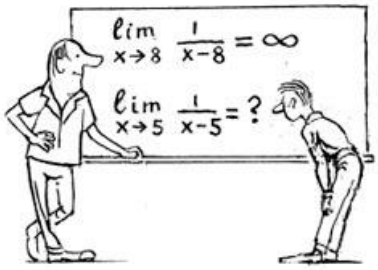
Достигли предела



Надысь, Аналитический центр Юрия Левады, опубликовал довольно занимательные исследования относительно «пользуетесь ли вы Интернетом и для каких целей». Пресс-релиз сообщает, что с пользователями Сетью в Российской Федерации происходят довольно странные вещи. Естественно, оппозиционные и проправительственные СМИ тут же этот опрос обернули в свою сторону со многими далеко идущими выводами, но нас интересует бизнес интернет сервис провайдера и с этой точки зрения и попробуем ситуацию разобрать.

Вот скупые официальные строки:

18-21 марта 2011 года Аналитический Центр Юрия Левады (Левада-Центр) провел опрос по репрезентативной выборке 1600 россиян в возрасте 18 лет и старше в 130 населенных пунктах 45 регионов страны. Распределение ответов на вопросы исследования приводится в процентах от общего числа опрошенных вместе с данными предыдущих опросов. Статистическая погрешность данных этих исследований не превышает 3,4%.

Результаты «Левада-Центр» опубликовал следующие:

ПОЛЬЗУЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ИНТЕРНЕТОМ, И ЕСЛИ ДА, ТО ДЛЯ КАКИХ ЦЕЛЕЙ?

	мар.11
для того, чтобы найти нужную мне информацию	27
для общения	18
для того, чтобы найти/послушать какую-либо музыку	13
для того, чтобы найти/посмотреть какие-либо фильмы	13
для развлечения	13
для того, чтобы следить за последними новостями	11
для того, чтобы разобраться, что происходит в стране и за рубежом	6
для того, чтобы найти/купить какие-либо товары или услуги	6
для того, чтобы найти/прочитать какие-либо книги	6
другое	1
не пользуюсь Интернетом	**62**

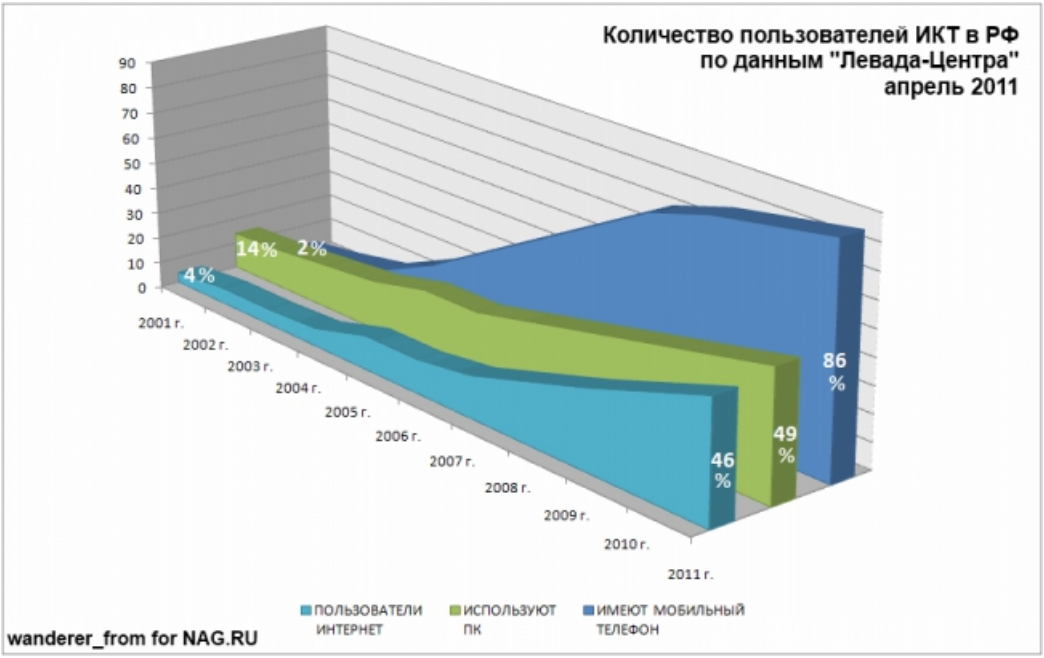
Попробуем разобраться. С точки зрения социологических исследований, выборку в 1600 человек можно считать вполне репрезентативной – обычно столько народу и опрашивают, если требуется выявить некий тренд отношения к какому-либо предмету у широкого круга населения. Стат-погрешность в 3,4% считаю довольно незначительной цифрой и вообще, кому-то же надо доверять делать социологию.

«Левада-Центр» утверждает, что 62% населения вообще не пользуется Сетью. Оставшиеся 38% все же используют Интернет в жизни и для всяких разных целей. Поскольку пользоваться технологией можно не только «для поиска информации», но и для, например, «развлечения», сумма процентных ответов больше, чем 100% и это правильно.

Вторая часть по выявлению популярных блоггеров имеет чистый политический подтекст и мы рассматривать эту часть не будем. Просто констатируем факт, что 95% населения мало интересуется политикой, что подтверждает всевозможные эмпирические заключения множества наблюдателей из группы, находящихся в маргинальной части статистической выборки.

А вот другие цифры из того же источника. На этот раз вопрос ставился несколько шире – пользуется ли население России информационно-коммуникационными технологиями в принципе.

Результаты я попробовал свести в один график, и вот что у меня получилось:



Пара оговорок по моему графику:

- В данных Левады почему-то отсутствовал 2010 год для пользователей Интернет и персональных компьютеров. Чтобы не портить график дыркой, я использовал экстраполяцию простого среднего между данными за 2009 и 2011 годы;
- Пользователями ПК и Сети я считаю тех, кто пользуется ими хотя бы раз в месяц. Всерьез принимать ответ «я пользуюсь компьютером реже раза в месяц» я не стал и записал их в разряд «непользователей».

По второму пункту, как раз и может крыться та самая статистическая погрешность обработанных данных. Правда, между 38% и 46% имеется разность в восемь процентных пункта, что почти в два-с-половиной раза превышает указанные 3,4%, но в социологии, как и в статистике приходится довольствоваться тем, что получилось, ибо ошибки зависят от огромного количества факторов очень субъективного характера – от плохой погоды в момент опроса, до халтуры и вранья некоторых респондентов и опросчиков.

Но все же картина довольно показательная.

Относительно пуговиц мобильных телефонов в пользовании граждан у меня претензий нет. Картина очень показательная и логичная – имея в начале двухтысячных всего двухпроцентное проникновение, мобильная связь бурно развивалась и достигла насыщения к 2007 году, после которого рост стал более плавным. Сегодня мы имеем 84% (рост в 43 раза за десять лет!) населения, оборудованного мобильником, и есть мнение, что на этом рост прекратится, поскольку, на мой

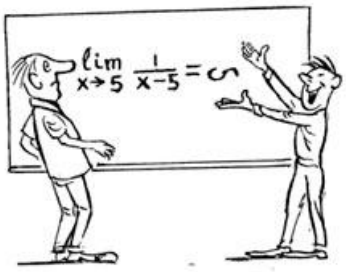
взгляд, оснащать младенцев и действительно больных людей мобильником бессмысленно. Бодрые отчеты мобильных компаний о 170% покрытием населения sim-картами, суть есть маркетинг и измерение длины и толщины некоторого органа. Человек или пользуется мобильником, или не пользуется. И совсем не важно, сколько у него аппаратов и аккаунтов у разных операторов. Классическая s-образная траектория роста абонбазы завершена.

Проникновение персональных компьютеров несколько сложнее. Рост пользователей с 14% в начале XXI века до 49% (рост всего в 3,5 раза) через десять лет показатель того, что ПК просто сложнее в использовании и в повседневной жизни требуется менее, чем половине населения Страны. Не стала персоналка такой же простой и необходимой, как мобильник и это факт.

И, хотя рост пользователей Интернетом росло гораздо быстрее (в 11,5 раз за десятилетие), чем проникновение в жизнь персоналок, использование Сетью на самом деле имеет предел в виде проникновения тех же персоналок. Взаимосвязь простая и банальная – чтобы пользоваться вебом нужен компьютер и посему, в ближайшее время рост проникновения Интернета замедлится и будет столь же плавный, как и продажи ПК населению.

Можно ли из этого сделать вывод о том, что бизнес ИСП затормозится в 2011 году? Я думаю, можно. Более мы не увидим двухзначных CAGR по росту абонентской базы, как бы не падала цена за доступ и какие бы не придумывали тарифные планы. Максимум возможны лишь перетоки абонентов от оператора к оператору, но и здесь, судя по высказываниям на форумах и опыту мобильных операторов, возможны 5-10% оттоки старых абонентов, которые должны компенсироваться притоком новых.

Чего можно ждать от рынка и что можно предпринимать операторам в сложившейся ситуации, я бы хотел узнать в форумной дискуссии. Пока же мне видятся следующие возможности:

1. Проникновение планшетников и сверхдешевых ноутбуков. По опыту, опять таки, сотовиков, бурный рост абонбазы стал возможен после появления на рынке дешевых и сверхдешевых аппаратов. Nokia 3310 сыграла в деле мобилизации населения важнейшую роль. Для того, чтобы абонбаза начала «пробивать» 50% предел нужно насытить рынок абонентскими устройствами, которые могут себе позволить как можно большее количество населения. Пока самые дешевые нетбуки стоят порядка 10000 рублей, что составляет 2 порядка МРОТ, трудно надеяться на рост. Нужно чтобы интернет-устройство стоило меньше 1 МРОТ.
2. Пользоваться Сетью сегодня может не каждый – это сложно и небезопасно. Совершенно необходимо, чтобы пользоваться интернет-устройствами могли люди, скажем так, с самыми посредственными умственными способностями. Пока же современные ПК слишком сложны. Windows реально слишком сложная система с кучей головных болей от «активизации» до вирусов. Так что, если сообщество ИСП желает расти дальше, то необходимо всячески бороться за безопасность и простоту использования Интернетом. Всевозможные жулики, распространяющие винлокеры и организующие DDoS-атаки, работают против развития Сети. И, я считаю, что их необходимо «мочить в сортире», поскольку таковая деятельность противоречит интересам ИСП.
3. Операторам необходимо наконец понять, что нужно прекратить рекламировать себя, а начать рекламировать собственно Сеть, ее возможности и достоинства. Чтобы бизнес снова начал расти, нужно «пробить» психологический барьер «половина населения». Даже если некий абонент выберет конкурента, то это совершенно не значит, что данный абонент навсегда потерян для конкретного ИСП – на в общем растущем рынке хватит места всем. В качестве примера хочу обратить внимание сообщества на деятельность суровой Челябинской Интерсвязи. Их маркетинговая деятельность направлена на общий рост пользователей Сети, а не на собственный пеар. Акции «НЛО», «Стена памяти» и последние вирусы «Челябинские супергерои» приносят свои плоды – сегодня Челябинск по проникновению Сети в домохозяйства практически догнал Москву. А Москва – это особый случай и Россией этот город можно назвать только показав пальцами «кавычки» (будем считать последний пассаж вбросом на вентилятор).
4. Операторы должны перестать конкурировать по цене доступа и должны начать конкурировать сервисом. По большому счету, ценник в 10-20 долларов (примерно 10% от МРОТ) за «социальный» доступ к Сети можно считать социально-экономическим пределом стоимости услуг. За меньшую цену – уже не интересно оказывать услуги, а за большую – потребители не станут пользоваться. Посему, главным конкурентным преимуществом стает уже не цена «за мегабит» (на сегодняшнем уровне развития Сети – скорость в 2 Мб/сек считаю необходимой и достаточной), а дополнительные «фишечки» от провайдера. Например, полезные сервисы, типа «сообществ ТСЖ», «локальных дискуссионных площадок», «придумайте-сами-сервис» - которые работают даже при нулевом балансе абонента. Полезно, например, развивать локальный wi-fi-доступ, который имеет тот же самый логин-пароль и счет, что и у «фиксированного» абонента. Ну и, разумеется, нужно развивать службы технической поддержки, которые бы занимались не только разгоном «резчиков кабеля», но и помогали абонентам справиться с вирусами (см. п.2) и настройкой виндов-вордов. Вообще, считаю, что сервис у локальных ИСП главное конкурентное преимущество перед любыми Мегателекомами.

Пятый и последующие пункты я предлагаю написать самостоятельно.