

ERICSSON DO SADA ISPORUČIO 2 MILIJUNA BAZNIH STANICA

Ericssonu je trebalo oko 20 godina da instalira milijun baznih stanica kako je objavljeno 2007. godine, a svega tri godine za isporuku daljnjih milijun. Dva milijunta bazna stanica bila je Ericsson RBS 6000, koja je nedavno isporučena u sklopu projekta proširenja mobilne širokopojasne mreže. Ericsson ima vodeću ulogu u usvajanju tehnologije mobilnog širokopojasnog pristupa i isporučio je većinu HSPA mreža koje rade brzinom od 14,4 Mbps ili više. Uz to, Ericsson je jedini isporučitelj koji sudjeluje u trenutačno vodećim izgradnjama 4G/LTE mreža. Ericssonova oprema za mobilne mreže povezuje ukupno više od 1,5 milijardi ljudi širom svijeta. Glavni pokretač velikog ubrzanja isporuka mobilne tehnologije je Ericssonov RBS 6000, kojeg karakterizira energetski učinkovita bazna stanica koja radi u području više standarda te podržava GSM/EDGE, WCDMA/HSPA i LTE u jednom pakiranju. RBS 6000 serija proizvoda dostupna je u varijantama za unutarnje i vanjske prostore te u *main-remote* paketima. Njezin kompaktan dizajn sadrži svega 25 posto prostora kojeg su koristile prijašnje generacije uz kapacitet koji je veći više od 10 puta. RBS 6000 serija značajno reducira potrošnju energije od 20 do 65 posto u usporedbi s ranijim Ericssonovim baznim stanicama. To su energetski najučinkovitije bazne stanice s najboljim performansama u cijeloj industriji.

PODATKOVNI PROMET U MOBILNIM MREŽAMA SE UTROSTRUČIO

Mobilni širokopojasni pristup danas koristi svega 10 posto korisnika no značajno podiže količinu prometa u mobilnim mrežama. Ericssonova mjerenja aktualnog prometa u mrežama širom svijeta pokazuju da se podatkovni promet u mobilnim mrežama gotovo utrostručio u zadnjoj godini uz deset puta brži rast nego kod glasovnog prometa. Podatkovni promet mobilnim mrežama nastavlja eksponencijalni rast čak i nakon što je po prvi puta u povijesti u prosincu 2009. godine nadmašio glasovni. Prema Ericssonovoj statistici, izmjereni mobilni podatkovni promet u svijetu u drugom tromjesečju 2010. mjesečno iznosi gotovo 225000 terabytea.

KAKO RASTUĆA GOSPODARSTVA KORISTE INTERNET

Prema nedavno provedenoj studiji Boston Consulting Group (BCG) korisnici u rastućim gospodarstvima na različite načine koriste Internet. Na primjer, kineski internetski korisnici uglavnom pristupaju zbog *instant messaginga* i *streaminga* glazbe, dok su korisnici u Brazilu i Rusiji više usredotočeni na pretraživanje i elektroničku poštu. Osim kulturalnih razlika koje utječu na obrasce ponašanja u korištenju internetskih usluga, cijena i tehnološke razine također igraju važnu ulogu. *"Oko 50 posto internetskih veza u Indiji su dial-up, spore i skupe. Iz tog razloga, ukoliko želite pristupiti webu u toj zemlji, logirate se, provjerite mail te se odjavite, dok u Kini možete biti online cijeli dan"*, kaže David Michael iz BCG-a u Pekingu. Različito ponašanje izaziva kod multinacionalnih kompanija dodatne napore vezano uz identificiranje najboljih marketinških strategija u budućnosti. (Financial Times)

PROMJENA PONAŠANJA TV GLEDATELJA

Ericssonov ConsumerLab objavio je rezultate nedavne studije pod nazivom "Multi Screen Media Consumption 2010". Podaci su prikupljeni u Kini, Njemačkoj, Španjolskoj, Švedskoj, Tajvanu, Velikoj Britaniji i SAD-u. Uzorak u studiji predstavlja više od 300 milijuna korisnika. Studija pokazuje da ljudi troše do 35 posto njihovog slobodnog vremena gledajući TV i video sadržaje, a korisnici su sve svjesniji novih tehnologija što stvara nove obrasce u konzumiranju medija. Barem jednom tjedno, 93 posto ispitanika još uvijek gleda uobičajeni TV program, no uloga TV se mijenja zahvaljujući uvođenju novih distribucijskih kanala. Više od 70 posto ispitanih korisnika koristi *streaming*, učitavanje ili gledanje snimljenog TV programa na tjednoj osnovi, a 50 posto koristi internetske usluge TV/video sadržaja na zahtjev svakog tjedna. TV program uživo još je uvijek vrlo važan korisnicima, no mogućnost odluke kada i kako gledati TV program utjecat će na ulogu televizije u narednom razdoblju. Korisnici u budućnosti žele personalizirane, lake za korištenje i visokokvalitetne usluge na zahtjev bez oglašivačkih stanki.