



компания
ТрансТелеКом™

**ЭВОЛЮЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ
В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯХ:
откуда и куда мы движемся**

Алексей Рокопян

Старший вице-президент
ЗАО «Компания ТрансТелеКом»

10-й Российский Интернет-Форум
22 марта 2006 г.

□ **Первый этап развития телекоммуникаций**

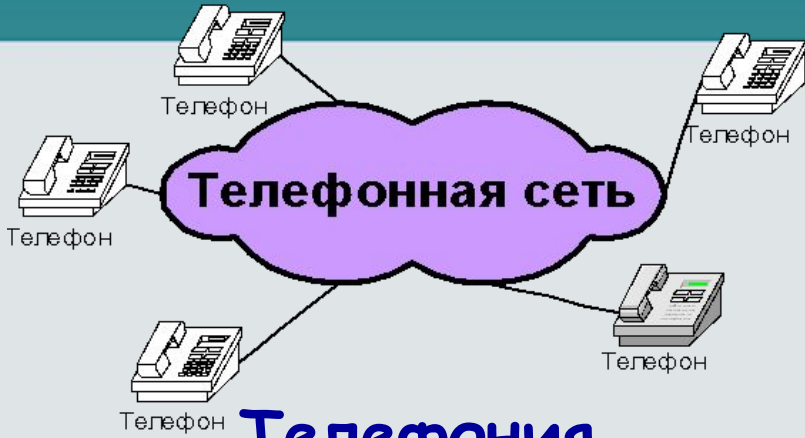
- малая пропускная способность линий связи
- плохие параметры каналов
- жесткое (аппаратное) управление коммутационными устройствами
- дефицит услуг

□ **Как результат:**

- специализированные сети для каждого вида передаваемой информации
- монопольные компании, строящие сети и оказывающие услуги

Немного истории...

(2)



Телефония...



Телеграфия...



Вещание...



Передача данных...

Особенности первого периода телекоммуникаций

- ❑ **Несколько специализированных сетей**, оптимизированных для передачи различных видов информации
- ❑ **Логика услуги** связи реализуется на базовом **сетевом оборудовании** (коммутаторах)
- ❑ **Услуга связи** сама по себе представляет **ценность для клиента**
- ❑ **Цель отрасли** - ликвидация дефицита услуг. Для этого прежде всего нужно концентрировать ресурсы и развивать инфраструктуру
- ❑ **Оператор** - как правило и **владелец сети**, и **продавец услуг**
Правда, услуги больше «покупают», чем «продают»...
- ❑ Конкуренция (там, где она есть) - прежде всего **конкуренция инфраструктур** (*качественнее, доступнее, дешевле...*)

Начало революции в телекоммуникациях

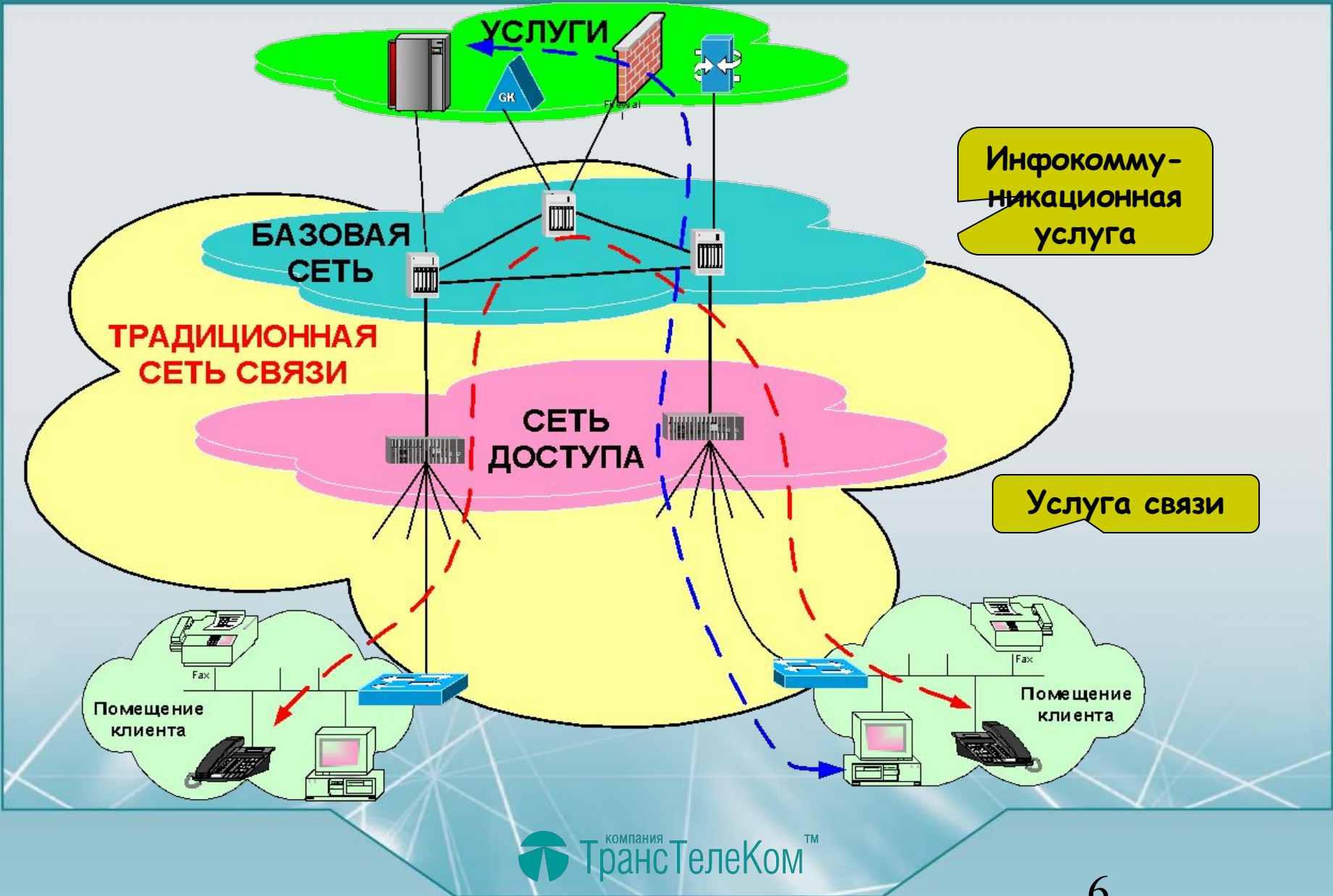
- Технологическая революция
 - развитие волоконной оптики
 - много дешевых и качественных каналов
 - микропроцессорная техника
 - колоссальный рост и удешевление вычислительных ресурсов коммутаторов
 - развитие мобильной связи

Рост широкополосности сетей.

Появление новых возможностей, включая конвергенцию сетей / услуг

- На развитых рынках закончился период телефонизации
 - период экстенсивного развития
- Появляются примеры отделения услуг от сетевого оборудования
 - концепция интеллектуальных сетей
 - Интернет

Модель инфокоммуникационного сервиса

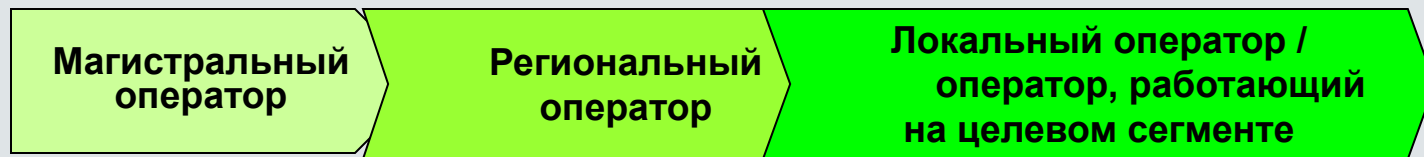


От чего « поехала парадигма »

- Сетевые ресурсы стали качественными и дешевыми
 - отпала необходимость оптимизировать сеть под конкретный вид передаваемой информации - реальная мультисервисность
 - избыточность позволяет оптимизировать сети под задачу обеспечения гибкости и удобства пользования - изменение сетевых архитектур
- Все большую ценность в глазах пользователя приобретает не услуга связи как таковая (*как процесс передачи информации*), а **сервис**, доступ к которому становится возможен через потребление услуги связи.
Именно на этом построен Интернет

Участники цепочки создания ценности

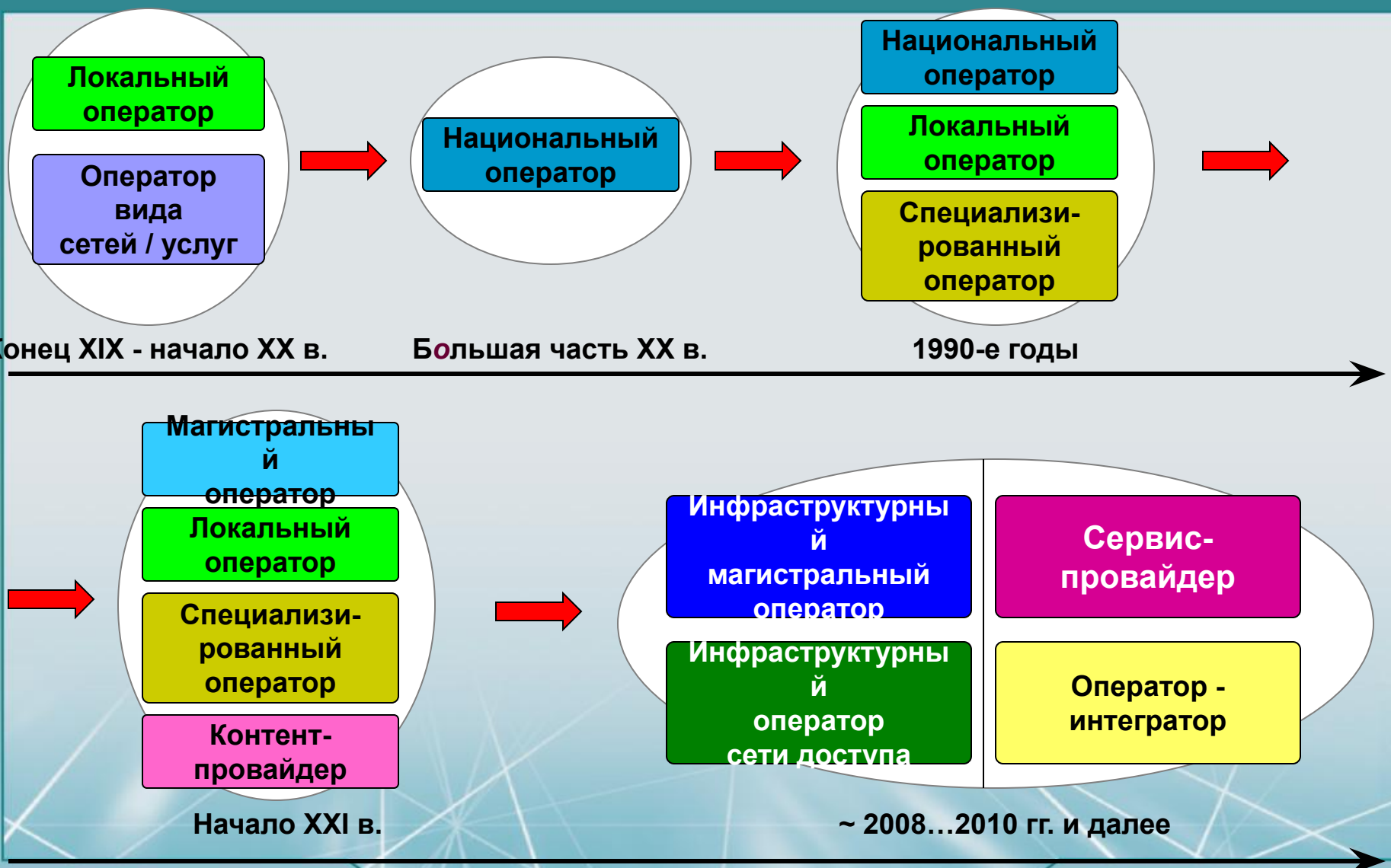
□ Традиционно



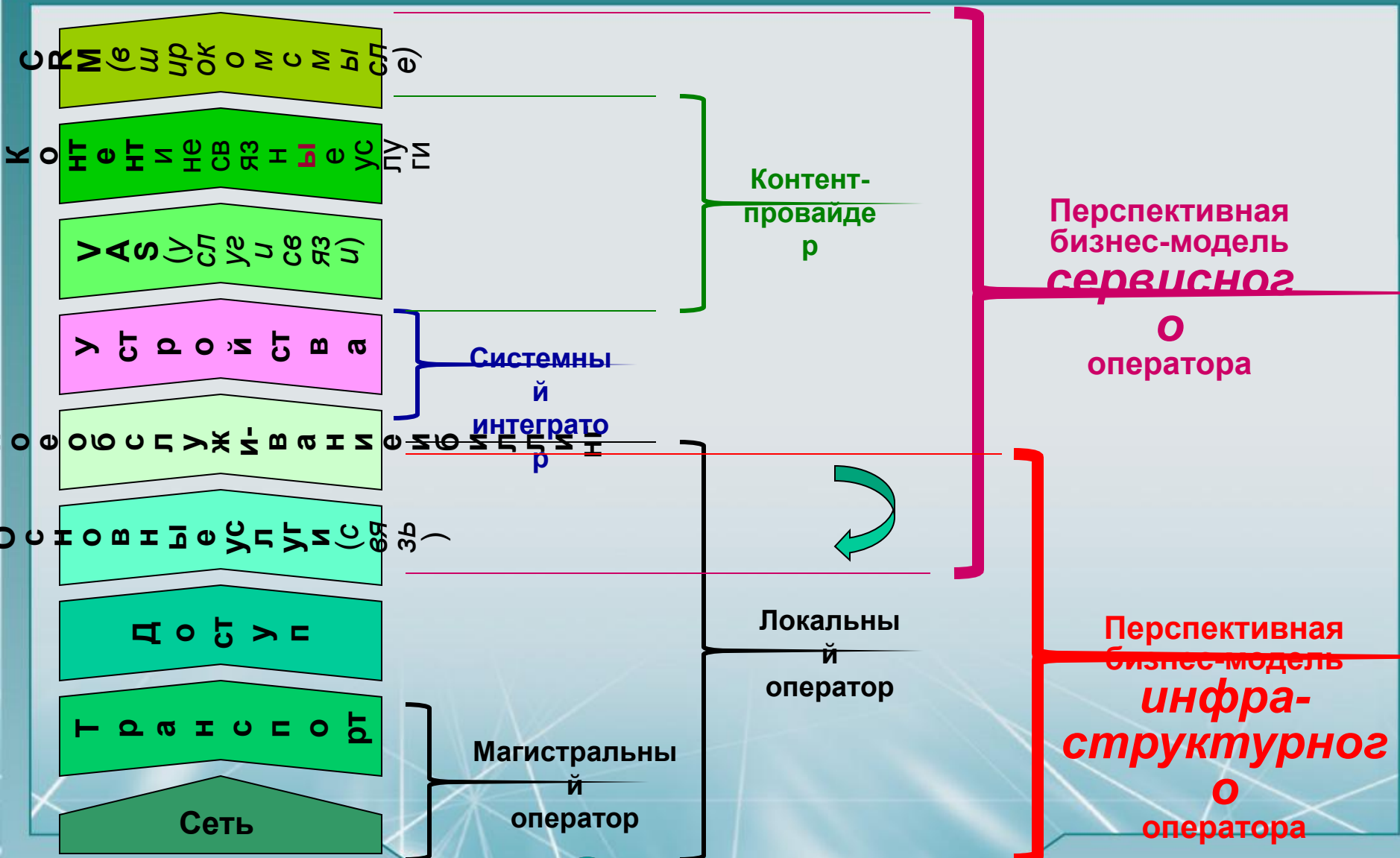
□ Тенденция в современных условиях



Эволюция бизнес-моделей



Цепочка создания ценности и основные бизнес-модели



Отличия бизнес-модели «классического» телекома и инфокоммуникационных услуг

	Телеком	Инфоком
Основная потребность клиентов	Передача информации	Доступ к информации, услугам и службам
Роль услуги связи	Передача информации - непосредственно потребляемый продукт	<ol style="list-style-type: none"> 1. Средство доступа к услугам и службам (растущая часть) 2. Непосредственно потребляемый продукт (сокращающаяся часть)
«Место», где обеспечивается логика услуги	В составе оборудования сети связи - принадлежность оператора связи	«Над сетью» связи - может принадлежать как оператору связи, так и, скорее, другой компании
Роль телекоммуникационного оператора	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание инфраструктуры 2. Обеспечение услуг связи 3. Продажи и работа с клиентом <p>Розничный рынок</p>	<p>Обеспечение телекоммуникационной инфраструктуры для сервисов</p> <p>Оптовый рынок</p>
Роль сервис-провайдера	Один из клиентов оператора связи, самостоятельно (как правило) продающий свои услуги	<p>Поставщик инфокоммуникационных сервисов, включая услуги связи</p> <p>Розничный рынок</p>

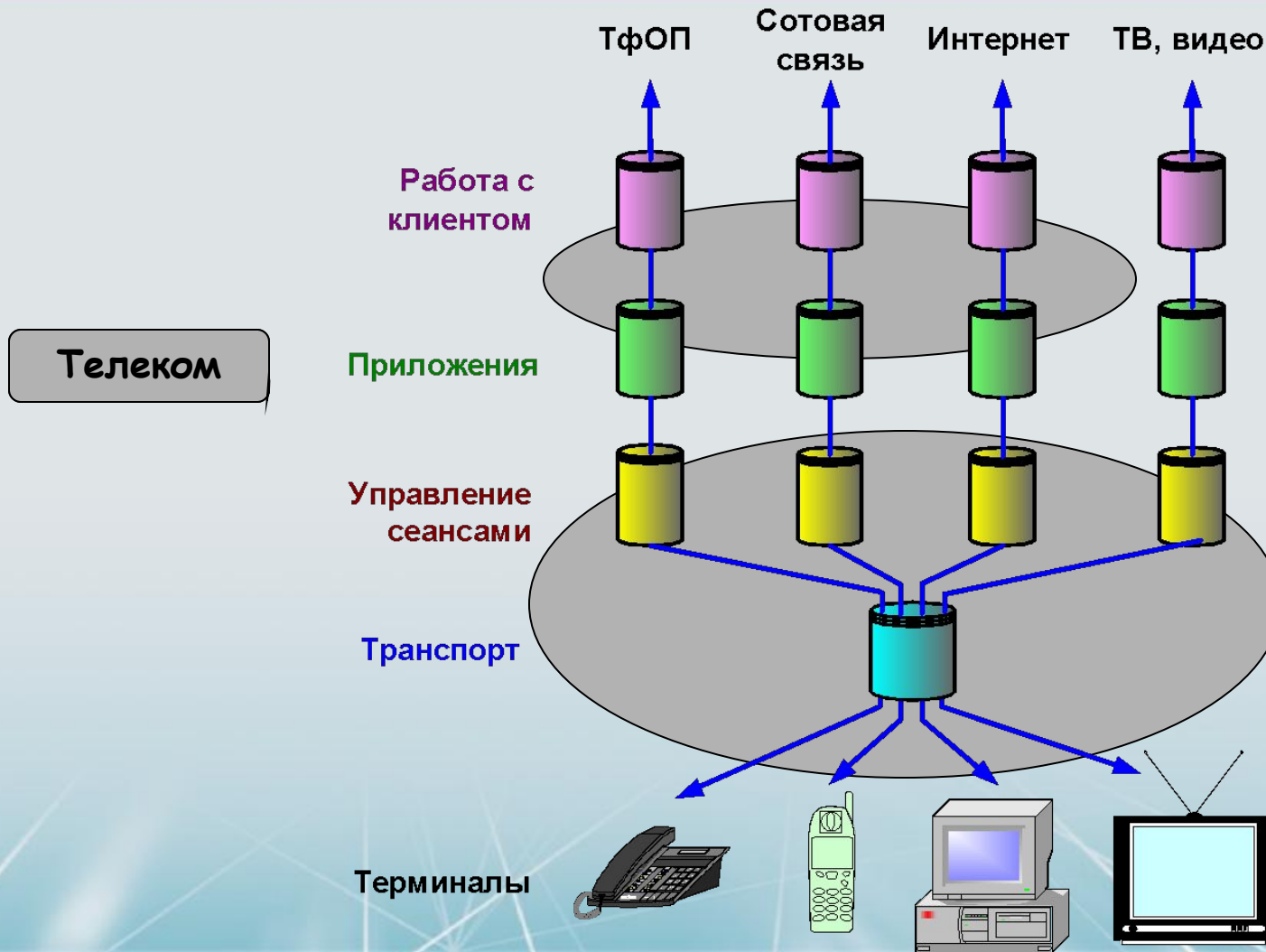
Сопоставление бизнес-ролей

Бизнес Показатель	Магистральная инфраструктура	Инфраструктура доступа	Сервис для гос. органов и крупн. корп-ций	Сервис на массовом рынке
Ориентация компании	Технологическая	Технологическая	Маркетинговая	Маркетинговая
Тип рынка	Оптовый	В перспективе - оптовый, исторически - розничный	Розничный	Розничный
Инвестиции в сеть	Очень существенные	Существенные	Средние	Незначительные
Физические объемы закупок по одному контракту	Значительные	Средние	Средние	Небольшие
Прибыльность бизнеса (в целом)	В мире - низкая В РФ - средняя	Сейчас - высокая В перспективе - низкая / средняя	Средняя	Высокая / средняя
Стандартизованность продукта	Очень высокая	Высокая	Низкая	Низкая
Разнообразие продуктов	Минимальное	Небольшое	Среднее	Очень высокое
Индивидуализация продукта	Низкая	Средняя	Высокая	Средняя
Рыночные риски	Средние	Низкие	Высокие	Высокие
Конкуренция	В мире – очень острая, В России - ограниченная	В мире – средняя В России - низкая	Высокие/ очень острая	Высокие
Преобладающие стратегии	Лидерство по издержкам	Лидерство по издержкам	Дифференциация Сегментирование	Дифференциация Сегментирование

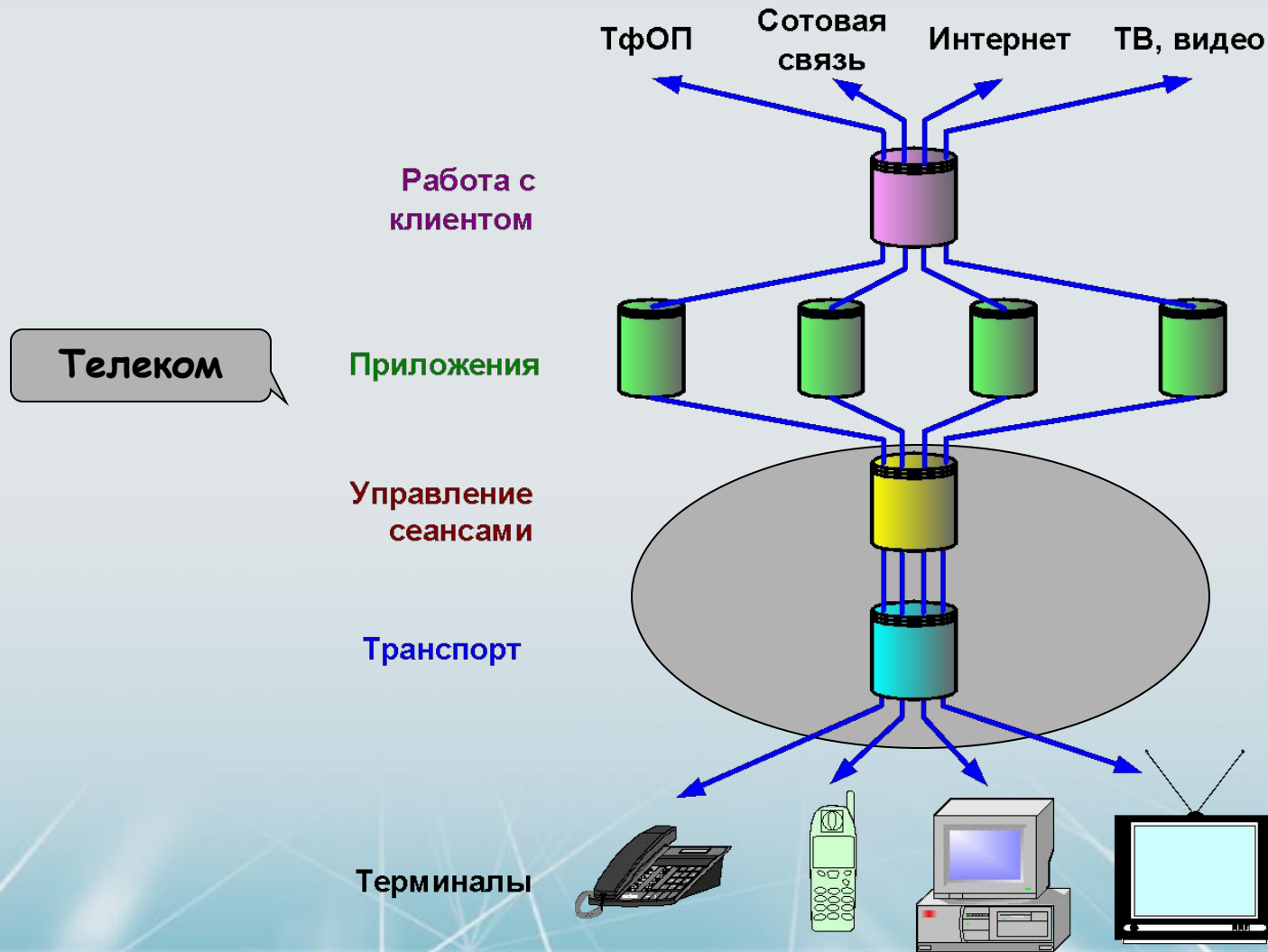
Конвергенция телекоммуникационных сетей: сегодня



Конвергенция телекоммуникационных сетей: завтра



Конвергенция телекоммуникационных сетей: послезавтра

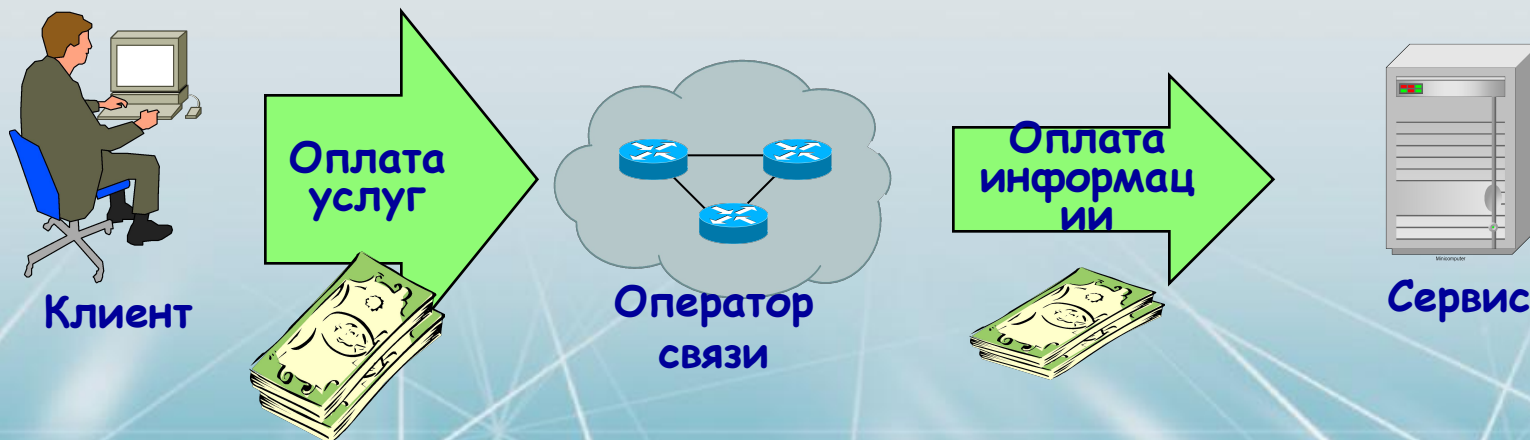


Организация работы с клиентом: **сегодня**

Схема, чаще всего действующая в Интернете и других сервисах

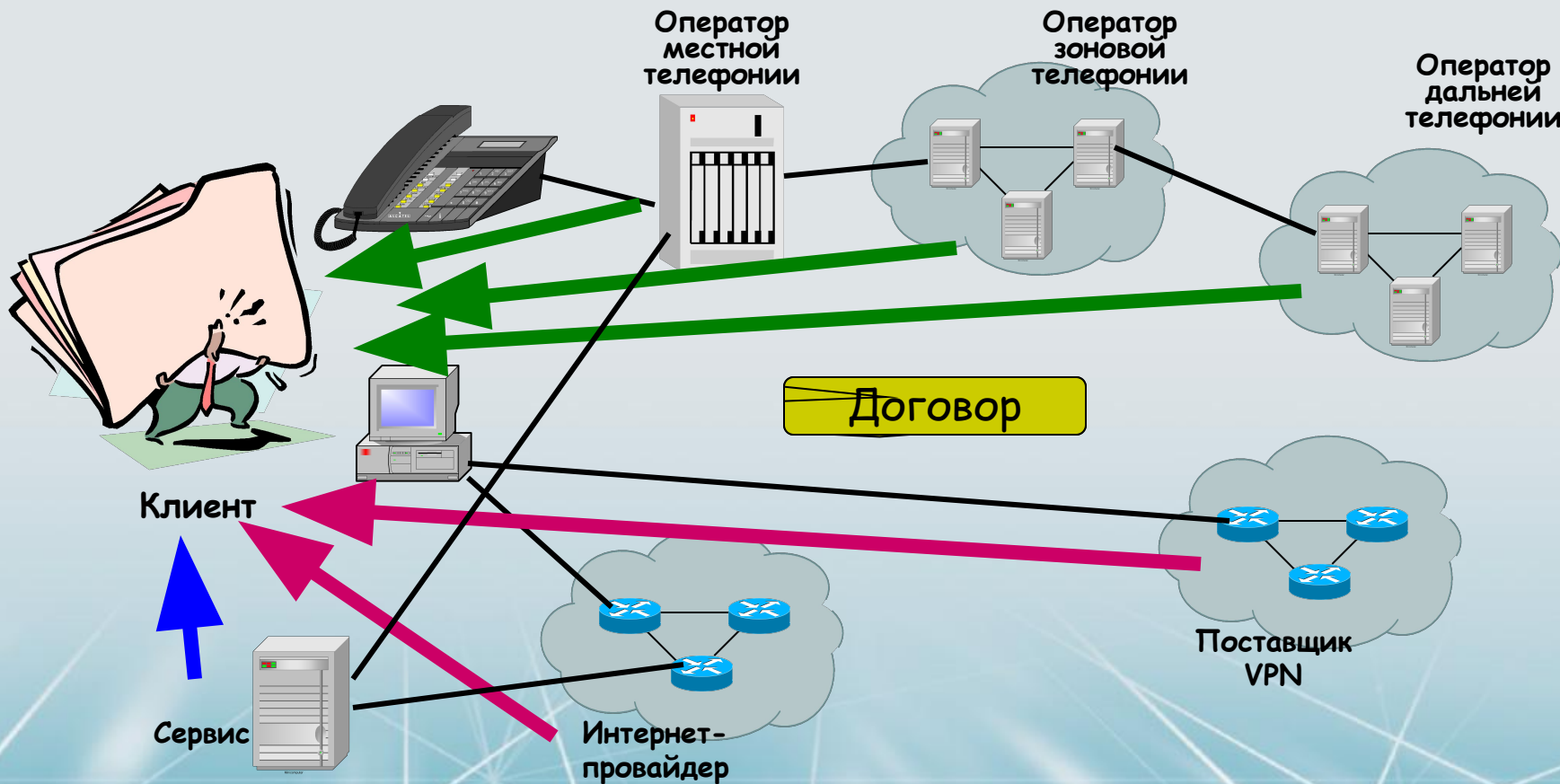


Схема, реализованная пока только для мобильного контента

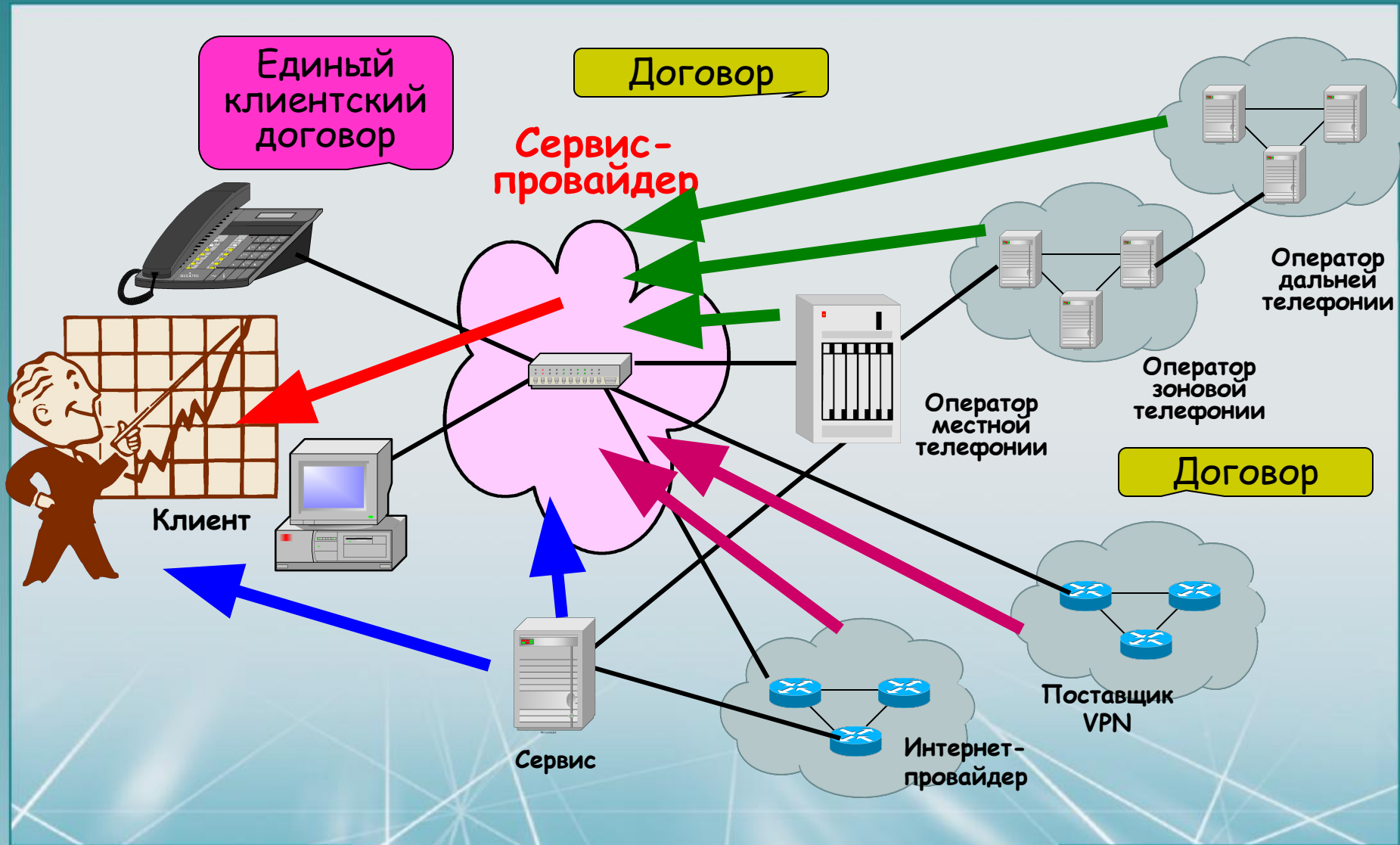


Кошмар договорных отношений

Договорные отношения, вытекающие из сегодняшнего законодательства
И это без учета мобильной связи и конвергентных сервисов!



А клиенту удобно так...



Фундаментальные тенденции в телекоммуникациях

- ❑ Кардинальное **изменение сетевых архитектур**, отказ от жесткой иерархии сетей, характерной для «классических» телефонии и телеграфии
- ❑ Функциональное **разделение уровней транспортной коммутируемой сети и уровня формирования услуг**
- ❑ Обострение конкуренции в наиболее динамичных секторах рынка (мобильная связь, Интернет, услуги для корпоративных пользователей). **Рост рыночной власти пользователей**
- ❑ **Объективная необходимость перепродажи услуг связи**, обеспечивающая работу через «одно операционное окно»
- ❑ **Услуга связи как таковая перестает быть существенной ценностью для пользователя.** Телекоммуникации (*как минимум, на массовом рынке*) все больше приближаются к модели коммунальных услуг (*обязательный инфраструктурный сервис*)
В жилищах и офисах появляется «розетка со связью»
- ❑ **Телекоммуникации неизбежно начинают расслаиваться на 2 части:**
 - ❑ **инфраструктурную**
 - ❑ **сервисную**
- ❑ **Идея «Killer application» устарела**

Выводы

- **Переход «от телекома к инфокому» связан с радикальными изменениями** во всем телекоммуникационном бизнесе, IT, смежных отраслях (*paradigm shift*)
- **Приоритет в будущем сервиса (в широком смысле) над инфраструктурой** практически очевиден
- **Будущие бизнес-модели должны обеспечивать:**
 - эффективную продажу (*и, соответственно, производство, доставку, ...*) потребителям всевозможных сервисов и контента
 - минимальную зависимость сервиса от инфраструктуры
 - эффективное развитие этой инфраструктуры
- **Изменения не могут быть только «автоматическими».** Потребуется:
 - спокойное осознание происходящих изменений
 - кардинальное изменение нормативной базы
 - умение искать решения, взаимоприемлемые для всех участников процесса:
 - ✓ пользователей
 - ✓ телекоммуникационных компаний
 - ✓ контент-провайдеров
 - ✓ регулятора

В интересное время живем, коллеги!

Спасибо за внимание!



Контактная информация:

Алексей Рокотян

Старший Вице-президент

ЗАО «Компания ТрансТелеКом»

- ☐ 784-6670
- ☐ A.Rokotyan@tranktk.ru