

ТЕЛЕКОМ

Из бумера в бумер

рейтинг

(Окончание. Начало на стр. 25)
Первый занимает 9-е место (3,5%) в хит-параде, располагаясь всего двумя строчками ниже, чем «Yesterday» The Beatles (4%). А вторую композицию выбрали примерно 2,5% покупателей мелодий (18-е место глобального хит-парада).

Скажи мне, кто твой абонент

Если же рассматривать предпочтения абонентов «большой тройки», то есть «Би Лайна», «Мегафона» и МТС, по отдельности, то выясняется, что различаются они радикально.

Абоненты «Мегафона» и МТС явно неравнодушны к торговой марке BMW, поскольку 1-е место в хит-парадах держит «Черный бумер» от Сергея — его загрузкой почти 15% абонентов каждого из этих операторов. А за ним следует и тема из фильма «Бумер». «Ночной дозор» у МТС лишь второй, а у «Мегафона» — четвертый. Зато у «Би Лайна» Сергея с 6% занял лишь 5-е место, а музыка из «Бумера» оказалась и вовсе на 20-м.

Разбавляют знакомые имена в первой пятёрке самые разные мелодии. Часть абонентов «Мегафона» активно качает клубный хит «Satisfaction» Benny Benassi (5-е место с 7% загрузкой), обладатели



Лидеры телефонного проката: Сергей, Шнур, Уматурман и Глюкоза (слева направо)

телефонов МТС отдали предпочтение Глюкозе с песней «Снег идет» (4-е место с теми же 7%), а 2-е и 3-е место в «Би Лайне» оказались за популярными песнями «Dudu» и «Du Hast» от сладкоголового турка Tarakan и тяжелого Rammstein. Эта странная пара привлекла более 18% аудитории.

Регионы — за Сергеем
На «операторских» выборах четко прослеживается известная закономерность — на пикетку самых популярных мелодий приходится 45–47% загрузок.

Крупные российские регионы едины в своих предпочтениях — во всех локальных хит-парадах безоговорочно лидирует Сергей с его «Черным бумером». В Сибири его доля составляет около 10,5% от стрымом от 2-го места всего в 1%, тогда как Центральная Россия (без учета Москвы) отдала Сергеему более 16,5% голосов — почти в два раза больше, чем «Ночному дозору», занимающему здесь 2-е место. В среднем же доля «Черного бумера» составляет 13,5%.

«Ночной дозор» в регионах пользуется меньшим спросом,

чем в столицах, — в Хабаровском крае и Центральной России он поднялся до второй позиции (около 9% загрузок), в то время как на юге страны, на Урале и в Сибири эта мелодия не поднималась выше 3-го места (7,5–8,5%).

На небольшом удалении от столицы опять популярны «Бумер» и «Бри-Бумер». На Урале, например, эти две композиции занимают 5-е и 2-е места, в сумме обеспечивая почти 19% загрузок. Немногим ниже популярности «Бумера» в Хабаровском крае и в центральной части РФ — там и там

«Бумер» занимает 3-е место, а «Бри-Бумер» — 4-е, суммарная популярность равна 16%.

В Сибири в пятёрку лучших удержался лишь «Бумер» (8,5%), а на юге России, напротив, «Бри-Бумер» (7,2%).

Мелодию песни Глюкозы «Снег идет» высоко оценили сибиряки, южане и жители Урала. В первую десятку региона она заняла 2-е место, а на Урале — 3-е. Процент загрузки варьируется от 7,5 до 9,5%. В центральных регионах песня удостоилась лишь 7-го места, а в Хабаровском крае — 18-го.

В Хабаровске предпочли зарубежные хиты, в основном молодежные. Места с 6-го по 8-е оккупированы финнами Bomfunk MC's с песней «Freestyler», рок-альтернативным коллективом Linkin Park с композицией «Numb», и, разумеется, не обошлось без итальянца Benny Benassi с «Satisfaction». Каждая из трех мелодий завоевала по 5% аудитории.

В других регионах такой же любовью пользуется только одна из них — «Satisfaction». В Сибири она на 4-м месте (8%), в Центральной России и на

Урале — на 6-м (5,5 и 7%), на юге заняла 7-е место (больше 6%).

Рейтинг мелодий был бы неполным без знаменитых песен Михаила Круга «Владимирский централ». В Центральном регионе и в Хабаровске она занимает 5-е место с 6% и 7% загрузок соответственно. На Урале она занимает 7-е место, а на юге — 8-е.

Словом, если сравнивать популярность мелодий в регионах, удаленных от столицы, то

окажется, что лидер лишь один — «Черный бумер». Далее плотной группой с незначительным разбросом идут «Ночной дозор», «Бумер» и «Бри-Бумер», затем, также очень плотно, — «Satisfaction», «Снег идет» и «Владимирский централ». А все прочие упомянутые мелодии можно объединить под общей шапкой «Другие лидеры» — всем им далеко до пятипроцентного барьера.

НИКОЛАЙ ТРУБЦЕВЦОЙ

Рейтинг популярности полифонических мелодий для мобильных телефонов

По данным журнала Russian Mobile и Revcom.ru

Мегафон	Би Лайн	МТС
Сергей «Черный бумер» — 15%	Сергей «Черный бумер» — 15%	Сергей «Черный бумер» — 15%
«Бри-Бумер» (ком. А. Шельгин, С. Шнуров) — 9%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%
Мелодия из к/ф «Бумер» (ком. С. Шнуров) — 9%	Tarkan «Dudu» — 11%	Мелодия из к/ф «Бумер» (ком. С. Шнуров) — 8%
«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 8%	Rammstein «Du Hast» — 7%	Глюкоза «Снег идет» (ком. М. Фадеев) — 7%
Benny Benassi «Satisfaction» — 7%	Игорь Корнелюк «Город, которого нет» — из т/ф «Бандитский Петербург» — 6%	«Бри-Бумер» (ком. А. Шельгин, С. Шнуров) — 7%
«Короли ночной Вероны» — из мюзикла «Ромео и Джульетта» (ком. Ж. Пресгурвик) — 6%	Сергей «Черный бумер» — 6%	Benny Benassi «Satisfaction» — 6%
Михаил Круг «Владимирский централ» — 5%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%	Михаил Круг «Владимирский централ» — 5%
Bomfunk MC's «Freestyler» — 4%	«Короли ночной Вероны» — из мюзикла «Ромео и Джульетта» (ком. Ж. Пресгурвик) — 4%	«Короли ночной Вероны» — из мюзикла «Ромео и Джульетта» (ком. Ж. Пресгурвик) — 4%
Глюкоза «Снег идет» (ком. М. Фадеев) — 4%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%
Rammstein «Amerika» — 4%	Tarkan «Dudu» — 11%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%
	Rammstein «Du Hast» — 7%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%
	Игорь Корнелюк «Город, которого нет» — из т/ф «Бандитский Петербург» — 6%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%
	Сергей «Черный бумер» — 6%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%
	Главная тема к/ф «Бригада» (ком. А. Шельгин) — 5%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 17%

Beatles «Yesterday» — 5%	Benny Benassi «Satisfaction» — 8%
Глюкоза и Верка Сердючка «Жениха хотела» (ком. М. Фадеев) — 4%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 8%
Авраам Руссо «Знаю» (ком. В. Дробыш) — 4%	Михаил Круг «Владимирский централ» — 8%
Prodigy «Smack My Bitch Up» — 4%	«Тутси» — «Самый, самый» (ком. Г. Волев) — 7%
Дальний Восток	Bomfunk MC's «Freestyler» — 6%
Сергей «Черный бумер» — 13%	«Бри-Бумер» (ком. А. Шельгин, С. Шнуров) — 7%
«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 9%	Игорь Корнелюк «Город, которого нет» — из т/ф «Бандитский Петербург» — 4%
Мелодия из к/ф «Бумер» (ком. С. Шнуров) — 9%	Юг России (Ростов, Краснодарский край, Кавказ, Самара)
Benny Benassi «Satisfaction» — 7%	Сергей «Черный бумер» — 13%
«Короли ночной Вероны» — из мюзикла «Ромео и Джульетта» (ком. Ж. Пресгурвик) — 6%	Глюкоза «Снег идет» (ком. М. Фадеев) — 8%
Гими Русси (ком. А. Александров) — 4%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 8%
Урал	«Тутси» — «Самый, самый» (ком. Г. Волев) — 7%
Сергей «Черный бумер» — 12%	«Бри-Бумер» (ком. А. Шельгин, С. Шнуров) — 7%
«Бри-Бумер» (ком. А. Шельгин, С. Шнуров) — 11%	Михаил Круг «Владимирский централ» — 5%
Глюкоза «Снег идет» (ком. М. Фадеев) — 10%	«Короли ночной Вероны» — из мюзикла «Ромео и Джульетта» (ком. Ж. Пресгурвик) — 5%
«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 8%	Aventura «Obsession» — 4%
Мелодия из к/ф «Бумер» (ком. С. Шнуров) — 8%	Центральная Россия (исключая Москву)
Benny Benassi «Satisfaction» — 7%	Сергей «Черный бумер» — 17%
«Тутси» — «Самый, самый» (ком. Г. Волев) — 7%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 9%
Михаил Круг «Владимирский централ» — 5%	Мелодия из к/ф «Бумер» (ком. С. Шнуров) — 8%
Главная тема к/ф «Бригада» (ком. А. Шельгин) — 4%	«Бри-Бумер» (ком. А. Шельгин, С. Шнуров) — 8%
Bomfunk MC's «Freestyler» — 4%	Михаил Круг «Владимирский централ» — 6%
Сибирь	Benny Benassi «Satisfaction» — 6%
Сергей «Черный бумер» — 10%	«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (ком. В. Кривоуский) — 8%
Глюкоза «Снег идет» (ком. М. Фадеев) — 9%	«Тутси» — «Самый, самый» (ком. Г. Волев) — 5%
Мелодия из к/ф «Бумер» (ком. С. Шнуров) — 9%	Tarkan «Dudu» — 4%
	«Короли ночной Вероны» — из мюзикла «Ромео и Джульетта» (ком. Ж. Пресгурвик) — 4%

Сергей «Черный бумер» — 12%
«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (В. Кривоуский) — 8%
«Бумер» — Мелодия из к/ф (С. Шнуров) — 8%
«Бри-Бумер» (А. Шельгин, С. Шнуров) — 7%
Глюкоза «Снег идет» (М. Фадеев) — 7%
«Владимирский централ» (М. Круг) — 6%
Benny Benassi «Satisfaction» — 6%
«Тутси» — «Самый, самый» (Г. Волев) — 6%
Bomfunk MC's «Freestyler» — 4%
«Короли ночной Вероны» — Мюзикла «Ромео и Джульетта» (Ж. Пресгурвик) — 4%
Другие — 32%
Россия
«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (С. Шнуров) — 9%
Сергей «Черный бумер» — 9%
«Корни» — «Вика» (А. Астахов) — 7%
Мелодия из к/ф «Бумер» (С. Шнуров) — 7%
Главная тема к/ф «Секс в большом городе» — 7%
Глюкоза «Снег идет» (М. Фадеев) — 6%
«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (В. Кривоуский) — 6%
Benny Benassi «Satisfaction» — 6%
«Короли ночной Вероны» (А. Петров) — 4%
«Тутси» — «Самый, самый» (Г. Волев) — 4%
Другие — 35%
Украина
Сергей «Черный бумер» — 16%
Мелодия из к/ф «Бумер» (С. Шнуров) — 8%
Benny Benassi «Satisfaction» — 8%
«Тутси» — «Самый, самый» (ком. Г. Волев) — 7%
«Бумер» (простой звонок для полифонических телефонов), мелодия из к/ф (С. Шнуров) — 7%
Bomfunk MC's «Freestyler» — 6%
«Мурка» — 5%
«Город, которого нет» — 5%
«Уматурман» — тема из к/ф «Ночной дозор» (В. Кривоуский) — 5%
Black Eyed Peas «Let's Get It Started» — 4%
Другие — 29%
Белоруссия

Российским производителям не хватает мобильности

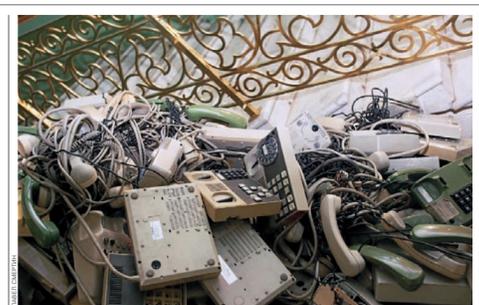
электронная промышленность

В популярности и распространении с мобильным телефоном не может сравниться никакое другое электронное устройство. Так происходит во всем мире, и Россия не исключение — только в прошлом году здесь было реализовано больше 30 млн трубок. И среди них ни одной российской продукции. Эксперты считают, что развитие производства мешает отсутствие инфраструктуры и неразвитая технологическая база предпрятий. По мнению участников рынка, ситуация отчасти может исправить заказы операторов сотовой связи на выпуск трубок под собственными брендами.

Техника с русским акцентом
Российская электроника и бытовая техника медленно, но верно отвоевывают позиции, утраченные после распада СССР. В середине 90-х годов найти в магазине стиральную машину, холодильник или, к примеру, видеоматрифон было сложно или почти невозможно. Теперь же техника российского производства соседствует с электронной и бытовыми приборами западных и азиатских брендов, а зачастую и отвоевывает у них доли рынка. Например, по данным Ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электротехники и компьютерной техники (РАТЭК), в 2003 году в России было продано 6,5 млн телевизоров, а в 2004 году — уже 8 млн. При этом на телевизоры российского производства приходится до трети от общего объема продаж ТВ-приемников. На компьютерном рынке дела еще лучше. Российские сборщики ПК по объемам выпускаемой продукции давно обошли западные электронные концерны — они контролируют 60–70% рынка настольных ПК и

ноутбуков, объем которого составляет \$4–6 млрд в год. Между тем лидеры продаж на рынке электроники вовсе не телевизоры и не компьютеры. Самыми продаваемыми электронными устройствами в России стали мобильные телефоны. По данным исследования, проведенного сетью салонов сотовой связи «Евросеть», в 2004 году в России было куплено больше 30 млн трубок — абоненты сотовой связи потратили на них около \$4,7 млрд. При этом, как отмечают эксперты, стоимость среднестатистической трубки постоянно растет. По подсчетам Mobile Reserch Group, если в 2003 году среднестатистический телефон, купленный в России, стоил около \$124, то в 2004-м — около \$146 (столько стоит, кстати, российский телевизор с небольшим экраном). Среди десятков миллионов проданных в России мобильных телефонов не было ни одной трубки российского производства (если, конечно, не отнести к их числу около 50 тыс. аппаратов, проданных под брендом МТС — они разработаны компанией Sitopnic совместно с тайваньским электронным холдингом Apima). Выгоды участников рынка неоднозначны: несмотря на гигантскую емкость российского рынка мобильных телефонов, массовое производство трубок в России вряд ли начнется в обозримом будущем.

Покупаем советское
Участники рынка называют множество причин того, почему в России сейчас не организовано производство телефонов. По общему мнению аналитиков и участников рынка бытовой техники и электроники, в постиндустриальном мире трудно найти менее подходящее для производства телефонов место, чем Россия. При этом многие участники рынка указывают на спе-



цифику российской электронной отрасли, сложившуюся еще в советские времена. К началу 1990-х годов советские предприятия выпускали в массовом порядке большинство основных наименований бытовой техники и электроники: телевизоры, видеоматрифоны, холодильники, стиральные машины. Их надежность и функциональность была далека от совершенства, да к тому же для работников всей этой техники вопросы дизайна стояли едва ли не на последнем месте. Неудивительно, что после развала СССР эта техника не выдержала конкуренции с еще менее надежной, зато современной и недорогой аппаратурой, в первую очередь из Юго-Восточной Азии. «Но при этом сохранилась инфраструктура и кадры, которые могли заниматься производством, допустим, телевизоров или холодильников», — говорит директор по маркетинговому менеджменту компании Sitopnic Мина Хачатрян. «Привлечение западных инвесторов, менеджмента, обновленные технические ресурсы во многих случаях позволяло не только возобновить производство, но и занять определенную нишу рынка». Сохранились, кстати, не только инфраструктура и персонал, но и бренды, известные еще с советских времен, — например, «Горизонт», «Рубин», «Стиноп». С сотовыми телефонами все обстояло по-иному. Советская промышленность никогда не сталкивалась с производством подобной техники. Ни предпрятий, которые могли бы их производить, ни персонала, знакомого с технологией производства, в России не было до последнего времени. «Это принципиально новый для российского рынка продукт», — говорит госпожа Хачатрян, — «опыта его производства, накопленного с советских времен, нет. Поэтому многие задачи приходится решать с нуля». Производство новой продукции под советскими брендами, по мнению участников рынка, также не актуально. «Выходить под брендами, известными с советских времен, было бы исторически неоправданно и неправильно», — говорит директор общественных связей РАТЭК Елена Милова. «Мобильные телефоны «Рубин», «Рекорд» или, скажем, «Горизонт» просто никто не стал бы брать. Поскольку эти марки четко ассоциируются у потребителей с телевизионной техникой, а никак не с мобильной».

Невкусовые полуфабрикаты
Впрочем, отсутствие российских телефонов на рынке объ-

ясняется не только отсутствием у советской радиоэлектронной отрасли «мобильного» прошлого. IBM-совместимых персональных компьютеров в СССР тоже не производилось, однако российские сборщики ПК быстро захватили эту нишу, потеснив иностранных производителей. Но российские участники рынка прямо говорят, что сборка сотовых телефонов они бы связывались не стали — в этом случае повторить успех компьютерного производства не удастся по нескольким причинам. Главная из них — отсутствие в России технологической базы, которая могла бы быстро перестраиваться, следуя за «телефонной модой». «Телефон — «скоропортящийся» товар, — говорит глава компании «Эксперт-ДМ» Руслан Чухнов. — Посмотрите, сколько новых моделей ежегодно выпускают крупнейшие мировые производители — Nokia или, к примеру, Siemens. Модельный ряд надо постоянно обновлять, чтобы не быть аутсайдером на этом рынке. Необходимых для этого технологических мощностей в России сейчас просто нет».

Именем оператора
И тем не менее проекты по производству в России мобильных телефонов время от времени появляются. Например, в 2003 году о начале производства российских трубок объявил российский концерн Rolsen. Компания анонсировала две модели «бюджетных» трубок стоимостью \$70. Основным рынком их сбыта должна была стать российская провинция, где потребители, в отличие от москвичей, воспринимали телефоны как средство связи, а не как элемент имиджа. Но идея выпуска телефонов под собственным брендом не получила продолжения. Правда, в Rolsen тотот проект не заморо-

жен и, возможно, будет развиваться в ближайшем будущем. Попытка вывести на рынок более дорогие телефоны под российским брендом также не увенчалась успехом. В 2002 году крупнейшая в России сеть салонов связи «Евросеть» заявила, что будет продавать под своим брендом телефоны тайваньского производителя Tel.Me. Планировалось, что сначала в продажу поступит аппарат стоимостью около \$200, а позже — около \$400. По словам представителя «Евросети», их не устроило качество аппаратов, сделанных на Тайване: «Выпускать на рынок полуфабрикат нам не захотелось». Наиболее успешным проектом по производству телефонов в России можно назвать выпуск компанией Sitopnic аппаратов двух видов под брендом оператора «Мобильные телестемы». Первая партия из 100 тыс. таких аппаратов появилась в продаже в декабре прошлого года. Предполагается, что в дальнейшем трубки под брендом МТС будут делаться на заводском заводе «Элэкс», входящем в структуру ОАО «Концерн научный центр». Аппараты под брендом МТС продаются только в офисах этой компании. Стоимость трубок — 1,8 тыс. руб. (при условии внесения на счет \$20). Оператор результатами эксперимента доволен. «Эти телефоны хорошо продаются. Для нас это возможное преимущество абоненту комплексное решение — терминал и подключение», — говорит директор по связям с общественностью МТС Павел Нефедов. — В дальнейшем, имея набор брендированных трубок, мы получим возможность их более широкого использования в маркетинговых целях. В частности, телефоны можно оснащать предустановленным набором

настроек для получения тех или иных услуг сотовой связи». По мнению Мины Хачатрян из Sitopnic, именно выпуск телефонов, продаваемых под брендами операторов, может привести к развитию производства телефонов в России. «Телефоны, которые зачастую продаются по символическим ценам \$20–40, не редкость для Европы и США. Это так называемые дотационные трубки — производство такого терминала само по себе убыточно, однако выпускающий их под своим брендом оператор получает прибыль, продавая их с условием обслуживания по определенному тарифу. Таким образом операторы смогут в будущем частично профинансировать разработку производства мобильных телефонов в России».

Впрочем, другие российские операторы пока не собираются продавать телефоны под собственным брендом. «Мы считаем, что это нецелесообразно», — говорит директор по связям с общественностью «Вымпелком» Михаил Умаров. — Такие вещи есть на Западе — там оператор заказывает спецификацию телефонов под себя. Аппарат проектируется под конкретную сеть. А ставить свой бренд на обычный телефон — значит просто конкурировать с производителем оборудования. К тому же, если аппарат окажется ненадежным, а на нем будет стоять бренд оператора, это не лучшим образом скажется на имидже компании». «Телефон, произведенный оператором, привлекает абонента к сети этого оператора. «Мегафон» — за свободу выбора, поэтому старается заслужить лояльность клиентов своими преимуществами, а не путем ограничений», — говорит директор по связям с общественностью ОАО «Мегафон» Андрей Климов.

ДАМИТРИЙ КРЯЖЕВ, ВАЛЕРИЙ КОДАЧИВ