

Требуется мегаVSAT-оператор?

Ка-диапазон есть, а миллионов пользователей нет.

Почему так произошло и каковы все-таки перспективы Ка-диапазона и VSAT-операторского счастья в России, пытались разобраться участники круглого стола, прошедшего в рамках уже 19-го по счету ежегодного технологического семинара компании Hughes Network Systems. Как рассказал глава представительства Hughes в России и СНГ Константин Ланин, в 2015 г. компания поставила в Россию и СНГ более 8,5 тыс. VSAT-станций, установила и запустила в эксплуатацию шлюз Jupiter в Ка-диапазоне для спутников «Экспресс-AM5» и «AM6». Производитель ожидает от Ка-диапазона в нашей стране самого большого роста, но отмечает, что бум внедрения систем спутниковой связи в банковской сфере, нефтегазовом секторе, в сетях сотовых операторов, наблюдаемый во многих странах мира, Россию пока обходит стороной. Если в России и СНГ у Hughes сейчас установлено 70 тыс. VSAT-терминалов, то в США количество подписчиков сети HughesNet превысило 1 млн. При этом самый дешевый тариф – \$60 в месяц (плюс налоги) за 60 Гбайт трафика, из которых 50 Гбайт пользователь может скачать только с 2 часов ночи до 8 утра. С российскими пользователями такой номер не пройдет.

Как отметил гендиректор Altogrosky Сергей Пехтерев, при таких тарифах у нас удалось бы набрать в лучшем случае тысячу клиентов, да и то лишь в пределах Московской области.

Тем не менее рынок VSAT-доступа в России растет, хотя нынешний кризис ощутимо его сдерживает. По данным TMT Consulting, доходы отечественных операторов фиксированной спутниковой связи в 2015 г. составили 14,5 млрд руб. (из них на VSAT пришлось 10,1 млрд руб.), что на 0,4% превышает выручку 2014 г. (14,4 млрд руб.), которая, в свою очередь, была на 4% выше, чем в 2013 г. Однако произошло это не только из-за повышения на 30% рублевых цен на оборудование, но и из-за милого сердцу клиента снижения тарифов, связанного с запуском в эксплуатацию спутников «Ямал-401» (С- и Ku-диапазоны) и «Экспресс-AM6» (С-, Ku- и Ka-диапазоны). Поэтому прирост числа VSAT-терминалов (их было установлено в 2015 г. 86,5 тыс.) по кризисным временам получился неплохим – 11% против 15,2% в 2014 г. Самый динамичный рост показал сегмент домашних пользователей (на 31%), у которых была установлена 21 тыс. терминалов. Среднерыночная доля частных достигла 24%, а в Ка-диапазоне им принадлежит 63% установленных VSAT-

терминалов, правда, их в стране пока очень мало – всего 2,2 тыс.

Все происходящее на рынке разнонаправленные процессы привели к тому, что комплект для спутникового интернет-доступа сейчас стоит в среднем 35 тыс. руб. – как iPhone, но потенциальные абоненты этого пока не осознали. КБ «Искра», чтобы еще больше снизить абонентам стартовый взнос, предлагает VSAT-станции коллективного пользования, предназначенные для обслуживания 15 и более клиентов.

По словам С. Пехтерева, главная проблема состоит в том, что проживающий в сельской местности потен-

циальный клиент продолжает считать, что спутниковый интернет – это дорого, а чтобы убедить его в обратном, необходима массивная обработка по телевизору. КБ «Искра» в 2015 г. провела рекламную кампанию своего нового VSAT-сервиса «Стриж» на региональном ТВ, но ее результаты пока не озвучивает. С. Пехтерев считает, что телевизионная реклама имеет смысл, если счет потенциальных платежеспособных клиентов идет на миллионы или хотя бы на сотни тысяч, а при текущем объеме рынка и уровне абонентской платы российские VSAT-операторы такие расходы себе позволить

не могут. Но ситуация может измениться, если когда-нибудь в результате слияний и поглощений в России образуется «мегаVSAT-оператор» с соответствующим рекламным мегабюджетом. Этим мегаоператором без всяких слияний и поглощений мог бы стать «Триколор ТВ», имеющий почти 12-миллионную абонентскую базу, если бы захотел выйти на VSAT-рынок, но он пока о таких намерениях не объявлял.

Коммерческий директор КБ «Искра» Александр Сошенко полагает, что в нынешних условиях одними частными клиентами Ка-диапазон заполнить невозможно и неким драйвером для этого рынка может стать малый и даже совсем мелкий бизнес. Более крупным корпоративным пользователям Ка-диапазон не дает сколько-нибудь серьезных экономических преимуществ, поскольку для них и в Ku-диапазоне нет ценового барьера. Зато для операторов Ка-диапазон, как выразился С. Пехтерев, имеет такой большой гандикап по технологическим преимуществам и цене перед Ku-диапазоном, что обратно в Ku-диапазон они уже не вернутся.

Все понимают, что рынок перспективный, но его нужно «расшевелить», и операторы готовы над этим работать, даже если их «мегаколлега» так и не появится.

Евгения ВОЛЫНКИНА



С. Пехтерев: «ГПКС в проекте Ка-интернета выбрал самую правильную стратегию максимального удаления от абонентов, оставив их другим операторам»