

ВИРТУАЛЬНЫЕ ОПЕРАТОРЫ ИЩУТ ПРИБЫЛЬ

ОБЩЕЕ ЧИСЛО АБОНЕНТОВ MOBILE VIRTUAL NETWORK OPERATOR (MVNO) В РОССИИ ПРЕВЫСИЛО 7 МЛН. ОДНАКО ЛИШЬ МАЛАЯ ЧАСТЬ ТАКИХ ПРОЕКТОВ ДОБИВАЕТСЯ КОММЕРЧЕСКОГО УСПЕХА. КАК СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ, НАИБОЛЬШИЙ ПОТЕНЦИАЛ — У MVNO В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ, КОТОРЫЕ ПОЗВОЛЯЮТ ФИНАНСОВЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ ЭКОНОМИТЬ НА УСЛУГАХ МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ И СОЗДАВАТЬ ЭКОСИСТЕМУ ИЗ СВОИХ ПРОДУКТОВ. АЛЕКСЕЙ КИРИЧЕНКО

Концепция виртуальных сетей появилась более 20 лет назад в Великобритании, когда британский регулятор ввел ограничение для монополистов рынка с целью стимулирования конкуренции. Сотовые сети обязали предоставлять часть своей инфраструктуры, включая телефонные номера и частоты, мелким компаниям. В результате это стало выгодно для всех сторон, в том числе абонентов, за счет более выгодных тарифов.

На российском рынке только в начале 2000-х появились виртуальные операторы. Немалую роль в развитии данного бизнеса сыграли крупные торговые сети. Так, в середине нулевых на кассах в магазинах продавали SIM-карты «А-мобайл», которые сеть «Ашан» сделала совместно с МТС.

По оценкам «TMT консалтинг», сейчас общее число MVNO-абонентов в России превысило 7 млн человек. Российские виртуальные операторы обслуживают менее 3% всех мобильных абонентов страны, но их бизнес растет опережающими темпами. Число клиентов MVNO за 2018 год увеличилось на 18%, в то время как абонентская база всего мобильного рынка осталась на прошлогоднем уровне.

Хотя лицензиями на оказание услуги по модели MVNO обладают свыше 70 компаний, рынок по-прежнему формируют три игрока, аффилированных с федеральными мобильными операторами: Yota, «Ростелеком» и МГТС. Причем на крупнейшего, Yota, приходится две трети всех абонентов.

В b2b-сегменте рынка MVNO лидером является «Ростелеком»: его доля — свыше половины бизнес-клиентов виртуальных операторов. В «TMT консалтинг» объясняют это активными продажами услуг мобильной связи собственным корпоративным клиентам «Ростелекома» (компания является крупнейшим российским оператором фиксированной связи), а также работой с новыми заказчиками.

С другой стороны, в последние годы игроки «второго эшелона» проявили возросшую активность на b2b-рынке, предлагая мобильную связь как в «чистом» виде, так и в составе конвергентного продукта. Однако их клиентские базы, как правило, исчисляются единицами тысяч, в отдельных случаях — десятками тысяч клиентов.

Следствием работы как лидеров, так и новых игроков является опережающее развитие корпоративного рынка MVNO: в 2018 году он вырос более чем на 23%, резюмируют в «TMT консалтинг».

ПОЙТИ ВА-БАНК Эксперты прогнозируют, что вскоре возрастет роль банковских проектов в MVNO, на которые в настоящее время приходится лишь 3% рынка. К примеру, «Сбербанк» сподвигла к этому шагу агрессивная ценовая политика сторонних операторов. Запустив мобильного опе-



Появление mvno могло бы повысить конкуренцию на монополизированном рынке телекоммуникаций, но пока их позиции слишком слабы

ратора «Сбермобайл» на частотах Tele2, финансовая организация уже в первый месяц начала экономить 25 млн рублей в месяц на рассылке SMS-сообщений клиентам, заменив их на отправку push-уведомлений. «Спасибо операторам за их агрессивное поведение: нельзя так относиться к клиентам, как они относятся к нам. В позапрошлом году, например, они повысили тарифы в семь раз», — заявлял глава «Сбербанка» Герман Греф.

С другой стороны, MVNO для банков это часть экосистемы. Финансовые организации заинтересованы максимально окружить клиента своими продуктами. Для пользователей виртуального оператора банки могут ввести кешбэк или предложить бесплатный пакет услуг (SMS, мобильный интернет, голосовая связь). Кроме «Сбербанка», виртуальный оператор есть у «Тинькофф», а ВТБ запускает MVNO-проект в этом сентябре.

Однако, по его словам, на каком-то этапе операторам выгодно предоставлять свои мощности новым игрокам за счет того, что готовая рабочая инфраструктура активно используется и при этом не приходится заботиться о поиске новых абонентов из-за высокой стоимости привлечения. «Но если заглянуть вперед, то рост числа абонентов у независимых операторов может привести к тому, что они окажутся в той позиции, когда смогут диктовать свои условия. Появление новых операторов, конечно, благоприятно влияет на рынок, конкуренцию и на абонентов, но глобальных изменений виртуальные операторы вызвать все-таки не могут. Ощутимые изменения могут наступить из-за внедрения новых технологий, которые существенно удешевят базовую стоимость самой связи», — отмечает господин Липский.

ДАРИТЬ ГИГАБАЙТЫ Из-за того что виртуальным операторам приходится соперничать с традиционными игроками и снижать стоимость услуг, маржа этого бизнеса падает. По подсчетам коммерческого директора ПАО «Мегафон» Влада Вольфсона, 80% MVNO в мире убыточны, а операционная маржа остальных в среднем близка к 6%. Господин Вольфсон считает этот показатель катастрофически низким. По его словам, проще заниматься продажей сотовых телефонов, чем этим бизнесом.

Коммерческого успеха MVNO-проекты не добиваются по разным причинам. К примеру, громко разрекламированный VKmobile (проект «ВКонтакте», запущенный на сетях «Мегафон») закрылся сразу на старте, в 2017 году. Во «ВКонтакте» заявили, что причиной закрытия стало малое количество клиентов. «Смена оператора является определенным барьером, им (пользователям. — **БГ**) удобнее переходить на новый тариф, не меняя SIM-карту, и мы не готовы это игнорировать», — отметили в пресс-службе компании.

По мнению директора по развитию сегмента виртуальных операторов и партнерств Tele2 Сергея Волкова, успех MVNO-проекта во многом зависит от того, будут ли предложены абонентам дополнительные интересные возможности. Комментируя создание на базе футбольного клуба виртуального оператора «Спартак Мобайл», он отметил: «Ничего нового, кроме SIM-карты, раскрашенной в фирменные цвета команды, коллеги не предлагают». Хотя, по мнению эксперта, спортивные проекты могли бы заинтересовать болельщиков уникальными преимуществами. Например, можно дарить гигабайты интернета в случае победы, предлагать безлимитный трафик во время игр или разыгрывать футболки игроков и билеты на матчи. ■