

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

ТЕХНОЛОГИИ

НОВИНКИ

Почему покупатели гаджетов обращают внимание на бренд

АННА ВАСИЛОВА

Одни потребители ориентируются на громкие названия и стремятся как можно раньше получить «горячие» новинки, другие выбирают бюджетные модели.

ЦЕНЫ СНИЖАЮТСЯ

В 2013 году, по оценке департамента маркетинга «Евросети», поволжский рынок сотовых телефонов и смартфонов вырос по отношению к 2012 году на 1% и составил 7,2 млн реализованных аппаратов. Что касается только смартфонов, то по сравнению с 2012 годом рынок ПФО в 2013 году в количестве продаж вырос с 2 до 3,2 млн штук, а выручка увеличилась с 20 до 28 млрд рублей. При этом средняя цена смартфона относительно 2012 года снизилась на 8% - до 8,8 тыс. рублей.

Темпы роста на рынке планшетов оказались намного выше. В 2013 году в Поволжье было реализовано 1,4 млн планшетов. Это на 189% больше показателя 2012 года. Выручка от продаж составила 14 млрд рублей, увеличившись к прошлому году на 104%. Средняя цена планшета сократилась еще сильнее (на 29%) - до значения 10,2 тыс. рублей.

В то же время на 2014 год ритейлер строит не очень оптимистичные прогнозы. В «Евросети» считают, что объем рынка телефонов и смартфонов в нынешнем году в целом по России может упасть до 38-39 млн устройств, что в денежном выражении будет эквивалентно примерно 200-210 млрд рублей.

В-БРЕНДЫ АТАКУЮТ

Рынок смартфонов и планшетов можно условно разделить на две категории: А-бренды и В-бренды. К первой относятся такие производители, как Apple, Samsung, HTC, LG, Nokia и ряд других.

«Вторая категория гораздо более обширная, - поясняют в пресс-службе кибермаркета «Юлмарт». - Это чаще всего продукция китайских производителей, но логистикой и продвижением подобных устройств в основном занимаются местные IT-дистрибьюторы. Обычно они не разрабатывают новые модели, а предлагают смартфоны на основе существующих платформ, но, конечно, бывают и исключения. При этом на российском рынке, в

В 2013 году примерно каждый третий приобретаемый смартфон относился к категории А-брендов. Среди планшетов из десяти купленных устройств четыре относились к В-брендам, а шесть - к А-брендам



Выбор всевозможных гаджетов на прилавках магазинов сейчас поражает воображение

отличие от США и Европы, В-брендов очень много».

Кстати, именно со значительным расширением предложений в бюджетном сегменте устройств до 2 тыс. рублей связывает замедление роста отечественного рынка смартфонов и управляющий Поволжским филиалом компании «Евросеть» Валентин Друзяк. По его словам, такие устройства в общем количестве проданных на рынке смартфонов в декабре 2013 года составили уже 10,6%.

«Лидером российского рынка смартфонов по итогам 2013 года остается Samsung, несмотря на значительное увеличение конкуренции как со стороны Apple, так и со стороны В-брендов, - рассказывает Валентин Друзяк. - В сегменте планшетов первенство в количестве продаж 2013 года также принадлежит Samsung. Все увеличивающаяся конкуренция со стороны В-брендов в большей степени отразилась на падении доли Apple - с 26% до 17%. Суммарная доля лидеров рынка в сегменте смартфонов сократилась в 2013 году с 63% до 43% в количественном и с 57% до 42% в денежном выражении. Аналогичная тенденция произошла и в сегменте планшетов: по сравнению с 2012 годом суммарная доля лидеров рынка уменьшилась с 52% до 41% в количественном и с 73% до 63% в денежном выражении».

Руководитель pr-отдела сети Media Markt Анна Трофимова также отмечает, что на российском рынке доля продукции В-брендов стабильно растет. «По итогам года их доля на рынке в деньгах составила почти 17%. Мы полагаем, что к концу года она вырастет до 20%», - добавляет эксперт.



АННА ТРОФИМОВА,
руководитель pr-отдела сети Media Markt:

- Чаще всего определяющим фактором при покупке продукции В-брендов является цена, соотношение цены и характеристик: при той же или даже более высокой функциональности продукция В-брендов обычно стоит заметно дешевле аналогов от Samsung, Sony или HTC. За те же деньги покупатель получает экран большей диагонали либо больше встроенной памяти, более мощный процессор. Бывают модели с аккумуляторами вдвое большей емкости по сравнению со среднестатистическим смартфоном (производители А-брендов такие не устанавливают, так как это заметно увеличивает толщину устройства).



ВАЛЕНТИН ДРУЗЯК,
управляющий Поволжским филиалом компании «Евросеть»:

- Для потребителя В-бренды - это, прежде всего, разумная цена за достойный функционал. Клиент, как и при покупке товаров производителей первого эшелона, получает интересные потребительские решения, поддержку прошивки и послепродажное обслуживание высокого уровня. Для пользователей, ориентирующихся на смартфоны дешевле 10 тыс. рублей, ценность бренда менее важна, чем соотношение «цена - качество». Многие модели, произведенные В-брендами, не уступают прямым аналогам А-брендов, в качестве примера можно привести смартфоны Fly IQ4404 Spark, Fly IQ238 Jazz.

ИМЯ ИЛИ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Анна Трофимова отмечает, что есть большое количество людей, для которых характеристики мобильного устройства важнее логотипа на его корпусе. Причем работают такие смартфоны часто ничуть не хуже именитых конкурентов. Среди таких гаджетов эксперт называет флагманские модели таких производителей, как Oppo (например, Oppo Find 5, которому скоро будет представлена замена) или Meizu (например, недавно представленный Meizu MX3). «По техническим характеристикам, качеству сборки и функциональности они ничем не уступают флагманам именитых конкурентов, имея при этом более доступную цену», - считает Анна Трофимова.

Однако в пресс-службе «Юлмарта» добавляют, что преимущества А-брендов - это инновационные технологии, которые внедряют в таких устройствах производители. Немаловажный аспект - более высокий

социальный статус, с которым ассоциируются обладатели таких девайсов. «Впрочем, если говорить об основном функционале, то между категориями нет большой разницы, - говорят эксперты кибермаркета. - Зато есть заметная разница в цене. Например, средняя стоимость планшетов категории В-брендов колеблется в районе 4-5 тыс. рублей и редко превышает планку в 10 тыс. рублей. В то время как цена на планшеты А-брендов начинается от 12 тыс. рублей. Преимущество В-брендов - значительная экономия на более скромном имени, широкий ассортимент, товар во всех ценовых диапазонах, частые акции для клиентов. Среди недостатков - чуть более высокий процент брака». К слову, у «Юлмарта» есть собственная марка - бренд Zifro. Под этой маркой сейчас выпускаются разнообразные модели смартфонов и планшетов. Техническую поддержку и гарантийное обслуживание кибермаркет берет на себя.

Телеперемены

КУДА ИСЧЕЗАЮТ ТВ-КАНАЛЫ?



АННА ВАСИЛОВА

«Мы стараемся максимально удовлетворить пожелания наших абонентов и включать в сеть телеканалы, которые на данный момент наиболее интересны для зрителей. Соответственно, меняется и набор телеканалов: какие-то удаляются из пакетов, их место занимают новые телеканалы», - поясняет заместитель директора, руководитель Центра предоставления и сопровождения услуг связи, маркетинга и прямых продаж компании TELENET Нэлла Васильева.

«Важно, чтобы частотный план был сбалансирован по жанровому признаку, - сообщают в пресс-службе компании «Дом.ру». - Мы подбираем каналы абсолютно для всех аудиторий, чтобы каждый из наших текущих и потенциальных абонентов смог найти среди большого списка каналов каналы по интересам».

Бывают ситуации, когда по техническим либо коммерческим причинам прекращают вещание те или иные каналы. «По большей части такое решение принимают их правообладатели», - говорит пресс-секретарь Самарского филиала ОАО «Ростелеком» Елена Чистова. В этих случаях «исчезнувшие» телеканалы заменяются другими, равноценными по содержанию. Конечно, у каждого телевизионного канала есть своя зрительская аудитория, и обращения с просьбой вернуть любимый канал в пакет услуг иногда поступают, но если решение о прекращении вещания принято самим владельцем канала, обратное включение невозможно.

НОВИНКИ ДЛЯ ЗРИТЕЛЕЙ

В январе 2014 года к существующему семейству HD-каналов в сети TELENET были добавлены научно-познавательные каналы Discovery HD Showcase и Animal Planet HD, а также популярный женский канал TLC HD. Также в январе в цифровом ТВ TELENET появилось еще два новых телеканала: музыкально-танцевальный телеканал Dange TV и популярный французско-бельгийский канал CHASSE & PECHE («Охота и Рыбалка»). «Дом.ру» в 2013 году тоже увеличил число HD-каналов с 35 до 50. В список каналов добавлены: «Амедиа 1 HD», канал о жизни звезд спорта «Trace Sports HD» и музыкальный hip-hop и R&B канал «Trace Urban HD», тематический пакет HD-каналов «Viasat Premium HD». В его состав входят два премиальных киноканала («TV1000 Premium HD» и «TV1000 Megahit HD»), комедийный киноканал («TV1000 Comedy HD»), два документальных канала («Viasat History HD» и «Viasat Nature HD») и спортивный «Viasat Sport HD».