

Konec boomu tabletů

Skoro žádné inovace a velmi malá cílová skupina: tablety už jsou za zenitem a ostatní zařízení je začínají předhánět.

Christoph Sackmann, Radek Kubeš

Asi před rokem prezentoval jeden produktový manažer, který nechce být jmenován, na veletrhu nový tablet, který jeho firma vyrobila. Tablet byl malý, příjemně ovladatelný a dobře vypadal. Moc toho ale neuměl a stál asi jen 5 500 korun. „Vyrábět drahé tablety už se nevyplácí,“ řekl tento manažer, „trh už je saturovaný.“

Jeho slova potvrzuje rok poté analytická agentura Gartner: předpovědi prodeje tabletů se ukázaly jako nesprávné. Namísto předpokládaného růstu o 25 procent v roce 2015 poroste trh s tablety asi jen o 19 procent. Konkrétně to znamená, že Apple, Samsung, Acer a další výrobci prodají do konce roku 2015 asi o 75 milionů zařízení méně, než Gartner původně předpokládal. Do konce roku 2018 to bude až o 155 milionů tabletů méně, než analytici Gartneru odhadovali. Dřívější předpovědi o prodeji tabletů se tedy ukázaly jako přehnaně optimistické. Dokonce i Apple, jednička na trhu s tablety, se potýká s poklesem prodejů. Zatímco prodeje iPhoneů od počátku roku 2014 trhají jeden rekord za druhým, prodeje iPadů v meziročním srovnání neustále klesají. Naposledy dokonce o 13 procent. Situaci nezmění ani nejnovější modely iPad mini 3 a iPad Air 2 – nepřicházejí totiž s žádnou významnou inovací.

Tablety dosáhly vrcholu během čtyř let

Co se ale přesně stalo s tímto typem zařízení, které před několika lety vyvolalo na trhu takový rozruch? Celý boom nastartovat první iPad, uvedený v roce 2010. Tablety byly oslavovány jako spása pro západní civilizaci, přinejmenším pro mediální a zábavní průmysl. Vlastní aplikaci pro iPady vyvinulo mnoho vydavatelství, televizních kanálů i provozovatelů internetových služeb. Předpokládalo se, že tablety budou nejdůležitějším zařízením určeným ke konzumaci multimédií.

A dnes? Podle analytiků agentury Gartner trpí celý segment především tím, že zákazníci obměňují své tablety méně často, než se původně předpokládalo. Do roku 2018 se životní cyklus tabletů prodlouží až na tři roky. To asi není u iPadů příliš překvapivé, už jen proto, že tradičně patří k tomu nejdražšímu na trhu. Navíc stárnou jen velmi pomalu – například na několik let starém iPadu 2 můžete bez větších problémů používat nejnovější operační systém iOS 8.1.

Dnes navíc musí tablety soupeřit o přízeň a čas uživatelů s mnoha dalšími zařízeními, nejnověji například s chytrými hodinkami. Po většinu času je tak tablet jen doplňkovým zařízením, které si uživatelé kupují až ve chvíli, kdy už mají smartphone a notebook.

Největší problém však spočívá v tom, že staré tablety nejsou vždy nahrazovány novými. Uživatelé jdou často o krok dál a pořídí si phablet nebo notebook s dotykovým displejem. Proto Gartner vytvořil novou kategorii zařízení, nazvanou Ultramobile Premiums. Patří do ní notebooky, které zastanou i funkci tabletů, tedy například různá konvertibilní zařízení nebo notebooky typu dva v jednom. Právě tato zařízení se stávají největším konkurentem tabletů, protože lidé, kteří potřebují na svém přenosném zařízení plnohodnotně pracovat, se neobejdou bez klasické klávesnice.


Notebooky navíc mohou dnes konkurovat tabletům i co do hmotnosti a mobility. „Notebooky jsou tenčí, lehčí, mají větší výdrž na baterii, přibýly dotykové funkce. A právě všechny tyto atributy výhody tabletů ztenčují,“ říká Vít Urban, marketingový manažer ve společnosti Acer ČR.

Nové uplatnění pro tablety

Výrobci nyní zvažují další perspektivy tabletů. Rychlejší procesory a ostřejší obraz displejů přitom hrají jen velmi malou roli. „Je naprosto klíčové rozšířit potenciální oblasti využití tabletů praktickými inovacemi,“ vysvětluje mluvčí Lenova Thilo Huys. Teprve pak mohou mít tablety všech velikostí a cenových tříd potenciál k růstu prodeje. Vít Urban z Aceru si je přitom jistý, že „trhu nebude jednoznačně dominovat žádná skupina zařízení“.

Ale kde jsou oblasti využití, které zajistí tabletům jejich další budoucnost? Nejčastěji jsou tato zařízení využívána pro surfování po internetu, ke čtení a sledování filmů, přičemž technické požadavky na tyto aktivity neprocházejí žádnými výraznými změnami. Samozřejmě je nade vše pochybnost, že se výrobcům daří vylepšovat hardware a prodlužovat výdrž na akumulátor, ale takto nelze tablety optimalizovat donekonečna. Je tedy pravděpodobné, že zůstanou atraktivním doplňkovým zařízením, zatímco hybridní zařízení kategorie Ultramobile Premiums budou představovat nový standard. Například Toshiba se proto více zaměřila na vývoj hybridních notebooků než na vývoj nových tabletů. Lenovo na to jde jinak a snaží se udělat z tabletů užitečné pracovní nástroje. Proto má nový tablet Yoga Tablet 2 Pro 13,3palcový displej a projektor v podstavci. To je možná užitečná výbava pro lidi pracující mimo kancelář, masově rozšířenou se ale asi nestane. Další výrobci se snaží zachránit své tablety hledáním nových cílových skupin zákazníků. Například Acer vidí velkou budoucnost tabletů v rukách žáků a studentů. Ani tento výhled ale není příliš optimistický – mnoho amerických škol už přešlo z tabletů na levnější a praktičtější chromebooky.

Jediným segmentem, který ještě pokračuje ve strmém růstu, jsou hry. Pravidelně hraje hry na mobilních zařízeních až 66 milionů Američanů. Tablety zde již před dlouhou dobou nahradily přenosné herní konzole, jako je PS Vita nebo Nintendo 3DS, a herní vývojáři převádějí na tablety své nejlepší tituly. Například firma Electronic Arts zkonvertovala pro tablety své herní pecky Sims nebo sérii FIFA. Vývoj náročnějších her umožňuje zvyšující se výpočetní výkon tabletů.

Svoji strategii pro zvýšení prodeje tabletů má samozřejmě i Apple. Kalifornský gigant se nyní zaměřuje především na rozvojové země, protože jak věří jeho šéf Tim Cook, „trh zde ještě není saturovaný“. Podle odhadů si bude právě v rozvojových zemích v nejbližší době kupovat svůj první tablet 50 až 70 procent zákazníků. 

autor@chip.cz