

Чем манит космос

Валерий Кодачигов, заместитель редактора отдела «Технологии и телекоммуникации» газеты «Ведомости»

В конце декабря Госкомиссия по радиочастотам (ГКРЧ) рассмотрит вопрос о выдаче консорциуму OneWeb частот для работы в России. OneWeb хочет через сеть из нескольких сотен низкоорбитальных спутников подключить к Интернету те уголки планеты, где нет ни проводов, ни быстрого сотового доступа. Вопрос в том — насколько такой проект актуален для российских реалий?

OneWeb — не единственный проект такого рода. Планы раздавать Интернет с помощью нескольких тысяч небольших спутников связи есть, к примеру, у основателя SpaceX Илона Маска. Ранее говорилось о планах строительства такой спутниковой сети Google. В проекте развития российской высокотехнологичной инфраструктуры по программе «Цифровая экономика» также нашлось место для новых спутников связи.

Планы, конечно, прекрасные — так можно покрыть Интернетом Африку, Тибет и джунгли Амазонки. Но будет ли состоятелен спутниковый Интернет как бизнес в России — вопрос. С одной стороны, на Крайнем Севере и в Сибири с ним действительно существуют проблемы. Но много ли там абонентов, готовых заплатить за эту услугу? Точнее — а много ли там в принципе живет и работает людей? Очевидно, не так много для того, чтобы спутниковый доступ раскупали так же, как услуги сотовой связи в менее экстремальных местах.

К тому же программу ликвидации цифрового неравенства в России в отдаленных населенных пунктах с населением 250–500 млн человек сейчас реализует «Ростелеком». По контракту с государством, заключенному в 2014 году, оператор в течение 10 лет должен получить 168 млрд рублей. Несмотря на трудности с финансированием, «Ростелеком» выходит в такие места, где раньше никаких проводов и никакого Интернета не было. Будут ли люди в отдаленных поселках, куда уже пришел крупней-



ший в России фиксированный оператор, подключать себе и спутниковый Интернет — большой вопрос.

При этом не сидят сложа руки и сотовые компании. Они покрывают быстрым мобильным интернет-доступом все больше отдаленных районов и населенных пунктов России. Он постепенно появляется там, где есть кто-то, кто готов хоть копейку заплатить за сотовую связь. Поэтому вполне возможно, что придя в отдаленные районы России, провайдеры спутникового Интернета обнаружат там уже сложившийся и очень конкурентный рынок.

Спутниковые операторы теоретически могут рассчитывать на клиентов не только в медвежьих углах — проблемы с Интернетом есть не только там. Убедиться в этом можно, проехав практически по любой крупной подмосковной трассе. Навигатор подвисает, карты не грузятся, звонки по Интернету не проходят. Не лучше покрытие и вдоль железных дорог. В таких мертвых зонах спутниковым операторам есть где развернуться. Но насколько надежна и эффективна биз-

нес-модель второго, подстраховывающего оператора (второй sim-карты, как говорят в сотовых компаниях)? Соответствует ли такая роль амбициям операторов всемирного масштаба?

Так или иначе, без нестандартных маркетинговых ходов спутниковым операторам не обойтись. И очень может быть, что работать в России им придется, выходя в ноль, или даже себе в убыток. А окупаться их мегапроекты будут за счет Африки, Южной Америки и других экзотических, с точки зрения простого россиянина, мест.

Что, кстати, было бы востребовано платежеспособной публикой в России, так это не Интернет из космоса, а космический туризм. Ведь в отличие от проводного и беспроводного Интернета, с экзотическими турами для богатых людей в России, как и во всем мире, сейчас действительно напряженка. Африка уже изъезжена вдоль и поперек, попасть в Антарктиду или в Гималаи тоже не проблема. Поездкой в эти уголки мира уже не похвастаешься. А вот космос еще не покорен, и скорее всего, спрос на полеты туда со стороны туристов будет велик. Представляете, каково это — селфи на фоне круглой голубой Земли?! И по мере того, как рынок будет развиваться, а цены падать, в космос, возможно, потянется и средний класс. В старые времена даже путешествие из одной европейской страны в другую было долгим, дорогим и опасным занятием. А теперь, в эпоху EasyJet и Booking.com, такие поездки стали практически общедоступным развлечением. ■