

АБОНЕНТАМ СТАНЕТ ДОСТУПНО

В НАЧАЛЕ 2014 ГОДА У РОССИЙСКИХ АБОНЕНТОВ ДОЛЖНА ПОЯВИТЬСЯ ВОЗМОЖНОСТЬ СОХРАНЕНИЯ НОМЕРА ПРИ СМЕНЕ МОБИЛЬНОГО ОПЕРАТОРА. СТОИМОСТЬ ПЕРЕХОДА, ПО ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫМ ДАННЫМ, СОСТАВИТ НЕ БОЛЕЕ 100 РУБЛЕЙ МЕЖДУ ТЕМ В СВЯЗИ С НОВОВВЕДЕНИЕМ ЭКСПЕРТЫ НЕ ПРОГНОЗИРУЮТ СУЩЕСТВЕННОГО ОТТОКА АБОНЕНТОВ НА МАССОВОМ РЫНКЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ.

ЕЛИЗАВЕТА ЗУБАКИНА, СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ХРОНИКИ ОТМЕНЫ Отмену так называемого «мобильного рабства», когда номер мобильного телефона принадлежит не самому абоненту, а конкретному оператору связи, в России обсуждали несколько лет. Однако лишь весной прошлого года государство перешло от слов к делу: тогдашний президент России Дмитрий Медведев выступил с требованием отменить принцип смены мобильного номера абонентами при смене оператора. В декабре соответствующий закон подписал уже новый президент страны Владимир Путин. Так что с начала 2014 года услуга MNP (Mobile Number Portability — переносимость мобильного номера) должна быть доступна всем пользователям сотовой связи в России. Правда для того, чтобы нововведение действительно заработало в установленные сроки, необходимо разработать немалое количество подзаконных актов, а также создать специальную базу данных переносимых номеров. Создание базы данных планируется за счет средств резерва универсального обслуживания (формируется за счет отчислений операторов 1,2% своей выручки в год), а ее эксплуатация — за счет платежей операторов связи или фонда универсальной услуги связи (в случае нехватки средств, поступивших от операторов). По оценкам экспертов, единовременные затраты на создание такой базы составят до 500 млн руб., а текущие затраты, связанные с обеспечением функционирования такой базы данных, сейчас оцениваются до 300 млн руб. ежегодно. Предварительно планируется, что оператором базы данных перенесенных номеров будет федеральный орган исполнительной власти в области связи, то есть Минкомсвязи РФ. Однако, по информации, полученной от участников рынка, окончательное решение по этому вопросу еще не принято.

Эксперты убеждены: на грамотную реализацию проекта подобного масштаба времени катастрофически мало. Так, по данным ФГУП «Научно-исследовательский институт радио» (НИИР), в других странах внедрение MNP занимало в среднем от двух до четырех лет. Специалисты J'son&Partners также добавляют, что, согласно западной практике, часто операторы, которые внедрили услугу сохранения номера при переходе от одного оператора к другому, недооценивали ожидаемые затраты. В частности, внедрение MNP в Великобритании обошлось операторам более чем в \$88 млн при ожидаемых затратах в \$58,6 млн, в Ирландии — в \$62 млн (ожидаемые затраты — \$20,6 млн), в Нидерландах — в \$42,7 млн (ожидалось \$29,4 млн).

Ситуацию осложняет и тот факт, что процесс создания и принятия подзаконных актов, которые будут регулировать работу операторов, пока, по словам экспертов, протекает не особенно динамично. Так, по данным «Б-Телеком», согласно таймингу внедрения MNP в России, все необходимые акты должны быть окончательно приняты к июню этого года. Но, как сообщил на условиях анонимности представитель одного из мобильных операторов, на сегодняшний день существуют лишь несколько проектов документов, которые должны были быть утверждены еще в феврале. В Минкомсвязи не смогли точно ответить, когда это произойдет, однако на момент сдачи номера в печать



ОЛЬГА КИРСАНОВА

РОССИЙСКИМ АБОНЕНТАМ БОЛЬШЕ НЕ ПРИДЕТСЯ ДОЛГО РАЗДУМЫВАТЬ О СМЕНЕ МОБИЛЬНОГО ОПЕРАТОРА

в ведомстве подчеркнули, что «вся необходимая нормативно-правовая база подготовлена и согласовывается с ведомствами, в ближайшее время эта работа будет завершена. Минкомсвязи РФ проводит регулярные рабочие встречи с участием всех операторов и других заинтересованных сторон. Таким образом, все имеют одну и ту же информацию и действуют по одному плану. Решение будет реализовано в срок».

МАССОВЫЙ ОТТОК? Как бы там ни было, по мнению аналитиков J'son&Partners, востребованность MNP на российском рынке не превысит 3–5% в течение ближайших двух-трех лет.

Опыт других стран показывает, что в первые годы показатель оттока абонентов в среднем по рынку после внедрения MNP иногда оставался неизменным, а порой даже падал. Но есть и другие примеры, когда этот показатель резко возрастал. Например, по данным аналитиков J'son&Partners, основанным на информации операторов, в Финляндии на следующий год после запуска услуги уровень оттока подскочил в полтора раза, превысив показатель в 25%, а в Польше превысил 30%.

На популярность MNP, по мнению экспертов, 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.

Если в России услуга будет запущена в 2014 году, как и планируется, то очевидно, что условия рынка сильно отличаются от описанных в Финляндии и Польше. Уровень проникновения мобильной связи в нашей стране выше, чем во многих европейских

странах. По итогам 2012 года этот показатель в России составил более 161%.

По мнению аналитиков J'son&Partners, запуск MNP 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.

Российское подразделение международной исследовательской компании EPSI Research Services в своем прошлогоднем исследовании отмечает, что уровень лояльности российских абонентов к операторам довольно высок и составляет в среднем 84,5 балла из 100. Однако, по мнению экспертов, это связано с тем, что в России, одной из немногих стран на постсоветском пространстве, по-прежнему сохраняются очень высокие барьеры перехода для абонентов. «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».

Между тем игроки «большой тройки» (МТС, «Мегафон» и «Вымпелком») серьезных изменений в перераспределении долей на массовом рынке в связи с изменениями в законодательстве не прогнозируют. Пресс-секретарь МТС Валерия Кузьменко ранее в интервью «Ъ» отмечала, что на рынках с высоким проникновением мобильной связи 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 опера-

торов 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». Анна Айбашева, пресс-секретарь «Вымпелкома», в свою очередь добавляла, 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. «Мегафон» приводит данные собственного исследования, согласно которому 93% их абонентов оператора менять не планируют.

Мнение участников рынка подтверждает и опрос, проведенный исследовательским холдингом «Ромир», который показал, что сегодня всего 2% абонентов потенциально заинтересованы в услуге MNP. Аналитики J'son & Partners считают, что внедрение полноценного механизма MNP должно происходить параллельно с созданием благоприятных условий для MVNO (Mobile Virtual Network Operator), с отменой национального роуминга и региональных ограничений при смене оператора. Для этого потребуются 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 вряд ли вызовет серьезное увеличение оттока абонентов на потребительском рынке, в частности и потому, 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 просто не ждут улучшений в качестве работы операторов сотовой связи. ■