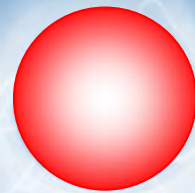


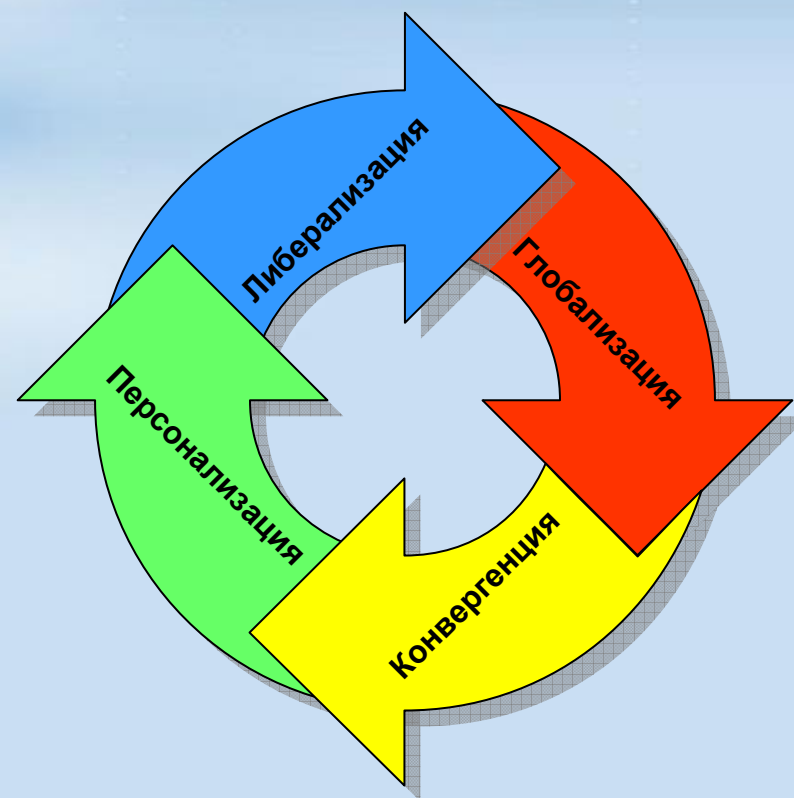
# ***Предпосылки создания MVNO в России***



*Э.А. Разроева*

# ▶▶ Актуальные задачи развития инфокоммуникационной отрасли РФ

- ▶ Преобладающее развитие малого и среднего бизнеса в инфокоммуникационной отрасли (демонополизация и ускорение роста потребительского рынка)
- ▶ Повышение эффективности (в т.ч. производительности) в инфокоммуникационной отрасли
- ▶ Увеличение потребления инфокоммуникационных услуг и снижение отнесенных затрат населения



# ▶ Степень поддержки регулятором бизнес-модели MVNO в различных государствах



## Отказ от модели MVNO



Греция



Турция



Бразилия



Португалия



Италия



Швейцария



Ирландия



Испания

, а также Ближний Восток и Африка

## Ограниченное принятие MVNO



Австрия



Бельгия



Словения



Австралия



Канада



Япония



Украина

, а также страны Балтии

## Массовое принятие MVNO



Дания



Англия



Финляндия



Норвегия



Швеция



Германия



Нидерланды



США



Франция

, а также Гонконг

4 (18)

# ►► Фазы развития российского сотового рынка

17.05.2007

© Э. Разроев / Предпосылки создания МВНО в России



# Характеристика нового этапа развития сотового рынка



Рынок

Потенциальные абоненты

Конкуренция

Условия успеха

• Быстрорастущий рынок с высоким неудовлетворенным спросом

• Новые – больше  
• Переходящие – меньше

• Рынок продавца  
• Есть место для всех

• Наличие инвестиций  
• Ресурсы для привлечения профессионального персонала

• Зрелый рынок с низким уровнем роста проникновения

• Новые – меньше  
• Переходящие – больше

• Рынок покупателя  
• Жесткая борьба за клиента

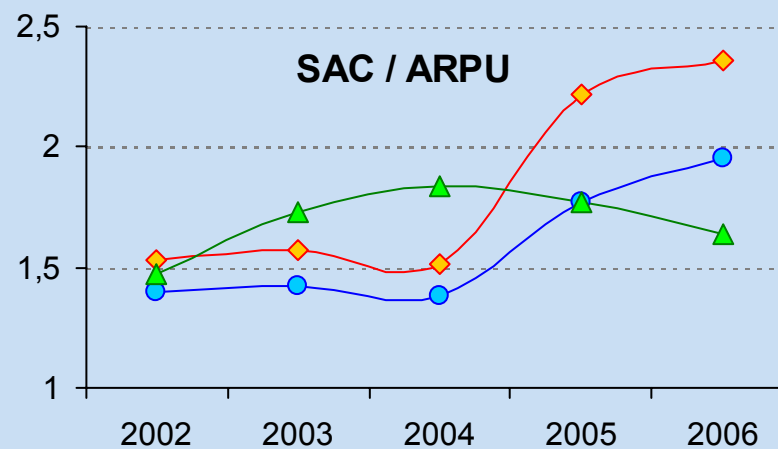
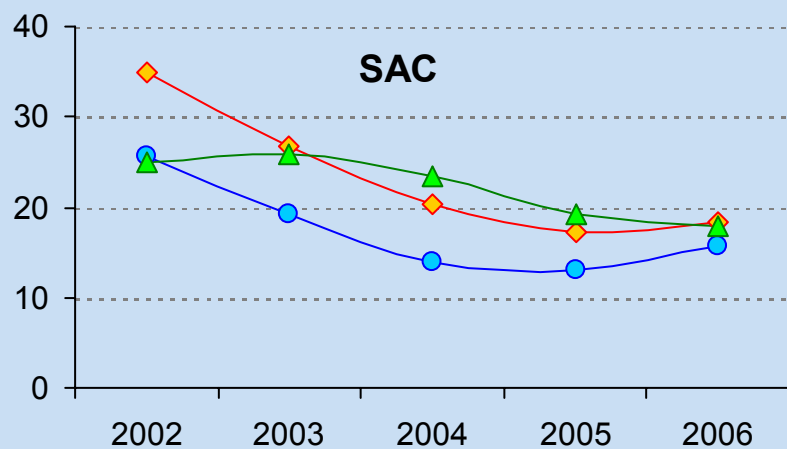
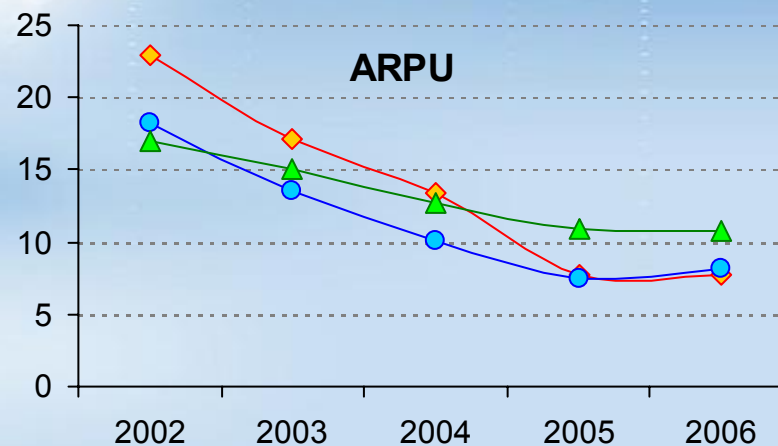
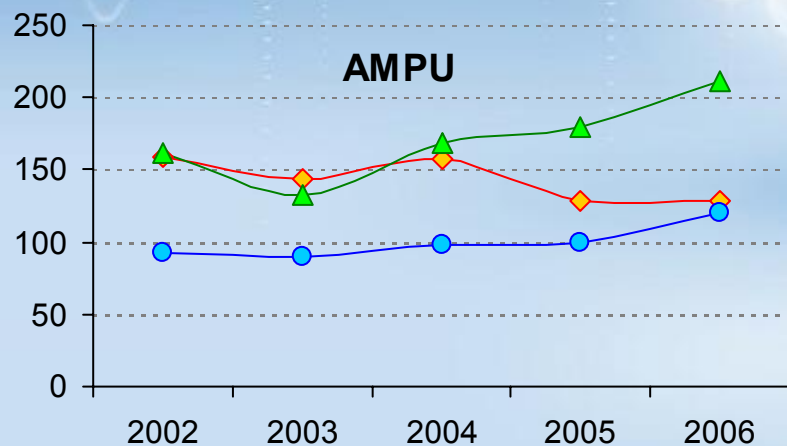
• Доминантная позиция на рынке  
• Конкурентная стратегия  
• Эффективная организация



# ▶ Анализ ключевых показателей операторов «большой тройки»

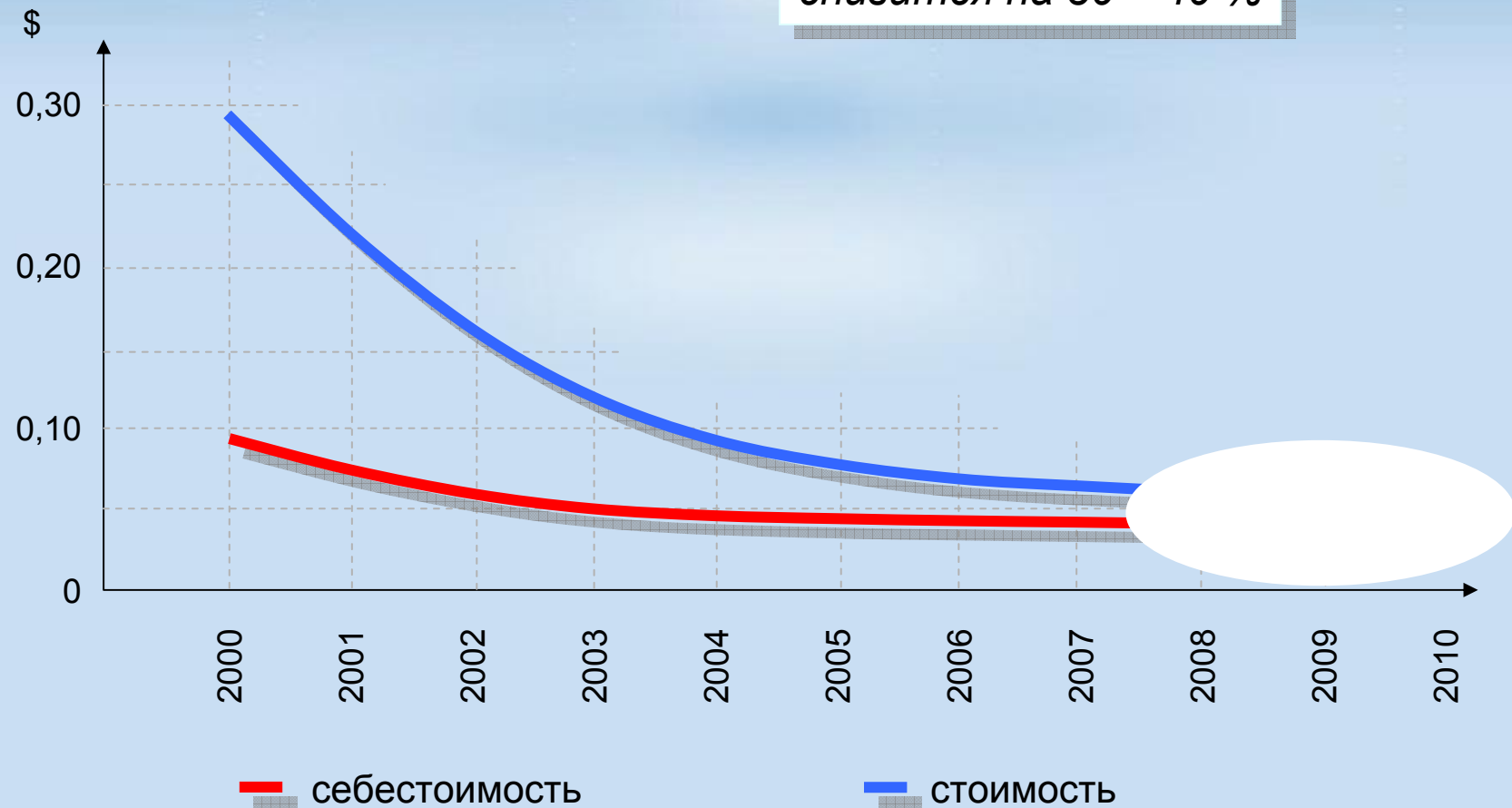
17.05.2007

◆ МТС  
● Билайн  
▲ Мегафон



# ► Изменение GM мобильной минуты

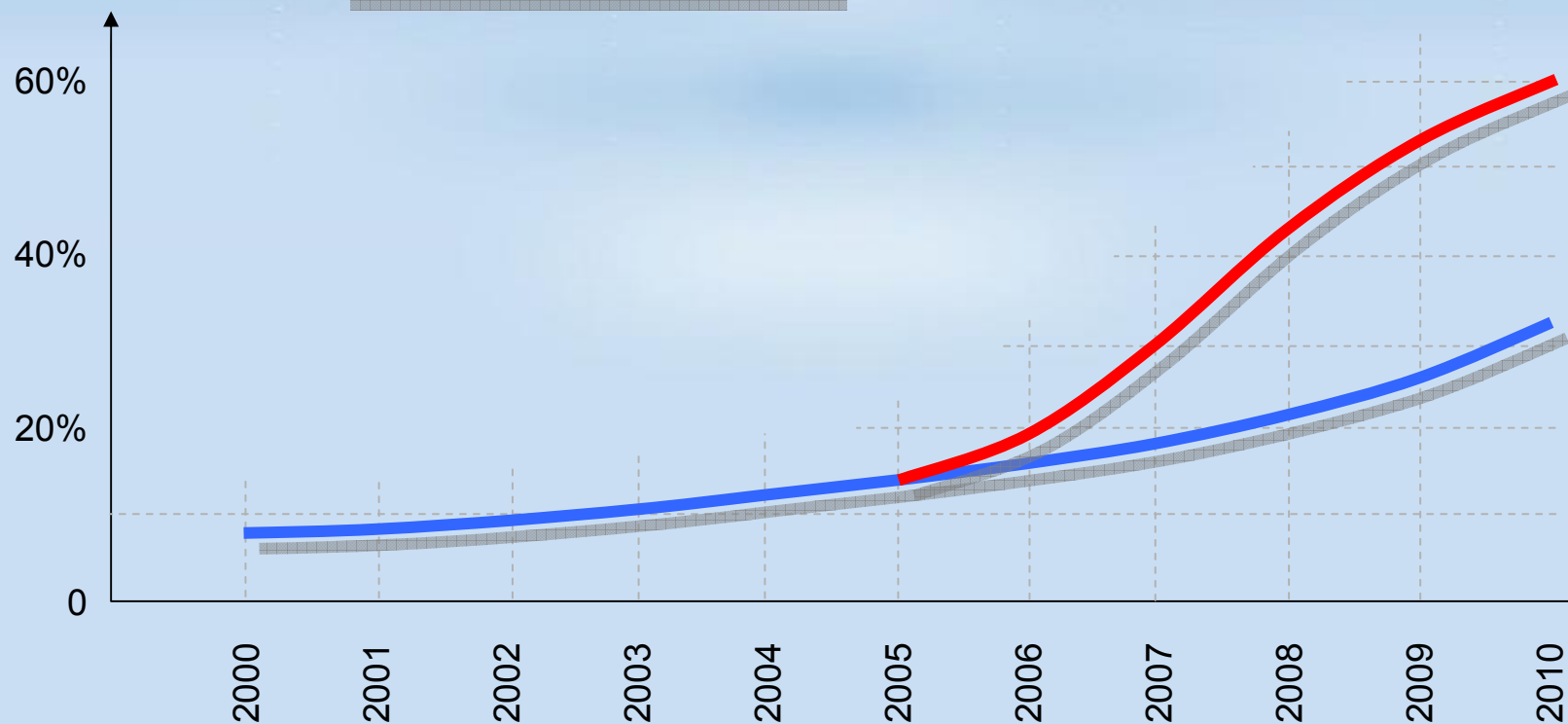
За 10 лет GM  
мобильной минуты  
снизится на 30 – 40 %



8 (18)

# Защита от кризиса – – рост потребления новых услуг

За 10 лет долю VAS в ARPU необходимо увеличить до 60 %



■ желаемый тренд

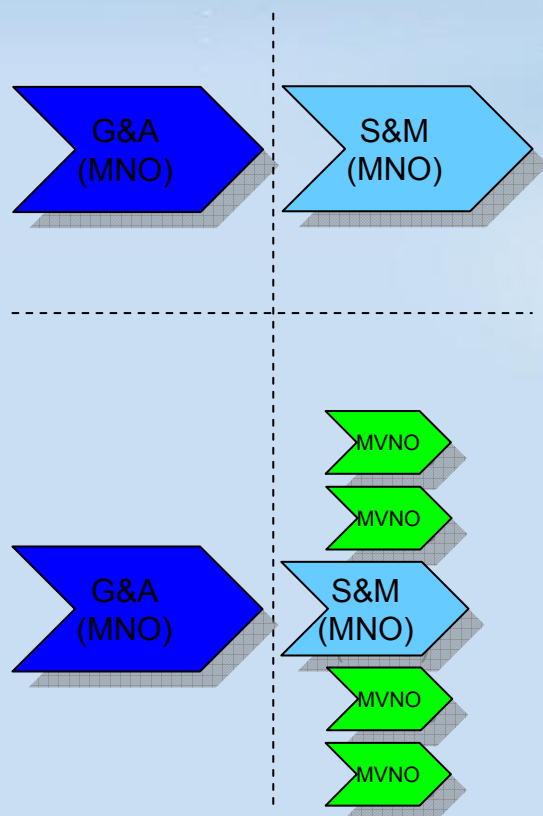
■ прогноз

17.05.2007

© Э. Разроев / Предпосылки создания MVNO в России



# ▶ Предпосылки вывода MVNO на рынок услуг мобильной связи



- ▶ Создание широкого потребительского выбора
- ▶ Интенсификация продвижения
- ▶ Рост потребления новых услуг
- ▶ Саниация избыточной емкости сетей

	MNO	MVNO
Знание бренда и доверие к нему	✓	
Доступ к инновационным сервисам	✓	
Качество услуг связи	✓	
Стоимость услуг	+/-	+/-
Спектр дополнительных услуг		✓
Удовлетворение индивидуальных потребностей		✓
Доступность абонентского обслуживания		✓

- ▶ Отношения между оператором и MVNO не конкуренция, а взаимодополняющее сотрудничество
- ▶ У хостингового MNO и MVNO должны быть автономные:
  - Финансовые ресурсы
  - Брендинг и маркетинг
  - Каналы клиентских отношений
- ▶ Успех MVNO возможен только при условии ориентации на сегменты, недоступные MNO

# ►► Стратегии MVNO



100%-й MVNO осуществляет:  
Заказ SIM-карт, Биллинг, Брендинг,  
Маркетинг (включая продуктовый),  
Абонентское обслуживание.

## Перепродавец

Продает стандартные пакеты услуг под брэндом оператора

## Сервис-провайдер

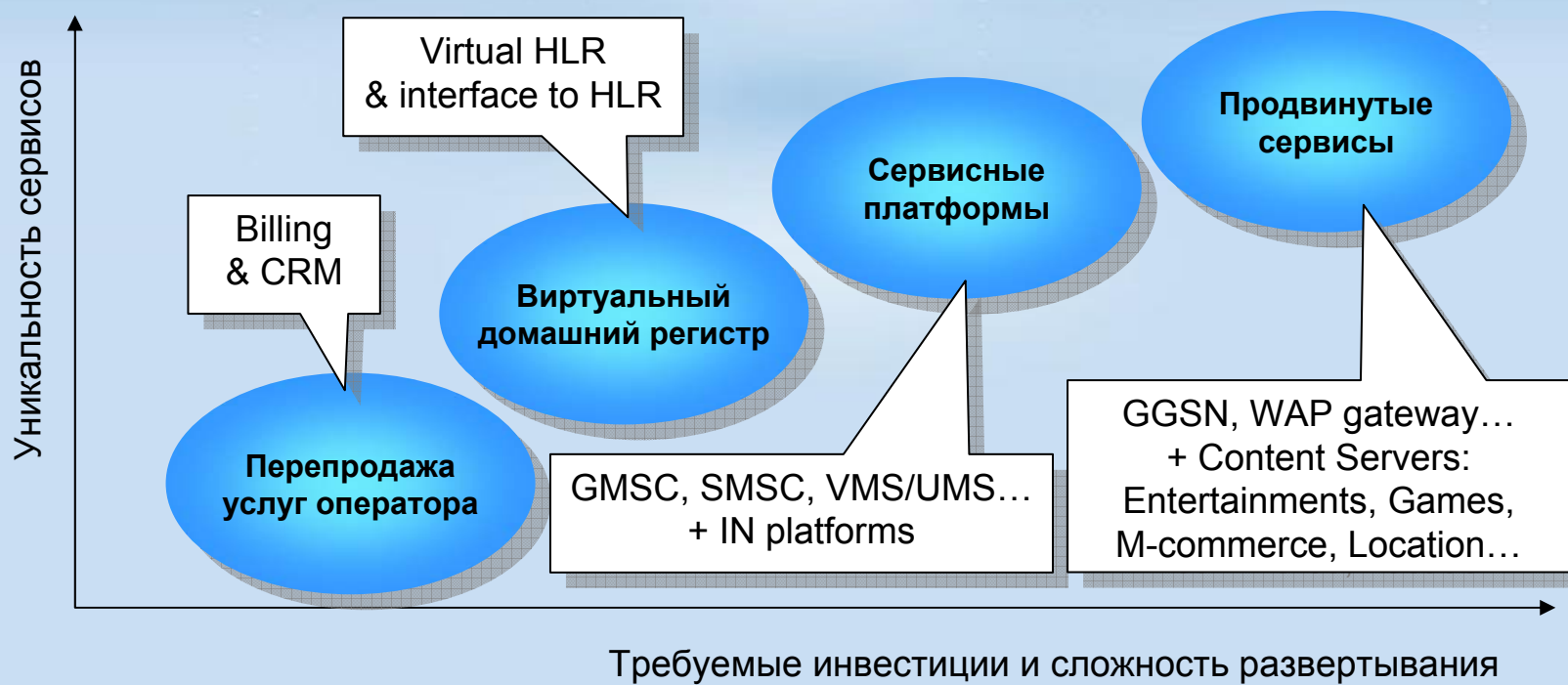
Продает пакеты услуг, согласованные с оператором, под сильным брэндом и осуществляет абонентское обслуживание

## Ограниченный MVNO

Продает собственные пакеты услуг, под собственным брэндом. Действует в условиях ограничений, установленных в хостинговой сети

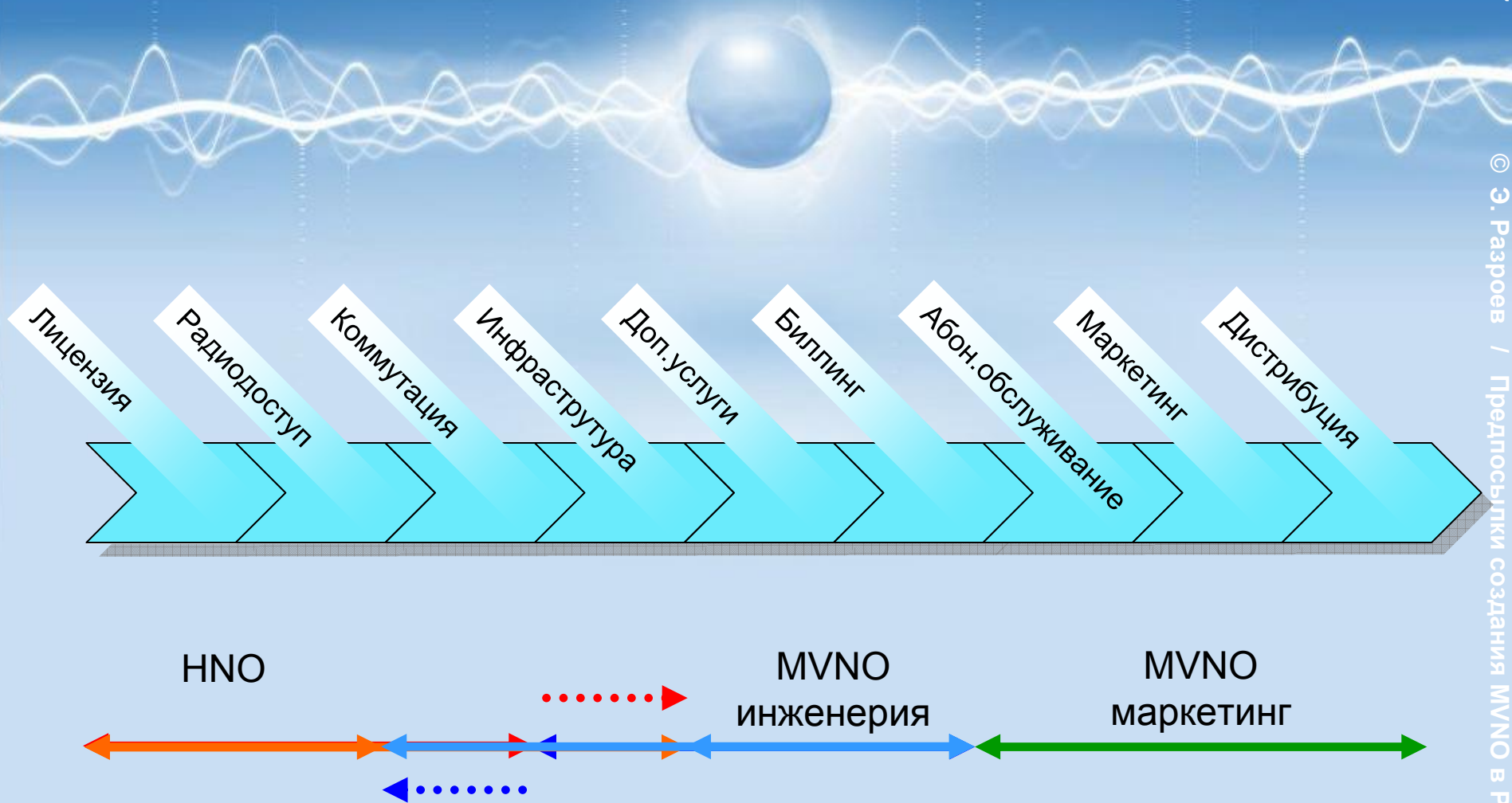
## 100% MVNO

Полностью контролирует все вопросы разработки и внедрения услуг, обладает полной свободой выбора хостинговой сети или сетей





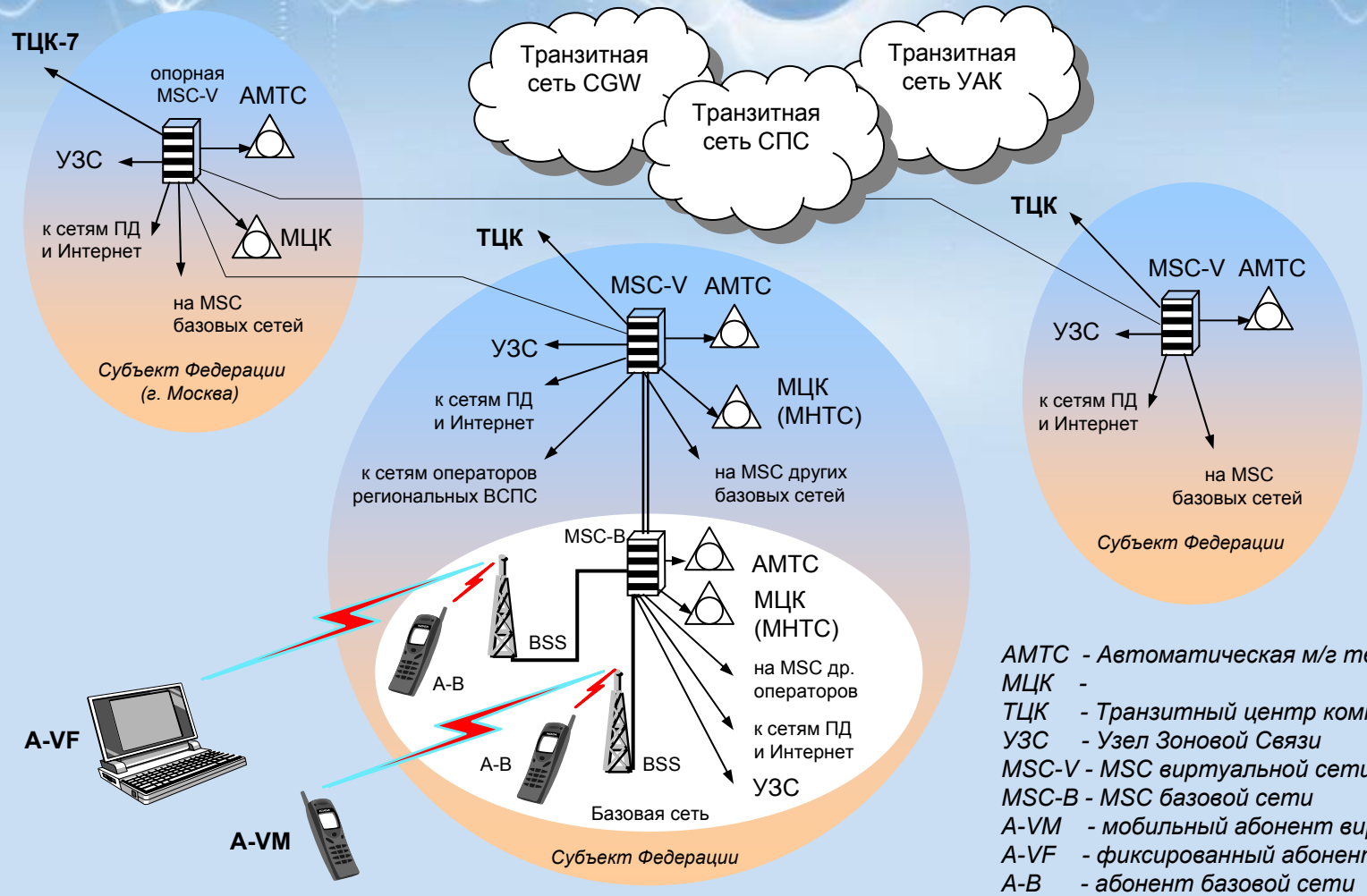
# Зоны ответственности



# 15 (18) ► Схема построения сети федерального оператора ВСПС высокого уровня

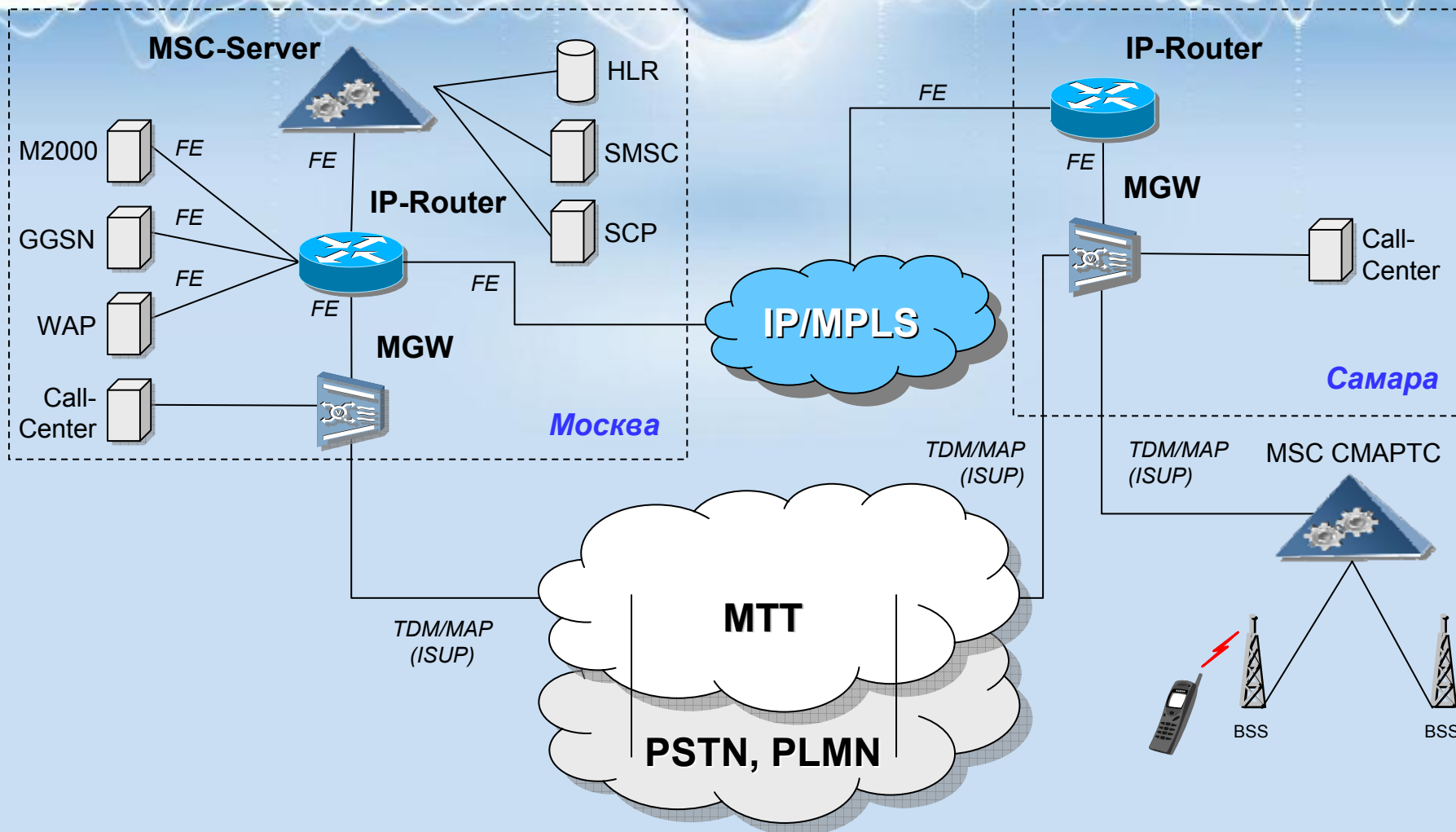
17.05.2007

© Э. Разроев / Предпосылки создания MVNO в России



- AMTC - Автоматическая м/г телефонная станция
- МЦК -
- ТЦК - Транзитный центр коммутации
- УЗС - Узел Зоновой Связи
- MSC-V - MSC виртуальной сети
- MSC-B - MSC базовой сети
- A-VM - мобильный абонент виртуальной сети
- A-VF - фиксированный абонент виртуальной сети
- A-B - абонент базовой сети

# Схема опытной зоны MVNO ЗАО «Евросеть»



# ▶▶ Тарифные модели взаимодействия HNO и MVNO

## ▶ Цена продажи минус маржа

- Цена услуг определяется в процессе переговоров MVNO с оператором (на уровне 90 – 100% от интегральной цены услуг оператора)
- Маржа MVNO устанавливается в диапазоне 40 – 50%

## ▶ Эксплуатационные затраты плюс маржа

- Себестоимость услуг определяется по методике, согласованной между MVNO и оператором, или определенной законодателем (при GM оператора 80-85%, GM MVNO – 35-45%)
- Маржа устанавливается MVNO самостоятельно

Оптимальной является 2-я модель, при этом валовой доход MVNO должен составлять не менее 35%, для обеспечения возвратности инвестиций



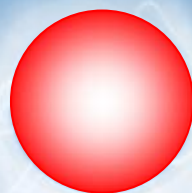
## ▶ Сотрудничество с MVNO улучшает финансовые показатели HNO

<i>P &amp; L</i>	без MVNO	с MVNO
Выручка (у.е.)	100	70
Затраты на обслуживание абонентов (у.е.)	30	0
Прибыль (у.е.)	10	10
Норма прибыли	10%	14%

- ▶ При оценке финансовой целесообразности сотрудничества с MVNO необходимо использовать портфельную стратегию
- ▶ Сокращение потребностей в капитале
- ▶ Отсутствие безнадежной дебиторской задолженности
- ▶ Защита от угроз, связанных с оттоком абонентов



***Благодарю за внимание***



***Элдар Разроев***



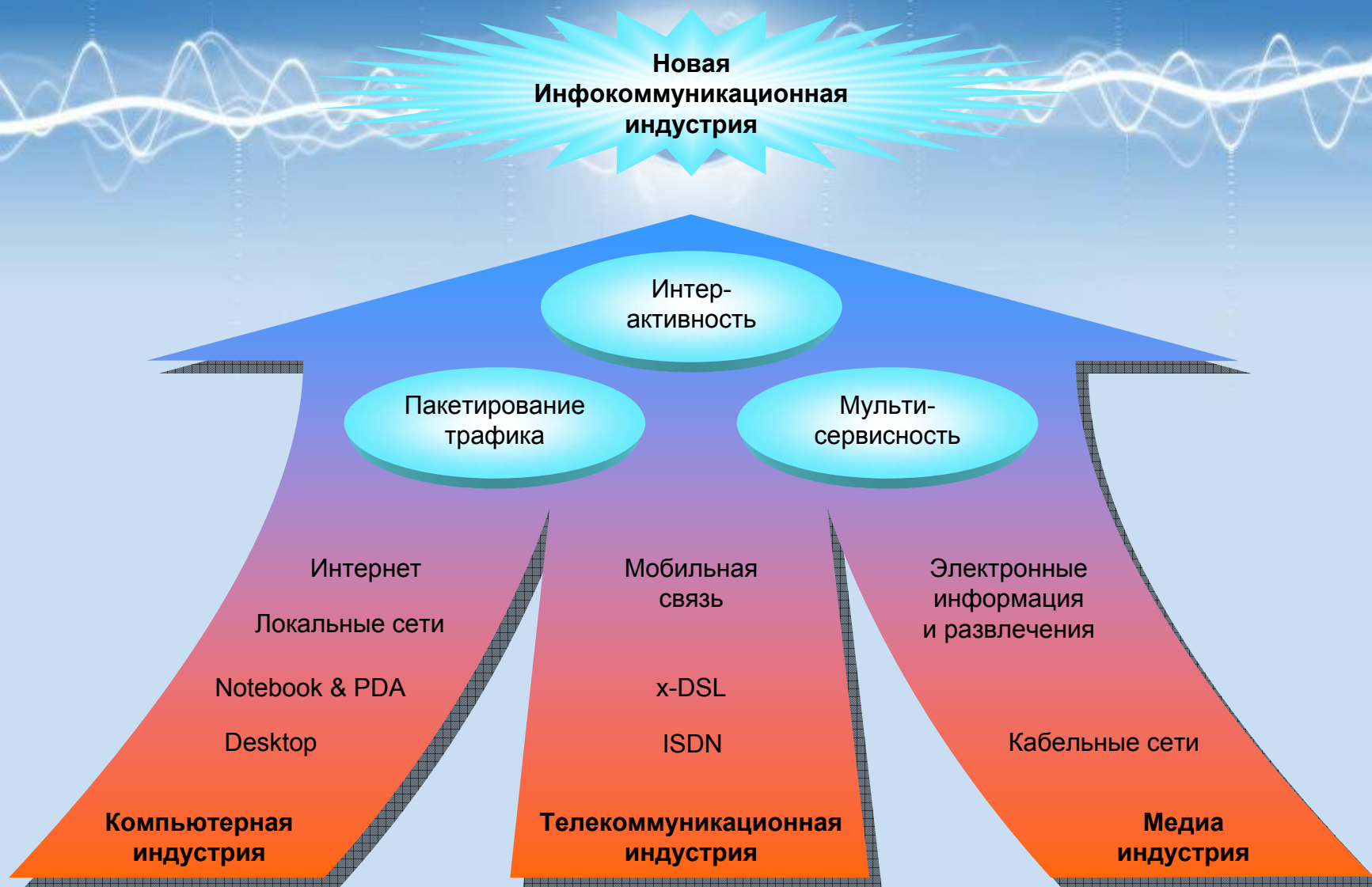
*www.razroev.ru*



*eldar@razroev.ru*

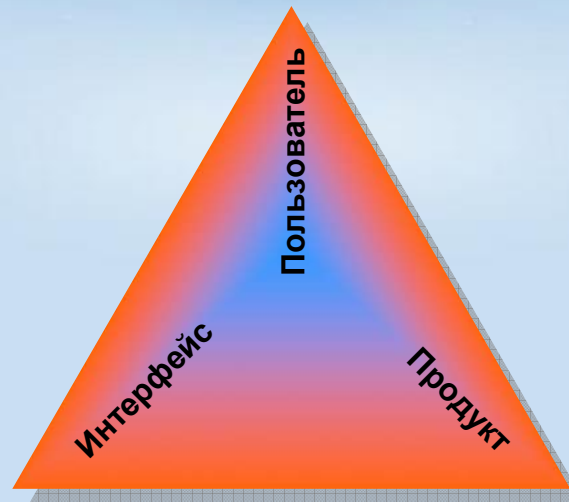


*(+7-903) razroev*





- *Индивидуальные потребности*
- *Межсетевая миграция абонентов*



- *Широкий спектр универсальных и детерминированных решений*
- *Мобильность терминалов*
- *Персонализированные профили*
- *Сквозные сервисы*

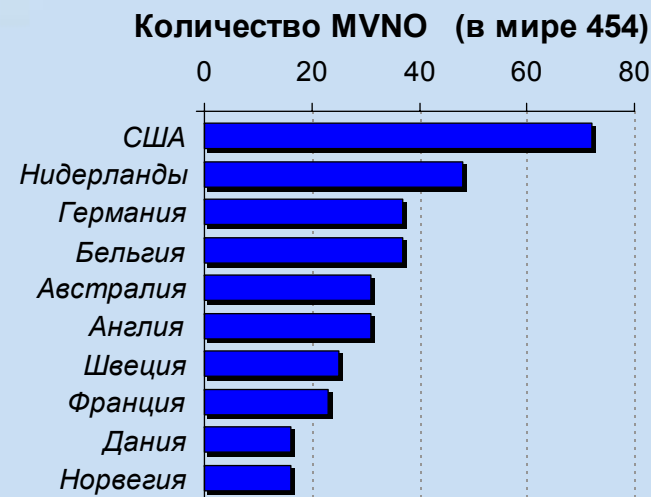
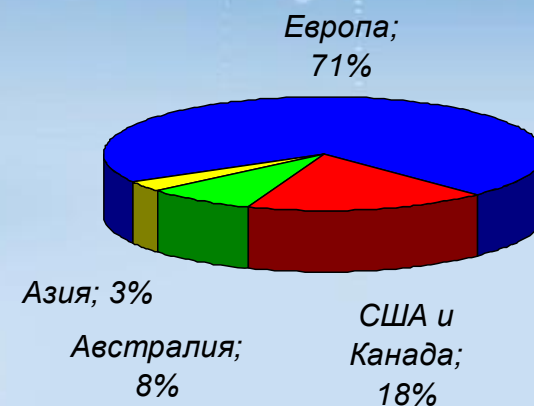
## ▶▶ Дальнейшая либерализация и повышение конкурентности рынка



- ▶ *CPP, MNP, MVNO...*
- ▶ *Significant Market Power (SMP) – статус «значительной силы на рынке», его применение означает необходимость принятия рыночных мер в защиту потребителей*
- ▶ *Indirect Access (IA) - не прямой доступ на мобильных сетях (межсетевая коммуникация), реализация которого обеспечит абонентам одного оператора доступ к услугам другого оператора*
- ▶ *Нейтральный по отношению к технологиям подход в регулировании, в условиях активной государственной технологической политики, базирующейся на национальной стандартизации, сертификации и производстве*

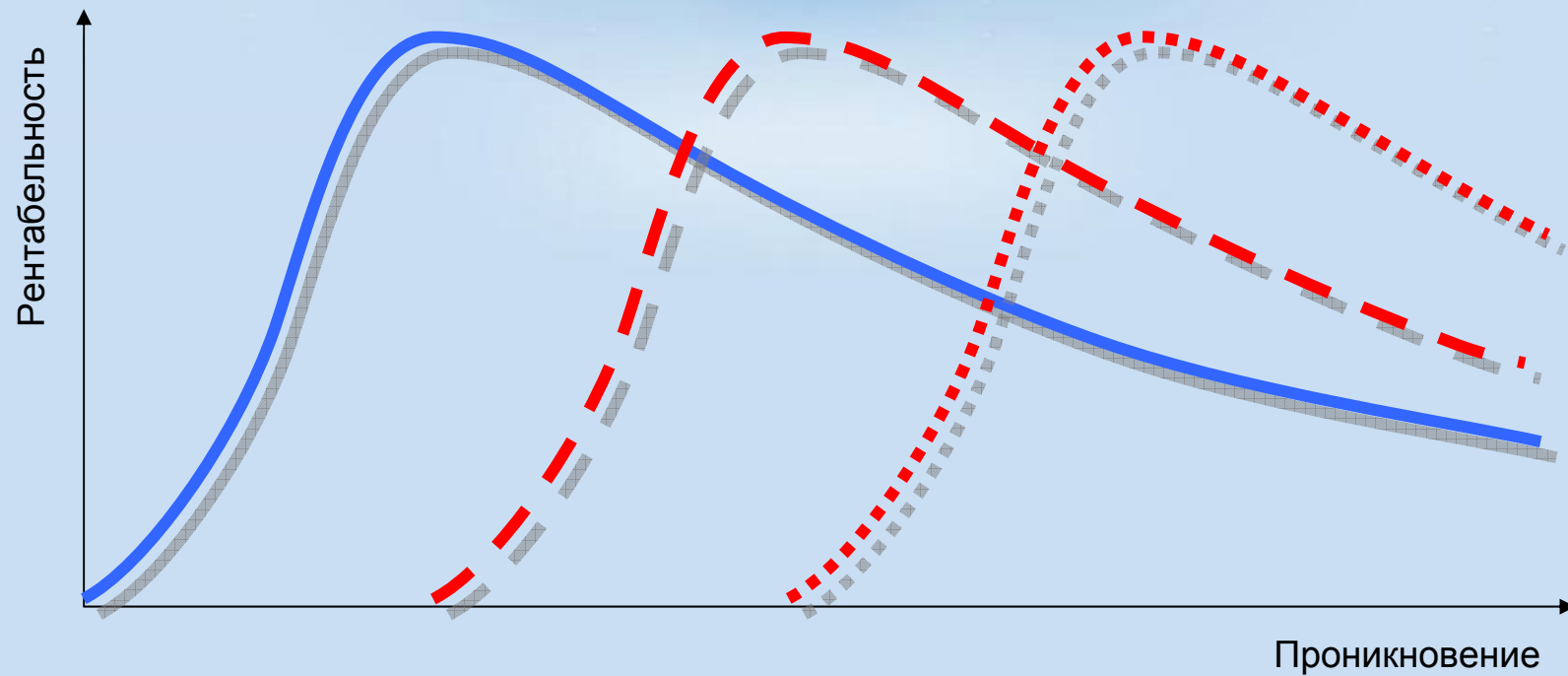


- ▶ **Strategy Analytics:** в 2005 году доля MVNO от доходов операторов мобильной связи в мире превысила 10% (около \$65 млрд.)
- ▶ **Mobile Metrix:** через 3-5 лет MVNO займут 25% рынка мобильной связи

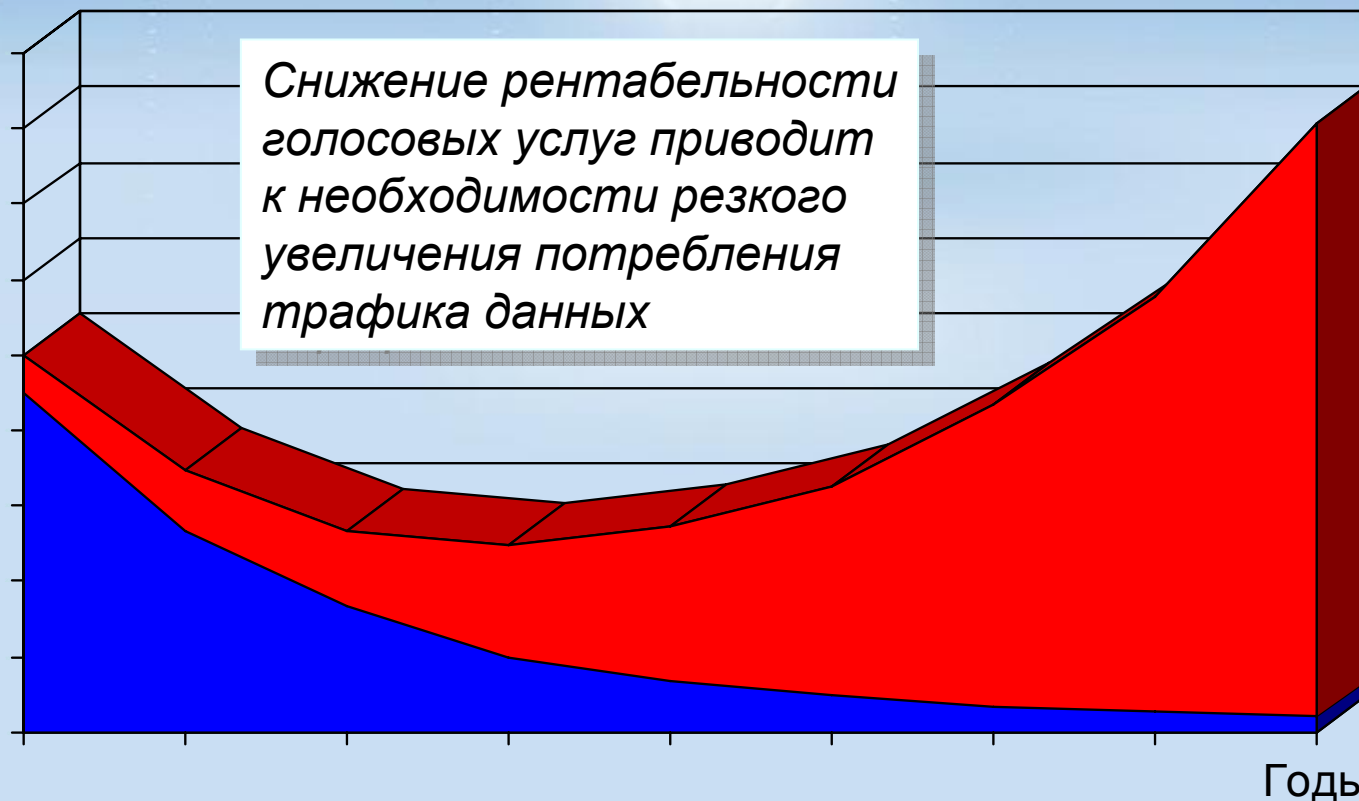




Проникновение в низкодоходные  
потребительские сегменты  
снижает рентабельность



# ▶▶ Структура доходов отрасли



■ голосовой трафик

■ трафик данных



- ▶ Э. Разроев  
«Инфокоммуникационный бизнес: управление, технологии, маркетинг.» - СПб., Из-во «Профессия», 2003. -352с., ил.
- ▶ ISBN 5-9313-047-X
- ▶ [www.professija.ru](http://www.professija.ru)