Лучшие телефоны сезона: Apple iPhone 5 против Samsung Galaxy S III и Nokia Lumia 920 **18** В каких странах мира смартфоны на Symbian любят больше, чем iOS и Android **19** Спортивные гаджеты, работающие в комплекте с мобильными устройствами **19**

Абоненту временно недоступно

перспектива

Возможность сохранения номера при смене мобильного оператора давно уже стала делом обычным для всего прогрессивного человечества, но в России появится лишь в начале 2014 года. Если верить прогнозу J'Son&Partners, механизм Mobile Number Portability, скорее всего, будет реализован в «урезанном варианте» — переносить номер можно будет только в рамках одного субъекта РФ. Стоимость услуги при этом составит около 100 рублей.

Цена свободы

В России обсуждение MNP пока заканчивается лишь разговорами и заявлениями операторов о невероятных затратах, требующихся для запуска этого нехитрого сервиса. Сегодня отрасль оглашает новый срок отмены «мобильного рабства» — начало 2014 года. Госдума может принять закон о внедрении MNP уже в этом году.

В МТС подсчитали, что сумма расходов на внедрение МNР по российскому рынку составит порядка \$400 млн на трех федеральных операторов. Аналитики J'son & Partners Consulting считают, что востребованность услуги не превысит 3–5% в течение ближайших двух-трех лет. Но это в том случае, если за со-

хранение номера нужно будет заплатить около 100 рублей. Если же услугу оставить бесплатной и легкодоступной (при возможности смены оператора за один день и по всей территории страны), то, по прогнозам той же аналитической компании, ею может воспользоваться 10—15% абонентов за один-два года.

Не секрет, что номер, который используется много лет, воспринимается многими пользователями как личная собственность. Особенно если этот номер из разряда «красивых». Пять-шесть лет назад такие номера, в которых дублируются цифры или, например, отражается дата рождения владельца, операторы использовали для переманивания абонен-



тов у конкурентов. Существует мнение, что привычный номер во многих случаях — один из ключевых факторов, удерживающих абонента у оператора. На фоне падения качества связи в столице легко поверить, что этот фактор иногда может

быть единственным.
Опыт других стран мира
показывает, что в первые годы
отток абонентов в среднем по
рынку после внедрения MNР
иногда оставался неизменным,
порой даже падал. Но есть и другие примеры, когда этот показа-

тель резко возрастал. Например, по заявлениям J'son&Partners, основанным на данных операторов, в Финляндии на следующий год после запуска услуги уровень оттока подскочил в полтора раза, превысив 25%, а в Польше превысил 30%.

На популярность MNP, по мнению аналитиков, оказывают влияние ситуация на рынке, условия перехода от одного оператора к другому и схемы взаимодействия операторов с абонентами. По наблюдениям компании за другими странами,

обычно MNP была востребована только на ранних стадиях развития рынка в условиях низкого проникновения, невысокого качества связи и ограниченной конкуренции. В других условиях реальный показатель перехода оказывался намного ниже прогноза.

Представим, что услугу всетаки запустят весной 2014 года, как планируется. Условия рынка, очевидно, уже сейчас отличаются от описанных выше. Уровень проникновения мобильной связи в стране выше,

чем во многих европейских странах. Показатели оттока абонентов, доля абонентов предоплатой системы расчетов также одни из самых высоких в мире. При этом стоимость минуты разговора — одна из самых низких. В связи с этим в J'son&Partners делают вывод, что запуск MNР может привести лишь к незначительному перераспределению долей операторов на рынке, а тарифы на услуги связи имеют тенденцию к снижению вне зависимости от того, есть ли у абонентов возможность смены оператора или нет. При этом расходы операторов могут оказаться выше ожидаемых. Но существует и другое мнение.

Удовлетворен и чрезвычайно лоялен

Российское подразделение международной исследовательской компании EPSI Research Services представило в октябре этого года результаты ежегодного анализа уровня удовлетворенности абонентов «Билайна», «МегаФона», МТС и Tele2. Оказалось, что больше всего довольны своим оператором абоненты «МегаФона» и Tele2. А наименее удовлетворенные клиенты — у МТС. Впрочем, разница между операторами невелика. Средневзвешенный индекс удовлетворенности потребителей составил 80,5 балла из 100. При этом МТС набрала 79,7 очка, а «Билайн» и Tele2 — 80,2 и 80,7 балла соответственно.

ветственно. (Окончание на стр. 18)

Шеф, а я вас вижу

бизнес

По прогнозам РАЭК, российский рынок веб-конференций вырастет с \$2,7 млн в 2010 году до \$105,8 млн к 2015 году. Сегмент увеличивается в объеме как минимум вдвое ежегодно. В сентябре два крупнейших провайдера таких сервисов объединились в одну компанию, чтобы захватить кусок пирога побольше. Ведь на этом поле уже вовсю играют западные компании.

Дефицит общенияВидеообщение через сеть давно

уже перестало быть экзотикой, в том числе в корпоративной среде. Следуя тренду, корпорация Cisco Systems, выпускающая телекоммуникационное оборудование и ПО, купила в 2007 году крупнейшего в мире игрока рынка веб-конференций американскую компанию WebEx. Серьезность намерений Cisco и силу тренда перехода конференций в веб подтверждает сумма, которую отстегнул покупатель, — \$3,2 млрд. Сервис WebEx предоставляет возможность собрать на онлайновое совещание, лекцию, конференцию или семинар до 3 тыс. человек одновременно букваль но одним кликом. Решение работает под всеми ключевыми платформами — iOS, Android,

Глобальный рынок данных продуктов развивается не менее бурно, чем российский: компании с готовностью используют сервисы веб-конференций для проведения учеб-

ных семинаров и других целей бизнеса. Frost & Sullivan прогнозирует, что объем мирового рынка веб-конференций составит в 2015 году \$3,1 млрд. Продуктами WebEx пользуются такие гиганты, как Coca-Cola, Xerox, Canon, Fiat.

В августе Cisco объявила, что начинает продажи услуг WebEx в России. Проект стартует совместно с российской компанией СТІ, через которую будут прохолить платежи от локальных заказчиков сервиса. Гендиректор СТІ Олег Щапов заявляет, что WebEx занимает 50% мирового рынка, а в России надеется заполучить 30% уже к концу следующего года. По оценкам СТІ, к этому моменту объем рынка веб-конференций в РФ составит порядка \$5 млн, тогда как сегодня эта сумма составляет около \$3-4 млн. По словам господина Шапова, рост этого сегмента в год составляет не менее 30%, но его компания планирует расти на этом поле быстрее

Михаил Смолянов, председатель комиссии по SaaS-технологиям РАЭК, говорит, что объем российского рынка веб-конференций в 2012 году может составить около \$9-11 млн, а в 2015-м может вырасти до \$100 млн и составить порядка 3,5% от мирового рынка. Сервис WebEx давно доступен в России — с 2009 года, но платежи за пользование услугами локальные клиенты были вынуждены направлять раньше иностранному юридическому лицу. Теперь компания легализовалась благодаря партнерству с российской СТІ.

(Окончание на стр. 18)



Телеком

Битва титанов

гаджеты

С наступлением осени производители смартфонов раскрыли все свои карты: на прилавки поступили флагманы продуктовых линеек Apple и Nokia. Корреспондент «Телекома» внимательно ознакомился со всеми новинками и сравнил долгожданный iPhone 5 с Lumia 920 и Samsung Galaxy S III, поступившим в продажу чуть ранее.

дизайн. Как это всегда и бывает, сразу после презентации нового iPhone публика разделилась на две части. Одних не слишком изменившийся внешне по сравнению с предыдущими моделями iPhone 5 paзочаровал, вторые считают преемственность дизайна единственно правильным решением. Никаких особых изменений мы не увидели: корпус вытянулся в длину (сказалось увеличение диагонали экрана при сохранении ширины), обзавелся металлической задней крышкой и стал несколько тоньше (7,6 мм против 9,3 мм y iPhone 4S). Таким образом, iPhone 5 самый компактный смартфон из всей выборки. И, кстати, самый легкий: его вес лишь 112 г, тогда как Galaxy S3 весит 133 г, а Lumia 920 — в полтора раза больше (185 г). экран. Впервые за всю историю линейки смартфонов Apple дисплей сменил не только разрешение, но и физические размеры. Диагональ выполненного по технологии IPS экрана — 4 дюйма. Сменилось и соотношение сторон: с прежнего 4:3 на более кинематографичное 16:9. Соответственно, выросло разрешение, теперь составляющее 1136 на 640 пикселей. Это значит, что фильмы смотреть будет удобнее, как, впрочем, и играть, работать с документами или заниматься веб-серфингом. А≈вот приложения, не оптимизированные под работу на новом экране, будут запускаться с черными полосками по бокам. Во всяком случае, пер-

вое время характеристики. С точки зрения «железа» главным нововведением оказался новый процессор Apple A6, по производительности аналогичный тому, что стоит в последней модели iPad. Операционная система iOS никогда не испытывала трудностей с быстродействием, однако — и в это трудно поверить — на iPhone 5 она работает еще более плавно и быстро, чем раньше. Как и всегда, iPhone 5 будет продаваться с 16, 32 и 64 гигабайтами встроенной памяти.

камера. Если верить статистике популярного фотохостинга Flickr, именно «айфон» можно сегодня назвать самой популярной фотокамерой в мире. В новом устройстве модуль основной камеры сохранил прежнее разрешение (8 Мп), но был фактически изобретен заново: теперь смартфон гораздо лучше снимает в условиях плохой освещенности. Кроме того, появилась функция па-



норамной съемки. Улучшилась и фронтальная камера для видеозвонков друзьям по FaceTime. Другое дело, что технологии достигли такого уровня, что все три флагмана (и «айфон», и Galaxy S, и Lumia) снимают на более или менее одинаковом уровне очень хорошем. цена/качество. Дата официального начала продаж

iPhone 5 в России на момент сдачи этого номера оставалась невыясненной, но можно предположить, что цена смартфона вряд ли будет отличаться от европейской: порядка 27 000 рублей за младшую модель с 16 Гб памяти. Это один из самых дорогих смартфонов на рынке, но это не помешает ему разойтись миллионными тиражами, установив очередной рекорд. Стоит ли менять ваш iPhone 4S на пятый? Ну, если вам действительно важен размер экрана... А вот от «старичка» iPhone 4 можно избавляться: вряд ли он позволит наслаждаться современными тре-

Samsung Galaxy S III

ми в полной мере.

бовательными к «железу» игра-

дизайн. Принципиально важный момент: в жизни смартфон выглядит гораздо лучше, чем если судить о нем по фотографиям и текстовым описаниям. Хотя, конечно, применение пластика в корпусе несколько разочаровывает. Аппарат не то чтобы выскальзывает из рук, но как флагман продуктовой линейки совершенно не воспринимается. Тем не менее устройство смотрится вполне симпатично, особенно с учетом нескольких вариантов расцветки корпуса. И хотя Galaxy S III — самый большой смартфон из

всех участников этого обзора, держать его в руке легко и удобно. То есть с эргономикой тут все в порядке.

экран. За счет своего большого экрана телефон мгновенно привлекает внимание: шутка ли — диагональ 4,8 дюйма! Разрешение составляет 1280 на 720 точек. Не обошлось без маленькой ложки дегтя: дисплей выполнен по технологии Pentile — это означает, что каждый пиксель на экране состоит из нескольких субпикселей размером поменьше. Чисто формально по качеству изображения Galaxy S III проигрывает конкурентам, однако разглядеть недостатки Pentile может лишь обладатель хорошего микроскопа или уникального зрения. В остальном никаких претензий. Детализация, контрастность, автоматическая регулировка яркости придраться к экрану смартфона не получится, даже если очень хочется. характеристики. Зато в пла-

не технологической начинки аппарату нет равных. На месте пламенного мотора стоит четырехъядерный процесcop Samsung Exynos частотой 1,5 ГГц. По этому поводу в блогах язвительно пишут, что операционная система Android наконец перестала тормозить ей для этого всего лишь понадобился четырехъядерный процессор. Шутки шутками, но никаких проблем с быстродействием Galaxy S III не наблюдается. Все работает очень быстро, включая новейшие 3D-игры из магазина приложений Google Play. А вот объем встроенной памяти составляет всего 16 Гб, зато его можно расширить картами памяти формата microSD.

камера. Основной модуль камеры имеет разрешение 8 ме-



отличное, набор встроенных функций тоже не разочаровывает — съемка в HDR-диапазоне, автофокус, светодиодная вспышка, автоматическое распознавание лиц и так далее. Видео пишется в НД-разрешении. Приятно удивила фронтальная камера для видеосвязи — благодаря 1,9 Мп модулю изображение получается очень

цена/качество. Есть некоторая ирония в том, что Galaxy S III, с технологической точки зрения на голову превосходящий конкурентов, был представлен компанией чуть не полгода назад. Для пользователя в этом есть хорошо ощутимый плюс: за прошедшие месяцы стоимость аппарата упала до вполне приемлемого уровня. Сегодня самый продвинутый смартфон от Samsung можно купить за 22 500 рублей, и это очень выгодное предложение. Если вас раздражает закрытость операционных систем от Apple и Microsoft и вы желаете собственноручно опробовать хваленую экосистему Google, лучшего телефона не сыскать. Если, конечно, вы не обладатель чудовищно огромных лап, в которых даже третий Galaxy кажется миниатюрным. Тогда стоит обратить внимание на модель Galaxy Note 2, которая предлагает все то же самое, но уже с 5,5-дюймовым экраном.

Nokia Lumia 920 дизайн. Вполне самобытный

и уж точно выделяющий Lumia 920 среди конкурентов. Корпус смартфона выполнен из поликарбоната, своего рода глянцевого пластика, и представлен в нескольких ярких расцветках. Кнопки же сделаны из керамики. Словом, выглядит аппарат здорово и отличается повышенной ударопрочностью. При этом Lumia 920 на 2 мм толще Galaxy S III и в полтора раза тяжелее. Тем не менее новый смартфон от Nokia очень приятно держать в руках — гораздо приятней, нежели аппарат от Samsung. Почему — загадка. Но это

экран. Дисплей выполнен по технологии IPS, диагональ составляет 4,5 дюйма. Разрешение — 1280х768 пикселей. Но это еще не все: в рукаве y Nokia есть пара фирменных технологий, например Clear Black (адаптивный поляризационный слой, повышающий читаемость изображения). Впрочем, главное достоинство Lumia 920 по достоинству оценят лишь жители России, Финляндии и прочих северных регионов: впервые в ис-

тории телефоностроения сен-

сорным экраном можно уп-

равлять, не снимая перчаток. характеристики. По количеству необязательных, но приятных технологий Lumia 920 неожиданно опережает остальных участников теста. Аппарат оснащен беспроводным зарядным устройством: достаточно лишь положить его на специальный коврик. Стоит прибавить к этому технологию беспроводной передачи данных NFC, новый двухъядерный процессор Qualcomm 8960 и операционную систему Windows Phone 8. А вот объем встроенной памяти — 32 Гб, и ни мегабайтом больше. При этом разъема для карт памяти нет. камера. Маркетологи от Nokia явно запутались в показаниях. Сначала название Pure-View гордо носила технология, примененная в модели Nokia 808 с впечатляющей 42-мегапиксельной камерой. Модуль камеры в Lumia 920 имеет разрешение «всего лишь» 8 Мп, но тоже называется PureView. Вот в чем суть: благодаря так называемой плавающей линзе, по сути, системе стабилизации изображения, снимки получаются очень четкими. Кроме того, смартфон отлично снимает в темноте. В общем, профессиональную камеру не стоит выкидывать на помойку, а вот от цифровой «мыльницы» можете избавляться: больше она вам не понадобится. цена/качество. Стоимость аппарата в России составляет 25 000 рублей, то есть получается нечто среднее между Galaxy S III и iPhone 5. Главная причина того, что не стоит бежать в магазин прямо сейчас и оформлять предзаказ, это операционная система Windows Phone 8. Точнее говоря, магазин приложений Windows Phone Store, чей ассортимент на фоне конкурентов до сих пор выглядит бледно: более 100 000 приложений против 500 000 y Google и 700 000 y Apple. Все основные программы, разумеется,

Хорошее устройство за свои деньги. Николай Андроников

есть и там, и там, однако отк-

ровенного мусора в WP Store

это не смущает и вы редко, до-

пустим, играете на телефоне

в игры — добро пожаловать.

пока тоже хватает. Если вас

Шеф, а я вас вижу

(Окончание. Начало на стр. 17)

Вдвоем веселее Российским ответом на офици-

альный выход WebEx на рынок стало объединение в сентябре двух крупнейших локальных игроков — компаний COMDI и Webinar.ru. Первая сильна в технологиях и зарекомендовала себя на корпоративном рынке. По словам основателя СОМ-DI Дмитрия Грина, у компании есть хороший актив — крупные контракты с корпоративными клиентами. A Webinar силен в секторе СМБ, широко известен в массах и эксплуатирует название, которое является устоявшимся именем нарицательным для обозначения онлайн-семинара. Александр Альперн, основатель Webinar.ru, рассказывает, что объединенная компания сразу же получит 60% российского рынка.

«Мы считаем эту сделку хорошей новостью для обоих игроков: объединенная компания обладает теперь лучшей на рынке командой, самой большой базой клиентов и имеет самые хорошие позиции, чтобы сохранить лидерство на быстрорастущем рынке в России и СНГ. Как инвесторы, мы считаем такое сочетание выигрышным»,— говорит Виктор Белогуб, инвестиционный менеджер венчурного бизнеса «ВТБ Капитала».

Основатели трепетно относятся к названиям своих компаний, поэтому объединенная фирма сохранит оба и будет зваться COMDI-Webinar. По словам господина Грина, отказываться от его бренда было бы глупо: только за последний месяц на сайт компании зашел 1 млн человек.

Клиенты COMDI-Webinar из числа крупных международных корпораций, а также российские вузы, «Сколково», «Роснано» и пр. Во время визита Марка Цукерберга, основателя Facebook, COMDI вела трансляцию из МГУ, к которой подключилось около 30 тыс. зрителей. Это был абсолютный рекорд по размеру аудитории в истории сервиса. Другой показательный пример — поддержка Петербургского юридического форума. Трансляции велись из 22 залов на двух языках.

В теории, по словам господина Грина, технологическая архитектура способна выдержать и миллион зрителей, правда, сервис тестировался пока лишь в расчете на нагрузку в сотню тысяч подключений. Если понадобится быстро обеспечить поддержку большого количества подключений, у компании есть договоренности с провайдерами и собственные серверы по всей России.

Сейчас объединившаяся компания готовит к запуску свое новое решение, которое разработано на базе HTML5, тогда как в прошлом компании эксплуатировали стремительно устаревающий Flash. Главным технологическим преимуществом нового продукта объеди ненной компании господин



едва ли не так же просто, как позвонить коллеге или приятелю через Skype ФОТО ALAMY/ФОТО ИТАР-ТАСС

Альперн называет возможность использования этого решения через веб-браузер без необходимости установки специального клиентского приложения. «Мы провели небольшое исследование, показывающее, что из 100 приглашенных на онлайн-семинар человек около 30 не смо гут принять в нем участия, если для этого необходимо установить на свой компьютер программу»,— рассказывает он. Дело в том, что часто сотрудники компаний не имеют администраторских прав для рабочих компьютеров, и для установки приложений вынуждены обращаться в свой ИТ-отдел. А для того чтобы воспользоваться решением WebEx, придется скачать программу (около 8 Мб) и установить ее. Скрипт HTML5 для доступа к сервису COMDI-Webinar «весит» всего лишь 40 Кб.

Новое приложение уже тестируется внутри компании и в этом году будет доступно в бетаверсии для тестирования внешними пользователями, а в январе, скорее всего, начнет эксплуатироваться в версии альфа.

По словам господина Грина, COMDI-Webinar будет развивать оба направления: и прямые продажи крупным клиентам, и «розницу». Кроме того, COMDI уже имеет опыт проведения трансляций для заказчиков из Германии, Франции, Дубая. Российские представительства международных компаний рекомендовали провайдера своим зарубежным коллегам, и те сделали выбор в пользу СОМ-DI, сравнив предложения, имеющиеся на рынке. Так что представители COMDI-Webinar хотя и не имеют конкретных планов по зарубежной экспансии, но не отрицают ее возможности.

Также технологии веб-конференций COMDI-Webinar доступны сторонним разработчикам через АРІ. Это значит, что владелец портала или разработчик мобильного приложения может воспользоваться технологи ческим решением, чтобы организовать видеоконференцию для своих пользователей. Компания выбрала стратегию поддержки различных стандартов конференц-связи, тогда как иностранцы зачастую пытаются разработать и распространить

свой стандарт. Господин Альперн заявляет, что компания предпочитает подход унифицированных коммуникаций, когда сервисом можно пользоваться на любом оборудовании: от смартфона до «тяжелых» дорогих устройств типа «поликом».

Фуршет основа общения

Александр Альперн не питает иллюзий: веб-конференции не замещают оффлайновые мероприятия, разве только отчасти. Онлайновые семинары скорее используются как дополнение к встречам в реале. Он ссылается на исследования отраслевой компании «Бенчмаркинг Trainings INDEX» 2011 года, изучающей рынок тренингов. Выводы, которые делают эксперты, вполне предсказуемы: веб-семинары хорошо работают, когда необходимо передать много теоретического материала. Но онлайн не так эффективен, когда задействуется эмоциональный аспект, например во время психологически тренингов, личностного роста, командообразования, обучения приемам продаж и т. д. Кроме того, веб — хорошая возможность, когда физическая встреча была бы слишком дорогой или невозможной. К примеру, связать директора отдела во Владивостоке и менеджера центрального офиса в Москве лучше посредством видеоконференции или веба.

По словам Кирилла Рожковского, основателя сервиса для организаторов конференций Omyconf!, сегмент веб-конференций как в РФ, так и глобально растет очень активно по нескольким причинам. Во-первых, это доступность. «Никуда не нужно ехать, все в компьютере, достаточно быстрого подключения к интернету — и ты уже в гуще событий. Плюс большинство мероприятий можно посмотреть в записи после их завершения», — говорит он. Второе преимущество — простота веб-сервисов для организации конференций. Настройка и подключение не сложнее, чем в Skype. Однако если и можно говорить о конкуренции веб-конференций с оффлайновыми мероприятиями, заключают эксперты, то лишь в части возможностей донесения контента. Живое общение, за которым, по разным исследованиям, на конференции на Западе ходит до 70-80% участников, вебинары обеспечить пока не способны. Светлана Рагимова

Абоненту временно недоступно

перспектива

(Окончание. Начало на стр. 17) Компания наблюдает за рынком уже шесть лет и в этом году сделала анализ динамики этого показателя. Так, оказалось, что все исследуемые операторы улучшили свою работу в России, по мнению потребителей. «Билайн» при этом сохранял стратегию поддержания удовлетворенности своих клиентов на определенном уровне, но потерял лидерство в 2011 году. Рост удовлетворенности клиентов «Билайна» за шесть лет составил всего 3,7%. Наибольшего роста этого индекса — на 16,9% — добилась шведская компания Tele2. «Безусловно, данный рост Tele2 вызван более поздним приходом на рынок, но работа шведского оператора с абонентами впечатляет»,— делают вывод исследователи.

EPSI рассчитала также индекс лояльности абонентов, который отличается от индекса удовлетворенности. Он отражает, по сути, готовность к смене оператора. На сегодняшний день лояльность по рынку в среднем довольно высока — 84,5 балла. Закономерно, что самый высокий показатель также у «МегаФона» и Tele2 — 85,8 и 85,0 соответственно. Около 30% абонентов этих операторов готовы расширить сотрудничество с компаниями, тогда как у МТС таких не более 20%. Аналитики EPSI говорят о том, что в России, одной из немногих стран на постсоветском пространстве, по-прежнему сохраняются очень высокие барьеры перехода для абонентов. Именно этим фактом обусловлено

то, что индекс лояльности в нашей стране выше, чем удовлетворенности. При этом, по мнению EPSI, барьеры перехода за последние четыре года становились все сильнее. «Операторы сотовой связи удерживают свою клиентскую базу не только за счет высокой удовлетворенности, но и за счет других технических и психологических факторов, которые делают переход абонента к другому оператору затратным мероприятием. Это, скорее всего, снижает уровень конкуренции в отрасли в России и не всегда выгодно абонентам, — говорится в отчете компании. — Внедрение услуги переносимости номера в стране, безусловно, скажется на конкуренции, и те компании, удовлетворенность абонентов которых ниже, чем у конкурентов, смогут увидеть некоторый отток клиентской базы».

Анализ риторики операторов в отношении MNP на фоне озвученных EPSI цифр хорошо отражает опасения и надежды компаний. Так, представители Tele2 говорят, что услуга должна быть бесплатной для абонентов. А МТС бросается огромными цифрами грядущих затрат и отрицает связь MNP с оттоком.

Валерия Кузьменко, пресс-секретарь МТС, говорит, что на рынках с высоким проникновением мобильной связи, а в Рос сии этот показатель превышает 160%, наличие или отсутствие услуги по переносимости номера не оказывает существенного влияния на уровень оттока. «В ситуации высокого проникновения, когда мобильная связь доступна и по некоторым параметрам дешевле фиксированной, когда у

нескольких операторов есть собственные сети федерального значения, обеспечивающие покрытие практически 100% населенных территорий, когда у каждого из операторов масса маркетинговых предложений, рассчитанных на разные группы потребления, MNP становится нишевой услугой, не оказывающей заметного влияния на уровень оттока/роста подключений».

Аналитики EPSI делают в своем отчете замечание, что в России одним из важных психологических барьеров перехода абонентов к конкурентам являются внедренные сотовыми операторами программы лояльности. «Но следует иметь в виду, что эти программы с легкостью копируются операторами друг у друга и абоненты при выборе оператора не сильно ориентируются на них», — предупреждает компания.

Анна Айбашева, пресс-секретарь «Вымпелкома», говорит, что многочисленные исследования, а главное, опыт тех стран, где был реализован MNP (например, Грузия), показывает, что в итоге услугой пользуется порядка 2–3% абонентской базы всех операторов, присутствующих на рынке.

А «МегаФон» устами пресс-секретаря Юлии Дорохиной заявляет, что услугу переносимости номера лучше опробовать в отдельных регионах, чтобы оценить ее вос требованность. «По нашим оценкам, 93% наших абонентов номер менять не планируют», — уверены в «МегаФоне». Представитель компании сообщает, что внедрение услуги требует существенной переработки действующей нормативно-правовой базы и включения всех игроков рынка.

При этом, по словам госпожи Дорохиной, «МегаФон» не стремится к лидерству в валовых подключениях: «Мы еще в прошлом году отказались от так называемой гонки за абонентами любой ценой. Это позволило нам обеспечить высокий уровень чистого прироста абонентской базы за счет качества подключений и развития собственной розничной сети. Наша долгосрочная стратегия заключается в обеспечении лучшего сервиса и предложении самых интересных услуг и продуктов».

Мамука Мархулия, директор по корпоративным вопросам и правовой поддержке «Tele2 Россия», согласен с тем, что услуга переносимости мобильных номеров окажет положительное влияние на развитие телекоммуникационного рынка России, будет стимулировать повышение уровня конкуренции в стране. «Первые несколько лет после внедрения услуги спрос на нее, возможно, будет довольно высоким, после чего произойдет снижение и стабилизация на определенном уровне, — уверен господин Мархулия. — В большинстве стран, схожих по развитию телекоммуникационного рынка с Россией, в которых был введен принцип переносимости номеров, в течение первого года этой услугой воспользовалось менее 10% пользователей. Однако есть и обратные примеры: во Франции, Испании, Италии и Турции новые игроки агрессивно отбирали долю рынка у грандов. Но стоит заметить, что переносимость номера не может изменить дандшафт рынка сама по себе, MNP лишь поддерживает уже сложившиеся рыночные тенденции».

Не было разрывов?

Опрос, проведенный исследовательским холдингом «Ромир», показывает, что сегодня всего 2% абонентов потенциально заинтересованы в услуге MNP. Но настоящая борьба еще не началась. Мобильные операторы стоят перед лицом проблемы роста трафика в своих сетях. И этот тренд усиливается с ошеломительными темпами. Потребности пользователей растут, а удовлетворять их становится все дороже. Качество услуг просто не может не ухудшаться в таких обстоятельствах. Ситуация в этой сфере в столице сегодня — пример того, что ждет следующие крупные города в скором будущем. Московские власти летом этого года провели собственное исследование качества связи в городе на площади в 100 кв. км. Выяснилось, что оно хуже, чем ожидалось. Самые большие проблемы со связью обнаружились у «Вымпелкома». В 2Gсетях этой компании было зафиксировано 12,31% разрывов звонков. То есть каждая девятая попытка была безуспешной. У «МегаФона» разрывов оказалось немногим меньше — 9,26%, у MTC — 7,41%. В сетях 3G меньше всего проблем тоже у MTC — 6,84% разрывов, у «МегаФона» — 10,19%, у «Билайна» — 17,39%. Не стало откровением также и то, что связь второго поколения в Москве работает существенно лучше, чем 3G. По заявлениям мэрии, пониженный уровень сигнала фиксировался на протяжении не более чем 0,8% маршрута для сетей 2G и 10-30% маршрута для сетей 3G. Помехи были слышны на 30% маршрута при тестировании услуг «Билайна», что

в три раза чаще, чем у МТС и «МегаФона». При этом проблемы с передачей голоса чаще всего демонстрировала МТС (10,3%) по сравнению с «Билайном» (8,5%) и «Мега-

Фоном» (7,4%). По мнению аналитиков J'son & Partners, для блага рынка внедрение полноценного механизма MNP должно происходить параллельно с созданием благоприятных условий для MVNO (Mobile Virtual Network Operator), отменой национального роуминга и региональных ограничений при смене оператора. Для этого потребуется существенная реформа отраслевого законодательства, которая займет не менее трех лет. Но проблему падения качества связи выход на рынок виртуальных операторов вряд ли решит — такие игроки арендуют существующую инфраструктуру, ресурс которой сегодня на исходе.

Так что MNP если и не вызовет серьезного увеличения оттока абонентов, то в том числе по той причине, что у них уже давно снижены ожидания. «Глубинный анализ данных 2012 года в среднем по отрасли показывает, что потребители не почувствовали каких-либо существенных изменений в качестве работы операторов за прошедший год», говорится в отчете EPSI. Наиболее низкие индексы показывает фактор «Ожидания». Потребители не ждут улучшений качества работы операторов сотовой связи. А именно низкие ожидания затрудняют внедрение новых продуктов и услуг и делают процесс их продажи абонентам

более трудоемким и дорогостоящим. Светлана Рагимова

ТЕЛЕКОМ

В здоровом теле

тей с телефона прямо на экран

тя и бесполезная фишка — ав-

томатическая выдача музы-

кальных треков, по своему

ритму наиболее точно соот-

ветствующих скорости ваше-

го бега. Модель с 8 Гб памяти

В отличие от прочих «умных»

браслетов, представленных

в материале, Fuelband не уме-

ет отслеживать точную ско-

рость вашего перемещения,

ник, боится влаги и вообще

не очень подходит людям,

предпочитающим активные

виды спорта. Тем не менее этот

аксессуар от Nike максимально

эффектно и в игровой форме

мотивирует типичного городс-

кого жителя на то, чтобы мень-

ше сидеть и как можно больше

двигаться. Вся ваша физичес-

кая деятельность оценивается

браслетом по одному ему извес-

тной формуле в неких очках —

Fuel. Вы устанавливаете для се-

не способен заменить будиль-

обойдется вам в \$149,99.

Nike Fuelband

трекера. Еще одна забавная, хо-

образ жизни

Аксессуары, которые помогают поддерживать здоровый образ жизни, у нас только входят в моду. Тем не менее желающих отслеживать свои физические нагрузки или изменение веса с помощью iPhone с каждым днем становится все больше. Мы отобрали девять самых любопытных спортивных гаджетов, работающих в комплекте со смартфонами и планшетами.



Первый в мире — по заявлению производителя — музыкальный МРЗ-плеер и фитнестрекер с поддержкой GPS в одном флаконе. Остается добавить, что MotoActv предполагается носить на запястье на манер часов, и даже с этой ролью аксессуар справляется вполне адекватно. Устройство не боится попадания влаги, весит всего 36 г и оборудовано сенсорным 1,6-дюймовым экраном. Помимо музыкального плеера с 8 или 16 Гб встроенной памяти MotoActv оборудован монитором частоты сердечных сокращений, счетчиком калорий и измерителем пройденных расстояний. Лучше всего использовать его в комплекте с Android-смартфоном: фирменное приложение MotoActv позволит по воздуху передавать текстовые сообщения и уведомления из социальных сеуровень, а дальше каждый день стараетесь побить свой предыдущий рекорд. Чем больше двигаетесь — тем больше очков получите в итоге. Просто? Однако работает! Результаты вашей активности передаются в онлайновый сервис Nike+, также в наличии возможность синхронизации данных с ПК или iPhone/iPad. Неплохо для устройства стоимостью от \$149.

бя приемлемый стартовый

Withings WS-30 Wireless Scale



Новейшая модель беспроводных Wi-Fi весов от Withings, представленная в рамках недавно прошедшей в Берлине выставки потребительской техники IFA. Весы работают в тесном тандеме с мобильными устройствами под управлением iOS (поддержка Android появится в самое ближайшее время). Результаты каждого взвешивания автоматически закачиваются в сеть, после чего пользователь может скачать на свое мобильное устройство бесплатное приложение Withings Health Companion и отследить динамику изменения своего веса с красивыми графиками, диаграммами и т. п. Однако же главное это поддержка производите-



лями устройства сторонних приложений: скажем, вся информация с весов может использоваться популярным приложением RunKeeper. WS-30 Wireless Scale должны появиться в продаже к концу сентября по цене около \$150.

Jawbone Up!

Невероятно амбициозный и в целом не очень удачный проект от именитого производителя беспроводных Bluetoothгарнитур. Задумка выше всяких похвал: «умный» браслет, круглые сутки собирающий информацию о ваших действиях, а при синхронизации с iPhone или iPad передающий эти данные в память устройства. Носить браслет нужно постоянно — к счастью, он выглядит очень стильно и напоминает модный аксессуар, а не высокотехнологичное устройство. Это еще не все: устройство вибрирует на запястье, когда наступает время просыпаться, то есть способно заменить будильник. Прило-



жение Up! для iPhone помимо анализа данных имеет социальный аспект, то есть можно добавлять других пользователей в друзья, устраивать спортивные состязания, и т. п.

Что не так? Во-первых, время автономной работы — до семи дней от одной подзарядки. Вовторых, синхронизация данных с iPhone осуществляется старым добрым проводным способом, что не очень удобно. Прибавьте к этому проблемы с конструкцией... Скорее игрушка, нежели полноценный компаньон для занятий спортом.

Scosche myTREK **Wireless Pulse Monitor**



Один из самых продвинутых аксессуаров для беспроводного мониторинга деятельности вашего сердца. Датчик (немалых, впрочем, размеров) закрепляется на запястье пользователя, а потом передает через Bluetooth на телефон или плеер информацию о частоте сердечного ритма. Кроме того, устройство может отслеживать вашу физическую активность, подсчитывая количество сожженных в течение определенного периода калорий, а информация об изменении вашего пульса позволит более адекватно регулировать уровень нагрузки на тренировке. Из недостатков аксессуара можно выделить его размеры (компактно, но могло быть и меньше) и отсутствие поддержки Android-устройств. Scosche Pulse Monitor paботает только в связке с iPhone или iPod. Ну и цена, разумеется: \$129.

Zepp GolfSense Sensor

Штуковина, вряд ли жизненно необходимая большинству наших читателей, но слишком забавная и технологически продвинутая для того, чтобы вынести ее за скобки этой подборки. Итак, Zepp GolfSense Sensor — это универсальный виртуальный помощник, разработанный для игроков в гольф. Закрепите миниатюрный датчик весом 17 г на вашей перчатке, и он будет записывать всю информацию о ваших движениях, включая скорость вращения корпуса, силу удара, темп и так далее. Все эти данные в реальном времени и без проводов передаются на iPhone или iPad, где анализируются специальным приложением. Утилита GolfSense моделирует все ваши удары в 3D, наглядно демонстрируя все ваши сильные и слабые стороны как игрока. Плюс дает кое-какие подсказки и советы по улучшению размаха. Кроме того, полученной информаци-



или публиковать ее в Facebook. Стоимость решения около \$129. Поддержка Android? Не слышали.

Wahoo Blue SC

Недорогой (всего за \$60) способ превратить ваш iPhone в настоящий велокомпьютер. Wahoo Blue SC — это одометр, который работает с помощью пары магнитных меток, крепящихся к педали и спице колеса. Вся информация о движении велосипеда собирается в бесплатном фирменном приложении Wahoo Fitness



Odometer App. Более того, число сторонних приложений с поддержкой аксессуара только растет. А вот и плохая новость: информация с датчиков передается на смартфон с помощью новейшего протокола беспроводной связи Bluetooth 4.0, поддержка которого имеется только в моделях

Lark Un-Alarm Clock and Sleep Sensor Комплект из специальной

iPhone 4S и последнем iPad

док-станции и браслета, выступающего в роли беззвучного вибробудильника. Как это работает: вы вставляете свой iPhone, iPod или iPad в базу, которая с наступлением заданного времени посылает беспроводной сигнал на браслет. Тот, в свою очередь, активизируется и начинает вибрировать, пока вы не проснетесь и не выключите будильник на телефоне. Кроме того, браслет всю ночь внимательно сле-



дит за вашим состоянием, сохраняя информацию о глубине вашего сна, времени засыпания и прочие данные. Неплохо, если не брать в расчет, что те же функции способен выполнять более функциональный браслет Jawbone Up. Зато и стоит подобный комплект недорого — от \$99.

FitBit Ultra

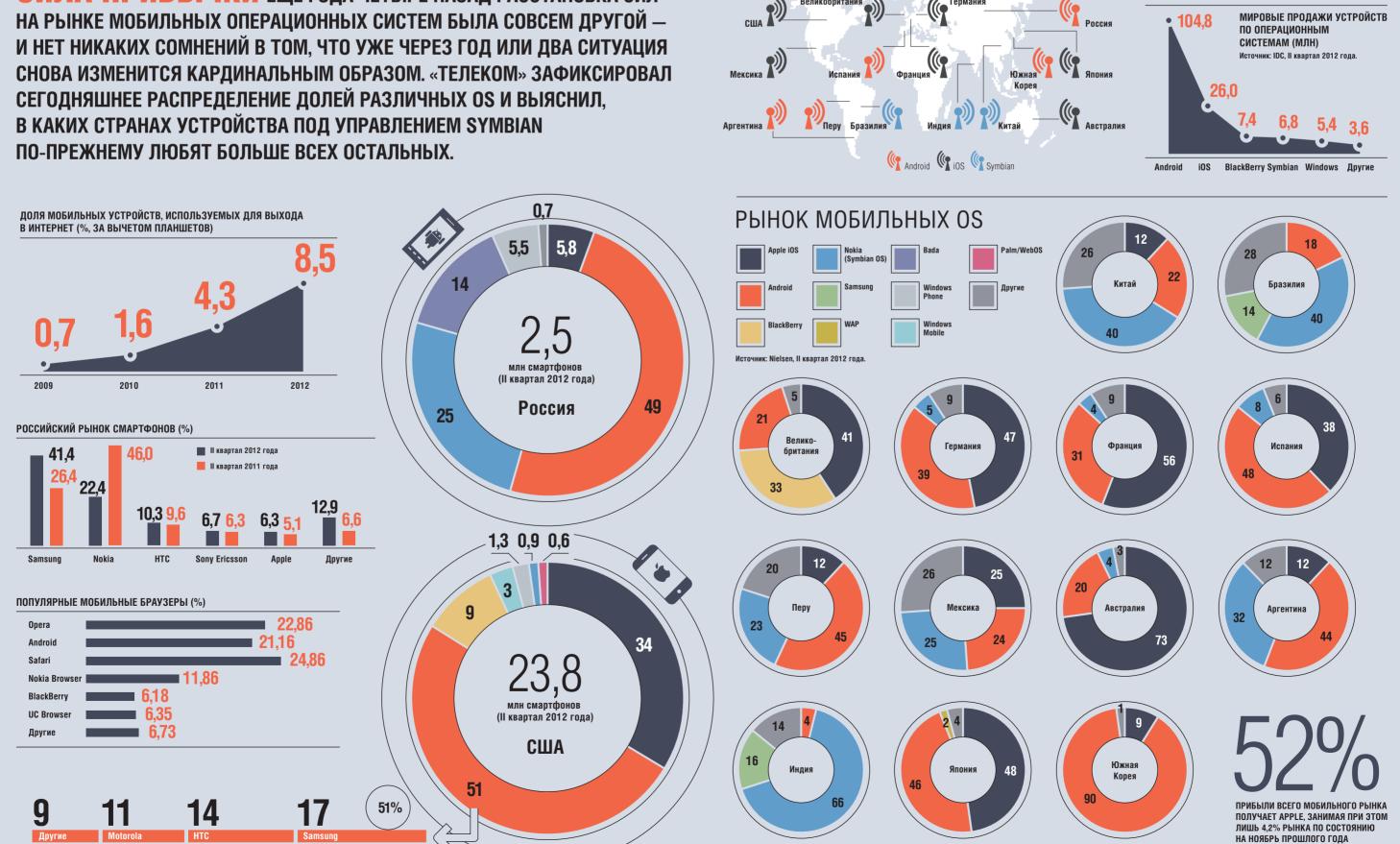
Не самый новый, однако до сих пор не потерявший своей актуальности аксессуар. FitBit Ultra — прищепка, своей формой напоминающая компактный МРЗ-плеер. Устройство крепится к одежде пользователя и подсчитывает количество совершенных шагов, пройденное расстояние, уровень активности и другие показате-



ли. Для скрупулезного учета времени сна на ночь его можно прикрепить к специальному браслету. Встроенной памяти хватает примерно на семь дней поминутной каждодневной записи ваших действий. К сожалению, синхронизация устройства с компьютером осуществляется исключительно через провод. Зато полученные данные выгружаются на сервер, а оттуда — в память соответствующего iPhone- или Android-приложения. FitBit Ultra не блещет функциональностью, однако это одно из самых доступных устройств из всей подборки — от \$99.

Николай Андроников

СИЛА ПРИВЫЧКИ ЕЩЕ ГОДА ЧЕТЫРЕ НАЗАД РАССТАНОВКА СИЛ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ БЫЛА СОВСЕМ ДРУГОЙ — И НЕТ НИКАКИХ СОМНЕНИЙ В ТОМ, ЧТО УЖЕ ЧЕРЕЗ ГОД ИЛИ ДВА СИТУАЦИЯ СЕГОДНЯШНЕЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ OS И ВЫЯСНИЛ, В КАКИХ СТРАНАХ УСТРОЙСТВА ПОД УПРАВЛЕНИЕМ SYMBIAN





БИЗНЕС БЕЗЛИМИТ НА ВСЕ СЛУЧАИ ЖИЗНИ

Выберите свой тарифный план:

- БИЗНЕС БЕЗЛИМИТ L свободное общение в домашнем регионе
- БИЗНЕС БЕЗЛИМИТ XL звонки и в домашнем регионе, и в поездках по России
- БИЗНЕС БЕЗЛИМИТ XXL еще и междугородные звонки в любом регионе России

SMS и Интернет уже включены в ежемесячную плату.

www.corp.mts.ru



на шаг впереди

PHURMA

В ежемесячную плату тарифа «Бизнес Безлимит L» включены безлимитные звонки и исходящие SMS на номера МТС подвижной связи домашнего региона при нахождении в домашнем регионе и безлимитный доступ в Интернет с мобильного телефона в рамках опции «БИТ». В ежемесячную плату тарифа «Бизнес Безлимит XL» также включены безлимитные исходящие вызовы на номера МТС других регионов России. В ежемесячную плату тарифа «Бизнес Безлимит XXL» дополнительно включен пакет минут на исходящие междугородные вызовы по России. Безлимитный доступ в Интернет для тарифов «Бизнес Безлимит XL» и «Бизнес Безлимит XXL» предоставляется в рамках опции «СуперБИТ». Подробнее о линейке тарифных планов «Бизнес Безлимит» и всех условиях тарификации, включая размер ежемесячной платы, условия опций «БИТ» и «СуперБИТ» — на сайте www.corp.mts.ru