

МОБИЛЬНАЯ ИСТОРИЯ

МОБИЛЬНАЯ СВЯЗЬ — ОДИН ИЗ НАИБОЛЕЕ ДОХОДНЫХ И ДИНАМИЧНЫХ СЕГМЕНТОВ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ. КОНКУРЕНЦИЯ НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕЙ ИСТОРИИ ЕГО РАЗВИТИЯ ОБЕСПЕЧИЛА ВНУШИТЕЛЬНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

КСЕНИЯ ПОТАПОВА

Говоря о рынке мобильной связи в России, справедливо начать исторический отсчет с пейджинга. К сожалению, в отличие от американского «коллеги», российский пейджер просуществовал не так долго. Его массовое использование началось лишь на заре 1990-х, притом, что уже в 1991 году в Петербурге компания «Дельта Телеком» запустила первую сотовую сеть (стандарта NMT-450) и состоялся первый «мобильный» разговор между главами Санкт-Петербурга и Нью-Йорка.

Поэтому повторить путь США, где пейджерами до сих пор пользуются экстренные службы, в России не удалось. Хотя, несмотря на конкуренцию со стороны мобильных телефонов, пейджинговые компании продолжили существование, периодически исчезая и возрождаясь с обновленным пакетом услуг.

До середины 1990-х мобильная связь считалась элитным признаком, ею пользовалось менее 0,5% населения страны. Но с внедрением цифрового стандарта GSM начался новый этап развития. «В 1993 году появилась компания „Северо-Западный GSM“ (ныне „Мегафон“), в 1996–1997 годах — МТС и „Билайн“. Начала формироваться так называемая „большая тройка“ — три крупных оператора, жестко конкурирующих между собой. Эта конкуренция как раз и обеспечила те сравнительно низкие цены на сотовую связь, которые мы сегодня имеем. Можно только гадать, как бы развивался рынок дальше, если бы „тройки“ не сложилось», — отмечает Юрий Брюквин, генеральный директор агентства «Рустелеком».

Вторым переломным моментом в российской мобильной истории эксперт считает начало 2000-х, когда клиентская база сотовых операторов достигла 1,4 млн абонентов. С этого момента она стала расти в два и более раза ежегодно. Только за период 2003–2004 годов произошел скачок с 15,7 до 71,5 млн. И по количеству абонентов сотовая связь обошла фиксированную.

«Позднее сильнейшим драйвером развития мобильной связи в России стал запуск технологии 3G в конце 2007 года, которая произвела революцию на рынке. Пользователи получили доступ к мобильному интернету, который впоследствии перераспределил выручку с голосовой связи и SMS на передачу данных», — отмечает Артемий Пономарев, директор направления «Смартфон» компании Yota.

Кстати, к 2010 году доля выручки в отрасли «Связь» от услуг сотовой связи достигла 40% и с тех пор практически не меняется, оставаясь для них основным генератором доходов. К 2015 году в России отмечался один из самых высоких в мире показателей распространения сотовой связи: 151 активный абонент на 100 человек населения по данным Высшей школы экономики.

На рынке, очевидно, на длительный срок сформировалась уже «большая четверка» в лице компаний «Билайн», МТС,



ДО СЕРЕДИНЫ 1990-Х МОБИЛЬНАЯ СВЯЗЬ СЧИТАЛАСЬ АТРИБУТОМ ЭЛИТЫ, ЕЮ ПОЛЬЗОВАЛОСЬ МЕНЕЕ 0,5% НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ

«Мегафон» и Tele2. Независимых малых операторов практически не осталось: сегодня им принадлежит всего около 1% рынка. Новые игроки не появляются, так как потенциал роста абонентской базы почти исчерпан, как и возможности самого радиочастотного ресурса, кроме того, обслуживание клиентов на должном уровне сегодня требует от операторов действительно огромных инвестиций.

ЦЕНА ВОПРОСА Несмотря на периодически мелькающие сообщения о том, что сотовая связь в России начинает дорожать, в целом эксперты отмечают, что тарифы, наоборот, всегда имели тенденцию к снижению. «В начале 1990-х стоимость услуг была запредельно высокой, и ежемесячные расходы на связь превышали в разы средний заработок в \$20–30, а оплата за услуги осуществлялась поштучно за минуту разговора или SMS. С конца 1990-х началась

широкая экспансия операторов „большой тройки“ в регионы. Одним из инструментов снижения цен стало активное распространение федеральных телефонных номеров, которые были дешевле прямых в обслуживании и, следовательно, в использовании. Другим важным фактором стало появление тарифов с посекундной тарификацией с самого начала разговора. А в 2006 году на законодательном уровне операторам стало запрещено брать плату за входящие звонки», — поясняет Артемий Пономарев (сейчас, к слову, идет процесс отмены роуминга внутри национальных сетей. — **ВГ**).

«При этом даже в тот момент, когда запускались бесплатные входящие, стоимость минуты все равно снижалась. Обусловлено это все той же конкуренцией, заложенной еще в 1996 году», — добавляет Юрий Брюквин.

Так, в 1998 году стоимость минуты разговора составляла около \$0,5, в начале

2000-х — \$0,2, а через десять лет — уже менее \$0,05. То же самое происходит и с мобильным интернетом.

«В целом же основная тенденция изменения тарифов — это предложение большего объема трафика за примерно те же деньги. Качественным изменением рынка стало также предложение пакетных тарифов, которые сегодня стали основой тарифной политики операторов. Сейчас мобильные операторы ищут способы увеличения выручки на насыщенном рынке. Тарифная политика при этом должна быть направлена на предложение еще большего объема трафика и допслуг, но за большие деньги», — резюмирует Константин Анкилов, генеральный директор агентства «ТМТ Консалтинг».

НОВЫЕ ПРАКТИКИ Если раньше сотовые операторы ассоциировались исключительно с голосовыми сервисами, то сейчас перечень их услуг значительно увеличился. Снижение спроса на голосовые вызовы и SMS компенсируется ростом выручки от мобильной передачи данных. Мобильный интернет стал основным драйвером развития рынка. Еще в начале 2016 года компания Cisco сообщила, что, в соответствии с ее прогнозом по развитию рынка мобильной связи, к 2020 году объем мобильного трафика в России увеличится в восемь раз.

«Миллениалы — люди, родившиеся в начале 2000-х, — телефонным разговорам предпочитают мессенджеры и соцсети. Также неголосовые коммуникации активно использует и бизнес», — поясняет господин Брюквин. Сказывается и характерная особенность российского рынка мобильного интернета, когда жители отдаленных и пригородных населенных пунктов используют мобильный 4G-интернет как замену проводному.

Сейчас все идет к применению сетей 5G, которые должны превзойти по скорости общедоступные сети Wi-Fi. Не менее перспективными направлениями операторы мобильной связи считают развитие услуг, связанных с мобильными m2m-подключениями и Big Data.

Олег Телюков, директор макрорегиона «Северо-Запад» Tele2, говорит: «На сегодняшний день оператор продолжает делать акцент на развитии сети: в 2018 году Tele2 инвестирует на эти цели 1,3 млрд рублей только в Санкт-Петербурге и Ленинградской области».

Алексей Титов, директор Северо-Западного филиала компании «Мегафон», полагает, что практически любая сфера деятельности становится все больше связана с цифровыми технологиями. «Не секрет, что многие бизнес-процессы и социальное развитие, появление беспилотного транспорта и телемедицины, оснащение „умных“ городов и их переход на принципиально новый уровень — все это в большой степени зависит от телеком-инфраструктуры», — резюмирует господин Телюков. ■