

ГРАНИ БУДУЩЕГО В ОБЫЧНОЙ КВАРТИРЕ

ЕСЛИ СПРОСИТЬ ЭКСПЕРТОВ, ЧТО МОЖЕТ БЫТЬ ПОДКЛЮЧЕНО К ИНТЕРНЕТУ ВЕЩЕЙ, ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ ОТВЕЧАЮТ: «ВСЕ, ЧТО УГОДНО». А ВОПРОС «ЗАЧЕМ ЭТО ДЕЛАТЬ?» У МНОГИХ ВЫЗЫВАЕТ НЕДОУМЕНИЕ: ВЕДЬ БЛАГОДАРЯ IOT УЖЕ ЗАВТРА МЫ БУДЕМ ЖИТЬ В ПРЕКРАСНОМ ДИВНОМ МИРЕ, КОМФОРТНОМ И БЕЗОПАСНОМ.

ЛЕГЕНДЫ ОБ «УМНОМ ДОМЕ»

Идея бытового интернета вещей будоражит фантазию многих. Есть люди очень ею увлеченные. «Вскоре „умные“ часы смогут передавать сигнал пользователю о том, что он слишком долго находится в сидячем положении; „умный“ чайник будет способен определить время заварки чая, чтобы идеально заварить разные сорта и виды чая, подобрать оптимальную температуру для приготовления. А „умная“ бутылка сможет отслеживать уровень загрязненности воды», — мечтает Кирилл Коваленко, представитель компании Rubetek, которая занимается разработкой системы «умного дома». Ведущий веб-программист компании Mergsaux, которая разработала софт для использования онлайн-технологий в офлайн-магазинах, Денис Воронников прямо называет себя фанатом концепции IoT. По его мнению, это одна из самых инновационных и полезных идей современных инженеров и ученых в сфере ИТ. «Я уверен, что она должна вывести существование человека и взаимодействие с окружающей его техникой на новый уровень комфорта». Денис предполагает, что в рамках концепции IoT будет несколько подсистем, которые он условно называет «климат-контроль», «спальня», «кухонный рай» и «медиацентр».

Однако есть и более осторожные или даже скептические мнения по поводу концепции IoT. «Сейчас под видом интернета вещей пытаются встроить беспроводные модули практически в каждый предмет домашнего обихода. Но, на мой взгляд, популяризация тренда IoT — маркетинговый ход, рассчитанный больше на повышение продаж, а не на приобретение реальной пользы. Зачем Wi-Fi в чайнике?» — задает риторический вопрос Петр Краснощек, руководитель управления информационных технологий НПО «ГалилеоСкай». Гораздо интереснее, по его мнению, концепция «умного дома», которая на основании показаний различных датчиков и статистики использования, скажем, учета электричества, воды и тепла, позволяет выстраивать автоматическое управление. «В конечном счете это обеспечивает потребителям существенную экономию на расходах, а вот необходимость просто включать приборы дистанционно, например чайник на подъезде к дому, сомнительна».

Конечно, гики найдут тысячу доводов в пользу того, что ваш чайник, кофеварка, вилка, ложка, бокал вина или домашняя камера видеонаблюдения должны быть подключены к интернету. И все равно не убедят скептиков, которые скажут: «Зачем мне подключенная к интернету вилка? Я сам хочу решать, когда, что и сколько есть на завтрак». Какой из двух лагерей прав? Проблема в том, что в России пока нет покупателей, которые бы воспринимали «i-чайник» как обычную, но необходимую вещь. Наверное, потому, что таких чайников пока не было в широкой продаже. Попробуйте зайти практически в любой крупный магазин бытовой техники и электроники, спросите продавца-консультанта о домашних приборах, подключаемых к интернету. В ответ он пожмет плечами и отправит вас в отдел компьютеров. Проверено на практике.

ПОКУПКА ИЛИ САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ СБОРКА «УМНОГО ДОМА» — ЭТО ДОРОГО ИЛИ ОЧЕНЬ ДОРОГО. ВОЗНИКАЕТ ЗАКОНОМЕРНЫЙ ВОПРОС: А ЗАЧЕМ ОН ВОООЩЕ НУЖЕН?



БЫТОВЫЕ ПРИБОРЫ ОБЪЕДИНЯЮТСЯ В ЭКОСИСТЕМУ

БОЛЬШИЕ НАДЕЖДЫ Сегодняшний рынок домашнего интернета вещей можно условно разделить на три сегмента: профессиональные решения для «умного дома», решения типа DIY (do it yourself — сделай сам) и устройства для гиков, считает Александр Пивоваров, руководитель направления Digital Signage компании Auvix (поставляет решения, которые используются для управления системами «умный дом» и AV-оборудованием). Граница между ними очень условна и эластична, как с точки зрения продуктов, так и в плане целевых аудиторий. «Профессиональные решения для „умного дома“ — это в первую очередь всевозможные системы для домашней автоматизации (управление светом, климатом, аудиовидеооборудованием и т. д.), они предназначены для инте-



«УМНЫЙ» ВЫКЛЮЧАТЕЛЬ ЗНАЕТ, КОГДА ПОГАСИТЬ СВЕТ

граторов и относятся в основном к премиальному сегменту. Это не очень большой, но уже сложившийся рынок, и, на мой взгляд, достаточно консервативный», — замечает господин Пивоваров. Наиболее динамичными на рынке IoT являются сегменты DIY и устройства для гиков. «Здесь почти ежедневно появляются и исчезают новые продукты, применяются новые технологии, и вообще жизнь бурлит. Тем не менее, пока действительно интересных и прорывных продуктов на этом рынке очень немного».

На бытовом уровне интернет вещей пока не получил широкого распространения в России, так как бренды создают собственные платформы с закрытым кодом, объясняет Сергей Черемисин, вице-президент по категорийному менеджменту и e-commerce компании Media Markt. «Реальный потребительский спрос возникнет, когда будут разработаны универсальные приложения, которые сформируют экосистему для управления техникой разных производителей». По его словам, сейчас наиболее перспективное направление интернета вещей — это объединение компьютера, телефона и телевизора, которые связываются через мобильные и Wi-Fi-сети и другие технологии «ближнего действия» (short range communications). «Мы следим за развитием технологических решений наших партнеров и оцениваем спрос потребителей. Пока рассматриваем возможность ввести в ас-

сортимент устройства, работающие в экосистеме „интернет вещей“, в конце 2017 года», — рассказывает господин Черемисин. Практические разработки интернета вещей начались около девяти лет назад с появлением смартфонов, но в реальной жизни они пока существуют в виде экспериментальных образцов, отмечает эксперт. Крупнейшие производители бытовой техники регулярно представляют концепты «умного дома», например, технология 6th Sense и интерактивная модель «Кухни будущего» Whirlpool, в которой все кухонные приборы автоматически синхронизируют циклы работы и управляются с помощью одной кнопки на смартфоне. Немецкий бренд Miele также представил свою концепцию Miele@home, которая позволяет объединить всю технику в единую систему для обмена текущей информацией и передачи данных, а также экономить электроэнергию за счет автоматического выбора наиболее выгодного тарифа (SmartGrid).

В другом крупном ритейлере бытовой техники и электроники, «М.Видео», уверены, что два сегмента рынка — «умный дом» и VR — имеют большой потенциал роста в России. Но пока, по словам представителя компании «М.Видео» Валерии Андреевой, в большей степени «умная» техника представлена в категории носимых гаджетов. По оценке «М.Видео», российский рынок носимой электроники (wearable gadgets) в первом полугодии 2016 года год



СЕКТОР РЫНКА