

ПРОТОПТАННОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ ДОРОГОЙ

ОДНО ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ
НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕКОМ-
ОТРАСЛИ — СОЗДАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ
ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ. АГАТА МАРИНИНА



СУЩЕСТВУЕТ ТРИ ВОЗМОЖНЫЕ МОДЕЛИ БИЗНЕСА ВИРТУАЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ: ЛОУКОСТ, ДЕШЕВЫЙ РОУМИНГ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО СЕРВИСА ДЛЯ СУЩЕСТВУЮЩИХ КЛИЕНТОВ ОСНОВНОГО БИЗНЕСА

Во всем мире рынок виртуальных операторов (MVNO) растет. По словам пресейл-консультанта по операторским решениям «Инфосистемы Джет» Дениса Гудцова, в Европе лидером является Германия, где к 2020 будет представлено около 140 MVNO. Как отмечают эксперты, в странах с большим ARPU (Average Revenue per User — средняя выручка на одного пользователя) бизнес-модель виртуального оператора как простого дискаунтера более жизнеспособна за счет оптимизации операционных затрат на управление сетью. Например, в Великобритании количество действующих MVNO-брендов превышает 60. Директор по развитию компании Danuscom.Mobile Петр Кушиков говорит, что развитию в Европе способствует разработанная законодательная база. Кроме того, благоприятно влияет тот факт, что услуги MVNO ниже цен базовых операторов, так как нет затрат на строительство и обслуживание собственной сетевой инженерной инфраструктуры. За счет этого базовый оператор дает низкую цену MVNO и не несет затрат на привлечение новых абонентов. Положительными факторами являются также отсутствие внутрисетевого роуминга, упрощенная система идентификации абонента, более короткие сроки запуска по причине отсутствия необходимости внедрения систем типа COPM и сдачи узлов связи в регионах. По словам директора технического департамента компании «ХайТэк» Дмитрия Ласькова, за более чем десятилетнюю практику данная технология подтвердила свое право на существование. «MVNO успешно конкурирует с обычными сотовыми операторами: например, в некоторых европейских странах доля виртуальных сотовых операторов достигает 40%», — отмечает он.

ПУТЬ ПРОЛОЖЕН Россия в технологическом плане будет следовать протоптанной дорогой за западными странами. И так как в мире количество MVNO растет, то значит, и у нас грядет рост виртуальных операторов. По словам господина Гудцова, это будет происходить на фоне развития m2m, IoT и eSIM. По словам Петра Кушикова, российский рынок на текущий момент состоит из шести крупных MVNO и около двадцати небольших локальных, созданных, как правило, исключительно для извлечения прибыли от услуг связи. При этом «большая шестерка» MVNO представляет собой не классических сотовых операторов, а синергию бизнесов: телекома, финансов, логистики, телемаркетинга, страхования. Менеджер по развитию бизнеса Orange Business

Services Алексей Смирнов считает, что это направление активно развивается в России уже несколько лет. «На сегодняшний день в стране запущено около 40 виртуальных операторов подвижной радиотелефонной связи. Рост числа абонентов MVNO будет происходить в основном за счет промышленных внедрений m2m/IoT-решений, в то время как рост количества абонентов среди частных лиц будет относительно невысоким», — полагает эксперт.

По прогнозам младшего аналитика ИК «Фридом Финанс» Александры Овчинниковой, к 2022 году доля MVNO в России вырастет в семь раз, до 14–15%. Лидеры сегмента останутся неизменными. Крупнейшим игроком на рынке после Yota останется Tele2 в связи с решением компании стать «Фабрикой MVNO». На потенциал рынка влияет развитие проектов в области b2b, b2g и в области интернета вещей. Так, по прогнозам российский рынок IoT в текущем году вырастет на 18%, до \$4,3 млрд, что подчеркивает возможности экспансии MVNO.

Существует три возможные модели бизнеса виртуальных операторов: лоукост, дешевый роуминг и предоставление дополнительного сервиса для существующих клиентов основного бизнеса. Из них на российском рынке более успешными являются проекты, работающие по последней модели. «Следовательно, чем более активно будут развиваться смежные секторы экономики — ритейл, банкинг, медийные сервисы, тем больше будет потенциальный спрос на создание виртуальных операторов», — прогнозирует Денис Гудцов.

ВСЕМ В ПЛЮС Клиентами MVNO могут быть и компании, и частные лица. Для первой категории, как подчеркивает Алексей Смирнов, преимуществом использования услуг виртуального оператора могут быть более интересные тарифные планы и условия обслуживания. Например, они могут быть выстроены с учетом особенностей регионов, где работает оператор, или под определенные социальные группы. Для корпоративных заказчиков преимущество — возможность частных закрытых LTE-сетей на базе предприятий и развертывание на их базе сервисов интернета вещей: видеонаблюдения и видеоаналитики, систем охраны труда, сбора телеметрии с промышленного оборудования. От развития сервисов на основе MVNO выиграют конечные потребители. «При увеличивающейся конкуренции клиенты всегда выигрывают. Абоненты заинтересованы в получении большего объема услуг за меньшие деньги либо в получении

только тех услуг, которые важны, без навязанных оператором дополнительных сервисов», — считает господин Гудцов.

По мнению Дмитрия Ласькова, виртуальный оператор может попробовать предложить более гибкие условия и выгодные тарифы, тем самым привлекая аудиторию, которая не особо интересна традиционным операторам связи ввиду низкой эффективности от вложений на их удержание и обслуживание.

Александра Овчинникова полагает, что наиболее востребованы операторы MVNO в банковском секторе и ритейле, поскольку таким образом уменьшаются затраты на привлечение и обслуживание абонентов, сокращаются издержки на сервисы информирования и в то же время повышается лояльность клиентов. «Более того, компании могут собирать больше информации о пользователях, которая в дальнейшем обрабатывается путем анализа больших данных. Так, например, Сбербанк и Тинькофф-банк запустили собственных операторов MVNO — „СберМобайл“ и „ТинькоффМобайл“, — рассказывает она.

НЕ ВСЕ ТАК ГЛАДКО В настоящее время, по словам аналитиков, Россия находится в десятке стран с самой низкой стоимостью мобильного интернета. Из-за этого конкурировать с ними виртуальным операторам очень сложно. «Создание MVNO — очень затратный проект, причем как в финансовом плане, так и в плане технической организации. Позволить себе такого рода проекты может не каждая компания», — констатирует господин Гудцов. Госпожа Овчинникова также указывает на то, что преградой для экспансии MVNO является высокий порог входа с точки зрения первоначальных инвестиций. Более того, рынок мобильной связи достиг насыщения, в связи с чем виртуальные операторы лишь отбирают абонентов у базовых операторов, следовательно, высокий приток клиентов маловероятен.

Мешает развитию MNVO в России и слабая законодательная база в части регулирования деятельности этого сегмента. Кроме того, негативно влияют изжившие себя, по мнению экспертов, схема и порядок выделения номерной емкости операторам, когда выделенный пул номеров закреплен за определенным «домашним» регионом. В числе причин также называется и нежелание операторов «большой тройки» участвовать в развитии MVNO на своих сетях.

ДОСТУЧАТЬСЯ ДО КЛИЕНТА Как правило, аудитория потребителей виртуаль-

ных операторов связи представляет собой узкий сегмент, целенаправленная работа с которым не представляет особого интереса для классических мобильных операторов, говорят аналитики. «А для виртуального оператора это часть целевой аудитории в рамках основного бизнеса, и он будет с ними работать, одновременно привлекая абонентов для оператора-партнера», — отмечает господин Гудцов. По его словам, преимущество MVNO в том, что такой вид деятельности доступен для любого бизнеса, а не только телеком-компаниям.

«И компании проявляют все большую заинтересованность в расширении границ своего бизнеса, ведь количество активных устройств, подключенных к сети, растет лавинообразно, а современные технологии последних пары лет открывают широкие возможности для мобильных операторов. Например, eSIM упрощает производство и логистику, особенно для OEM-производителей, так как отвязывает устройство от профиля оператора. Подключить его к сети „из коробки“ можно, не посещая салон, а выбор доступных операторов осуществляется непосредственно при первом включении буквально парой нажатий по экрану, без утомительной процедуры установки SIM-карты», — говорит эксперт.

Господин Кушиков добавляет, что при использовании MVNO услуги сотовой связи являются каналом продаж продуктов и услуг основных бизнесов. Таким образом, появление новых игроков, в том числе MVNO, возможно только с целью усиления основного направления бизнеса. Наиболее активное развитие, по прогнозам, будет происходить в финансовом и логистических секторах, а также в секторе IT. В скором будущем ожидается рост MVNO у крупного ритейла. Именно так происходит в США и в Европе. По прогнозам Дениса Гудцова, связка «eSIM + 5G» расширит количество подключенных абонентских устройств: практически все выпускаемые ноутбуки будут оснащены модулями 5G. А применение eSIM в IoT-устройствах решит задачу миграции сотен единиц оборудования, уже установленного в стационарные или подвижные объекты, с одного оператора на другого. Сегодня в силу традиций на рынке m2m у нас в стране наблюдается монополия MVNO-операторов. Но с ростом количества популярности технологии интернета вещей и возможностей использования eSIM должны появиться нишевые виртуальные операторы, предоставляющие сервисы по передаче данных для IoT-устройств. ■