



Тенденции развития рынка

Отрасль связи всегда помогала функционировать основным системам в сфере государственной экономики. В секторе предоставления услуг и универсальных инфраструктур многое зависит от надежности телекоммуникаций. Развитие этого рынка претерпевало и внутренние перестройки, и

освоение новых процессов в глобальном масштабе. На стыке первых десятилетий XXI века приведем краткие оценки итогов рынка электросвязи за 2019 год, сделанные аналитиками и экспертами, и напомним о наиболее заметных регуляторных новациях.

Первые цифры

По оценкам “ТМТ Консалтинг”, российский рынок телекоммуникаций в 2019 г. достиг 1,73 трлн. руб. При этом он прирос всего на 2,1 %, в то время как в 2017 г. этот показатель составил 2,7 %, а в 2018 г. — 3,3 % (рис. 1).

Наиболее заметную динамику продемонстрировали рынки фиксированной телефонной связи и платного телевидения (рис. 2).

Фиксированная телефония уже 10 лет “терпит” потери и аудитории, и доходов, и с каждым годом они падают все быстрее. За 2019 г. от фиксированной телефонной связи отказались 2,2 млн. абонентов (около 11 %), а доходы от фиксированной телефонии сократились на 8,9 % (в 2018 г. — на 8,7 %). Причины падения рынка наиболее отрегулированного сегмента услуг

электросвязи давно известны, и обсуждать их не будем.

А вот платное ТВ продемонстрировало наибольшие темпы прироста доходов. На этом рынке в 2019 г. прирост абонентской базы снизился вдвое — до 1,7 % — по сравнению с 3,3 % годом ранее. Снижение этих темпов объясняется сохранением стагнации спутникового сегмента и переходом на цифровое эфирное вещание, который сопровождался оттоком 8 — 20 % аудитории небольших кабельных операторов. Драйвером наращивания аудитории платного ТВ в прошлом году остался только IPTV. Переход эфирного вещания на “цифру” вызвал миграцию абонентов из аналогового в цифровое кабельное ТВ и в IPTV, что подтолкнуло к росту тарифов. В результате общая выручка платного ТВ поднялась на 10,2 % (в 2018 г. —

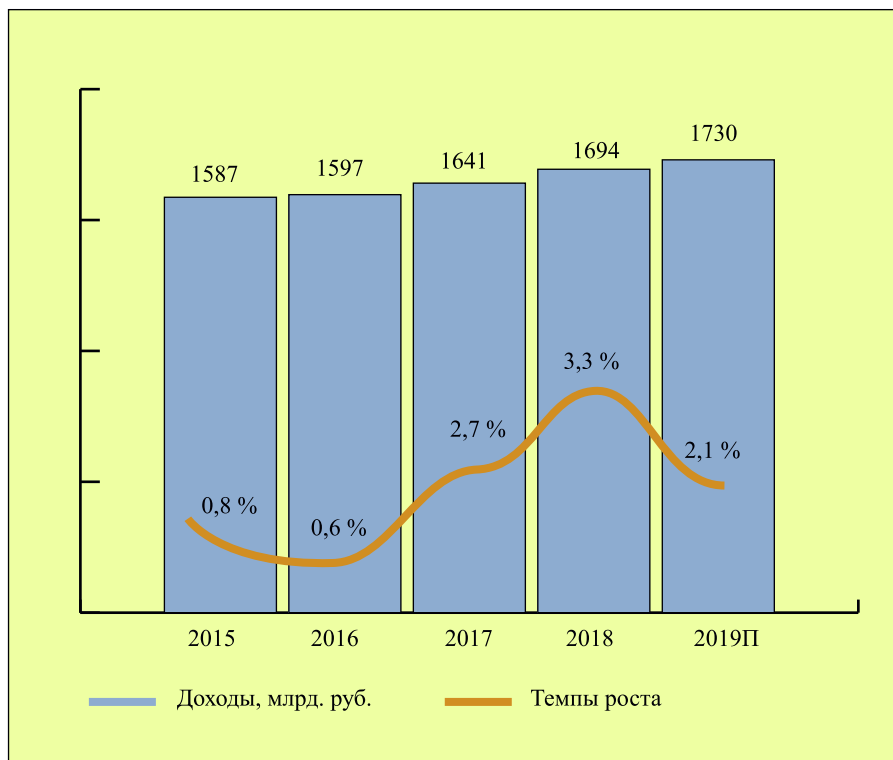
12,1 %). Эти темпы роста втрое выше, чем у ШПД и мобильной связи.

Кроме отключения аналога значимыми событиями года для этого сегмента называют: рост аудитории платформ и OTT сервисов операторов, выход на рынок немедийных игроков (МТС, “Яндекс”, “Сбербанка” и др.), запуск видеосервисами собственного высококачественного контента, превышение интернетом суточного охвата аудитории российского ТВ и, конечно, начавшийся передел этого рынка между телекомпаниями и операторами связи.

Медиахолдинги потребовали с 25 декабря распространять каналы по новым правилам (без интерактивных сервисов), а с 1 февраля 2020 г. полностью перейти на платформу “Витрина ТВ”, основанную “Национальной Медиа Группой”. Если это произойдет, операторы, у которых есть функция записи, могут потерять до 11 % аудитории, считают эксперты.

Выручка от мобильной связи, которая формирует 57 % всей выручки телекоммуникаций, выросла всего на 3,3 % (в 2018 г. — на 4,9 %). Так что снижение темпов роста этого сегмента внесло существенный вклад в замедление динамики телекоммуникационного рынка в целом. Абонентская база мобильной связи подросла лишь на 1,7 % — до 260 млн., в том числе и за счет мобильных M2M-подключений, а среднерыночный ARPU (среднемесячная выручка на абонента) прибавил 2,6 % и дорос до 321 руб., подсчитали в “ТМТ Консалтинг”.

В 2019 г. тарифные планы впервые в истории были проиндексированы на 5 %. Но и это не привело к прибавке доходов пропорционально приросту трафика: темпы прироста



Источник: “ТМТ Консалтинг”

Рис. 1. Динамика телекоммуникационного рынка