

Нови хоризонти за мобилните оператори

Защо и как мобилните оператори търсят нови ниши на пазара на електронни съобщения

(в-к „Капитал“, 2009 г.)

Технологиите еволюират всеки ден, всяка минута, и може да се каже, че ние, потребителите, сме в основата на това развитие. Промените в пазарното търсене са причината едни продукти и услуги да навлизат в периода на зрялост или спад, както и за появата на нови на хоризонта. В стремежа си да са на гребена на вълната, или най-малкото да запазят (а защо не и да увеличат) обема на своите приходи, телекомуникационните оператори търсят и дори създават нови пазарни ниши, чрез иновациите. Бившите монополни оператори, например, акцентират върху развитието на фиксирания ширококолов достъп, като чрез приходите от него целят в голяма степен да компенсират устойчивото намаление в потреблението на фиксирани телефонни услуги. На фона на тях обаче мобилните оператори стават дори по-иновативни, като предлагат не само мобилен интернет като алтернатива на фиксирания, но и многобройни други услуги, които диверсифицират портфолиото им и ги превръщат в може би най-силните играчи на пазара на електронни съобщения.

Какво кара мобилните оператори да търсят нови пазарни ниши?

Причините мобилните оператори да се стремят да предложат все повече нови и различни услуги произтичат не само от засилващата се конкуренция между тях, но и от динамичната ситуация на пазара на електронни съобщителни услуги като цяло. През последните години пазарът на мобилни услуги достигна почти до крайна точка на насищане, ако може да се определи такава. Степен на проникване на мобилните телефонни услуги от 138 % в България при 120 % средно в ЕС говори за висока степен на задоволеност на пазара на мобилни телефонни услуги и необходимост от насочване на усилията на операторите към „откраждане“ на абонати от конкурентните мобилни мрежи или привличане на абонати от предплатена услуга към подписване на дългосрочен договор (в България през 2008 г. това съотношение за първи път е в полза на абонатите на договор - 52:48). И не само това – това показва и необходимостта от търсене на нови източници на приходи, което може да се реализира само чрез предлагането на нови услуги.

Съществуват и други фактори, които играят значителна роля за стратегическите решения на мобилните оператори да излязат на нови пазари. От една страна е световната икономическа криза от последната една година, негативното въздействие на която не подмина и мобилната индустрия, където приходите от продажба на мобилни телефони и от гласови телефонни услуги в световен мащаб в голяма степен намаляха. От друга страна е засиленият регулаторен натиск (особено в страните от Европейския съюз), където твърдата ръка на комисар Вивиан Рединг (която намали цените на услугата международен роуминг за преноса на глас и данни в Общността) се бори решително и за намаляване на цените на терминиране между операторите, стремежки се да ги доведе до минимално възможните нива.

Навлизането на нови телекомуникационни компании на българския пазар (въпреки икономическата криза) е още една предпоставка за разширяване на микса от

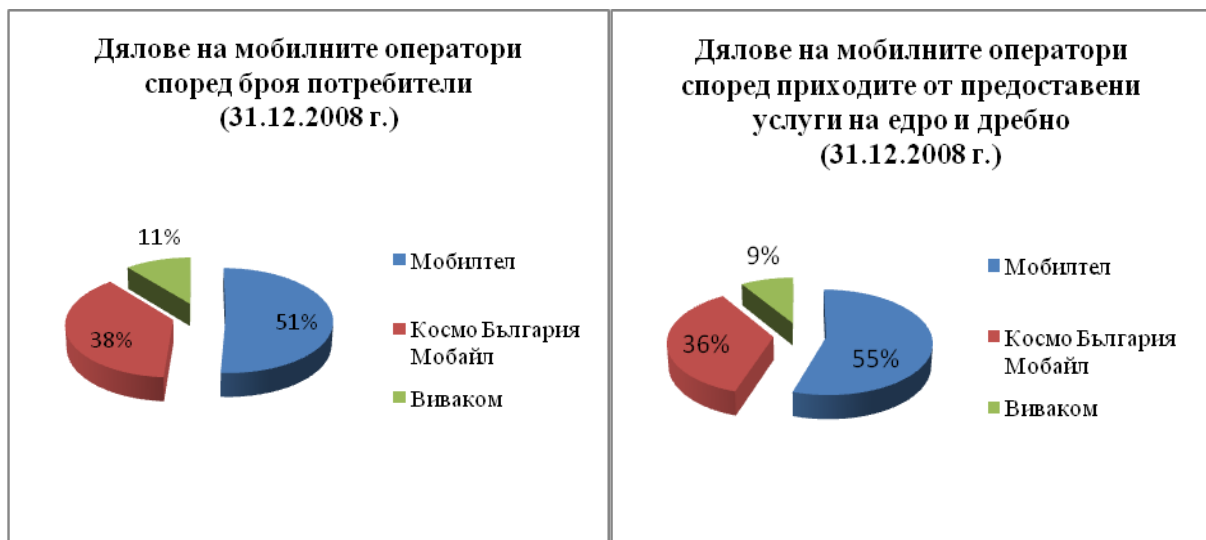
услуги, предлагани от мобилните оператори у нас, както и за намаляване (или най-малкото задържане на същите нива) на цените на стандартните услуги. Така например, испанската телекомуникационна компания "Телефоника" обяви, че отваря офис в България, който ще е част от подразделението Multinational Solutions, обслужващо комуникациите на международни корпорации. Неотдавна стана ясно също, че България се превръща и в един от регионалните хъбове на Nokia и българският екип ще отговаря за бизнеса на компанията и в Македония, Сърбия, Черна Гора, Албания и Косово.

Пазарът на мобилни услуги в България

В България приходите от мобилни услуги продължават да растат (по данни на КРС през 2008 г. са нараснали с 8 % спрямо 2007 г.) и към края на годината възлизат на 2,2 млрд. лв. или цели 63 % от общия обем на пазара на електронни съобщения в страната.

В края на 2008 г. броят на абонатите на мобилни услуги са над 10,5 млн., което представлява ръст от 6% спрямо края на 2007 г. Нарастването на сегмента на мобилни услуги се обяснява главно с тенденцията на замяна на фиксираната телефония с мобилна, каквито са предпочитанията на потребителите, както и като резултат от активните кампании и промоции на мобилните оператори, свързани с отстъпки от месечните такси, включване на допълнителни минути за изходящи разговори и др.

По последна официална информация (към края на 2008 г.) пазарните дялове на мобилните оператори (според брой потребители и приходи от услуги) са както следва:



Източник: по данни на Комисия за регулиране на съобщенията (КРС)

Докато структурата на потребителите, разпределени по оператори в голяма степен се запазва през последните три години, при приходите в този период се наблюдава промяна - приходите на „Мобилтел” намаляват с 5 % а тези на „Виваком” - нарастват с 5 %.

Към края на миналата година мобилните оператори у нас продължават да разчитат основно на приходите си от мобилни телефонни услуги (в следващата графика не са включени приходите от фиксирани телефонни услуги, за които няма информация). Основен източник на приходи от услуги чрез мобилна клетъчна мрежа са мобилните гласови услуги (цели 42 %). Като добавим и приходите от инсталационни такси и абонаменти (23 %), в които са отчетени приходите от включените в тарифните

планове минути за разговори, делът на приходите от мобилни телефонни услуги става доминиращ (65 %).



Източник: Годишен доклад на КРС за 2008 г.

Очакванията обаче са допълнителните услуги, предлагани от операторите, да продължат да се разнообразяват, а приходите от тях да нарастват, което ще се отрази благоприятно на конкурентоспособността на мобилните оператори на телекомуникационния пазар.

Не е ясно още и какво ще бъде отражението на икономическата криза върху пазара на телекомуникационни услуги. По прогнози на консултантската компания Light Reading, приходите на българските оператори от фиксирани услуги (гласови, интернет и IPTV/Video) и мобилни услуги (гласови и пренос на данни) през 2009 г. ще паднат със 7.5%. Това е по-малко от средното очаквано понижение на приходите на телекомуникационните компании в ЕС - 9% на годишна база. В известна степен, понижение в приходите от гласови телефонни услуги в следствие от икономическото забавяне вече се реализира, и това неминуемо ще се отрази върху решенията на мобилните оператори да се насочат по-сериозно към други услуги, като преноса на данни и високоскоростния мобилен интернет.

Нетипичните услуги

През последните няколко години българските мобилни оператори в голяма степен диверсифицираха портфолиото си от услуги, като добавиха нови към мобилната телефония. Към момента и трите мобилни оператора предлагат фиксирани телефонни услуги, мобилен интернет, а от м. май „Мобилтел” предлага и цифрова телевизия.

Предлагани услуги от мобилните оператори (м. октомври 2009 г.)

Услуга	Мобилна телефония	Фиксирана телефония	Мобилен интернет	Широколентов интернет	Цифрова телевизия

Компания					
„Мобилтел“	■	■	■	■	■
„Космо България Мобайл“	■	■	■	■	
„Виваком“	■	■	■	■	■*

* наземна цифрова телевизия (по стандарт DVH-T), тестово, само за гр. София

Източник: „Мобилтел“, „Космо България Мобайл“ и „Виваком“

„Мобилтел“ например предлага **фиксираните телефонни услуги** HomeBox, OfficeBox и VoiceBox, които включват също предоставянето на безплатен домашен телефон. Те са предназначени за домашни и бизнес потребители и се предоставят навсякъде в страната. Алтернативни фиксирани телефонни услуги предлага и „Космо България Мобайл“ - услугата GLOBUL Home, предназначена за частни абонати. Те се предлагат без инсталационна такса, домашният телефон е активен до два часа след подписване на абонаментния договор, а клиентите, които сключат 2-годишен договор, получават и безплатен домашен телефонен апарат.

Можем да очакваме фиксираните телефонни услуги на мобилните оператори да добиват все по-голяма популярност. Благоприятна предпоставка за тяхното развитие е станалата възможна от 1-ви юли т.г. преносимост на фиксираните номера, която позволява на абонатите да преминат към конкурентна мрежа, запазвайки фиксирания си номер.

И все пак, и фиксираните и мобилните гласови услуги постепенно губят ценността си за мобилните оператори поради силно конкурентната пазарна среда, и ги кара все повече да ориентират бизнеса си към услуги с по-висока добавена стойност, а именно – преноса на данни и широколентовия мобилен интернет.

Мобилният интернет е основната услуга, на която все повече ще разчитат мобилните оператори, тъй като прогнозите за потреблението на мобилен интернет в световен мащаб и у нас са повече от оптимистични. Мобилният интернет се използва най-често за бизнес, забавление и обучение.

Така например, към средата на тази година потребителите на мобилен интернет в мрежата на „Мобилтел“ са се увеличили три пъти за една година и продължават да нарастват със средно 20 % на месец. Все по-популярна сред частните потребители става и офертата за покупка на лаптоп в комплект с устройство за мобилен интернет. Така потребителите имат възможност да сърфират в световната мрежа по всяко време и навсякъде не само през мобилния си телефон, но и през персоналния си компютър. „Мобилтел“ внедри и технологията HSPA+, която позволява високата скорост за пренос на данни до 21 Mbps.

„Космо България Мобайл“ предлага предплатени пакети за мобилен интернет, което не задължава потребителите да подписват абонаментен договор. Компанията предоставя и високоскоростен широколентов достъп до интернет на територията на цялата страна с услугата GLOBUL BizNet, която предлага в сътрудничество с Spectrum Net и Net1. За да се използва GLOBUL BizNet не е необходимо инсталирането на допълнително оборудване и не се заплаща инсталационна такса.

От м. април т.г. „Виваком” предлага нови пакети и абонаментни планове за мобилен Интернет. Пакетите са за различни видове клиенти, в зависимост от интернет потреблението им. Абонаментните планове "Трафик", предназначени за бизнес и частни клиенти, са подходящи за пренос на данни през устройства за мобилен достъп, самостоятелно или в комбинация с преносими компютри или РС.

"Мобилтел" стана и първият от българските мобилни оператори, който предлага **цифрова телевизия** - услугата „Quarto”. Тя включва различни телевизионни програми, разделени в пакети, както и филми по поръчка. За целта операторът си сътрудничи с локални интернет доставчици, които осигуряват декодер за крайния клиент, който свързват с интернет кабел от националната си оптична мрежа и по него пренасят сигнала, т.е. Quarto е услуга тип IPTV (Internet Protocol Television). В бъдеще освен телевизия Quarto вероятно ще може да доставя и интернет услуги.

А в пакет?

Някои от новите услуги на мобилните оператори, са още по-атрактивни за потребителите, когато се предлагат в пакет. Навлизането на пакетните услуги сред частните и бизнес потребители е световна тенденция, чиято популярност ще продължи да нараства. Във Великобритания, например, през 2008 г. 46 % от потребителите са ползвали пакет от две или повече услуги, и след премахването на забраната на телеком регулатора върху „Бритиш Телеком” да предоставя пакетни услуги, най-вероятно ще се появят и нови оферти на пазара. Друга предпоставка за развитието им е и случващата се технологична конвергенция, която насърчава пакетните услуги и прави много трудно определянето на цени на услугите извън пакета. Следователно, разширяването на микса от услуги, в т.ч. и чрез предлагане на комбинирани абонаментни пакети, също е потенциален източник на растеж за мобилните оператори.

Пакетни услуги, предлагани от мобилните оператори (м. октомври 2009 г.)

Пакет Компания	Двойна услуга (Double play)			Тройна услуга (Triple play)			Четворна услуга (Quad play)
	Мобилни и фиксирани телефонни услуги	Мобилни телефонни услуги и широколенгов интернет достъп	Мобилни телефонни услуги и ТВ	Мобилни и фиксирани телефонни услуги и широколенгов интернет достъп	Мобилни и фиксирани телефонни услуги и ТВ	Мобилни телефонни услуги, широколенгов интернет достъп и ТВ	Мобилни и фиксирани телефонни услуги, широколенгов интернет достъп и ТВ
„Мобилтел”	■	■	■ *	■	■ **	■ **	■ **
„Космо България Мобайл”	■	■		■			
„Виваком”	■	■		■			Очаква се през 2010 г.

* При едновременно сключване на едногодишен/ двугодишен договор за тарифен план Базов пакет и договор със същата продължителност за ползване на мобилна телефонна услуга, потребителите получават 5 % отстъпка от месечната абонаментна такса за всеки от тарифните планове.

** Клиентите ползват отстъпка от месечната си такса при ползване на тези пакети (съответно 5 %, 10 % и 15 %)

Източник: „Мобилтел”, „Космо България Мобайл” и „Виваком”

Предимствата на пакетните услуги са свързани с по-ниската на цена на телекомуникационните услуги заедно, отколкото поотделно (което е основният мотив на малките и средни предприятия, ползващи услугата), по-лесната отчетност, по-голямото удобство да се поддържат отношения само с един доставчик в случай на проблеми, както и общата фактура.

Недостатъците на пакетните услуги са свързани с това, че обикновено те се предоставят с обвързващ дългосрочен договор, което може да се окаже неизгодно за потребителите. Освен това услугите в пакет не са гъвкави и не са в състояние да отговорят на специфичните нужди от услуги на всяка фирма. Така в един пакет може да има по-ниски цени за международни разговори, например, каквито фирмата да ползва рядко.

Една от модерните световни тенденции в момента е **пакетът за мобилен ширококолов достъп, в който се включва и безплатен ноутбук**. Ноутбукът (малък преносим компютър) стана хит на пазара миналата година (13 млн. продадени броя в световен мащаб) и продължава да се утвърждава като предпочитаното мобилно устройство за интернет достъп от масовия потребител. Това се оказва сериозно предимство за предлагащите ширококолов достъп мобилни оператори, които решават да ги предложат в пакет с абонаментни планове за ширококолов интернет. Така те оптимизират наскоро изградените си HSPA мрежи, предлагащи високи скорости и свободен капацитет, а ноутбуките помагат много нови потребители да получат достъп до мобилни ширококолов услуги.

Прогнозите са, че през 2014 г. повече от половината от всички ноутбуци ще се продават от фиксирани и мобилни оператори в пакет с услугата ширококолов достъп до интернет. Т.е. абонатите на договор, които досега са очаквали да получат безплатен или с отстъпка мобилен апарат при подновяване на договора си, сега може да получат нещо повече – ноутбук, какъвто много от операторите в Европа вече предлагат.

А сега накъде?

Мобилните оператори ще продължават да предлагат множество и все по-иновативни услуги, базирани на нови технологични приложения, услуги за данни и мобилен достъп до съдържание и услуги. Към какво точно ще се насочат обаче в най-голяма степен зависи от предпочитанията на потребителите. Основните тенденции са да се популяризира все по-активно **достъпът до имейл на мобилния телефон** (възможност за изпращане, получаване и редактиране на имейл) за бизнес цели и лична употреба, както и свалянето на музикални файлове чрез мобилния телефон. Други приложения, които се радват на нарастващ интерес сред младежите са мобилните игри и споделянето на файлове.

Положителна тенденция е, че ускорено се развиват и други полезни услуги като **новини и информационни услуги, резервация на билети, sms паркиране, мобилно видеонаблюдение, мобилно известяване на различни услуги, навигационни услуги** и пр. Някои от мобилните оператори предлагат интересни решения за определени сектори или индустрии, напр. **GPS услуги** (охрана на подвижни обекти, контрол и управление на автомобилен парк, телеметрия, охрана на превозни средства и др.) Наскоро нашумя и услугата дистанционен достъп до офиса, предлагана от трите оператора, която позволява на абонатите на услугата да работят от разстояние. ”Мобилтел” пък стартира **мобилен обучение** съвместно с Европейски център за

обучение и квалификация - проект, който използва мрежа от ресурсни центрове за езикови, професионални и потребителски знания и може да се ползва навсякъде и по всяко време чрез специално устройство и мобилен интернет.

Други услуги на мобилните оператори, които информационните и комуникационни технологии им позволяват, е възможността за предоставяне на здравни услуги по електронен път. Към момента „Мобилтел” има осъществени два пилотни проекта в сферата на **електронното здравеопазване**. Така например „Бърза помощ” са оборудвани с мобилни устройства, четящи в реално време ЕКГ, пулс, сърдечен ритъм, вариабилност, сатурация, както и с GPS за оказване на местоположението на пациента. Тази информация достига в реално време до лекар-кардиолог, който назначава адекватно лечение.

В България все по-голяма скорост набират и **развлекателните услуги** (музика и видео, мелодии, картинки, радио, игри, хороскоп, мобилен блог, сайтове за запознанства, вече и мобилен facebook и др.). Към тях спада и **мобилната телевизия**, която позволява на зрителите да се наслаждават на персонализирана, интерактивна телевизия със съдържание, специално адаптирано към мобилната среда през мобилната мрежа. Подобни приложения вече се предлагат и на видео порталите на мобилните оператори у нас. Очакванията за развитието на мобилната телевизия в западноевропейските страни, където първоначалното пускане на услугата се провали поради недостатъчно пазарно търсене, на този етап са големи.

Експерти прогнозираят, че в краткосрочен план ще се развие и **мобилната реклама**, при която мобилните оператори генерират приходи, разрешавайки достъп до мрежата си за пускане на рекламни съобщения на потребителите. „Мобилтел” беше първият оператор, който предложи на фирмите възможността да рекламират в мобилното пространство, в партньорство със специализирана в това компания. Най-голямото предимство на мобилната реклама е прецизното таргетиране на потребителите, което прави възможно достигането на рекламната до най-подходящия реципиент според определени маркетингови критерии.

Мобилната търговия определено е сфера, чието бурно развитие се очаква в Европа, която засега изостава в това отношение. „Мобилтел” предлага услуга за мобилни плащания, която позволява на клиентите да регистрират, проверяват и заплащат всякакъв вид периодични сметки (за комунални услуги) от мобилния си телефон през портала Vodafone live!. Още една стъпка напред в това отношение е проектът на „Космо България Мобайл” в началото на 2010 г. да пусне услуга за мобилни плащания, позволявайки на клиентите денонощен достъп до банковите им сметки и възможността да осъществяват плащания не само на битови сметки, но и към банки и търговски обекти, през мобилния телефон.

Не на последно място, потенциален източник на приходи за мобилните оператори е и **отдаването от мобилните оператори на свободен капацитет** от мобилната им мрежа под наем на външна фирма, например с цел създаване на мобилен виртуален оператор, който да предоставя услуги на дребно със собствена марка и маркетингова политика (например услугите Petrol mobile и NEWS mobile, предлагани съответно на "Петрол" и "Вестникарска група България").

В крайна сметка се оказва, че с иновативността си, мобилните оператори по света и у нас не само запълват пазарни ниши, но и създават такива.