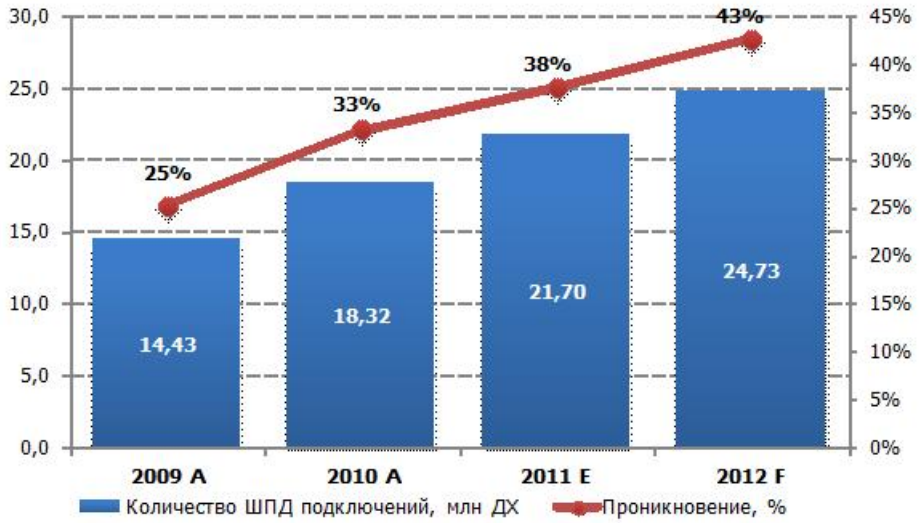
ШПД в регионах: рост на 5% в год и инвестиции в будущее

Каждый квартал, изучая статистику операторов фиксированного ШПД по регионам России, у меня вертится на языке термин "недостаточно". Темпы развития бизнеса вполне разумные, но вот о каком-либо значимом проникновении говорить пока рано. В связи с этим низкий уровень конкуренции и, как результат, абонентам перманентно недостаточно скорости, сервисов, качества клиентского обслуживания, скидок, преференций и дисконтных предложений. Подключая абонентов по технологиям ADSL, FTTx и DOCSIS компании связи отчетливо осознают, что места пока что хватает всем: рынок не дошел в своем росте даже до половины потенциальной емкости.

Если подсчитать все правильно, то на конец 2011 года (оценка J'son & Partners Consulting), количество российских домохозяйств, имеющих фиксированный широкополосный доступ в Интернет, составило 21,7 млн, увеличившись по отношению к показателю 2010 г. всего на 18%. Таким образом, общее проникновение услуги достигло 38% (+5% роста за год). Даже если принять на веру тот факт, что до конца 2012 года это проникновение увеличится еще на 5%, то даже тогда на рынке будет 24,7 млн. подключенных домохозяйств, но уровень проникновения услуги будет на уровне 43% - половины рынка еще нет. Но и эти показатели привели к тому, что число пользователей Интернета в России выросло вдвое. Если в 2007 году насчитывалось 26,3 миллиона пользователей (23% населения), то к 2011 году их доля возросла до 40% (около 57 миллионов). 52% пользователей зарегистрированы в социальных сетях.

Рисунок №1. Количество «домашних» широкополосных подключений в России 2009-2012 гг.



Источник: J'son & Partners Consulting

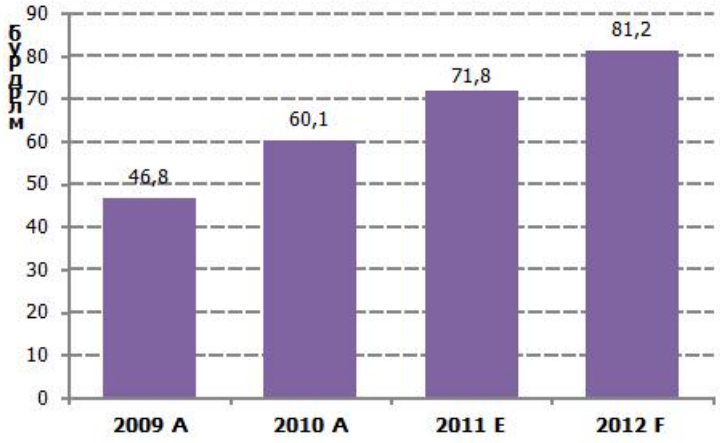
Примечание к графикам: A – актуальные данные, E – оценочные данные, F – прогнозные значения

Разумеется, чем дальше, тем строить сложнее. В ближайшее время "операторская мечта" в виде четырехподъездной девятиэтажки, к которой так удобно подводить гигабитный канал с т.з. разумной окупаемости подобного проекта, ужмется как минимум в два раза. А дальше операторам придется выбирать каким образом они будут покрывать частный сектор в региональных центрах. Там никакого LTE еще долго не будет, а 3G на всех банально не хватает. Придется им размышлять по поводу радиотехнологий ближнего радиуса - из серии Wi-Fi/WiMAX (а там, кроме согласования проекта, появилась еще и плата за частоты – совсем сложный кейс получается). Я уж пока не буду говорить про спутниковый интернет- это вообще болезненная тема российского рынка. Новые спутники только должны взлететь на нормальную орбиту, и будут ли эти запуски штатными - я пока сомневаюсь. Единственный выход - перегонять в удобные и свободные точки западные аппараты с мощной энергетикой и свободными стволами, что позволит уменьшить диаметр приемной тарелки и удешевить подключения для клиентов.

Отмечу, что стратегии развития операторов на рынке - различны. Уже с год небольшим операторам связи "ловить нечего" - их перманентно скупают "МегаФон" и "Ростелеком", а также "ВымпелКом" (иногда и МТС), причем сделки эти происходят без переоценки, за разумные деньги. Пока не ясна окончательно ситуация с "Акадо", но и этому активу развиваться самостоятельно не суждено. Рынок захватывают крупные "федералы", которые отчетливо понимают, что только за счет "чистого доступа в Сеть" они много не навоюют, поэтому они сразу предлагают своим клиентам цифровое телевидение и доступ в Интернет "в одном флаконе". Правда, перебить "вчистую" тот же "Триколор ТВ" у них не то, чтобы получается сразу - там хватает и кино и сериалов и спорта. А премиальные пакеты в регионах не очень-то и нужны. Скорее, выигрыш будет именно за счет предложения двух

сервисов по цене одного. И позволить себе такие затраты смогут только большие компании: вся "мелочь" здесь уже не выживает. Кстати, движение в сторону качественного ТВ-сигнала по кабелю, а не с помощью эфира, ставит перед компаниями необходимость качественного улучшения своих сетей передачи данных, поэтому даже в уже построенных регионах большое технологическое переоборудование сети идет в это самое время.

Рисунок №2. Объем рынка «домашнего» широкополосного доступа в Интернет в России 2009-2012 гг.

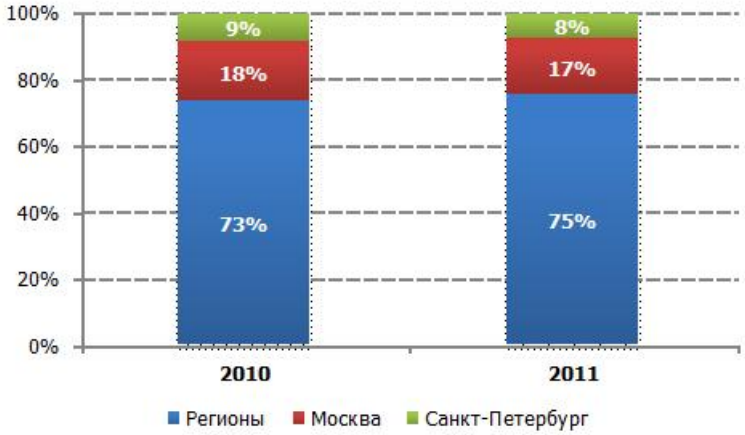


Источник: J’son & Partners Consulting

Причем, все эти затраты вполне окупаются - объем рынка за 2011 г. (правда, здесь мы имеем в виду только доходы провайдеров от предоставления услуги ШПД частным лицам) составил 71,8 млрд. рублей. Согласно оценкам J’son & Partners Consulting, к концу 2012 г. данный показатель вырастет до отметки 81,2 млрд. руб., то есть при росте проникновения на 5% доходы операторов увеличиваются уже примерно на 10 млрд. в год: динамика вполне положительная. Интересно, что итоги 2011 года примерно аналогичным образом отличаются от итогов года 2010го - рост выручки в 11,8 млрд. руб., но это меньше итогов 2010 года, когда рост по сравнению с 2009 годом был больше (14,3 млрд. руб.). На явное замедление похоже, хотя, речь, скорее всего, идет о коррекции: за тот же объем денег стало предлагаться больше услуг и операторы связи снижали стоимость своих сервисов только бы не потерять клиентов.

Отдельно, видимо, стоит сказать про социальный доступ в Интернет. На самом деле играть в такие игры вполне по силам всем крупным игрокам рынка, особенно если есть четкая договоренность с руководством того или иного региона. Вполне осуществимой реальностью в этой связи я могу себе представить ситуацию, когда недорогие компьютеры будут реализовываться через органы соцзащиты вместе с кабельным подключением. Платить за это сначала будет оператор связи, а дальше - органы местного самоуправления. Еще лучше, если эти затраты будут покрываться через фонд универсальной услуги связи - тогда организатору доступа в принципе не надо будет волноваться по поводу того заплатят ему или нет. С отсрочкой, но это произойдет. Организация таких подключений будет эффективна на развитых рынках, причем в комплекте с обязательным подключением к порталам государственных услуг, чтобы снизить стоимость работы с потенциальными потребителями широкого спектра государственных сервисов в самого начала. Экономия здесь вполне просматривается. В перспективе можно будет сократить число сотрудников социальных служб, как минимум. Но пока что это только мечта. :)

Рисунок №3. География распределения широкополосных подключений, 2010-2011 гг.



Источник: J’son & Partners Consulting

Но в наибольшей степени меня "радует" география распределения широкополосных подключений - столица, хоть и больше Санкт-Петербурга в два раза по объему и остается самым крупным рынком страны, но давно не доминирует (МКАД дает всего лишь 17% в общероссийском рынке связи). Причем, если годом ранее на все регионы приходилось 73% рынка, то в 2011м - уже 75%. И, вдобавок, прирост рынка: по 1% было "отобрано" у двух российских столиц. Налицо агрессивный рост регионов - в том числе и усилиями "федералов". Кстати, отданные проценты, по мнению аналитиков J’son & Partners Consulting, были отторгнуты еще и из-за активной политики привлечения клиентов в этих двух городах, а также бешеного ценового демпинга, который сопровождал рост численности клиентов "по головам".

Таблица №1. Количество пользователей ведущих провайдеров России, 2011 г.

Провайдер/группа компаний	**Число пользователей, млн ДХ**	**Рост абонбазы по сравнению с 2010 г.**
Ростелеком (включая НКС)	8,2	25%
МТС	2,1	21%
ВымпелКом	2,1	53%
ЭР-Телеком	1,9	38%
АКАДО	0,8	8%
Другие	6,6	1%
Всего	**21,7**	**18%**

Источник: J’son & Partners Consulting, данные операторов

Глобальные лидеры в России вполне определились - на первом месте с 8,2 млн. контрактов прочно обосновался "Ростелеком". Компания может бездельничать несколько лет подряд, но даже тогда МТС и "ВымпелКом" (по 2,1 млн. клиентов у каждого) не догонят ни по одному показателю. Правда, этим двум федералам волноваться нечего - у них есть мобильня связь, на которой они зарабатывают больше мегателекомчика. Но в части ШПД "Ростелеком" - бесспорный лидер. Вообще, если посмотреть на табличку, то получается, что у нас на рынке всего-то четыре крупных оператора, в корзинке которых больше двух миллионов абонентов (да-да - у "ЭР-Телеком" их 1,9 млн., но они, верю, сто тысяч клиентов быстро добавят). Не вижу пока с лупой усилий "МегаФон" в части построения оператора ШПД - а сколько обещаний давал почти что бывший генеральный директор компании г-н Солдатенков, но исполнять их ему не суждено. Клиентов фиксированного ШПД у "МегаФон" куда как меньше, чем у "Акадо" - так что этого оператора покупать надо побыстрее. Ведь все предыдущие покупки, включая «НетБайНет Холдинг», «Вэб Плас», «Находка Телеком», «ЧебНет», «Лучше.Net» и «Юграте л» погоды на рынке не сделали.

Отметим и рост "ВымпелКом" - он совсем не органический, а исключительно состоит из сделок типа M&A. Но победителей не судят. Они разделили второе место с МТС, который начал региональную экспансию куда как активнее "полосатых". Аналитики J’son & Partners Consulting по этому поводу в своем отчете написали следующим образом: "Наиболее ярким событием 2011 г. стало изменение в тройке лидеров. Если в конце 2010 г. "бронзовым финалистом" была компания "ЭР-Телеком", то спустя 12 месяцев в первой тройке оказалась компания «ВымпелКом», догнавшая по числу подключений компанию МТС, и разделившая с ней второе и третье места. За год компания "ВымпелКом" увеличила количество своих абонентов на 53% и в итоге обогнала "ЭР-Телеком Холдинг" на 0,2 млн подключений. Интересно, смогут ли в "ВымпелКом" держать такой темп и дальше. Точнее, скажем так - хватит ли им на это денег?

Схема №1. Долевое распределение абонентской базы частных клиентов для крупных

операторов связи РФ.

2010 г.	2011 г.
	

Самый правильный вариант оценки ситуации - провести полноценное сравнение результатов операторов, но это будет слишком долгое повествование. Посмотрим кто сумел изменить свои показатели на перманентно растущем рынке. На 2% подросли "Ростелеком" и "ВымпелКом", но это приобретения дали такую возможность. 1% улучшения продемонстрировал "ЭР-Телеком" - а вот это как раз строительство. И только "Акадо" и МТС не улучшили свое положение больше роста рынка: те доли, которые у них были в прошлом году в этом так и остались. Кстати, весь рост на 5% лидеров рынка пришелся не друг на друга, а на циферке "остальные": прямых ценовых столкновений в большинстве регионов между операторами, равными по калибру, пока совсем мало (исключая две столицы). Эти войны еще только впереди.