

Бюллетень о развитии конкуренции

В фокусе:

Возможны ли в России недорогие смартфоны iPhone?

Аналитическое издание

Выпуск № 3, декабрь 2013



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Обзор новостей

Конкуренция в сфере связи

В России отменили «мобильное рабство». В соответствии с внесенными изменениями в закон «О связи» и Налоговый кодекс Российской Федерации с 1 декабря в России была запущена услуга переносимости мобильных номеров (MNP). Данные ЦНИИС говорят о том, что к концу первого дня действия новой услуги была подана 231 заявка. Согласно социологическим исследованиям, доля желающих сменить оператора составляет 15–25% от общего числа абонентов. При этом услуга пока работает скорее условно, так как до 15 апреля 2014 г. срок переноса номера будет определяться самим оператором. После указанной даты оператор будет обязан перенести номер за 8 дней, начиная с момента подписания договора. Сами операторы советуют повременить с использованием новой услуги до проведения полного комплекса необходимых мероприятий. О том, что введение услуги проходит не слишком гладко, говорят как жалобы абонентов об аннулировании заявлений, так и многочисленные жалобы самих операторов, направляемые в Минкомсвязь России¹.

ФАС России начала расследование в отношении операторов сотовой связи. Причина — жалобы на ограничения пропуска SMS-рассылок. Согласно полученной антимонопольным органом информации, происходит блокировка SMS-сообщений с коротких и буквенных номеров. Сами операторы утверждают, что подобными мерами они стремятся бороться с SMS-спамом. Однако компании, осуществляющие рассылки, среди которых имеются и банки, отмечают, что теперь им приходится договариваться с каждым отдельным оператором, что способно увеличить их расходы на осуществление адресной рассылки.

Между тем, в Государственную Думу уже внесли законопроект, наделяющий операторов сотовой связи правом блокировки спам-рассылок. Кроме того, проектом закона также предусматривается запрет рассылок, на которые не было получено согласие абонента, а также закрепляется право пользователя обратиться к оператору с целью ограничения приема сообщений с конкретных номеров.

Условия ведения бизнеса в России

Россия поднялась в международном рейтинге Doing Business. Российская Федерация вошла в первую сотню стран рейтинга, составляемого Всемирным банком, поднявшись

¹ <http://www.vedomosti.ru/tech/news/19899841/ne-podelili-abonentov>

сразу на 20 позиций и заняв 92 строчку рейтинга². Находясь на самой высокой позиции среди стран группы BRICS, России удалось улучшить свою позицию в пяти из десяти оцениваемых сфер. Продвижение страны в рейтинге идет с опережением графика, установленного в указе Президента «О долгосрочной государственной экономической политике», где была поставлена цель достижения 20-го места в этом рейтинге к 2018 году. Впрочем, ряд экспертов указывает на необходимость осторожного обращения с рейтингом, не учитывающим уровень коррупции и принимающим во внимание только крупнейшие предпринимательские центры. Страны, ставящие своей целью продвижение в рейтинге, начинают с оптимизации бюрократических процедур, что зачастую сделать проще, чем развивать правовые институты, необходимые для дальнейшего роста экономики.

Либерализован экспорт СПГ. Теперь экспорт СПГ помимо «Газпрома» может осуществлять «НОВАТЭК» и «Роснефть». Согласно внесенным в законодательство изменениям, с 1 декабря 2013 г. экспорт СПГ могут осуществлять компании, чьи лицензии по состоянию на 1 января 2013 г. предусматривали возможность строительства завода СПГ, а также компании с долей государства более 50% и являющиеся пользователями участков недр внутренних морских вод, территориального моря, континентального шельфа Российской Федерации, Черного и Азовского морей.

Цены и их динамика

В России подорожали яйца. В ряде регионов в октябре — ноябре 2013 года стал наблюдаться значительный рост цен на яйца. В частности, в Астраханской, Рязанской, Липецкой и Кировской областях по сравнению с июнем — июлем оптово-отпускные цены выросли более чем в два раза. В связи с большим числом поступивших обращений ФАС России был проведен анализ региональных рынков яиц, который показал, что зафиксированный рост объясняется, в первую очередь, сезонным фактором (именно в этот период на данном рынке своего максимума достигают объем потребления и цены), а также увеличением себестоимости производства и реализации куриного яйца, обусловленным ростом тарифов на газ и электроэнергию, повышением стоимости кормов и кормовых добавок, закупочной цены на племенное яйцо и племенной суточный молодняк. Кроме того, исследование ФАС России показало, что за девять месяцев 2013 года деятельность хозяйствующих субъектов в большей части регионов была убыточной. Положительная же рентабельность некоторых участников рынка не превышала 10%.

² <http://russian.doingbusiness.org/>

В фокусе

Возможны ли в России недорогие смартфоны iPhone?

Два месяца назад в России и более чем 25 других странах по всему миру начались продажи последних моделей смартфона компании Apple — iPhone 5s и iPhone 5c, ранее успешно дебютировавших в странах «первой волны» и поставивших очередной рекорд по объему продаж. Цена телефонов производства Apple в России всегда была достаточно высокой, и нынешний выпуск не стал исключением. В связи с этим крайне актуальным представляется вопрос о причинах установления столь высоких цен и перспективах их снижения в нашей стране.

Сравнивая цены на смартфоны на российском рынке мобильной техники и каком-либо из аналогичных рынков развитых стран, не посвященный в тонкости довольно хитроумного ценообразования наблюдатель нередко совершает ошибку, начиная в лучшем случае обвинять «монополистов» в невнимательном отношении к некоторым своим клиентам, в худшем — в прямом заговоре против российского потребителя. На самом деле нередко кажущаяся кратной разница в цене не только не является по-настоящему значительной, но даже порой заставляет серьезно задуматься о достаточности подобной скидки для обеспечения хоть какой-нибудь реальной выгоды приобретателя устройства.

Действительно ли iPhone в России стоит дороже?

Размышляя над покупкой, у потребителя возникает вопрос — почему в России модели iPhone настолько дорогие? Поводом для подобных мыслей служит информация, которую иллюстрирует График 1.

Разница выглядит огромной и дает, казалось бы, достаточные основания для обвинения производителя в дискриминации потребителей по страновому признаку. Однако внимательное изучение открытых данных сотовых операторов, а также непосредственного производителя — компании Apple — позволяет обнаружить и совершенно иные цены, которые выглядят уже не столь привлекательно (График 2).

График 1

Розничные цены iPhone в России, а также цены в США и Германии с контрактом, руб.

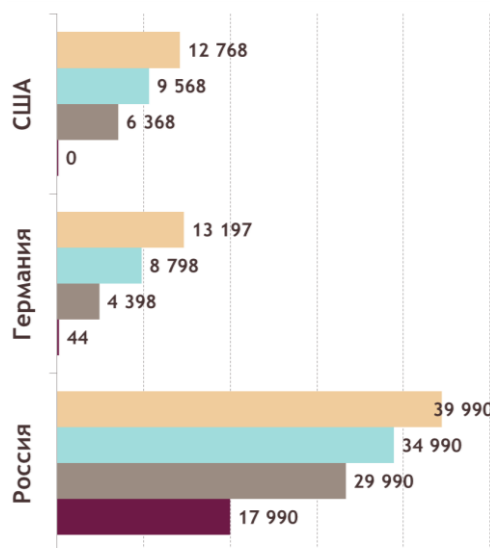
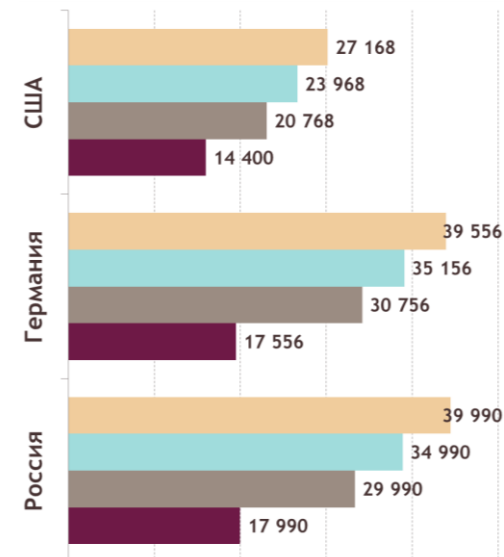


График 2

Розничные цены iPhone в России, розничные цены iPhone в США и Германии без контракта, руб.



■ iPhone 5s, 64 ГБ ■ iPhone 5s, 32 ГБ ■ iPhone 5s, 16 ГБ ■ iPhone 4s, 8 ГБ

Источник: составлено на основе данных официального сайта компании Apple

Примечание: 1. цены в Германии и США рассчитаны по курсу доллара, равному 32 руб., по курсу евро, равному 44 руб. 2. Цены в США указаны без налогов (размер налога различается между штатами)

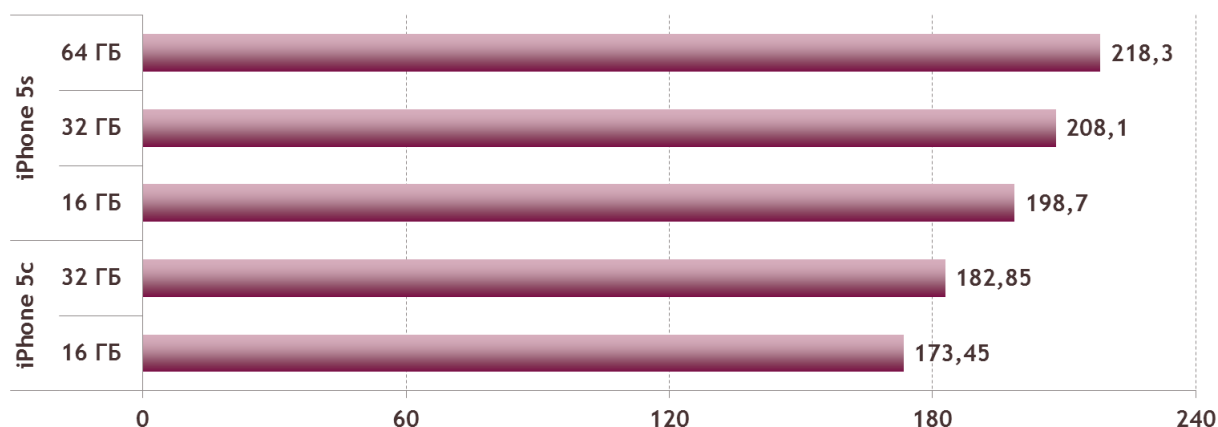
В чем причина такого разброса цен? Есть ли основания подозревать производителя, дистрибьюторов или операторов связи в сговоре и ценовой дискриминации? Почему ситуация в России так отличается от зарубежных стран на первом графике? И можно ли ее изменить? Постараемся найти ответы на эти и некоторые другие вопросы.

Достаточно сложно поверить, что высокотехнологичное устройство будет стоить дешево. Помимо непосредственной себестоимости и прочих очевидных издержек, связанных с логистикой и маркетингом, в цену таких устройств, как iPhone, закладывается компенсация огромных затрат на исследования и разработку.

Согласно оценке информационной компании IHS, совокупная стоимость комплектующих и производства последних iPhone колеблется от \$173,45 до \$218,30 в зависимости от модели смартфона и объема памяти (График 3).

График 3

Себестоимость iPhone, \$



Источник: составлено на основе данных информационной компании IHS

Цена, которую сама Apple получает за iPhone, соответствует ценам, представленным на графике (График 2). Однако в таких странах, как США и Германия, оплачивает ее в значительной степени не потребитель, а выбранный им сотовый оператор. В обмен на эту услугу счастливый владелец нового смартфона обязуется в течение определенного времени, чаще всего составляющего два года, пользоваться сервисом соответствующего оператора, а также выполнять ряд специфических условий, указанных в контракте, заключаемом при покупке устройства.

В России заключению аналогичного соглашения препятствуют действующие законодательные нормы, а также особенности взаимоотношений производителя смартфона с поставщиками услуг связи. Так, три крупнейших сотовых оператора России на протяжении некоторого времени отказывались продлевать договоры на поставку новых iPhone, ссылаясь на чрезмерно жесткие условия, предъявляемые к ним производителем. Подробности этих «невыносимых условий» представители компаний не раскрывают, будучи ограниченными заключенными с Apple соглашениями. Однако широкое обсуждение получили требования по обязательному объему продаж определенного количества смартфонов в течение установленного срока. Невыполнение плана продаж приводит к выплате неустойки за нереализованные устройства. Вместе с этим, часть маркетинговых расходов также возлагается на официальных дистрибьюторов. Дальнейшее ужесточение таких условий нередко приводит к разрыву отношений между Apple и его официальными дистрибьюторами, в том числе с российскими операторами³.

³ <http://m.forbes.ru/article.php?id=231416>

Справедливости ради надо сказать, что на Apple жалуются не только компании из России. С сентября 2011 года от контракта с американской компанией отказались 10 сотовых операторов в Азии. В целом, Apple в Азии работает только с 240 операторами, значительно уступая по этому показателю корпорации Samsung⁴.

Вместе с этим, кажется удивительным, что на фоне публичных жалоб компаний-ритейлеров и сотовых операторов о жестких контрактных требованиях, уже после месяца официальных продаж iPhone 5s и iPhone 5c в России «Евросеть» и «Мегафон» (не имеют прямого контракта с Apple, поставки идут через официальных российских дистрибьюторов — компании «Дихаус» и «Мерлион») заявляют о дефиците устройств данных моделей⁵.

Международное сравнение цен на iPhone

Цены на новую модель iPhone 5s сразу же стали предметом межстрановых сопоставлений. Так, Mobile Unlocked⁶ (MU) был составлен индекс цен на iPhone 5s (16 ГБ), показывающий соотношение цены на смартфон и ВВП по ППС на душу населения. В анализ попали цены магазинов Apple и их официальных дистрибьюторов в 47 странах. То есть в расчет не принимались цены на «серых рынках». Согласно этому индексу, самые дешевые iPhone в Катаре (0,76% годового ВВП на душу населения), затем следует Люксембург (1,17%), Сингапур (1,29%), США (1,37%) и Гонконг (1,41%), самый дорогой — в Индии (22,70%) и Вьетнаме (19,75%).

Таблица 1

Розничные цены и индекс цен на iPhone 5s (MU) в некоторых странах

Страна	Индекс MU	Цена, \$	Цена, \$ (без налогов)	Страна	Индекс MU	Цена, \$	Цена, \$ (без налогов)
Катар	0,76	768,73	768,73	Германия	2,48	957,21	804,37
Люксембург	1,17	909,74	791,09	Малайзия	4,42	742,95	742,95
Сингапур	1,29	789,61	737,66	Россия	5,22	914,61	775,10
США	1,37	707,41	649,68	Мексика	5,33	818,97	706,01
ОАЭ	2,43	707,58	707,58	Китай	9,59	868,14	742,06
Бразилия	10,18	1196,42	1005,40	Индия	22,70	872,29	771,94

Источник: Mobile Unlocked (по состоянию на 18 ноября 2013 г.)

⁴ Samsung смог договориться с 800 операторами по всему миру. См.:

<http://www.gazeta.ru/business/2013/05/06/5312161.shtml>

⁵ <http://www.vedomosti.ru/tech/news/19151071/iphone-v-deficite>

⁶ <http://www.mobileunlocked.com/iphoneprices.asp>

По номинальным ценам самый дорогой iPhone 5s представлен в шести европейских странах (в Бельгии, Германии, Испании, Ирландии, Нидерландах и Австрии), самый дешевый — в США и ОАЭ. Россия находится в середине рейтинга — на 23 месте. Без учета налогов картина несколько меняется: самые дешевые iPhone 5s — США⁷ и Канаде, самые дорогие — в Бразилии, Иордании и Турции. В большей части развитых стран Европы телефон обходится дороже, чем в России — Россия занимает 25 место.

Сколько на самом деле стоит «контрактный iPhone»?

Рассмотрим несколько примеров, которые помогут чуть лучше разобраться в особенностях формирования цен на контрактные телефоны в некоторых странах.

Европа

В качестве типичного европейского примера возьмем оператора O2, работающего на территории Германии. Сравним опции для самой дешевой (16 ГБ) версии iPhone 5s.

Простейший тариф, который O2 предлагает для заключения контракта на получение «субсидируемого» телефона — O2 Blue Select, — предполагает ежемесячную плату в размере 17,99 € в течение первых 12 месяцев и 19,99 € — начиная с 13-го месяца. Однако при условии покупки «субсидируемого» смартфона эти суммы сокращаются до 12,99 € и 14,99 € соответственно.

Если клиент желает заключить, например, двухлетний контракт⁸ с оператором, то помимо указанных сумм за выбранный тариф ему придется также выплачивать и предоставленную ему субсидию. В нашем примере величина ежемесячного взноса за телефон будет составлять 30 €. Сам же телефон обойдется покупателю в 29 € и это как раз и будет той самой низкой стоимостью контрактного смартфона. В конечном итоге сумма по всем платежам за два года составит 1085 €⁹ против цены бесконтрактного смартфона в 699 €. Из графика 4 видно, что при использовании для бесконтрактного смартфона аналогичного тарифа окончательная стоимость владения гаджетом через два года хоть и различается, но не слишком значительно — 70 €.

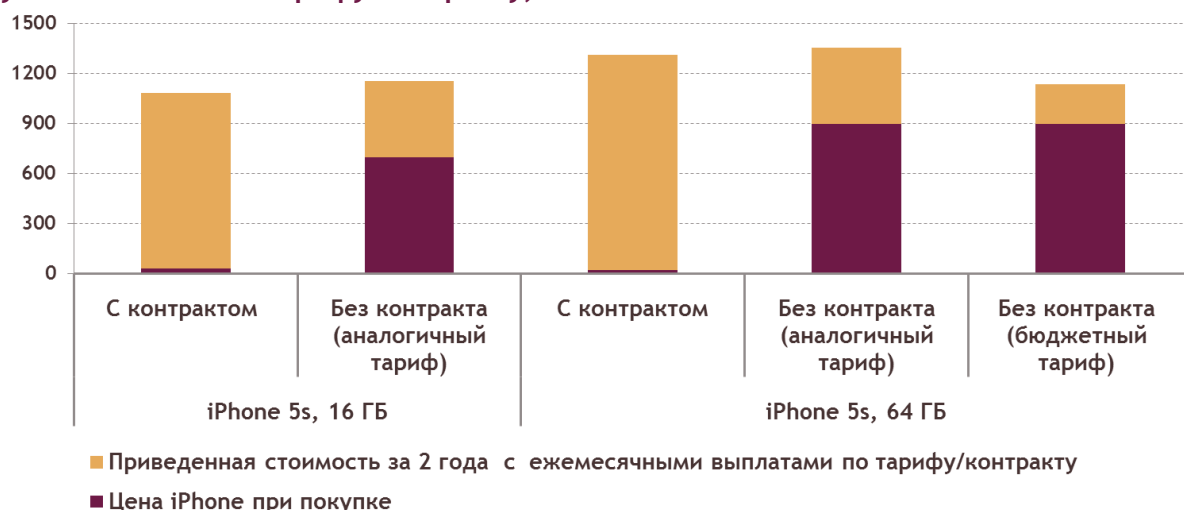
⁷ В различных штатах взимаются разные налоги, их ставки могут серьезно различаться. Для расчетов использован налог с продаж в штате Калифорния.

⁸ При продаже смартфонов операторы связи в различных развитых странах, как правило, предлагают двухлетний контракт. Предположительно такой срок может быть связан как с оптимальностью горизонта планирования продаж, так и с оптимальностью ежемесячных платежей для пользователей.

⁹ Клиент платит оператору разовую стоимость телефона (29 €), ежемесячную плату за тариф (12,99 € первые 12 месяцев и 14,99 € вторые 12 месяцев) и субсидию (30 €) в течение двух лет.

График 4

Суммарная стоимость владения iPhone 5s (16 ГБ) и iPhone 5s (64 ГБ) за 2 года с учетом выплат по тарифу/контракту, €



Источник: рассчитано на основе данных официального сайта компании Apple и оператора сотовой связи O2

Такие же расчеты для iPhone на 64 ГБ с добавлением еще одной опции — приобретение iPhone за полную цену не с аналогичным самому простому из предлагаемых для заключения контракта тарифом, а даже с более бюджетным, но недоступным при покупке субсидируемой модели смартфона — показали следующие результаты. При аналогичном тарифе разница на конец двухлетнего периода между контрактным и неконтрактным смартфоном составила всего 40 € (в пользу покупателя). Гораздо интереснее выглядит возможность покупки iPhone без контракта, которая позволяет воспользоваться тарифом более бюджетным, чем любые другие, предлагаемые с покупкой смартфона. В этом случае разница в нашем примере, не связанном с покупкой смартфона с контрактом, может составить до 176 € (в пользу покупателя).

Подобные расчеты для топовой версии нового iPhone с максимальными опциями тарифного плана показывают, что через два года разница между контрактной и несубсидируемой версиями будет составлять 220 €. Такие цифры указывают, в первую очередь, на тот факт, что окупаемость контрактного и бесконтрактного смартфона определяется главным образом выбором типа тарифного плана. Такие же результаты показывают и расчеты для альтернативных операторов — T-Mobile и Vodafone.

США

Ценовая политика операторов в Соединенных Штатах (Таблица 2) отличается от Европы. В США операторы продают телефоны по единой базовой цене, а конкуренция между ними происходит в основном в плоскости дополнительных услуг связи.

Таблица 2

Общая стоимость владения iPhone 5s (16 Гб) в США за 2 года, \$

Оператор связи	iPhone без контракта			iPhone с контрактом		
	Цена устройства	Ежемесячные платежи (услуги связи)	Общая стоимость владения iPhone без контракта	Цена устройства	Ежемесячные платежи (услуги связи + выплата субсидии)	Общая стоимость владения контрактным iPhone
AT&T	\$649	\$60 Безлимитные разговоры, текстовые сообщения, 2 Гб интернет-трафика	\$2089	\$199,99	\$95 Безлимитные разговоры, текстовые сообщения, 2 Гб интернет-трафика	\$2479,99
Sprint	\$649	\$60 Безлимитные разговоры, текстовые сообщения, Интернет	\$2089	\$199,99 или \$99,99 ¹⁰	\$80 Безлимитные разговоры, текстовые сообщения, Интернет	\$2119,99 или \$2019,99
Verizon	\$649	\$60 Безлимитные разговоры, текстовые сообщения, 2 Гб интернет-трафика	\$2089	\$199,99	\$100 Безлимитные разговоры, текстовые сообщения, 2 Гб интернет-трафика	\$2599,99
T-Mobile (не предлагает контрактных опций)	\$649	\$60 Безлимитные разговоры, текстовые сообщения, 2,5 Гб интернет-трафика	\$2089	-	-	-

Источник: составлено на основе данных официального сайта компании Apple и операторов сотовой связи в США

¹⁰ При переносе своего номера от другого оператора.

Идентичная стоимость у трех разных операторов указывает как минимум на то, что у производителя есть возможность контролировать цену продажи устройства конечным потребителям. Отметим, что установление единой цены характерно не только для Apple, такая ситуация свойственна и для других производителей гаджетов. Таким образом, операторам связи приходится конкурировать между собой посредством тарифных планов и наборов тарифных опций. Кроме того, параллельное обнуление цены (первоначального взноса) на старую модель iPhone указывает скорее на то, что Apple усиливает внутрибрендовую конкуренцию, пытаясь максимизировать свою прибыль на остаточном спросе, то есть среди потребителей с более низкой готовностью платить.

Что касается рынка услуг операторов связи, то, к примеру, в США существует возможность менять оператора связи, сохраняя при этом номер мобильного телефона. Это обеспечивает дополнительные условия для конкуренции между операторами за каждого клиента, что обуславливает заинтересованность в продаже субсидируемых моделей телефонов, где заблокирована возможность сменить поставщика услуг связи как минимум до окончания срока действия договора.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в 2012 году провела глобальное исследование¹¹, посвященное влиянию различных моделей продажи мобильных устройств на их цену. Несмотря на существование некоторых исключений, общий вывод исследования сводится к тому, что покупка отдельного контракта и телефона по полной стоимости обходится в среднем на 10–20% в год дешевле, чем приобретение субсидируемого устройства – в тех странах, где представлены оба варианта покупки. При этом делается оговорка, что разница в цене может зависеть также от ожидаемого потребителем качества продукта и узнаваемости бренда.

Суммируя наши расчеты и результаты исследования ОЭСР, можно констатировать, что в длительной перспективе контрактные телефоны либо дают очень небольшой выигрыш в цене, либо оказываются дороже покупки по полной стоимости.

Учитывая вышеперечисленное, попытаемся определить, кому же может быть выгодно заключать контракты.

Во-первых, контракты выгодны производителям и операторам, которые используют их в качестве инструмента привлечения и удержания клиентов. Цена в \$199 выглядит привлекательнее цены в \$649. Также и величина ежемесячной платы кажется не столь значительной на фоне полной стоимости телефона. Модель субсидируемого телефона

¹¹ [http://search.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP/CISP\(2012\)10/FINAL&docLanguage=En](http://search.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP/CISP(2012)10/FINAL&docLanguage=En)

фактически представляет собой систему отложенных во времени платежей. В странах с высокой инфляцией она может быть крайне выгодна потребителям и крайне невыгодна продавцам.

Во-вторых, контракты при определенных условиях могут быть несколько более выгодны тем потребителям, которые в любом случае приобрели бы аналогичный тариф при независимой покупке телефона. Это довольно активные потребители как услуг сотовой связи, так и мобильного Интернета.

В-третьих, контракт может играть роль потребительского кредита. Те пользователи, которые не могут себе позволить единовременную трату значительной суммы на смартфон, возможно, предпочтут платить ежемесячно, как они бы делали в случае банковского кредита. При этом важную роль играет и тот факт, что модель субсидирования телефона скорее является аналогом оплаты в рассрочку ввиду того, что с потребителя не взимается процент в явном виде.

Ограничения применения модели субсидирования мобильных телефонов в России

По указанным выше причинам контрактная модель хорошо прижилась в Европе и является доминирующей в США. Кроме того, модель продемонстрировала свою маркетинговую эффективность, благодаря которой распространенность смартфонов превысила в некоторых странах 50%¹². Консалтинговая компания J'son & Partners Consulting в своем исследовании «Российские и мировые продажи смартфонов по операционным системам, 2011–2016» также отметила, что в мире доля смартфонов (как более дорогих моделей по сравнению с менее функциональными мобильными телефонами) в общих поставках всех мобильных телефонов достигла 55%, в то время как в России эта цифра составила только 40%. Авторы предполагают, что отсутствие возможности купить субсидируемый смартфон и малая доля рынка мобильных телефонов и смартфонов, принадлежащая операторам, и определяет это отставание от мировой тенденции¹³. Главным препятствием для продажи устройств по контракту можно назвать формальные законодательные ограничения, а именно Федеральный закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». Пункт 2 статьи 16 «Недействительность условий договора, ущемляющих права потребителя» запрещает обуславливать приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг), а убытки, причиненные потребителю вследствие нарушения его права на свободный выбор товаров (работ, услуг), должны возмещаться продавцом (исполнителем) в полном объеме. Иными

¹² <http://oecdinsights.org/2013/07/04/how-much-does-that-cheap-smartphone-really-cost/>

¹³ http://www.json.ru/files/reports/2013-08-22_OS_MW_RU.pdf

словами, покупка контракта с определенным набором услуг вместе с приобретением смартфона может трактоваться в терминах навязывания.

Кроме того, сами отечественные операторы проявляют довольно слабый интерес к модели субсидируемых смартфонов, причины чего не вполне ясны. Возможно, дело в рисках, на которые не хотят идти успешные компании на устоявшемся рынке. Одно из предположений, которое делают эксперты GSMA Intelligence — долгосрочные контракты с оператором в большей степени характерны для развитых рынков¹⁴. Хотя на практике это не всегда подтверждается. Так, контрактная модель прижилась в таких странах, как Китай и Индия, работает у операторов Казахстана¹⁵, но так и не получила развития в России.

В любом случае, определенные представления о потенциале внедрения контрактных продаж смартфонов у «большой тройки» явно имеются. В 2008 году оператор сотовой связи «Мегафон» сделал попытку реализовать хорошо известную в Европе и США, но новую для России модель продаж устройств компании Apple. Потенциальным покупателям предлагалось при условии внесения первоначального взноса в размере от 49 рублей взять iPhone в аренду с последующим выкупом¹⁶. Ежемесячные платежи включали в себя как взносы за аренду, так и оплату услуг связи.

«Мегафон» — единственный оператор, предложивший прямо на старте продаж своим клиентам подобную опцию. Остальные участники рынка продавали устройство по полной стоимости (23 000 руб. за 8 Гб и 27 000 руб. за 16 Гб). Информация о результативности акции не представлена в открытом доступе, однако стоит заметить, что в дальнейшем ни «Мегафон», ни другие операторы ничего подобного в таких масштабах не предлагали, разве что иногда ограничиваясь предоставлением скидки на покупку устройства или тарифные опции. В то же время сами по себе акции со скидками на покупку зачастую обладают свойствами¹⁷, дающими основания предполагать, что операторы все еще пытаются оценить перспективы субсидирования и изучают необходимые для обеспечения процесса технологии.

¹⁴ Mobile revenue trends in a changing global economy. GSMA Intelligence. October 2013.

¹⁵ <http://www.kcell.kz/ru/businessphone/process2/872/1109>

¹⁶ http://sms.megafonpro.ru/info/rus/news/pressreleases/3g_iphone.html

¹⁷ Примером может служить организуемая компанией «Мегафон» акция по продаже привязанного к оператору смартфона Samsung GALAXY Note 3 со значительной скидкой при условии пополнения абонентом своего счета на 3000 руб. Подробнее об акции: <http://moscow.shop.megafon.ru/promo/note3.html>. Схожую акцию для iPhone 5s и iPhone 5c предлагает и «Билайн». Подробнее см.: <http://iphone.beeline.ru/5s/buy/index.wbp>

Трудно сказать, когда российские сотовые операторы станут воспринимать субсидированные телефоны в качестве эффективной бизнес-модели, и станут ли вообще. Возможно, отмена привязки номера к оператору связи слегка всколыхнет этот рынок. Для этого уже есть некоторые предпосылки. Так, согласно опросу Ericsson, 19% российских пользователей iPhone воспользовались бы возможностью перейти к другому оператору, если бы могли сохранить при этом свой номер. Таким образом, стремление компаний к созданию конкурентных преимуществ, нередко посредством ограничения конкуренции, возможно когда-нибудь станет основанием для создания удобного механизма покупки новых устройств.

Есть у некоторых экспертов и альтернативное мнение, заключающееся в том, что потенциал для расширения масштабов бизнеса операторы еще не исчерпали, и они до сих пор могут привлекать к себе новых клиентов дополнительными услугами¹⁸. Это связано, в том числе, с неравномерностью технологических возможностей операторов в части предоставления услуг связи третьего и четвертого поколения. После того как операторы исчерпают все имеющиеся у них сейчас технологические, маркетинговые и организационные возможности по привлечению новых клиентов, им придется искать новые инструменты, в числе которых может оказаться и субсидирование смартфонов.

Нами была рассмотрена одна из возможных моделей продаж смартфонов, показывающая лишь отдельное звено сбыта товара. Очевидно, что и маркетинговая стратегия, и ценовая политика различаются между разными компаниями и моделями телефонов. При этом, отвечая на поставленный в начале вопрос, можно сказать, что в России дешевых iPhone в ближайшей перспективе мы едва ли дождемся. Однако при условии возникновения инициативы со стороны операторов сотовой связи и определенной гибкости законодателя часть населения получит возможность приобретать устройство на более выгодных условиях.

¹⁸ http://www.gazeta.ru/techzone/2010/02/03_a_3319525.shtml