

vodafone.ua



Dialog

Новини для абонентів, березень '2016

Ми отримали доступ до кращих практик і європейського досвіду

Vodafone

Vodafone вчить автомобілі
.....розмовляти

Абоненти Vodafone Україна
обирають подорожі до Європи

Vodafone
Power to you

Ми отримали доступ до кращих практик і європейського досвіду Vodafone



З 1 січня 2016 року Генеральним директором Vodafone Україна стала українка Ольга Устинова. Що чекає на компанію, як зміняться тарифи – Ольга Устинова розповіла в інтерв'ю РБК-Україна

Минуло понад два місяці з часу, як Ви очолили українську компанію. Цікаво почути Ваші враження – Vodafone Україна досягла успіхів? Можливо, їй чогось бракує?

Утворивши альянс із компанією Vodafone, яка працює у 80 країнах світу, ми стали учасником глобального ринку. Отримали доступ до її кращих практик і досвіду роботи у різних країнах за

різними сценаріями. Це, безумовно, величезний плюс, що дозволяє нам формувати довгострокову стратегію, – ми розуміємо, куди прийде ринок через 2-3 роки. Завдяки цій співпраці і масштабам Vodafone ми змогли забезпечити наших абонентів новими роумінговими і міжнародними тарифами.

Окрім того, ми маємо можливість проводити глобальні закупівлі,

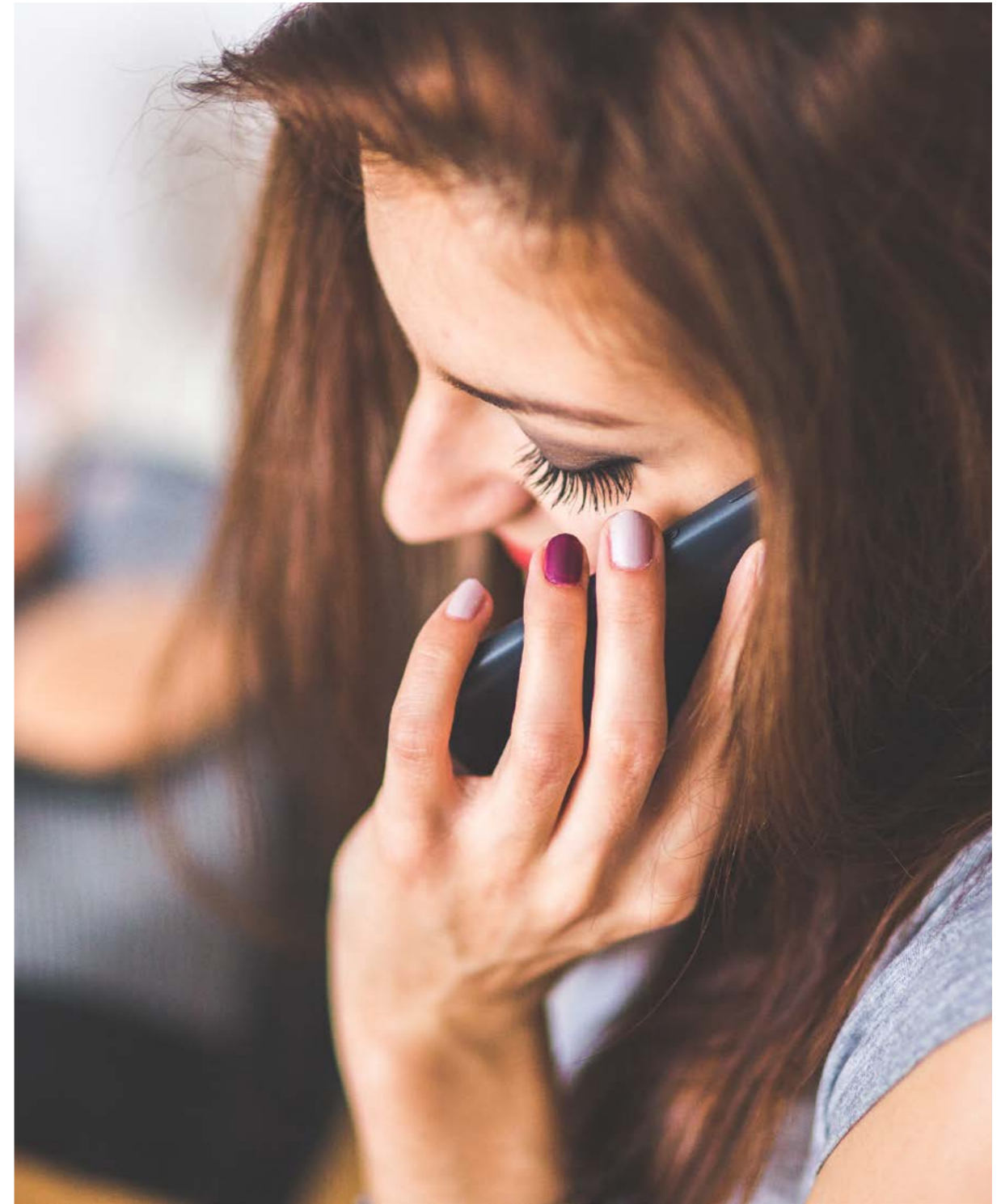
можемо користуватися знижками, які постачальники дають Vodafone за рахунок масштабу. Оскільки ARPU (середній дохід від одного абонента – ред.) на нашому ринку дуже маленький, близько 1,5 долара, нам важливо грамотно планувати свої інвестиції, оптимізувати витрати й отримувати максимальний ефект від інвестицій.

Якщо говорити про мінуси, то могло скластися враження, що минулого року ми будували покриття не так швидко, як конкуренти. Але це відмінна від конкурентів стратегія. Можна було на діючих об'єктах 2G просто "надбудувати" 3G і "запустити місто". Та ми вирішили ставити додаткові базові станції, щоб забезпечити килимове покриття. Звичайно, це потребувало більше часу, тому нашу мережу було введено в експлуатацію дещо пізніше.

На сьогодні ми покрили 19 обласних центрів, це найбільше покриття на ринку.

Кілька обласних центрів і досі не покриті – це Донецьк і Луганськ, які знаходяться на підконтрольних бойовикам територіях, а також Житомир, Запоріжжя і Черкаси, де державі необхідно провести конверсію. Чи є шанси, що до кінця поточного року 3G буде запроваджено в якомусь із цих міст? Чи плануються до покриття районні центри?

Ми вже покрили територію, на якій проживає 35% населення. Цього року плануємо збільшити покриття до 50%. Відповідно і районні центри, основні магістралі, курортні зони на півдні України та в Карпатах. Що стосується трьох конверсійних міст, ми б із радістю запустили в них 3G, але чекаємо, коли там буде проведено конверсію. Зараз розглядаємо можливість покриття підконтрольних Україні територій Донецької і Луганської областей. У цьому регіоні у нас велика частка ринку, і там живуть українці. Ми не можемо і не маємо права позбавляти



їх нових технологій. Але підходити до зони розмежування ближче, ніж на 50 км, на мою думку, не будемо.

Потужність базових станцій буде збільшувати?

Потужність базових станцій залежить від санітарних норм. Нещодавно у нас була зустріч в Американській торговій палаті, на якій саме і було обговорено діючі в Україні санітарні норми. Річ у тім, що їх було встановлено ще за часів Радянського Союзу, коли мобільного зв'язку і в помині не було. Тому зараз логічно було б привести їх відповідно до європейських стандартів. Поки що ми не можемо задіювати передавачі на нормальну потужність.

Про тарифи. Поки що Ви представили лише одну лінійку – Vodafone Red. Коли варто чекати нових тарифів?

Нові тарифи плануємо представити цієї весни. Це будуть передплачені та контрактні тарифи для приватних

і бізнес-абонентів. Окрім того, до курортного сезону плануємо розширити перелік країн, в яких нашим абонентам буде доступний пільговий роумінг. Переговори ще тривають, але можу сказати, що це не тільки країни присутності Vodafone.

Також ми аналізуємо перспективи запуску безлімітних 3G-тарифів, вивчаємо профілі споживання абонентів і обсяги трафіка, який вони зараз використовують.

А скільки загалом абонентів обслуговуються на тарифах Vodafone Україна?

За підсумками першого кварталу ми розраховуємо відзначити перший мільйон.

Це, мабуть, в основному абоненти, які мігрують із тарифів «МТС Україна»?

Наші опитування показують, що близько половини таких. Інші приходять від конкурентів. Ми не змушуємо абонентів «МТС Україна»

переходити на тарифи Vodafone. Це природний перехід – не тому, що змусили, а тому що нові тарифи дійсно вигідні, і люди про це діляться зі своїми друзями, родичами.

Чи з'являться нові тарифи під брендом «МТС Україна»? Чи будете поступово виводити його з ринку?

Нових тарифів під цим брендом не буде, а зі старих на полицях залишилися тільки найбільш затребувані. Як тільки стає ясно, що тариф не продається більше, забираємо його. Конкретної цілі повністю замінити тарифи МТС ми не маємо, хоча, за нашими прогнозами, це само собою станеться до кінця року. Вже сьогодні половина продажів компанії припадає на тарифи Vodafone.

А як бути з регіонами, де 3G з'явиться не скоро? Адже абонентам там немає сенсу переходити на тарифи Vodafone, "заточені" під 3G?

Серед нових тарифів, про які я згадувала, буде і такий тариф для

регіонів. Зараз ми вирішуємо, яку пропозицію від Vodafone зробити абонентам, для яких інтернет-трафік не є ключовим чинником у виборі тарифу.

Чи плануєте цього року піднімати тарифи на голосовий зв'язок?

Ні, ми не розглядаємо голосовий зв'язок як джерело зростання доходів. І від безкоштовних внутрішньомережевих дзвінків відмовлятися теж не будемо.

Це раніше у світі продавався насамперед голосовий зв'язок. Зараз основною послугою стає передача даних. І тарифоутворення у багатьох країнах уже давно звелось до того, що "голос" ніхто не тарифікує, а абонентська плата розраховується, виходячи з обсягу включеного "дата-трафіка". Зараз, із появою в Україні 3G, споживчі звички стали змінюватися. Передача даних стає основним драйвером зростання ARPU.



По-перше, збільшуються обсяги споживаного трафіка. З'являються додаткові послуги, як-от мобільне телебачення Vodafone TV. Саму послугу ми запровадили перед Новим роком, а згодом ввели пакет "Футбол", на який робимо ставку.

По-друге, усуваються бар'єри в користуванні роумінгом. Після запуску роумінгових тарифів Vodafone Україна ми спостерігаємо колосальні зміни. Споживання трафіка в роумінгу зросло в десятки разів, якщо порівнювати з тарифами "МТС Україна".

Як відомо, в Україні готують до запуску послугу перенесення мобільних номерів (Mobile Number Portability, MNP), що дозволить абонентам міняти операторів, зберігаючи при цьому номер телефону і код. На Вашу думку, чи виграє компанія від запуску послуги?

Сподіваємося, що перетікання абонентів буде на нашу користь.

Як свідчить європейський досвід, зазвичай послугою перенесення номера користуються 2-5% абоненти.

Із запуском MNP абонент не зможе більше за кодом визначити, якому оператору він телефонує. Відповідно, всіх цікавить: що буде з дзвінками?

Звісно, якщо абонент від нашого конкурента перейшов до нас, він повинен розуміти, що тепер йому доведеться телефонувати на свою "стару" мережу за міжмережевими тарифами. У світовій практиці є приклади, коли оператор інформує абонента, на яку мережу той дзвонить. Але іноді в цьому немає потреби. Наприклад, якщо більшість абонентів, що обслуговуються на тарифах із однаковою вартістю дзвінків на всі мережі.

З урахуванням того, що наш показник MOU (кількість виговорених хвилин у місяць на абонента – ред.) становить близько

500 хвилин, до того ж, більшість припадає на внутрішньомережеві дзвінки, для нас це питання важливе. І ми якраз намагаємося знайти відповідь, яка влаштувала б усіх.

Оператори заплатили значні суми за ліцензії на 3G, але в нинішній ситуації ці інвестиції окупляться нескоро. Чи готова компанія заплатити стільки ж за 4G? Для кого збираєтеся запускати 4G?

Якщо уважно ознайомитися з європейським досвідом, то 4G-ліцензії, як правило, коштували в 2-3 рази менше, ніж ліцензії 3G. Це не випадковість. Річ у тім, що 3G – масова технологія, розрахована на масове споживання послуг. А LTE – технологія точкова, розрахована на "просунутих користувачів". Витратити кошти, щоб зробити килимове 4G-покриття по всій країні, безглуздо. У країнах із таким профілем споживання, як в Україні, в LTE-мережі переходить до 10% абонентів, але і це відбувається поступово.

Vodafone вчить автомобілірозмовляти

Технології M2M постійно розвиваються, щодня завойовуючи нові сфери. Особливо хотілося б відзначити їх прогрес в автомобільній галузі. Те, що раніше здавалося фантастикою, нині реальність. Автомобілі тепер уміють розпізнавати один одного і навіть з'єднуватися в мережі. А лідером у розвитку цього напрямку традиційно

є Vodafone, яка розробляє і впроваджує власні технології та платформи. Нещодавно Філ Скіпер, який у Vodafone очолює департамент розвитку бізнесу M2M, відвідав у Барселоні найбільшу у світі виставку мобільних технологій – Mobile World Congress. Наше інтерв'ю з Філом Скіпером про технології M2M.



M2M-технології від Vodafone знайшли широке застосування в автомобільній галузі?

Багато марок авто уже оснащено M2M від Vodafone – у цій царині ми тісно співпрацюємо з найбільшими європейськими автовиробниками. Ми володіємо також окремим бізнесом – Vodafone Automotive, що надає автовласникам послуги зв'язку. Наші M2M-пристрої, які встановлюються на автомобілях, передають дані для дистанційної діагностики, цілодобової підтримки та іншої інформації.

А можна поцікавитися кількістю автомобілів, підключених до вашої мережі?

На сьогодні кількість підключених до платформи M2M Vodafone по всьому світу автомобілів складає майже 600 тисяч.

Розкажіть, будь ласка, детальніше про Vodafone Automotive.

Цю програму можна умовно розділити на кілька напрямів.



Перший – безпека. eCall – це цілодобова служба підтримки, на яку наш користувач може розраховувати в будь-якій частині світу. Окрім того, є ще послуга bCall, якою водії можуть скористатися у разі несправності автомобіля за допомогою віддаленої діагностики та вибору оптимального рішення щодо виниклої ситуації. До того ж, хотілося б згадати і про послугу

відстеження місцезнаходження автомобіля в разі його викрадення.

Друге – комфорт. Завдяки M2M-платформі водій може отримувати оперативну інформацію про ситуацію на дорозі, підказки навігатора, розширити можливості мультимедійної системи для розваг у дорозі та отримати доступ до різноманітних онлайн-сервісів.

Третє – управління комерційним

парком. Це комплексна система управління автопарком, яка дає можливість суттєво підвищити ефективність використання транспортних коштів за рахунок оптимізації маршрутів та оперативності реагування. Працюючи над порталом Infomobility.it, ми створили рішення, яке дозволяє італійським страхувальникам отримувати



інформацію про поведінку водіїв та страхувати на основі цих даних. Великі оператори автопарків скоротили до 60% витрат на страхування, а страхувальники змогли відстежувати транспортні засоби і повернути більше ніж 80% викрадених автомобілів.

Яким буде наступний крок у розвитку M2M для автомобілів?

Сьогодні багато говорять про концепцію Connected Car, в якій автомобіль оснащено електронними пристроями, що дає змогу завжди бути на зв'язку завдяки

мобільному інтернету і спеціальним додаткам. Наступним кроком стане автомобіль із функцією автопілота, а потім і повністю автономно керованого транспортного засобу, який не потребуватиме водія. Автомобілі з кожним роком стають досконалішими. Але потрібно ще багато докладити зусиль для створення комплексної системи взаємодії між різними транспортними засобами, дорожньою інфраструктурою та людьми. Хоча, на мою думку, автономні автомобілі з'являться на дорогах незабаром.

Чи можливо створити соціальну мережу автомобілів на кшталт Facebook?

Дещо подібне уже існує. Йдеться насамперед про те, що люди змінюють підхід до використання автомобілів. Наприклад, у BMW та прокатної компанії Sixt є спільний проект. У рамках цього проекту можна взяти авто в оренду і отримати доступ до машини через смартфон. При цьому комунікатор в машині дає змогу центру Sixt відстежувати її місцезнаходження. А ви, своєю чергою, отримуєте доступ до сервісного центру компанії,

оператори якого завжди допоможуть порадою або конкретними діями у разі екстрених ситуацій. У разі якщо ви забажаєте повернути автомобіль, система автоматично запропонує найближчий пункт, де його можна залишити. Тобто автомобілі, що належать Sixt, уже знаходяться в спільній мережі й отримують спільні дані. Згодом подібні системи будуть вдосконалюватися, з'являться нові функції, що допоможуть оптимізувати маршрути та скорочувати видатки тощо.

Підготував Андрій Хоменко
Журналіст, керівник сайту Автоцентр.ua



Абоненти Vodafone Україна обирають подорожі до Європи

Згідно з опитуванням наших співвітчизників, вони надають перевагу відпочинкові на Заході. Це власне підтверджує і аналіз роумінгових послуг, який провела Vodafone Україна. Виявилося, що 5-8 березня серед українських туристів найпопулярнішими були такі країни:

- Польща;
- Німеччина;
- Угорщина.

Під час подорожей до цих держав абоненти за поїздку використовують не більше 500 МБ і переважно телефонують в Україну на номери Vodafone.

Для зовнішнього туризму в 15 роумінгових країнах Європи оператор радить користуватися пакетами послуг на день. Будь-яких підключень тут не передбачено –

послуги надаватимуться автоматично. Наприклад, у тарифі Vodafone Red S за 30 гривень в день можна отримати безкоштовні вхідні, а дзвінки до країн Vodafone обійдуться по 50 коп. за хвилину, стільки ж і SMS/MMS. Інтернет обсягом 500 МБ коштуватиме 10 гривень. Домашні тарифи в роумінгу не поширюються на дзвінки на мережі інших українських операторів – їх вартість становить 10 грн за хвилину.

Якщо поїздка планується на тривалий час (понад три дні), то краще підключити «Роумінг, як вдома». У такому разі можна зберегти умови домашнього тарифу в 15 роумінгових країнах Європи – Польща, Італія, Німеччина, Чехія, Іспанія, Португалія, Угорщина, Ірландія, Велика Британія, Греція, Нідерланди, Мальта, Албанія, Румунія, Туреччина, а з квітня – і Франція.

Для зовнішнього туризму в 15 роумінгових країнах Європи оператор радить користуватися пакетами послуг на день. Будь-яких підключень тут не передбачено – послуги надаватимуться автоматично



Як інтернет на літаку змінює авіаперельоти



Наявність мобільного зв'язку на борту літаків починає приносити значний дохід. За попередніми підрахунками фахівців Juniper Research, до 2020 року авіакомпаніям ця послуга має принести 3 мільярди доларів, що майже вдвічі більше, ніж торік. Ця цифра містить доходи від усіх послуг зв'язку: голосових дзвінків, SMS та інтернету.

До 2020 року встановлений на борту літаків мобільний зв'язок принесе 5% від всіх роумінгових доходів операторів

Найбільший дохід у цьому сегменті очікується від пересилання даних. Наприклад, компанія AeroMobile у 2015 році зафіксувала на 56% більше користувачів інтернету під час польоту, ніж у 2014 році. Послуга стає популярною також тому, що раніше була

надто вартісною, до того ж, швидкість з'єднання не відповідає запитам, і відповідно, не кожен міг собі дозволити користуватися нею під час польотів. Нині вартість за користування інтернетом на борту повітряних суден доступна кожному, та й швидкість з'єднання приємно радує.



Гроші передусім

Вартість послуги, на думку фахівців, є головним бар'єром для її поширення. Нині оператори зафіксували ціну до \$5 за хвилину розмови та \$20 за пересилання мегабайту даних. Проблема в тому, що зв'язок на борту літака – супутниковий, і оператори до звичайних тарифів додають ще й надбавки за використання дорогого роумінгу.

Низка авіакомпаній надають роумінг на борту літака майже так само, як і круїзні лайнери – за допомогою власної базової станції. Це дещо пом'якшує тарифікацію. Однак найбільш перспективно надавати інтернет на борту повітряного судна за допомогою Wi-Fi. У цьому випадку не йдеться про голосовий зв'язок і SMS, проте ці послуги останнім часом все менше затребувані.

Найбільш перспективно надавати інтернет на борту літака за допомогою Wi-Fi. У цьому випадку не йдеться про голосовий зв'язок і SMS, проте ці послуги останнім часом все менше затребувані

Від літака..... на землю

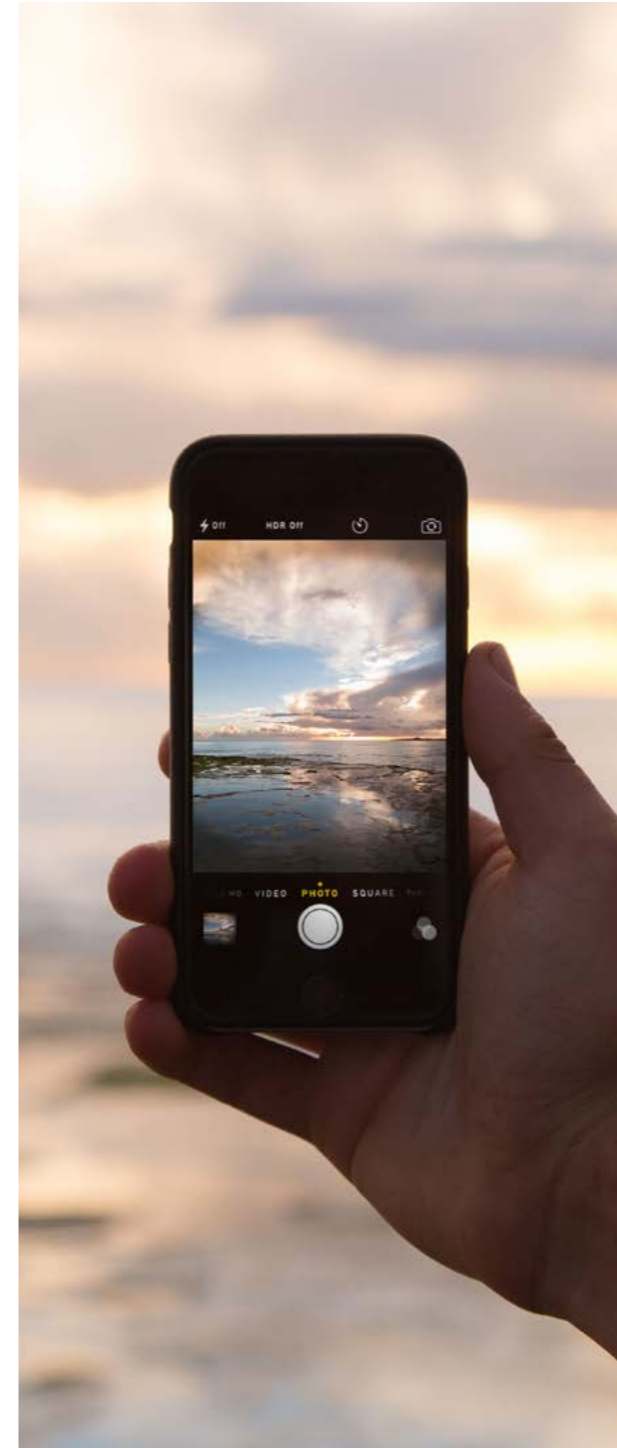
Для забезпечення пасажирів мобільним інтернетом оператори «повітряного інтернету» випробували багато способів щодо налагодження каналів зв'язку. Найпопулярнішим на сьогодні залишається супутниковий канал пересилання даних.

Наприклад, компанія GoGo одна з перших установила Wi-Fi

на борту повітряних суден у США і наразі є лідером цього незначного сегменту ринку. Технологія цієї компанії унікальна тим, що на відміну від інших операторів вона використовувала наземну мережу веж стільникового зв'язку CDMA EV-DO. Це значно здешевлювало сервіс і скорочувало інвестиції. Однак через десять років наземна мережа вже не справляється з навантаженням. Єдиним рішенням став супутниковий інтернет. До 2018 року планується оснастити відповідними системами 550 літаків, 250 із яких належать одній із найбільших американських авіакомпаній Delta.

Удосконалення послуг інтернету на борту літаків

Минулого року, за даними Juniper Research, доступом до інтернету під час перельотів могли скористатися пасажирів 3,2 тисячі літаків. Через п'ять років кількість повітряних суден, облаштованих Wi-Fi, збільшиться втричі. І що особливо важливо, ця послуга з'явиться на літаках бюджетних авіакомпаній, що сприятиме здешевленню обладнання, що встановлюється безпосередньо на повітряному транспорті. Усе це суттєво змінить концепцію надання послуг інтернету під час польоту, куди входить не тільки доступ до інтернету, а й інформаційно-розважальні системи, встановлені виробниками літаків.



Цифри місяця:

Навіть при швидкому зв'язку третього покоління UMTS сайти можуть відкриватися повільно. Причиною цього може бути реклама, на яку витрачається від 18% до 79% трафіка з тарифного пакета. Для оголошень, що використовує JavaScript, цей показник становить від 6% до 68%. Це одна з причин, чому вже зараз її блокують 24,6% власників смартфонів, а до 2017 року ця цифра зросте до 80%