"Ростелеком" может стать контент-сервис-провайдером

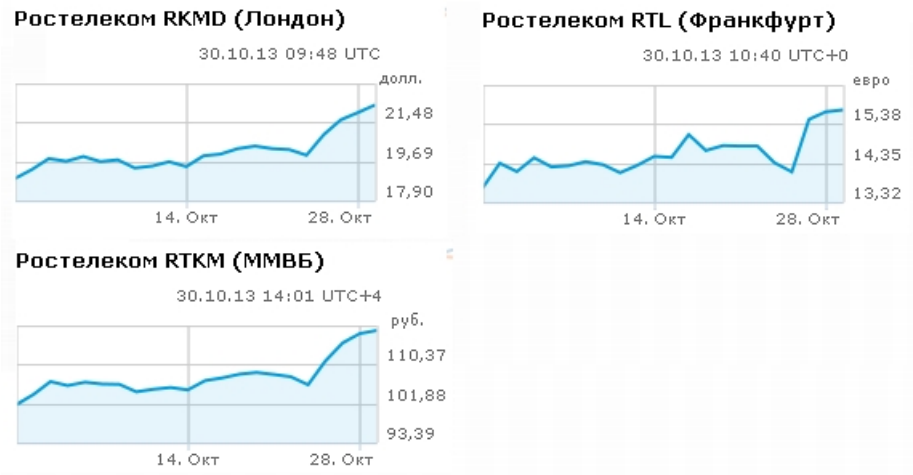
Стала известна информация* об основных моментах, которые появились в обновленной стратегии "Ростелекома". Изменения должны привести к тому, чтобы компания "переквалифицировалась" и стала оператором контента, имеющим при этом масштабную инфраструктуру, как по протяженности, так и по географическому охвату.

Реальность такова, что практически все российские посетители NAG, так или иначе, имеют (или имели) отношения с компанией "Ростелеком". А для тех, кто локально соперничает с "российским чемпионом", важнее будет знать не только "что уже есть", но и чего ждать — по принципу "меня не интересуют его возможности, я хочу знать его намерения" **.



Понятно, что вектор стратегического развития должен учитывать и текущее положение, и имеющиеся ресурсы

В эти дни идёт поэтапная подготовка и проработка стратегии: "Ведомости" сообщили, что комитет по стратегии уже обсудил концепцию развития компании до 2018 года, которая вполне всех устроила, и теперь этот план стратегического развития "Ростелекома" направлен в совет директоров компании.



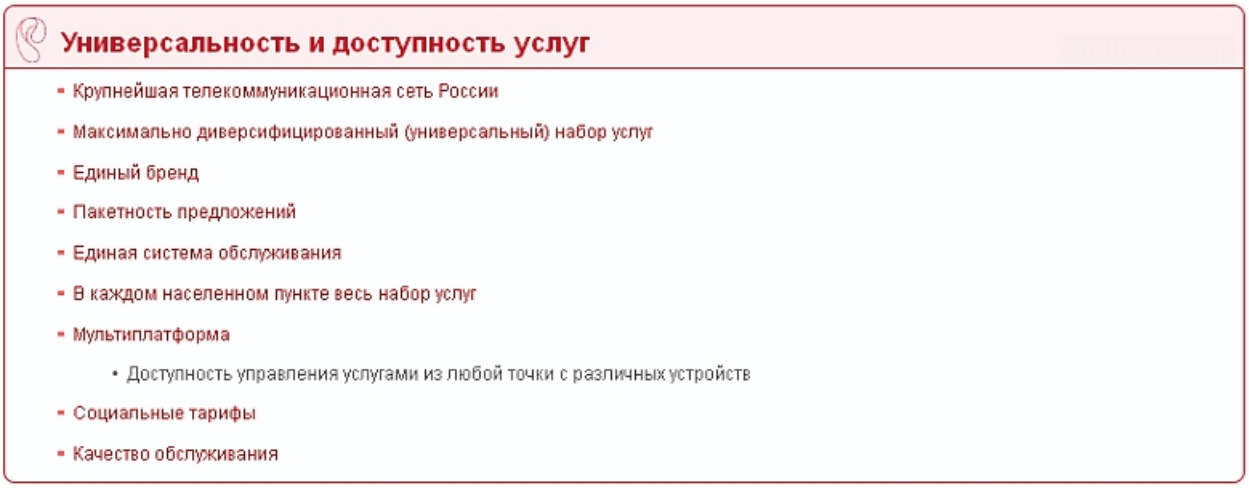
Судя по реакции, планируемые изменения в стратегии нашли положительный отклик

"Ростелеком" похоже решил поискать бизнес-счастья в другой "шкуре", как оператор контент-сервисов (content service provider), то ли поддержав последнее веяние зарубежной моды позиционирования себя "не оператором", то ли к этому подтолкнул предыдущий опыт нового топ-менеджера "Ростелекома".

В рамках новой стратегии "Ростелеком" продолжит развитие оптоволоконных подключений

и за пару лет планирует "пройти" все российские дома выше трех этажей. Услуги платного ТВ компания намерена предоставлять, взяв за образец TV Everywhere — "ТВ-картинка" должна быть доступна на самых разных устройствах абонента и не только дома.

Обслуживая огромную абонентскую базу и имея разнообразные технические возможности, было бы неразумно превращаться в "трубу" для своих клиентов. Поэтому компания решила использовать свои конкурентные преимущества — "контроль" и "охват" для получения дополнительных доходов от контент-услуг. Тренд на повышение скоростей доступа и наличие сети GPON только этому поспособствуют.



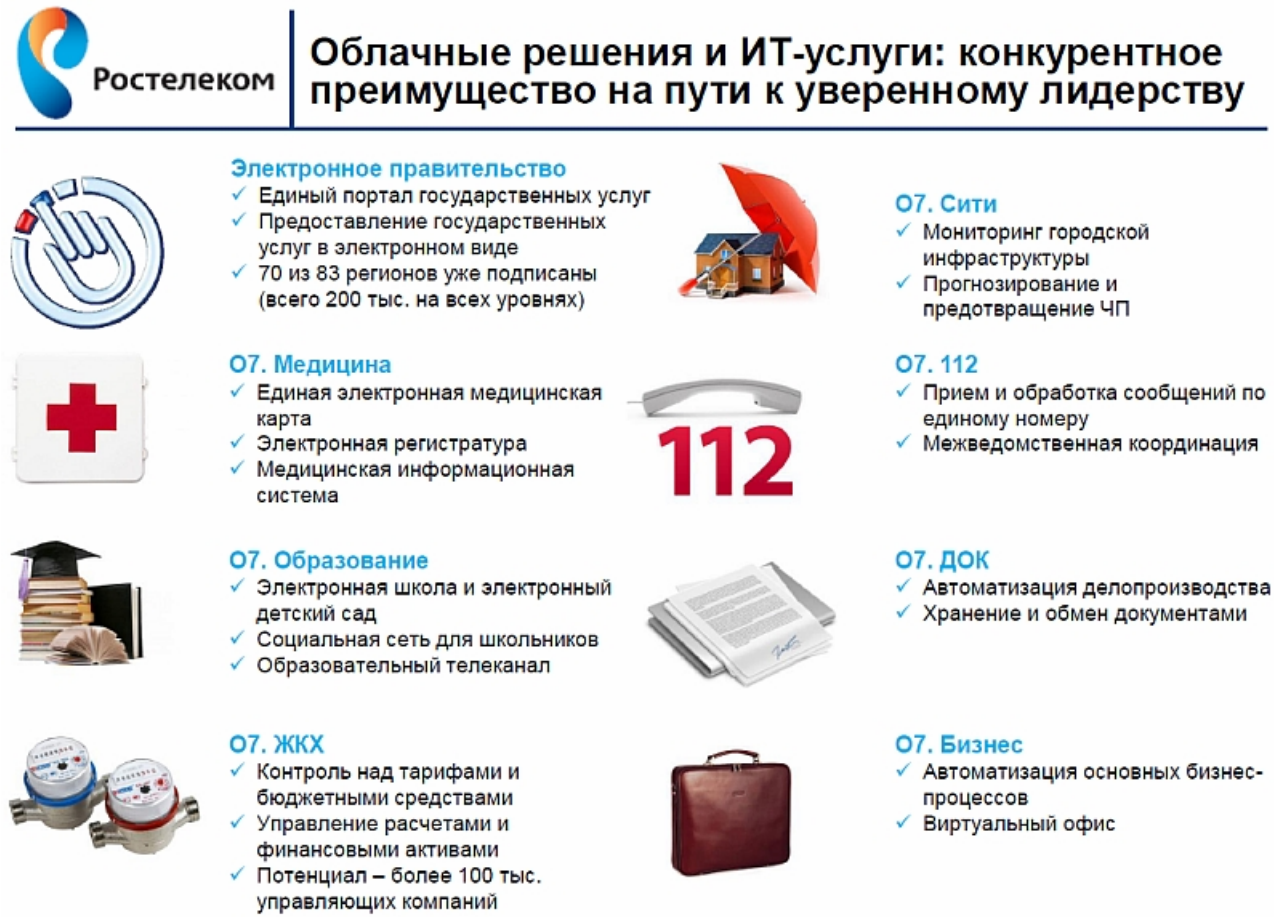
У "Ростелекома" есть столько всего для успешного бизнеса...

Основным источником контента станут ресурсы других компаний. "*«Ростелеком» заключит партнерские соглашения с крупными медийными игроками, которые агрегируют и производят собственный контент. Этот контент, в том числе видео, компания может продавать своим пользователям через собственный видеохостинг (услуга «видео по запросу»)*", — пишут "Ведомости".

Такой путь (при качественной реализации!) позволит уменьшить давление предложений сторонних OTT-компаний. Кроме этого, не исключено, что тренд на всё более широкое применение DPI в сочетании с владением "Ростелекомом" сетью абонентского доступа, в условиях растущего спроса на различный контент, будут провоцировать на попытки "защитить" свои доходы за счёт аккуратного или явного притормаживания "чужих" контент-потоков.

В этой части взаимоотношений, в настоящее время, наблюдается "серая зона": с одной стороны, есть пожелания прозрачности в сети Интернет и стремление избегать дискриминации, с другой, конкуренция за внимание и доходы от абонентов и учёт только своих бизнес-интересов ведут компании на рынок DPI-систем.

По словам президента компании Сергея Калугина, оператор постепенно отходит от фиксированной телефонии в сторону предоставления услуг по модели "triple play". Милюков, возглавляющий комитет по стратегии "Ростелеком", считает, что намеченная перестройка бизнеса позволит "уйти" от падающего сегмента телефонии к более перспективному по спросу и по доходам "интегрированному предложению", насыщенному различными вариантами доступа к контенту — как ожидается, это приведёт к росту капитализации компании.



В последние годы в компании активно работали с "облачными" решениями

Понятно, что кроме онлайн-вещания или предоставления контента по запросу, в "Ростелекоме" намерены развивать и сервисы, основанные на "облачном" подходе, — тут большой расчёт на продолжении тесного взаимодействия с государством непосредственно и с пользователями различных госуслуг.

Особняком будет вестись бизнес "Ростелекома" в мобильной связи. Ожидается, что активы будут переданы в управление стороннему партнеру (будет ли это "Tele2" — в стратегии не обозначается). Это означает, что переход от "triple-play" к "four-play" будет где-то в будущем или не будет реализован вообще***. С одной стороны, объединение усилий "Ростелекома" и владельцев "Tele2 Россия" это более серьезная угроза для бизнеса "сотовой тройки", чем существование этих компаний в отдельном виде, но нужно учесть, что процесс организации "общей" коммерческой деятельности в виде совместного предприятия (или в какой-либо другой форме) продлится несколько месяцев — достаточное время, чтобы конкуренты постарались увеличить свой отрыв на рынке сотовой связи и укрепить позиции на этом сегменте рынка.

Планируется, что российский телеком-гигант будет не только что-то отдавать или передавать, но и намерен расти за счёт приобретений. Этот элемент наполнения стратегии новыми бизнес-идеями включён в план развития. При условии соответствия обновленной модели бизнеса "Ростелекома", его внутреннее венчурное подразделение (фонд) будет отбирать такие проекты и рекомендовать их к покупке.

Навряд ли в их числе значительное место займут какие-то мелкие сети доступа, ведь главное — абонент, который может сам или под давлением рекламы сменить "маленького провайдера" на "универсальную большую компанию". Локальным провайдерам придётся использовать доступные им методы противодействия — где-то "играть ценами", где-то придётся искать "уникальность" и рассчитывать на неё или надеяться на преданность абонентов.

---

* О том, что совету директоров ОАО "Ростелеком" в конце октября будет предложено рассмотреть новую стратегию компании, было уже известно ранее.
** Это я переиначил слова Бисмарка "Меня не интересуют намерения моих врагов, меня интересуют их возможности".
*** Попытаются ли этим воспользоваться компании "большой тройки"?