместили у себя треки, принадлежащие лейблу. И несмотря на то что суд лишь обязал ответчика выплатить компании 60 тыс. рублей компенсации (сам сайт не закрылся, а пока лишь закрыл бесплатную скачку), эксперты говорят, что созданный прецедент может привести к закрытию многих аналогичных сервисов.

Впрочем, даже если будут закрыты эти сайты, у россиян, как и у меломанов из других стран, остается возможность качать музыку бесплатно через пиринговые сети типа E-mule и Beas-hare, которые пока закрывают никто не собирается — во всяком случае, пока западные онлайн-магазины не развернут свой бизнес в России. На данный момент Apple рассматривает возможность открытия iTunes Store на русском языке, однако когда это произойдет — неизвестно.

HDTV дебютирует в России

платное телевидение



Телевидение высокой четкости способно сделать изображение гораздо более реалистичным, чем обычное. ФОТО АР

В ближайшие месяцы в России стартуют сразу несколько проектов организации вещания телевидения высокой четкости (HDTV). В апреле эту услугу своим абонентам начинают предоставлять «Корбина Телеком». В течение двух лет компания планирует подключить к своей мультисервисной сети 170 тыс. HDTV-подписчиков, инвестировав в проект больше \$20 млн. Конкуренту «Корбине» обещают составить крупнейшие московские провайдеры платного цифрового ТВ «НТВ плюс» и «Комкор-ТВ» — свои HDTV-сервисы они также готовы запустить весной.

Как рассказал „Ъ“ генеральный директор «Корбины» Александр Малис, тестовое вещание HDTV-программ через мультисервисную сеть оператора начнется в апреле этого года. Подписчики «Корбины», купившие у оператора телеприставки Motorola (ориентировочная стоимость — \$150), смогут смотреть HDTV-канал Luxe TV. «Это будет канал о моде и предметах роскоши, что-то вроде Fashion TV, только высокого разрешения», — сказал вице-президент «Корбины» Дмитрий Малов.

Планируется, что тестовая эксплуатация продлится до августа следующего года. Затем, на стадии коммерческой эксплуатации, «Корбина» добавит еще два западных канала — стоимость этого пакета, по словам господина Малова, составит не меньше \$20 в месяц. По плану компания, к весне следующего года HDTV-каналов в сети будет 10–20 (плюс около 80 стандартных программ). «В течение двух лет инвестиции в техническую часть нашего телепроекта составят около \$10 млн, еще чуть меньше \$10 млн мы планируем потратить на покупку контента», — отметил Александр Малис. При этом к 2009 году мы рассчитываем обслужить до 170 тыс. зрителей HDTV.

На московском рынке HDTV «Корбина» будет не одинока. Почти одновременно с ней вещание в HDTV планирует запустить российский монополист на рынке спутникового ТВ «НТВ плюс». «Весной мы запускаем пакет программ высокой четкости из трех каналов: «HD Кино», «HD Спорт» и «HD Live», — рассказала руководитель пресс-службы компании Анастасия Казакова (других подробностей проекта в «НТВ плюс» пока не приводят). В эти же сроки планирует запустить HDTV и московский провайдер кабельно-

го ТВ и широкополосного доступа «Комкор-ТВ». По словам представителей компании, контент будет закупаться у «НТВ плюс». По поводу перспектив продаж ТВ высокой четкости в «Комкор-ТВ» говорят следующее: «В начале это будет VIP-продукт. В первые годы им будут пользоваться 2–3% от нашей телевизионной абонентской базы».

Эксперты считают интерес проявляемый к HDTV крупнейшими вещателями, объяснимым. Крупные продавцы электроники указывают на то, что в России в прошлом году начался бум продаж поддерживающей HDTV электроники, в первую очередь широкоэкранных телевизоров. «В прошлом году в России было продано поддерживающих HDTV телевизоров на \$400–500 млн. В этом году мы ждем роста продаж в полтора-два раза, до \$700–800 млн», — сказал директор по связям с общественностью розничной сети «Эльдорадо» Тимофей Суровцев. По мнению господина Суровцева, всплеск спроса на HDTV-приемники способствовало снижению их стоимости: в прошлом году она снизилась в среднем на 20%, а в этом году снижение составит еще 15%.

«Огромную роль в продвижении HDTV сыграл агрессивный маркетинг производителей оборудования», — добавил аналитик компании iKS-Consulting Максим Савватин. — Они убедили покупателей в том, что продвинутые телевизоры без высокой четкости не бывают». Господин Савватин оптимистично оценивает перспективы рынка HDTV-вещания: по его мнению, только «НТВ плюс» до конца года сможет подключить около 20 тыс. HDTV-абонентов, подавляющее большинство которых будет из Москвы. «К 2009 году HDTV-программы будет смотреть до 10% пользователей московского платного телевидения», — прогнозирует господин Савватин.

Маркетологи, однако, не согласны с выводами вещателей и аналитиков. «Проблема продвижения HDTV в России заключается в сложности и высокой стоимости как инфраструктуры доставки сигнала, так и приемных устройств», — объясняет заместитель директора по маркетингу NVision Group Сергей Головин. — Продажи телевизоров с HD растут, но во всероссийском масштабе их количество ничтожно. Кроме того, пока практически нет актуального российского HDTV-контента».

Виктор Хилько

NO COMMENT | SAN BERNARDINO COUNTY SUN

Residents line up for PlayStation 3 Жители выстраиваются в очередь за PlayStation 3

Stephen Wall
Стивен Уолл

Простояв 36 часов в очереди, Марк Барбоса уже подумывал о том, чтобы отказаться от попытки обзавестись самой последней сенсацией в мире игровых приставок. Но для этого 26-летнего молодого человека, дипломированного медбрата, мысль о том, чтобы уйти без новой игровой приставки Sony PlayStation 3, была просто невыносима. «Я все же надеюсь, что если потерплю эти неудобства еще немного, то получу ее», — говорит Барбоса, сидящий на складном стуле в очереди в универсаме на Хоспиталити-лейн, хлопая сонными глазами. — У меня просто нет выбора. Это моя последняя надежда».

Барбоса был в числе тех 40 любителей видеоигр и покупателей, которые разбили палаточный лагерь перед магазином La Cigarsa в надежде отхватить заветную игровую приставку, поступившую в продажу утром в пятницу (17 ноября — «Ъ»). Первые четыре человека в очереди получили квитанции, гарантировавшие им покупку игровой приставки в тот же вечер в семь часов. А Барбоса был пятым. По словам Барбосы и стоявших за ним в очереди людей, судя по выражению лиц сотрудников магазина, в этот день ближе к вечеру можно было ожидать поступления в магазин дополнительных приставок.



Ради новой приставки PlayStation 3 покупатели разбивали палаточные лагеря у дверей магазинов. ФОТО АР

Позтому самые нетерпеливые из желающих обзавестись этим устройством решили ждать. Они проводили долгие часы, играя в карты, перебарываясь футбольным мячом, время от времени перекусывая и пытаясь хоть немного поспать, втиснувшись в походные палатки у входа в магазин. Правда, не все в этой очереди собирались купить 600-долларовую приставку для себя. Некоторые из стоявших в очереди признавались, что собираются продать это устройство на онлайн-аукционе eBay за несколько тысяч долларов.

«Все дело в деньгах», — говорит Хосе Табарес, 20-летний парень из Ривальто, шестой в очереди. — Ты тут стоишь, ничего не делаешь, только развлекаешься, а потом еще получаешь \$2000 или вроде того. Выгодное дело». А Эрик Абрамс специально взял два выходных в начальной школе, где он преподает, чтобы попытаться приобрести PlayStation 3. Вместе с двумя родственниками Абрамс уже попытал счастья в магазинах Sam's Club, Wal-Mart, Kmart и двух магазинах Target. Потом его теща сказала, что, возможно, ему повезет в La Cigarsa, магазине бытовой электроники и техники, обслуживающем латиноамериканцев.

38-летний Абрамс рассказал, что проводил время за разговорами с продавцами, с которыми пытался общаться по-испански. «Я научился произносить „Si-

antos mas PlayStation tienes?», то есть „Сколько еще приставок PlayStation у вас осталось?“, и „¿Cuanto cuesta?“, что означает „Сколько это стоит?“, — сообщил Абрамс, который работает тренером по бегу в средней школе Cajon. Абрамс пока не решил, как поступит с приставкой — продаст или оставит себе. «Я вообще-то не против подработать на ней денюжку», — признался Абрамс, у которого есть двухлетний сын.

Минуты тянулись бесконечно в это пятничное утро. Абрамс и другие все больше сомневались в том, что приставка появится в продаже. Менеджера магазина Майка Сеговию удивило, что люди все не сворачивают палатки. «Утром я вышел на улицу, раздал четыре квитанции и дал понять толпе, что больше приставок не поступит», — сказал Сеговия. — Не пойму, чего они тут до сих пор торчат». По словам Сеговии, новая партия приставок поступит в магазин в следующем месяце, однако он не может сказать, сколько приставок им привезут.

Расстроенный и растерянный Табарес и еще один покупатель вошли в магазин и потребовали от Сеговии объяснений. Выйдя из магазина через несколько минут, Табарес сообщил остальным, что, по словам продавца, есть «серьезная вероятность» того, что в пятницу новых приставок больше не поступит. Однако Табарес и Абрамс заявили, что это их несколько не убедило

и они остаются ждать дальше. И их ожидание не было бесплодным. Хотя в тот день магазин действительно продал всего четыре приставки, продавцы все же составили список стоявших в очереди. Когда поступит новая партия, они будут в числе первых на покупку дорогой игрушки. Однако Шон Клика, стоявший в очереди аж со среды, заявил, что с его здоровьем. «Я ужоу домой. Приму душ и отосплюсь», — говорит этот 20-летний житель Сан-Бернардино. — Мне надоело спать на стуле».

Беспредел с PlayStation 3
Стрельба в Коннектикуте: двое вооруженных грабителей пытались ограбить людей, стоявших в очереди за приставкой, которая поступила в продажу в Хартфорде рано утром в пятницу. По данным властей города, они выстрелили в одного из стоявших в очереди, не пожелавшего расстаться со своими деньгами.

Мужчина с ножевым ранением в Индиане: в реанимационное отделение больницы в городе Салливан (штат Индиана) был доставлен мужчина в критическом состоянии с ножевым ранением. По данным полиции, он получил удар ножом при попытке вместе с другом украсть игровые приставки у людей, простоявших за ними в очереди 36 часов.

Перевела Алена Миклашевская