

Сага о времени

Любой из нас, платящих за мобильную связь из собственного кармана, в глубине души хотел бы раз и навсегда забыть о поминутной тарификации разговоров. И большинство солидных операторов такую возможность нам предоставляют.

Разумеется, это происходит за вполне конкретную абонентскую плату или за очень весомый вступительный взнос в эксклюзивный «клуб безлимитчиков». Финансовые аспекты мы рассмотрим отдельно, однако простая формула «деньги—товар» в сфере неограниченного доступа к услугам мобильной связи оказывается вовсе не такой примитивной. При ближайшем рассмотрении обнаруживается множество оговорок и подводных камней, а иногда и целые детективные истории. К тому же не все из этих тарифов одинаково удобны.

Спрос — предложение: кто кого рождает?

Наличие более-менее доступного по цене безлимитного предложения в линейке тарифных планов — серьезное конкурентное преимущество и хороший способ повысить ARPU (средний доход от одного абонента). Однако представления оператора о «портрете» типичного пользователя безлимитного тарифа несколько идеализированы. Порой в основу моделирования ложатся расчеты зарубежных аналитиков, что неизбежно приводит к неожиданным сюрпризам. Сусально-лубочный портрет такого абонента: крупный бизнесмен или менеджер высшего звена, разговаривающий по мобильному телефону больше получаса в день и не желающий даже задумываться о том, сколько это будет стоить его предприятию или ему лично. Поэтому он предпочитает платить полторы-две сотни долларов в месяц за мобильную связь без ограничений. Такие абоненты, безусловно, встречаются и в России, но вот много ли их? »

Безлимитные тарифы

» В действительности потенциальными потребителями безлимитного тарифа чаще оказываются интернет-магазины, торговые предприятия без собственных площадей, рекламные службы и т. п. Плюс к этому все те мелкие предприятия и частные лица, для которых грабительские расценки на оперативную установку проводного телефона просто не по карману (кстати, если бы москвичи знали, какие цены на оперативную установку проводного телефона существуют в областных центрах России, они сразу перестали бы критиковать МГТС). Отдельная категория потребителей — те, кто в силу специфики производства каждые 2–3 месяца меняют телефонные номера: ночные клубы, сауны, диспетчерские пункты борделей и т. п. Перечисленные категории пользователей к высокобюджетным отнести нельзя, однако они готовы платить за связь в три-четыре раза больше, чем платит среднестатистический абонент. Заманчивый «кусочек пирога» для любого оператора, однако далеко не каждому он по зубам, так как ежедневный голосовой трафик какой-нибудь справочной службы может многократно превышать расчетные показатели для пресловутого «крупного бизнесмена», вычисленного по западным стандартам.

Нишевому рынку — нишевые решения

Сети GSM не строят с большим запасом по емкости — это просто нерентабельно. Кроме того, существуют серьезные частотные ограничения. Так, диапазон 900 МГц в крупных городах уже давным-давно поделен и используется в основном для обеспечения непрерывности покрытия («белые пятна» между соседними сотами 1800 МГц), поэтому наращивание реальной емкости возможно только посредством доустановки сотен дополнительных базовых станций. Емкость сети увеличивается постепенно, в идеале — с некоторым опережением роста числа абонентов. Успешно и давно работающий на рынке оператор GSM не может себе позволить продавать недорогой «анлим»: абонентская плата по такому тарифу должна быть сопоставимой с потенциальным доходом от продажи такого же объема трафика в розницу. Высокие расценки на безлимитную связь служат еще и своеобразной от-

сечкой: ежемесячная абонентская плата в \$139 (федеральный номер) и \$165–249 («БиЛайн» и МТС с прямым номером) — многовато для не крупного рекламно-диспетчерского бизнеса или в качестве замены квартирному телефону. Нечто компромиссное (\$95/113) предлагает своим клиентам «МегаФон», но на этот безлимитный тариф можно перейти только после четырех месяцев безупречной абонентской истории.

Совершенно иная ситуация складывается у так называемых «альтернативных» (не GSM) операторов. Фактическое отсутствие роуминга, «привязанные» к номеру и более дорогие аппараты, сравнительно небольшой выбор трубок и непопулярные стандарты заставили их искать мало охваченные GSM-операторами сегменты рынка. Московская сеть «Сонет» (стандарт CDMA-850) изначально ориентировалась на рыночную нишу много говорящих абонентов, соответственно и основной упор был сделан на «тяжелые» тарифные планы с прямыми московскими номерами. Нестандартный маркетинговый прием — ежемесячная абонентская плата зависит от суммы, которую абонент готов сразу подарить компании в качестве «платы за подключение». Например, выложив невозвращаемые \$2000 за подключение, в дальнейшем платите по \$21 в месяц — весьма эффективный способ удержать абонента в своей сети. Аккуратное управление числом подключенных абонентов хорошо прослеживается на периодических, строго дозированных рекламных акциях: при высвобождении некоторых сетевых ресурсов появляются рекламные плакаты и ролики, предлагаются скидки на подключение. Добрав абонентов до нормы, «Сонет» исчезает с рекламных горизонтов вплоть до обра-

зования очередного дисбаланса между числом абонентов и пропускной способностью сотовой сети.

На первый взгляд, неожиданно повела себя «Корбина» (сеть стандарта DAMPS, ранее «БиЛайн-DAMPS»). У компании была целая группа достаточно популярных тарифных планов категории «полуанлим» (все входящие бесплатно, 100–300 минут исходящей местной связи включено в абонентскую плату). Расценки варьировались в зависимости от стоимости подключения, количества включенных минут и наличия прямого московского номера. С середины марта все эти тарифы были благополучно отправлены в архив, для вновь подключаемых было оставлено всего два «чистых» безлимитных тарифа с абонентской платой в \$66 (федеральный номер) и \$95 (прямой), с платой за подключение в \$50 и \$140 соответственно. Плата за подключение — удобный маркетинговый инструмент; хорошо отрекламированная краткосрочная отмена этой платы позволяет быстро добирать недостающее число абонентов без тюнинга самих тарифов. На самом деле резкая смена курса в тарифной политике «Корбины» вполне логична, и возврата к старым тарифам ждать не приходится. С одной стороны, существовавший ранее тариф с бесплатными входящими и 300 минут исходящей связи плюс бесплатная связь по выходным для среднего бизнес-пользователя и так был почти безлимитным. Добавить к этому двадцатку абонентской платы за маркетинговую эффективность полного безлимитного — грамотное решение корбиновских маркетологов. Что касается истребленных дешевых тарифов с бесплатными входящими, то в их исчезновении скорее повинен московский «МегаФон» со своими знаменитыми «Приемами».



▲ Абонент безлимитного тарифа в представлении оператора



▲ МТС предлагает безлимитный тариф за \$249 в месяц



▲ В последнее время «МегаФон» активно расширяет зону покрытия

» Половинчатый «анлим»

«Полуанлим» (бесплатные входящие) — эффективный маркетинговый ход, на первый взгляд выгодный и абоненту, и оператору. Абонент платит определенную сумму в виде абонентской платы, исходящие вызовы либо тарифицируются отдельно (в случае низкой ежемесячной платы), либо входят в более высокую абонентскую плату в качестве включенных минут. Предполагалось, что в условиях бесплатных входящих абонентский трафик будет распределяться пусть и не поровну (по понятным причинам), но хотя бы в пропорции 60/40% или 75/25%. Однако в российских условиях все оказалось не так просто.

Первым с проблемой резко асимметричного трафика столкнулся московский «МегаФон», который использовал тарифы с бесплатными входящими для расширения своей абонентской базы. Тарифным планам «Прием» уже скоро исполнится полтора года, и эта группа тарифов по-прежнему популярна. В свое время эти тарифы с бесплатными входящими звонками во многом способствовали завоеванию «МегаФоном» его сегодняшней доли конкурентного московского рынка. «Прием Частный» вообще побил все рекорды — \$19 за нелимитированные бесплатные входящие звонки плюс включенные в тариф 100 минут исходящей связи. Неудивительно, что этот двадцатидолларовый тариф сразу стал хитом продаж на московском рынке. Неприятности не заставили себя ждать, и не совсем понятно, как можно было не спрогнозировать именно такой ход событий: в условиях бесплатных исходящих вызовов в проводной сети МГТС это было неизбежно. Телефонные трубки с «Приемом Част-

ным» начали активно использовать в качестве замены отсутствующего домашнего телефона, в качестве второго домашнего, в разнообразных справочных, диспетчерских и рекламных целях. Включенных 100 минут исходящего трафика в месяц оказалось вполне достаточно для коротких звонков с текстом: «Перезвони мне на мобильный!»

Дальше — больше: в Зеленограде успешно освоили производство шлюзов, позволяющих методом callback (обратный звонок) превращать исходящие звонки в бесплатные входящие — была бы сеть МГТС доступна. При этом большинство абонентов трудно было в чем-то винить: человек платил свою кровную двадцатку за «все входящие — бесплатно!» и не собирался ограничивать себя в телефонном общении. В результате этого эксперимента многие абоненты «МегаФона» получили фактически мобильный безлимитный тариф за более чем скромную плату, а сеть начала перегружаться задолго до набора планового количества абонентов. «МегаФону» пришлось срочно вносить соответствующие изменения в «Условия предоставления услуг сотовой связи» и задействовать так называемые «технические средства» для ограничения трафика самых активных абонентов. Со временем ситуация нормализовалась, однако многие так и не простили «МегаФону» принудительный передел «эфирной собственности».

Работа над ошибками

Не совсем удачный опыт внедрения дешевого тарифа с бесплатными входящими



Автоматический разрыв соединения

Так сколько можно говорить?

Пользователи «анлимов» и «полуанлимов» частенько жалуются на принудительный разрыв соединения, усматривая в этом козни жадного оператора. Другие вспоминают о будто бы заложенном в стандарт жестком 30-минутном ограничении. На самом деле все значительно проще: действительно, в стандарте GSM, как и в других стандартах связи, предусмотрена возможность автоматического разрыва соединения через определенное время, причем параметр этот может задаваться при настройке сетевого программного обеспечения. А может

повлиять на общую ситуацию с безлимитными тарифами в Москве. «БиЛайн» ввел похожий (хоть и более дорогой) «полуанлим», однако осторожно ограничил сроки подключения. А затем решил (от греха подальше?) эти сроки вообще не продлевать. В МТС тарифов с бесплатными входящими так и не появилось. Многие бизнесмены в поисках дешевой безлимитной связи перешли из «МегаФона» в «Корбину» — видимо, это послужило одной из причин упразднения «Корбиной» всех дешевых тарифных планов с бесплатными входящими. В самом «МегаФоне» восстановили плату за подключение к популярному тарифу «Прием Частный».

На распутье

Ключевые тенденции на рынке мобильной связи сохраняются. В ориентированных на массовое обслуживание GSM-сетях дешевых безлимитных тарифов ждать не приходится.

В сети «Сонет» сегодня действительно можно получить дешевый и качественный неограниченный доступ в пределах Москвы и ближнего Подмосковья, но только в случае вашей готовности заплатить внушительную сумму. «Корбина» обеспечит вам высокое качество связи по Москве и Московской области, однако выбор тарифов у оператора скуден (если два варианта вообще можно считать выбором).

Сеть Skylink активно развивается, но о качестве ее работы пока судить преждевременно в виду сравнительно малого числа абонентов. ■ ■ ■ Сергей Потресов