анализ ситуации на рынке мобильного интернета[1]

Аннотация

В статье рассматривается ситуация на рынке мобильного интернета. Описан состав основных операторов и их долей. Приводится информация о прогнозах на ближайшее будущее.

Ключевые слова: рынок широкополосного доступа (ШПД) в интернет, мобильный интернет, позиционирование, тенденции развития рынка, абонентская база

Герасимова Гита Николаевна
аспирантка, Российский государственный торгово-экономический университет, ведущий специалист отдела маркетинга компании Yota
Ggerasimova@yotateam.com

В целом по России интернетом предпочитают пользоваться люди, имеющее высшее или незаконченное высшее образование: отмечено 71% проникновения в эти группы, против 5% проникновения интернета в группы, где неполное среднее или общее образование.

«Сложность входа на незанятые ниши будет заключаться в самом формировании спроса», – как-то сделал Рокфеллер в 30-х годах, когда завез в Китай 300 тыс. керосиновых ламп, чтобы спровоцировать спрос на керосин. То есть необходимо не просто предоставлять доступ к интернету для тех, кто старше 44 лет, или для тех, у кого образование ниже среднего, важно создать продукт, который окажется им интересным с точки зрения использования услуг интернета [5].

Если мы углубимся в анализ, то следующим шагом будет изучение ценообразования на данном рынке, как правило, оно сводится к анализу цен на услуги доступа и стимулирующих акций, так как цена, один из ведущих факторов, определяющих позиционирование. Цены лучше принимать к сравнению прайсовые, то есть «полные» без учета скидок и акций, а также подводных камней в виде всевозможных ограничений. Акции, скидки и ограничения – это дополнительный анализ предложения. При рассмотрении

[1] Материал из серии «Аналитические обзоры». – *Прим. ред.*

московского рынка на апрель 2011 можно прийти к выводу, что подключение к фиксированному (проводному) доступу большинством компаний производится бесплатно. При этом средняя плата в месяц за интернет варьируется от 110 до 1250 руб., в зависимости от скорости доступа. Причем, компании как правило, стремятся создать благоприятные условия для первончалальной покупки и декларируют в своих стимулирующих акциях: «модем за полстоимости/ бесплатно» и/ или 1/2/3 меяца безлимитного интернета в подарок и т.д.

Эффективность деятельности компаний на рынке мобильного интернета

Мерой внешней эффективности деятельности на рынке мобильного ШПД в интернет, как и на телекоммуникационном рынке служат абонентская база и выручка, мерой внутренней эффективности – EBIDTA и ARPU.

EBIDTA[2] рассчитывается на основании финансовой отчетности компании и служит для оценки прибыльности основной деятельности. Показатель используется при сравнении эффективности деятельности компании с отраслевыми аналогами. Как правило, данный показатель не является публичным и чаще всего он служит неким KPI для сотрудников компании. Например, компания Yota в качестве основного KPI[3] для всех сотрудников установила увеличение EBIDTA до 40%.

Абонентская база – это база клиентов, которые пользуются услугами оператора. Абонентская база может рассчитываться как одномоментная, однодневная, одномесячная, трехмесячная – все эти данные отслеживаются биллинговыми системами, установленными у оператора.

Поскольку при подготовке публичных отчетов могут использоваться различные методы сбора и обработки информации, воспользуемся отчетом аналитиков рынка. По их оценкам, абонентская база

...компания Yota в качестве основного KPI для всех сотрудников установила увеличение EBIDTA до 40%.

[2] EBITDA (сокр. от *англ.* Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) – показатель объема прибыли до вычета налогов, процентов и начисленной амортизации. – *Прим. ред.*

[3] KPI (*англ.* Key Performance Indicators) – ключевые показатели эффективности. – *Прим. ред.*

...средняя плата в месяц за интернет варьируется от 110 до 1250 руб., в зависимости от скорости доступа

Таблица

Абонентская база операторов мобильного интернета

Компания	Абонентская база, тыс. абонентов
МТС	1775
ВымпелКом	1553
МегаФон	2755
Скайлинк	966
Yota	655

мобильного интернета в России на конец 2010 года имеет вид, представленный в *табл.* (*см. выше*):

Если же говорить о выручке, то согласно данным аналитиков, ее характеризуют следующие показатели: «МТС» – 4 355 149 руб., «Вымпелком» – 3 360 632 руб., «Мегафон» – 7 542 267 руб., «Скайлинк» – 4 292 057 руб., Yota – 2 959 380 руб. (*см. рис. ниже*):

ARPU расшифровывается как Average Revenue Per User и переводится как средняя выручка от одного абонента в месяц. Другими словами, это чистый доход, который оператор получает после уплаты налогов, с каждого своего клиента. ARPU рассчитывают путем деления общей выручки на число абонентов. Эта схема имеет достаточно большую погрешность: например, один пользователь мобильного интернета может воспользоваться интернетом три раза в месяц, а другой – 333. [7]

Согласно оценкам аналитиков телекоммуникационного рынка[4], среднее ARPU за 2-е полугодие 2010 года по тарифным пакетам беспроводного интернета следующее: «МТС» – 289 руб., «Вымпелком» – 254 руб., «Мегафон» – 317 руб., «Скайлинк» – 498 руб., Yota – 575 руб. Как мы видим, на первом месте это компания Yota, на последнем Вымпелком.

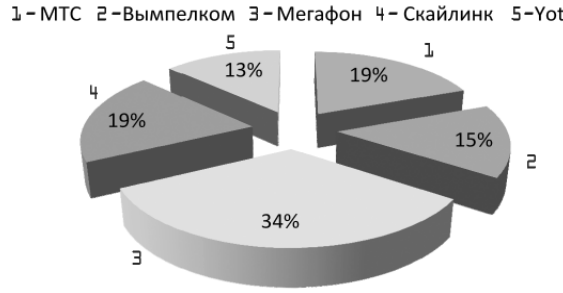

Рис. Структура выручки от предоставляемых услуг мобильного интернета

Согласно данным AC&M Consulting, главное событие московского рынка сотовой связи – сверхинтенсивное развитие рынка мобильной передачи данных. Рост трафика («большая тройка» плюс «Скайлинк») с января по декабрь 2010 года составил 73%, увеличившись с 829 млн Мб до 1957 млн Мб. В значительной степени возросла и выручка от услуг мобильной передачи данных. В 2010 году она составила около 13,6 млрд рублей.

Прогнозы и тенденции

Главное событие московского рынка сотовой связи в 2011 году – активное развитие мобильного интернета. Операторы «Большой тройки» будут активно покрывать город и область сетью 3G, закрывая «белые пятна» в покрытии, что позволит предоставить услуги высокого качества уже к концу 2011 года. В стремлении привлечь новых абонентов мобильного интернета операторы будут продолжать снижение стоимости интернет-трафика. При этом прирост домашних подключений к широкополосному доступу в Москве и Санкт-Петербурге замедляется, тогда как в ближайшие два года прогноз прироста абоненсткоой базы домашнего интернета в регионах составляет 20–25%. Также прогнозируется снижение стоимости USB-устройств для мобильного доступа.

Продолжится консолидация рынка сотового ритейла и в дальнейшем с усилением позиций операторов связи в розничной торговле, и по мере расширения опыта работы в данной сфере российский рынок будет приближаться к европейской модели.

Таким образом, мы имеем сравнительно новый рынок, который активно развивается по всей России – рынок мобильного интернета (ШПД). Который в скором времени будет дополнен новой технологией передачи данных LTE[5]. Сроки ее запус-

[4] Данные собраны и предоставлены агентством, которое специализируется на data-sharing между операторами, однако 100%-й достоверности в себе могут и не нести.

[5] LTE (от *англ.* Long-Term Evolution – «долгосрочная эволюция») – технология построения сетей беспроводной связи поколения, следующего за 3G, на базе IP-технологий, отличающаяся высокими скоростями передачи данных. Внедрение LTE обеспечит возможность создания высокоскоростных систем сотовой связи. – *Прим. ред.*

Литература

1. http://www.expo-telecom.ru/index.php?m=2&k=157&d=11.
2. Что такое 2G, 3G и 4G? [Электронный ресур]. – Режим доступа: http://rm-friends.at.ua/news/chto_takoe_2g_3g_i_4g/2010-09-29-255.
3. Мобильный потенциал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.comnews.ru/index.cfm?id=53996.
4. Internet World Stats [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.internetworldstats.com.
5. Бюллетень фонда общественного мнения за период лето 2010. Россия.
6. http://www.gzt.ru/topnews/business/-rossiya-stanet-mirovym-liderom-po-obespecheniyu-/351554.html?from=copiedlink
7. ARPU: гордость или стыд операторов? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.onliner.by/events/operators/arpu_crime_prejuce/print.
8. Коротко о МТС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.company.mts.ru/press-centre/briefly.

...мы имеем сравнительно новый рынок, который активно развивается по всей России – рынок мобильного интернета

ка в России постоянно сдвигаются. «Проблемы лежат в области регуляторики, которая не успевает за развитием технологий, – комментирует ситуацию руководитель департамента беспроводных технологий J'son & Partners Consulting Виталий Солонин. Речь идет о слишком медленном принятии нормативно-правовых документов, длительных бюрократических процедурах и т.д. Хотя нельзя не отметить и положительные сдвиги в данном направлении. Например, недавно Минкомсвязи разработало и утвердило правила применения оборудования LTE. Это событие можно расценивать как первый шаг на пути внедрения LTE в России. Следующий этап – аккредитация испытательных лабораторий, которая по нормативам занимает до трех месяцев. Лаборатории, в частности, будут проверять на оснащенность средствами измерений. Далее эти лаборатории будут принимать заявки на сертификацию оборудования и проводить саму сертификацию. Так что процесс растягивается во времени. Но при условии, что все пойдет гладко, есть шанс, что сети LTE все-таки заработают к концу текущего года». При этом Виталий Солонин отмечает, что для ускорения старта LTE в России опять (как в случае 3G в Москве) потребуется прямое вмешательство первых лиц страны, вплоть до президента. Следовательно, при запуске данной технологии новый рынок претерпит свои изменения, как относительно доли, так и позиционирования своих продуктов на этом рынке.

pn

Gita N. Gerasimova
Postgraduate Student, Russian State University of Commerce and Economics,
Leading Specialist, Marketing Department, Yota Company

Situational Analysis of Mobile Internet Market

Abstract

The article analyses the situation on the market of mobile Internet. It lists the main operators with their market shares, and covers the range of existing forecasts for the nearest future.

Keywords: Internet access broadband market, mobile Internet, positioning, market trends, subscriber base