

на работу на велосипеде, будет интересна информация о наличии велосипедных дорожек. Тем, кто использует общественный транспорт, помогут обновляемые в реальном времени расписания и планировщики маршрутов. Для водителей средством экономии времени и борьбы со стрессом послужит GPS-навигатор, который в реальном времени обновляет информацию о ситуации на дорогах».

Один из возможных примеров «нового комфорта» — это организация взаимодействия между самими автомобилями, V2V (Vehicle to vehicle). «Автомобили могут обмениваться между собой информацией о своем местоположении и скорости, что положительно сказывается на безопасности движения, так как при высокой вероятности возникновения опасной ситуации машина сама предупреждает владельца об этом, а при необходимости снижает скорость движения в автоматическом режиме. Также автомобили учатся передавать друг другу и дорожным службам информацию о заторах, ДТП и других обстоятельствах, способных негативно повлиять на транспортную ситуацию», — рассказывает Михаил Каштанов.

«Интеллектом» машин занимаются сегодня отдельные автопроизводители совместно с поставщиками ПО, например Ford и Microsoft. Для России же «новый комфорт», который привносят телекоммуникации, пока остается экзотикой. Так, у нас только начинается внедрение систем Connected Car — в частности, был реализован проект Volvo OnCall. Однако эксперты компании «Геолайф» считают, что в 2013 году рынок автомобильной телематики вырастет в России на 20% и уже в скором будущем интернет в автомобиле станет обычным явлением. В мире же, по прогнозам ABI Research, объем рынка автомобильной телематики достигнет \$15,5 млрд к 2016 году.

ПРОГРЕССИРУЮЩИЕ ИКТ Инфокоммуникационные технологии на автодорогах внедряются в рамках множества сложных инфраструктурных проектов. «Изначально основной функцией телекоммуникаций на дорогах было обеспечение мобильной связи для водителей и пассажиров», — поясняет Михаил Каштанов. — С появлением телематических устройств стало возможным организовать наблюдение за маршрутом движения транспортных средств, получать от них различные технические параметры и данные, оптимизировать систему управления транспортом в организациях».

На этом фоне разворачивается строительство интеллектуальных транспортных систем, которые позволяют эффективно управлять движением автотранспорта, например отслеживая дорожную обстановку в режиме реального времени, оперативно менять организацию движения в наиболее загруженных районах. Подобные интеллектуальные системы используют данные из множества источников, включая системы видеонаблюдения, спутниковые трекеры на автомобилях и пр. «Способы передачи информации от ИТС водителю тоже могут отличаться: помимо SMS и GPRS здесь могут применяться радиоканалы, например передача данных в формате RDS-TMC, а также радиопередатчики, установленные непосредственно на дороге в ряде азиатских стран», — рассказывает Михаил Каштанов.

«Цель создания интеллектуальных транспортных систем — снижение транспортных потерь и издержек в сфере экономики, бизнеса и услуг, интенсификация экономических и социальных процессов, повышение безопасности дорожного движения», — дополняет Андрей Абрамов («Техносерв»). — Так, по имеющимся оценкам, убытки от транспортных заторов составляют 7–9% от ВВП. Снижение скорости движения ведет к увеличению себестоимости перевозок на 20–30%, росту транспортной составляющей в конечной стоимости продукции и услуг, которая в конечной цене российской продукции достигает 15–20%. В США и Европе этот показатель не превышает 7–10%».

Лидерами по внедрению ИКТ-систем на дорогах в России становятся в первую очередь крупные города, традиционно это Москва, Петербург, Нижний Новгород и пр. Борис Бородянский, директор департамента по развитию бизнеса «Техносерва» в России и странах СНГ, говорит: «Наилучший результат показывают регионы, где во главе ИТ-департаментов стоят молодые амбициозные лидеры, открытые инновациям, такие, как Артем Ермолаев, возглавляющий ДИТ Москвы. Серьезные перемены в сфере ИТ наблюдаются в Санкт-Петербурге, где с приходом новой амбициозной команды КИС под руководством Ивана Громова отношение к развитию ИТ получило новый импульс, особенно в области проектов по программе «Безопасный город»». ■

НЕ ПРОСТО ЗОМБОЯЩИК РАЗВИТИЕ МОБИЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ МЕНЯЕТ ПРИВЫЧКИ ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ. СОГЛАСНО ИССЛЕДОВАНИЮ ERICSSON CONSUMERLAB, 62% ЗРИТЕЛЕЙ ВО ВРЕМЯ ПРОСМОТРА ТВ СОХРАНЯЮТ АКТИВНОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. КРОМЕ ТОГО, ВСЕ БОЛЬШЕ ЛЮДЕЙ ПРЕДПОЧИТАЮТ СМОТРЕТЬ ТЕЛЕ- И ВИДЕОКОНТЕНТ НА МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВАХ. НИКОЛАЙ АНДРОННИКОВ

ТЕЛЕВИЗОР С ДИПЛОМОМ Результаты исследования, проведенного Ericsson, базируются на 14 качественных и 12 тыс. количественных онлайн-опросов жителей Бразилии, Чили, Китая, Германии, Италии, Мексики, Южной Кореи, Испании, Швеции, Тайваня, Великобритании и США. Опросы показали, что времена пассивного поглощения телевизионного контента, когда внимание аудитории полностью сконцентрировано на экране, остались в прошлом. Около 62% зрителей признались, что сохраняют активность в социальных сетях во время просмотра ТВ — за прошедший год этот показатель вырос на 18%. Четверть из них используют социальные сети для обсуждения увиденного непосредственно во время трансляции. «Пользователи не уходят из Facebook или Twitter во время просмотра телепередач, а, наоборот, совмещают эти два вида деятельности», — объясняет результаты исследования Константин Бурыйкин, директор по развитию бизнеса Ericsson в Северной Европе и Центральной Азии. — Таким образом, мы можем говорить о рождении нового феномена — совмещенном просмотре ТВ- и видеоконтента. В ходе опросов мы установили, что более 80% респондентов совмещают просмотр видео и телевидения с интернет-серфингом».

Эти результаты вполне согласуются с исследованием компании J'son & Partners Consulting, посвященным российскому рынку умных телевизоров с функцией Smart TV. Концепция Smart TV предполагает, что телевизор имеет доступ в интернет и оснащен встроенной операционной системой, позволяющей заниматься веб-серфингом, пользоваться сервисами онлайн-просмотра видео и запускать специально написанные для данного телевизора приложения. Согласно полученным данным, в 2011 году объем продаж умных телевизоров от Samsung, Panasonic, LG и других производителей составил 10% рынка (0,47 млн), что полностью соответствует мировому тренду — в мире за тот же период было продано 250 млн телевизоров, из них 25 млн с функцией Smart TV. В 2014 году, согласно прогнозу J'son & Partners, в России будет продано больше 2 млн таких устройств.

Опрос показал, что наиболее востребованной функцией Smart TV потенциальные покупатели называют возможность поиска в интернете. Однако сразу же после покупки предпочтения пользователей меняются: 74% опрошенных владельцев умных телевизоров чаще всего используют видеоприложения — от интернет-кинотеатров, каналов и видеохостингов. И только 10% обладателей Smart TV признались, что не пользуются его функциями, причем главной причиной называют недостаточную по сравнению с подключенным к ТВ компьютером функциональность таких устройств.

Интересно вот что: как показало исследование Ericsson, несмотря на изменение зрительских предпочтений, лишь 7% заявили о намерении в будущем отказаться от услуг эфирного телевидения. Более того, зрители в принципе готовы увеличить свои расходы на пользование ТВ-сервисами более высокого качества: 41% из них подтвердили желание платить за контент в HD-разрешении. «Если говорить о рынке платных ТВ-услуг в России и СНГ, то мы здесь видим огромный потенциал для развития», — комментирует Кон-

стантин Бурыйкин. — Явными примерами позитивной динамики являются рост проникновения ШПД в регионах, а также растущая популярность новых видеосервисов и ресурсов, пользовательская аудитория которых увеличивается ежемесячно. Деятельность Ericsson в этом направлении сфокусирована на развитии современных интерактивных решений для российского рынка за счет предложения операторам и контент-провайдерам продуктов, позволяющих создавать новые услуги и приложения».

МОБИЛЬНЫЙ ЗФОР Распространение мобильных девайсов привело к возникновению тренда Multiscreen TV experience: пользователи все чаще хотят смотреть одни и те же передачи на разных устройствах, например начать с плазменной панели в гостиной, а затем взять с собой в спальню iPad и закончить просмотр там. Рассказывает Никлас Роннблом, главный консультант Ericsson ConsumerLab: «Все больше людей (67% опрошенных) предпочитают смотреть ТВ- и видеоконтент на мобильных устройствах, что существенно обогащает их пользовательский опыт. Смартфоны, планшеты и ноутбуки позволяют смотреть ТВ „на ходу“. Статистика показывает, что 50% пользователей смартфонов смотрят ТВ и видео вне дома — этому способствует активное распространение широкополосного мобильного доступа».

Кроме того, по словам господина Роннблома, для более чем половины зрителей важно иметь возможность управлять ТВ- и видеоконтентом: «Теперь, когда телезритель может смотреть видео с нескольких устройств и имеет доступ к различным сервисам, на первый план выходит потребность в комплексном сервисе, который объединил бы в себе все необходимое: доступ как к ТВ по запросу, так и к традиционному ТВ позволил пользователям самостоятельно выбирать интересующий их видеоконтент, а также обеспечил интеграцию с социальными сетями и бесперебойный доступ через любые устройства».

Основываясь на своем видении современных и будущих потребностей рынка видеосервисов, компания Ericsson разработала новую парадигму комплексных решений для телеком-операторов и контент-провайдеров. Например, новый продукт для предоставления интерактивных сервисов в многоэкранной среде пользовательский портал Avalanche, позволяющий объединить приложения и сервисы платного интерактивного ТВ на всех популярных видах пользовательских устройств.

Одним из самых популярных видеоприложений, если верить исследованию J'Son & Partners, на телевизорах Smart TV является онлайн-кинотеатр IVI.ru. По словам Олега Туманова, управляющего директора проекта, пока еще IVI.ru чаще всего смотрят с компьютеров, но другие устройства быстро набирают вес и вскоре составят половину видеосмотра на IVI.ru. Сервис имеет приложения для всех мобильных платформ и основных марок телевизоров, продаваемых в России, и именно этот канал употребления контента в последнее время набирает все большую популярность. По словам господина Туманова, в зависимости от того, через какое устройство



пользователь смотрит фильмы, среднее время просмотра на IVI.ru колеблется от одного-двух до десяти часов — за последний год этот показатель существенно увеличился.

Среднее время, проведенное пользователем на сайте, выросло и в случае с сервисом NOW.ru — в два с половиной раза по сравнению с прошлым годом. Как рассказала нам Катерина Миронова, заместитель генерального директора интернет-кинотеатра NOW.ru, «мобильные платформы все еще не занимают значительного сегмента аудитории. И связано это прежде всего с недостаточной доступностью интернета. Быстрых и безлимитных сетей с хорошей пропускной способностью в России по-прежнему крайне мало, будь то Wi-Fi или 3G. Вместе с тем количество посещений нашего портала через мобильные устройства выросло в этом году более чем в пять раз». При этом госпожа Миронова отмечает увеличение скорости интернет-соединения среднестатистического пользователя NOW.ru за последний год: «Сегодня выбор провайдеров огромен и возможностей максимальных скоростей для пользователей стало значительно больше. Именно это и показывает наша статистика: все больше и больше пользователей смотрят контент в высоком качестве».

Об этом же говорит и Олег Туманов. По словам управляющего директора IVI, средняя скорость соединения действительно растет, но с учетом развития мобильных устройств следует обеспечивать возможность просмотра видео без остановок для разных скоростей соединения с интернетом: «Самый популярный фильм контент IVI.ru дублирован на серверах в разных регионах России, чтобы обеспечить максимальное качество изображения и снизить вероятность возникновения буферизаций при просмотре видео. Мы даем возможность выбора качества видео и внедряем другие технологии, нивелирующие несовершенство каналов соединения». ■

СТАТИСТИКА ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО 50% ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СМАРТФОНОВ СМОТРЯТ ТВ И ВИДЕО ВНЕ ДОМА

