

больше на 157% (продажи достигли почти 500 млн руб.). «Более скромные темпы роста планшетных компьютеров в деньгах по сравнению с натуральным выражением объясняются прежде всего значительным снижением среднего чека на эти устройства», — объясняют в «Связном».

Цены на планшеты, как и на смартфоны, снижаются на фоне общемировой тенденции удешевления технологий. Если в первом полугодии 2012 года, по данным «Евросети», среднерыночная цена планшетов в Поволжье составляла 17,7 тыс. руб., то в первом полугодии 2013 года она упала до 11,4 тыс. руб., то есть на 36%. В Нижнем, говорят в «Связном», планшеты в среднем стоили 11,77 тыс. руб. (минус 32,5%). Доля Tablet PC в ценовой категории «до 15 тыс. руб.» составила 64% от общероссийского объема рынка, что на 25% больше, чем в первом полугодии 2012 года.

По статистике «Связного», нижегородцы чаще всего покупают планшеты Samsung, Nokia и Apple. «Топ-3 планшетных компьютеров целесообразнее рассматривать в двух разных ценовых сегментах: до 15 тыс. руб. и выше 15 тыс. руб. В высоком ценовом сегменте лидируют Apple, Samsung, Asus и Acer. А основная конкурентная борьба производителей планшетов сегодня происходит в ценовом сегменте ниже 15 тыс. руб. Если в первом полугодии 2012 года в этой категории лидерами рынка были Prestigio и Digma, то в 2013 году на первое место вышел Samsung. В ряды недорогих планшетов, запустив iPad Mini, вклинились и Apple», — поясняет Денис Шейбаль.

В числе отличительных особенностей рынка Tablet PC в первом полугодии 2013 года специалисты «Связного» отмечают, что популярность функции 3G или 4G не растет, несмотря на усилия операторов по модернизации сетей. Оснащенные ею устройства по-прежнему занимают только 40% рынка, как и в прошлом году. Доля планшетных компьютеров с GPS вообще снизилась с 64% до 57%. Кроме того, из-за развития облачных хранилищ снижается количество проданных планшетов с большими объемами памяти. Если в 2012 году с объемом памяти меньше 32 Gb продавалось 72% гаджетов, то в 2013 году уже 85%.

Также, по информации компании, выросла доля планшетов с диагональю экрана меньше 8,9 дюйма, заняв в первом полугодии 2013 года 47% российского рынка против 36% в 2012 году. Этому способствовало установление средней цены девайса на уровне 8,59 тыс. руб., в то время как цена устройств с большей диагональю составляет в среднем 17,35 тыс. руб.

СТИМУЛ ПОБОЛТАТЬ Быстрому росту продаж смартфонов и планшетов также способствует активность мобильных операторов на этом рынке, для которых проникновение устройств, оснащенных sim-картами, напрямую связано с ростом потребления мобильного интернета. На данный момент услуги мобильной передачи данных, как говорят сами участники рынка, — основной

драйвер роста мобильного бизнеса в целом. Для продвижения интернет-услуг сотовые компании предлагают абонентам брендированные устройства и заключают договор на продажу в своих салонах смартфонов и планшетов мировых вендоров уже со своей sim-картой и специальными тарифными предложениями.

Например, «Вымпелком» в июле 2013 года подписал прямой дистрибуторский договор с Samsung, благодаря которому «Билайн» может формировать для своих абонентов специальные предложения, закупать напрямую любое абонентское оборудование и продавать его в собственных офисах. «Первой совместной активностью стал старт продаж смартфона Samsung Galaxy Pocket Neo в августе 2013 года по специальной цене 990 руб. При условии, что абонент вместе со смартфоном покупает пакетное предложение сроком на четыре месяца за 2 тыс. руб.», — рассказывает Олег Гордеев. Кроме того, в офисах «Билайна» доступна линейка брендированных устройств. За первое полугодие 2013 года оператор продал 20 тыс. гаджетов под брендом «Билайн».

Кастомизированные смартфоны и планшеты предлагает и «Мегафон». Причем, по данным компании, продажи устройств под брендом мобильного оператора растут ежегодно. Так, за первое полугодие 2012 года «Мегафон» продал своим клиентам 22 тыс. брендированных мобильных устройств, а за шесть месяцев 2013-го — 27 тыс. Стимулируя спрос, оператор регулярно снижает цены и предлагает скидки на популярные модели, а также комплекты: устройство плюс пакет интернет-опций.

Рост продаж брендированных устройств отмечают и в МТС. «В частности, смартфоны в первом полугодии этого года пользуются высоким спросом — количество проданных устройств под брендом МТС в Нижегородской области выросло почти в два раза. А в Татарстане, Башкирии и в Самарской области показатели продаж мобильных устройств еще на 10–20% выше», — говорит коммерческий директор МТС в Поволжье Алексей Иванов.

Еще одним трендом первого полугодия 2013 года эксперты МТС считают популярность недорогих девайсов. «Например, в Нижегородской области двукратный рост показали устройства в ценовом сегменте от 1,5 тыс. руб. до 4,9 тыс. руб., в то время как устройства стоимостью выше 5 тыс. руб. пользуются таким же спросом, как и в первом полугодии прошлого года», — рассказывает Алексей Иванов.

О том, что операторы достигают своих целей по росту потребления мобильного интернета, свидетельствует возрастающее количество подключений к услугам мобильной передачи данных. Например, у «Билайна» в августе 2013 года по сравнению с августом прошлого года количество пользователей интернета с мобильных устройств увеличилось на 7,8%. «Такие пользователи по состоянию на август 2013 года составляют 42% от общего количества клиентов «Билайна» в Нижегородской области. Таким образом, интернетом на своем мобиль-

ном устройстве пользуется почти каждый второй абонент оператора в регионе», — говорит Олег Гордеев, отмечая, что потребленный пользователями трафик за отчетный период удвоился. «Мегафон» заявляет, что число клиентов, подключенных к мобильному интернету, за шесть месяцев 2013 года увеличилось на 30%. Услугами мобильной передачи данных сегодня пользуются около 450 тыс. абонентов «Мегафона» — это около 40% от общего числа клиентов компании в регионе. За первое полугодие 2013 года они удвоили трафик и скачали около 470 ТБ, 410 из которых — со смартфонов, 60 — через планшеты. Доля активных пользователей мобильного интернета МТС в Нижегородской области составляет 41% от общего количества. По словам Алексея Иванова, в основном это молодые люди до 35 лет, но компания старается привлекать пользователей старшего возраста, предлагая расширенные консультации по практическому использованию планшетов и смартфонов. На 12,5% увеличилось и количество пользователей мобильного интернета у «Ростелекома» — со 140 тыс. в первом полугодии 2012 года до 160 тыс. в первом полугодии 2013-го. В целом услугами мобильной передачи данных в настоящее время пользуются более 18% абонентов компании. А вот у Tele2 количество абонентов, выходящих в сеть через смартфоны, относительно общего числа не меняется уже два года и составляет 35%, хотя объем выкачанного ими трафика за первое полугодие 2013 года вырос на 24% по отношению к первому полугодии прошлого года.

По мнению операторов, спрос на мобильную передачу данных стимулирует не только выпуск новых более дешевых и более функциональных устройств, но и появление новых мобильных интернет-сервисов и развитие сетей третьего поколения. «Ростелеком» в апреле 2013 года ввел в эксплуатацию сеть 3G в Нижегородской области. МТС прокачивает существующие базовые станции с помощью технологии Dual Carrier-HSDPA+, которая позволяет одновременно использовать две частоты UMTS вместо одной, благодаря чему скорость доступа в интернет для абонентов увеличивается. «Вымпелком» в первом полугодии 2013 года занимался увеличением пропускной способности сети, а «Мегафон» строил новые базовые станции для расширения покрытия сетей 3G.

БУДУЩЕЕ ЗА ТЕХНОЛОГИЯМИ По мнению экспертов, несмотря на высокий рост продаж смартфонов и планшетов, уровень проникновения устройств, позволяющих пользоваться мобильным Интернетом, остается незначительным. Так, по данным IKS-Consulting, если в Москве планшеты есть у 38% жителей столицы, а смартфоны — у 40%, то в Нижнем Новгороде планшетными компьютерами пользуются только 11% жителей, а умными телефонами — 14%. Таким образом, говорит аналитик российского офиса iKS-Consulting Елена Крылова, региональный рынок еще далек от насыщения и еще несколько лет регионы будут стремиться к столичным показателям. Ее коллега Максим Савватин добавляет, что на протяжении следующих пяти лет продажи смартфонов и планшетов в субъектах продолжат стимулировать развитие бизнеса. «Если на данный момент стимулом является потребление мобильного интернета: мультимедиа, интернет-контент, то дальше им станет потребление голосовых услуг через сети мобильной передачи данных, такие как Skype. Возможно, операторы начнут собственные разработки аналоговичных программ», — полагает Максим Савватин. Старший аналитик ИФК «Метрополь» Евгений Голосной полагает, что в дальнейшем базой для роста мобильного бизнеса станет развитие технологий LTE. «Операторы уже начали работу по развертыванию сетей четвертого поколения. Но пока трубки с функцией LTE стоят довольно дорого. Развитие технологии приведет к тому, что через несколько лет они подешевеют, как это произошло со смартфонами, и станут доступны массовому потребителю, что спровоцирует очередной рост потребления мобильного интернета», — поясняет аналитик. ■

ИНТЕРНЕТ КАК ШЕСТОЕ ЧУВСТВО

ВЛАДИМИР КАРАЧАРОВСКИЙ, доцент, заместитель заведующего кафедрой социально-экономических систем и социальной политики Высшей школы экономики.



Широкополосный доступ сегодня является неотъемлемой частью образа жизни любого современного человека и ведущей информационной нитью любой крупной или малой компании. Благодаря ему интернет превратился из полузакрытой необозримой реальности, медленно приоткрывающей свой занавес, в довольно небольшую, практически мгновенно охватываемую взглядом и при этом совершенно неотделимую никакими техническими барьерами часть окружающей действительности, постоянно присутствующую в ноутбуке, планшете и мобильном телефоне, стоит только коснуться экрана.

Скорость подключения, которую обеспечивают современные технологии широкополосного доступа, позволяет в течение нескольких секунд найти любую информацию по любому вопросу. На поиск 1 млн ответов по любой интересующей вас проблеме и их сортировку по релевантности уходит меньше времени, чем на формулировку запроса к поисковой системе. Не больше времени требуется и для выгрузки вашей собственной информации в сеть — сегодня это проще, чем произнести это вслух. Поэтому зачастую события начинают терять актуальность еще до того, как произойдут, а новые товары и услуги — устаревать, еще даже не попав на ваш региональный рынок. Экономика превращается в гонку за обновление продукции, которая только еще начала производиться, а интерес к товарам начинает падать не тогда, когда их становится много, а уже с того момента, когда в сети появляется первая информация о них.

Интернет уже сегодня позволяет работать, а во многих случаях и управлять бизнесом не выходя с пляжа. Уверенно завоевывают себе место в нашей работе и личной жизни когнитивные технологии, развитие которых также стало возможным благодаря взрывному увеличению возможностей интернета. В самом простом варианте когнитивные технологии уже давно стали нашими повседневными спутниками. Их основой является возможность быстрой обработки и передачи информации различных баз данных: оцифрованных карт городов, сайтов компаний, личных страниц в социальных сетях и т. д. Столь же органичной частью ближайшего будущего станут технологии, основанные на распознавании образов, когда, например, достаточно навести камеру планшета на проходящую мимо девушку, чтобы получить всю информацию о ее страничке в социальной сети. Все это произвело, кажется, невидимые, но на самом деле колоссальные изменения в нашем мире. Что будет, если накануне вечером лишит мир доступа в интернет? Нам станет чуть менее удобно жить, а компании начнут чуть медленнее работать? Нет — мы просто не сможем понять, куда и зачем нам сегодня нужно идти, а производитель уже через два-три дня не будет знать, что и в каком количестве выпускать.

Существуют многочисленные исследования связи развития ИКТ, в том числе широкополосного доступа, и темпов экономического развития. Среди факторов, способствующих росту экономики, наиболее очевидными являются следующие. Во-первых, это рост потребительской активности и, если хотите, потребительской избирательности, поскольку высокоскоростной интернет существенно снижает асимметрию информации на рынках, позволяет потребителям быстрее находить наиболее привлекательный для себя товар. В свою очередь, это стимулирует компании улучшать качество своей продукции, внедрять новшества, быть более гибкими и быстрыми в принятии решений. Во-вторых, это влияние может быть связано с повышением эффективности работы внедренных на предприятиях информационных систем (ERP, CRM, SCM и т. д.). Вместе с тем влияние интернета на экономику — вещь далеко не безусловная и в значительной степени зависит от специфики каждой конкретной страны: структуры ее экономики, уровня информатизации производств и далеко не в последнюю очередь от ее культуры. Например, в России уровень информатизации предприятий до сих пор остается довольно низким: крупные информационные системы внедрены примерно у 10–30% отечественных компаний (эти данные можно посмотреть, например, у Росстата). Ясно также, что наиболее сильное влияние ИТ оказывают на развитие экономик инновационного типа, а для сырьевых экономик это влияние будет значительно слабее.

ПРОДАЖИ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ И ПЛАНШЕТОВ В ПФО

ИСТОЧНИК: «СВЯЗНОЙ». ДАННЫЕ ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2013 ГОДА

