



дом и по сравнению с другими регионами России. И это есть одна из основных проблем в развитии спутникового ШПД: там, где он больше всего нужен, у абонентов нет на него денег.

К тому же на американском рынке операторы — и Hughes, и Viasat — являются еще и производителями оборудования, то есть у них до минимума сокращены многочисленные издержки, связанные с отношениями между различными игроками рынка. В России же при нынешних курсах и ценах, при тех издержках, которые несет провайдер, невозможно реализовать модель с субсидированием оборудования.

И все-таки, что же может послужить драйвером развития? Сергей Пехтерев считает, что их два: рост потребляемого трафика уже подключившимися абонентами и наличие в стране территорий с полным отсутствием какого-либо интернет-доступа. При этом для развития услуги в секторе B2C мы видим два препятствия: низкая платежеспособность населения и отсутствие информации об услуге у потенциальных клиентов. Со второй проблемой можно бороться и можно ее победить, но на это опять же нужно время, а есть ли оно у провайдеров?

Еще один провайдер, КБ «Искра», планировал реализовать американскую модель Hughes и развивать услугу массового ШПД в Ka-диапазоне под отдельным брендом. Но из-за скачка курса и, как следствие, скачка цен, очень пессимистично оценивая воз-

на нефть сокращаются расходы на все сопутствующие проекты, в том числе и на телекоммуникации. К тому же, если говорить про Ka-диапазон, то это B2C, поскольку корпоративный сегмент уже достаточно давно и хорошо охвачен Ku-диапазоном. И корпоративный клиент уже давно может получить VSAT-станцию за 100 тысяч рублей — это максимальная цена со всеми доставками, установками и прочими накладными расходами. Эта цена весьма адекватна для корпоративного рынка, поэтому там ожидать каких-то всплесков не приходится. К тому же многие компании начинают экономить, а для многих компаний связь (а тем более VSAT, который часто выполняет роль резервного канала) — как раз та статья, на которой можно сэконо-

мить. Говорить о резком росте абонентской базы можно только в приложении к рынку B2C. Рассчитывать на сектор B2G сегодня бессмысленно, поскольку правительство взяло курс на развитие оптоволоконных линий и не видит применения спутниковых технологий, в частности VSAT, в программе устранения информационного неравенства. Нужно время, чтобы руководство нашло правильный баланс между технологиями и поняло, что тянуть оптику в населенный пункт со 150 жителями неразумно.

Применить американский опыт компаний Hughes и Viasat в России нереально, прежде всего из-за гораздо более низкого дохода на душу населения. А население, проживающее в областях, где отсутствует мобильная связь, обладает низким дохо-

услуги — обеспеченный владелец собственного дома. Темпы роста сдерживаются предложениями от мобильных операторов (3G и 4G). Кроме того, свою роль сыграла нестабильная экономическая ситуация, так что, несмотря на общие позитивные тенденции, в этом году часть компаний отметили падение продаж в сегменте частных клиентов, в том числе из-за роста стоимости оборудования.

Сергей Жуков «Амкар-Спутник» (Пермский край): «Основные VSAT-клиенты нашей компании — физические лица. В основном это люди материально независимые, но по сравнению с прошлым годом продажи немного снизились, все-таки сказались экономическая ситуация».

Юридические лица предпочитают устанавливать спутниковый Интернет в качестве резервного канала.

Сергей Владимирович Фелелов (Ямало-Ненецкий АО): «Юридические лица используют VSAT в качестве запасного канала при нестабильном наземном Интернете».

Правда, несмотря на годы продаж VSAT, пока рынок находится на начальной стадии развития. На данном этапе услуга больше нужна операторам.

Артур Сабуров (Омск): «VSAT является серьезным драйвером продаж спутникового телевидения, т.к. придает оператору позитивный фон и дополнительный вес. Возможность в перспективе приобщиться к спутниковому Интернету действует как приманка для удаленно проживающих клиентов».

См. далее стр. 12

Алексей Дерик

Состояние рынка VSAT глазами установщиков

Как показали наши предыдущие опросы по теме VSAT, доли установщиков оборудования для приема спутникового телевидения эта технология стала дополнительным источником доходов. Однако лавинообразного роста числа партнеров у операторов, работающих с VSAT, не наблюдается. Более того, отдельные компании, попробовав ставить VSAT, отказываются от данного направления деятельности. Чтобы уточнить ситуацию на местах, мы собрали мнения установщиков комплектов спутникового ТВ о проблемах и перспективах VSAT для их бизнеса.

Характер спроса

Полученные нами ответы позволяют сделать вывод, что услугой спутникового Интернета интересуются как физические, так и юридические лица.

В сегменте частных клиентов глобально (на больших временных масштабах) спрос медленно увеличивается. По мнению установщиков, это связано с постепенным развитием на периферии коттеджных поселков, где нет проводного широкополосного доступа. Соответственно, основной потребитель

в Ки-диапазоне, связывая его с запуском нового спутника с хорошей энергетикой. И все ждали в связи с этим появления массового рынка VSAT. Но сейчас понемногу, очень плавно количество абонентов растет, проект «Тандем» выходит на окупаемость, компания регулярно увеличивает арендуемую емкость. Аналогично нет никаких видимых предпосылок для возникновения какого-то резкого всплеска в Ка-диапазоне, рост будет, но точно так же — плавный и

небыстрый. Рост абонентской базы — это методичный и тяжелый труд провайдера, никаких чудес здесь ждать не приходится.

И что интересно, Михаил Шестаков не видит влияния кризиса на рост абонентской базы: есть постоянный и небольшой рост, независимо от внешних обстоятельств.

Еще один оператор, «Русат», начал развивать свои услуги под брендом «КайтНет». Эта услуга революционна прежде всего тем, что оператор первым на

российском рынке попытался серьезно (до 8000 рублей) снизить цену входного билета, дотируя оборудование. На Satellite Russia & CIS руководитель группы по реализации сервиса ШПД ООО «Русат» Дмитрий Гордиенко сказал, что через несколько месяцев абонентская база «КайтНет» перевалит десятитысячный рубеж. Из этих 10 тысяч 80 % регулярно платят.

Кризис тоже повлиял на развитие проекта: пока пришлось отложить за-

Состояние рынка VSAT глазами установщиков

Особенности работы с услугой

Начало см. на стр. 10

Для установщиков предложение VSAT — «палка о двух концах». С одной стороны, само наличие данной услуги в портфеле дает определенные преимущества.

Артур Сабуров: «Для самого установщика результативные подключения VSAT — показатель компетентности как специалиста в целом».

С другой стороны, услуга эта — не столь простая для реализации, как привычное спутниковое телевидение. Усилий и разговоров с клиентом она требует больше, но полученный от установщиков и последующего обслуживания доход не всегда покрывает эти трудозатраты. К сложностям услуги стоит отнести и отсутствие понятного клиенту определения ее качества, а также некоторые особенности самого сервиса.

Сергей Жуков «Амкар-Спутник»: «Главная сложность — аргументировать стоимость оборудования VSAT. Хорошее оборудование VSAT стоит недешево. Есть на этом рынке предложения с низкой ценой, но это оборудование как стоит, так и работает».

Подробно ситуацию описал **Артур Сабуров:** «Основной проблемой для установщиков VSAT была и остается необходимость честного детального обсуждения всех преимуществ и недостатков технологии: специфики интернет-канала, выбора оборудования, реальной потребности клиента в трафике и тарификации, выбора провайдера, а также дальнейшей эксплуатации оборудования и постпродажного сервиса со стороны установщика. Как правило, наш клиент уже имеет доступ в Интернет на высокой скорости, к примеру, по выделенной линии, и хочет получить такой же результат от VSAT там, где высокоскоростной доступ отсутствует. В дополнение клиент, как правило, планирует перенос оборудования с одного места на другое (например, при продаже объекта или переезде на новое место). Но интернет-канал VSAT весьма специфичен. Ожидания клиента от VSAT всегда значительно отличаются от получаемого результата, как в части затрат, так и в плане непредвиденных сложностей в эксплуатации, требующих от абонента либо начальной технической грамотности, понимания IT и спутниковой связи, либо доступа к квалифицированной техподдержке. Это вызывает сложности, особенно в отдаленных местах (где и сотовая связь недоступна), т.к. получить техподдержку провайдера оперативно не получается, Интернета и связи у клиента нет, т.е. уже оплаченный клиентом интернет-канал не используется. Выезд к абоненту специалиста для решения его проблем — дорогое удовольствие, особенно если это происходит неоднократно. В результате у клиента возникает чувство бессильной зависимости и стойкий негатив в отношении установщика, оказывающего клиенту техподдержку, если установщик еще на старте честно не проговорит с клиентом все эти проблемы.

Но практика показывает, что 90 % клиентов, посвященных в предстоящие проблемы, отказываются от установки VSAT, а установщик в результате теряет и клиента, и время, затраченное на консультирование. Соблазн установщика не терять клиента и установить оборудование без подробной консультации (умалчивая проблемы VSAT) выходит боком, т.к. абонент просто откажется от оборудования и потребует возврата денег. В целом доходность установщика от установки VSAT в разы ниже стоимости самого оборудования, при этом трудоемкость работ, квалификация установщика, цена и вероятность рисков в связи с применением дорогостоящего комплектного оборудования гораздо выше, чем при установке спутникового телевидения. С учетом накладных и подготовительных расходов доходность с одной установки VSAT составляет менее 10 % от стоимости оборудования. Для сравнения, доходность от установки спутникового телевидения (что гораздо проще) превышает 20 % от цены оборудования при многократно меньшей стоимости оборудования».

Установщики отметили, что развитию этого рынка помогло бы разделение ответственности относительно сервиса между оператором и установщиком, а также деление финансовых рисков с банками (предоставление кредитов на оборудование).

Артур Сабуров: «На мой взгляд, со стороны оператора стимулятором рынка могло бы стать предложение к сертифицированным установщикам о разграничении ответственности, где ответственность за установку и гарантия техподдержки на местах ложатся на установщика, а оператор предоставляет от своего лица необходимое для монтажа оборудование. Также необходимо привлечение банков, как для финансирования, так и для страхования оборудования (аналогично схеме автокредитования или лизинга). Важно, что подобная инициатива-договор должна исходить не от банка, а от оператора/провайдера. При этом документ должен фиксировать все взаимные обязательства оператора, банка, установщика и клиента».

Также свою роль могли бы сыграть проработанные оператором комплексные предложения на базе VSAT, например видеонаблюдение, охрана объектов, удаленное управление оборудованием, телеметрия и т.п. По данным установщиков, интерес к подобным услугам есть, но на рынке пока отсутствуют достаточно простые для внедрения «коробочные» предложения.

Естественно, среди общих пожеланий к рынку установщики отмечали и снижение тарифов на трафик, а также упрощение принципов тарификации.

Satsamara, Александр (Самарская область): «Основная сложность в работе с VSAT — это непонятная тарификация. Потенциальному клиенту сложно объяснить, что скорость зависит от загрузки канала и других условий, что невозможно просматривать онлайн-фильмы или скачивать их, слишком дорого будет».

Вероятно, в этом помогло бы развитие производства российского VSAT-оборудования, а также более активная реклама технологии со стороны операторов.

См. далее стр. 12



Чемпионат VSAT-2015.
Наведение антенны



Чемпионат VSAT-2015.
Качество затяжки болтов потом проверят судьи



Чемпионат VSAT-2015. Победители

Главную награду за первое место в многоборье — комплект спутникового VSAT (Hughes) с годовым абонементом на широкополосный доступ в Интернет в сети AltegroSky и сертификатом GVF на прохождение онлайн-обучения монтажу VSAT — получила команда «НВ-Комм» (г. Нижневартовск).

Второе место в многоборье заняла команда Sky-One Satellite (МО, г. Щелково), получив приз — комплект VSAT.

Третье место в многоборье и призовой комплект VSAT получила команда «Волгакомм» (г. Нижний Новгород).

Места в отдельных видах соревнований распределились следующим образом:

- По скоростному монтажу VSAT:
 - 1 место — команда «Волгакомм» (г. Нижний Новгород);
 - 2 место — команда «Телеком-Сервис» (г. Красноармейск);
 - 3 место — команда «НВ-Комм» (г. Нижневартовск).

- На точность юстировки антенны:
 - 1 место — команда «Телеком-Сервис» (г. Красноармейск);
 - 2 место — команда «НВ-Комм» (г. Нижневартовск);
 - 3 место — команда «БАС» («Бюро антенных систем», г. Воронеж).

- По скоростному изготовлению патчкордов и RF-кабелей:
 - 1 место (новый рекорд чемпионата) — команда «Волгакомм» (г. Нижний Новгород);
 - 2 место — команда «Телеком-Сервис» (г. Красноармейск);
 - 3 место — команда «Импульс» (г. Ярославль).

Рекордсмены, команда «Волгакомм», на 10 секунд улучшили рекорд 2014 года (2 минуты 39 секунд).

- Специальный приз «VSAT без границ» получила команда Tooway, Украина, как первые иностранные участники соревнования.

Состояние рынка VSAT глазами установщиков

Низкий спрос отталкивает партнеров

Предыдущую часть см. на стр. 12

Дополнительно мы получили несколько комментариев установщиков, которые не занимаются оборудованием VSAT, хотя и экспериментировали с этой технологией. Основной причиной того, что данное направление деятельности не развивается, сами установщики называют в первую очередь дороговизну технологии для конечного абонента. Во многих регионах (особенно там, где спутниковому Интернету приходится конкурировать с мобильным Интернетом от сотовых операторов) спрос на VSAT практически отсутствует.

ИП Денисов А. Г. (Пензенская область): «Я ставил раньше односторонний спутниковый Интернет. Но это было очень давно, примерно лет 10 назад, когда не было еще 3G. Сейчас в нашем регионе VSAT неактуален. Телефонная, мобильная связь и, конечно, их Интернет гораздо выгоднее».

Роман Сергеевич Бармашев (Краснодарский край): «Я пробовал устанавливать VSAT. Все прошло успешно, клиент доволен. Но тарифы в данном сегменте довольно высоки для нашего слоя населения. Частный сектор практически весь на мобильном Интернете. Он, хоть и совсем стабилен, но работает, и входная цена для клиента доступна (по оценкам специалиста, спутниковый Интернет должен давать клиенту скорость входящего трафика не менее 1,5–2,0 мегабит в пределах 1000 рублей в месяц, — прим. ред.).

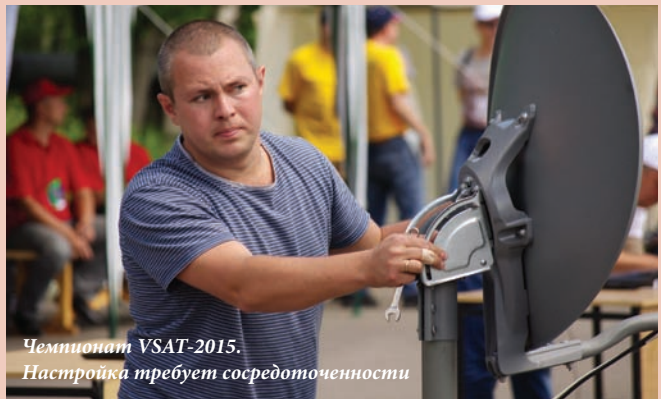
Прокомментировавшие ситуацию установщики отмечают, что развитие VSAT в целом упирается в деньги (а точнее, в соотношение цены и качества услуги на фоне мобильных операторов).

ИП Денисов А. Г.: «Для села это очень дорогое удовольствие. Интернет нужен всем максимальный, т.е. без ограничения трафика, а при таком раскладе он становится невыгодным для пользователя».

Чемпионат VSAT-2015.
Сборка опоры



Чемпионат VSAT-2015.
Настройка требует сосредоточенности



Деньги же являются и причиной того, что не для всех установщиков оборудования для спутникового телевидения VSAT — приемлемый способ подработать.

ИП Денисов А. Г.: «Отпугивает, конечно, не сложность установки и регистрации, а недостаточная прибыль с установки. Более двух тысяч за установку не возьмешь, потому что и так для абонента это все дорого. Без снижения стоимости полного безлимита (у «МТС», который пришел к нам, полный безлимит за 650 рублей) даже и начинать незачем».

вана в спутниковом ШПД. Но пока никто из провайдеров этот метод не опробовал и какой-то модели, которая заинтересовала бы обе стороны, не предложил. Возможно, особенно ценным мог бы стать опыт DTH-оператора «Орион Экспресс», который развивает свой проект по предоставлению услуг спутникового ШПД. Но пока VSAT-деятельность этой компании не вышла за рамки экспериментов.

Юлия Бабкина, «Газпром космические системы», считает, что из четырех основных блоков, необходимых для рыночного успеха (продукт, цена, позиционирование и продвижение), на российском VSAT-рынке сформированы первые два: есть продукт и есть цена. Позиционирования и продвижения нет, операторы практически не уделяют им внимания. ГКС, как и остальные провайдеры, сейчас сформировал два блока и в ближайшее время, после того, как обработает результаты первой рекламной кампании, проведенной в 2014-2015 годах, займется разра-

боткой общей маркетинговой стратегии. В рамках этой стратегии как раз и будет определено вначале позиционирование продукта, а затем и методы продвижения. Но уже сейчас очевидно, что из-за падения курса рубля и повышения цены оборудования нужно ориентироваться на клиентов с достатком и учитывать это в стратегии продвижения.

ГКС также рассматривает DTH-операторов «Триколор ТВ» и «НТВ-ПЛЮС» как возможных партнеров, планируя совместные проекты, продукты, ценовые предложения, комаркетинг.

Праздник, который ждали провайдеры, не состоялся. Вместо праздника массовых подключений — тяжелый труд с неясным результатом. Но с другой стороны, потенциальная аудитория VSAT, то есть те люди, которые не смогут получить ШПД никаким другим методом, оценивается в 2 миллиона. Так что рынок все-таки есть, дело за маркетингом. Непростым маркетингом периода экономического кризиса.

Чемпионат VSAT-2015.
Наведение антенны

