



БИЗНЕС ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ

В сотрудничестве с:

Mahindra
COMVIVA

Опубликован

MOBILE
WORLD LIVE



Исследовательский обзор «Бизнес завтрашнего дня» (**Business of Tomorrows**) дает нам представление о видении перспектив своих компаний международными операторами, а также о воздействии существующих и развивающихся технологий на телекоммуникационную инфраструктуру в широком ракурсе.

В этом обстоятельном обзоре приводятся результаты опроса крупных операторов по всему миру касательно некоторых важнейших вопросов их деятельности на сегодняшний день. Идея заключалась в том, чтобы получить представление о проблемах, которые беспокоят современных операторов, и какие меры они могут предпринять для их решения.

Данный обзор охватывает шесть важнейших рыночных сегментов: общая коммерческая перспектива, мобильные платежи, сети пятого поколения (5G), информационное наполнение, анализ потребительского поведения и широкополосные сети мобильной связи. По результатам проведенных исследований мы получили широкий спектр мнений операторов по аспектам влияния и возможностям развития, предоставляемым этими технологиями и услугами, в отношении как коммерческих предприятий, так и конечного потребителя.



Общая коммерческая перспектива

В нашем анализе мы стремились добиться «общей картины», чтобы получить представление о некоторых более широких вопросах, с которыми сталкиваются операторы в стремлении сформировать свой бизнес под задачи будущего.

В первом разделе обзора приводится информация о том, какими будут основные приоритеты оператора, откуда будут поступать новые доходы, и о самых крупных проблемах, с которыми они могут столкнуться.

Важнейшие приоритеты

Развивающиеся операторы отдают приоритет управлению потребительским опытом (CEM), причем 27% респондентов ставят его выше других ключевых бизнес-параметров, таких как работа с большими объемами данных, облачная обработка данных, виртуализация сетевых функций и трансформация систем поддержки бизнеса (BSS) / систем поддержки операций (OSS).

Из опыта Comviva ясно, что, поскольку мобильные операторы улучшают свои системы в целях понимания характера клиентуры, пользовательских особенностей, качества сети и конкурентных возможностей, сочетание сбора данных в режиме реального времени с управлением потребительским опытом становится все более необходимым.

На втором месте среди важнейших приоритетов вплотную следует управление большими объемами данных. Действительно, мы обнаружили, что по мере развития технологий и выявления новых источников данных поставщики услуг беспрецедентно увеличивают объемы, разнообразие и скорость передачи информации благодаря развертыванию мобильных сетей следующего поколения, более широкому использованию смартфонов, а также развитию социальных сетей.

При том, что четверть (25%) респондентов ставят работу с большими объемами данных первоочередной задачей, можно предположить, что операторы стремятся активизировать свои усилия и инвестиции в этой области, с использованием стратегий увеличения доли на рынке (теперь уже обязательных для всех), а также привлечения внешних потоков поступления доходов.

Это неудивительно, особенно если принять во внимание последние прогнозы IDC, утверждающие, что компании продолжают ускорять свою трансформацию в компании, управляемые данными (data-driven), что повлечет за собой ежегодные расходы на инфраструктуру, связанную с обработкой и хранением больших объемов данных, а также соответствующее программное обеспечение и услуги, в объеме \$48,6 млрд к 2019 г.

Удивительно скорее то, что дополненная реальность и виртуальная реальность оказались в основном приоритете только для 2% респондентов — это свидетельствует о том, что в ряде случаев ажиотаж, созданный вокруг той или иной технологии, может ослабевать.

Однако нельзя сказать того же об Интернете вещей.

27%

опрошенных уверены в том, что важнейшим приоритетом оператора будет управление взаимодействием с клиентами (CRM)

Что из приведенного ниже будет самым важным приоритетом развития для оператора?



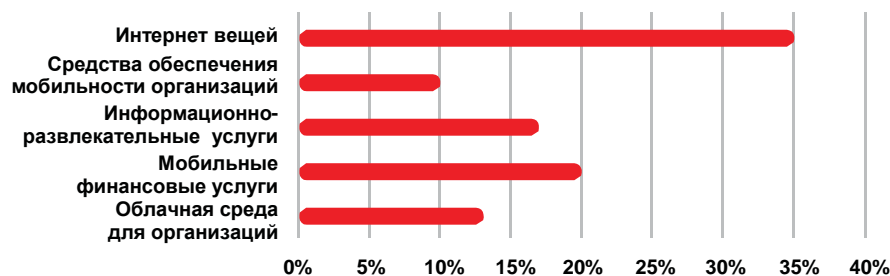
\$3 ТРЛН

возможного дохода от IoT к 2025 г.

Интернет вещей — масштабная перспектива

Более трети опрошенных (35%) утверждают, что Интернет вещей (Internet of Things, IoT) станет преобладающей цифровой услугой в плане создания дополнительной прибыли для операторов развитых рынков, опережая облачную среду для организаций, мобильные финансовые услуги (MFS) и средства обеспечения мобильности организаций.

Какие из перечисленных ниже цифровых услуг дадут наибольший прирост прибыли для операторов?



В самом деле, Machina Research оценивает увеличение общей доходности IoT до \$3 трлн к 2025 году (по сравнению с \$750 млн в прошлом году), при этом \$1,3 трлн поступит непосредственно от конечных пользователей в виде оплаты приобретения устройств, выхода в сеть и приложений.

Приложения с доставкой видеосигнала от провайдера контента непосредственно на устройство пользователя (подобно OTT), такие как видеоплатформа Verizon's Go90, также были выделены в качестве потенциального источника будущих доходов.

Важнейшие проблемы

Когда речь заходит о проблемах операторов, 35% респондентов оказываются больше всего обеспокоены будущими проблемами, связанными с капитальными вложениями (CAPEX) и эксплуатационными расходами (OPEX), которые, без сомнения, связаны с инвестициями в новые технологии и модернизацию сети.

В недавнем отчете PwC было установлено, что операторы связи могут тратить до 20% (эквивалент \$65 млрд) в год в виде капитальных вложений, причем этот процесс внутренне глубоко несовершенен.

Одна компания заявила, что почти две трети капитальных вложений обусловлено технологическими, а не чисто коммерческими задачами, причем операторы часто борются с подотчетностью, особенно когда инвестиции распределяются между статьями затрат на поддержку сетей, информационные технологии и маркетинг.

Второй серьезной проблемой респондентов нашего опроса было названо сохранение клиентской базы (31%), опередив доступность спектра и проблемы, связанные с резервированием сетей сотовых операторов (backhaul) и сетями прямой трансляции от трансиверов базовой станции к контроллеру базовых станций (fronthaul), а также доступность сети.

A close-up photograph of a woman's hands holding a silver smartphone. She is looking down at the screen. The background is blurred, showing another person's hands holding a similar device. The overall tone is warm and focused on mobile technology.

МОБИЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ

С момента запуска в 2007 году платформы денежных переводов M-Pesa от Safaricom, которая стала пионером в области расширения доступа к финансовым услугам на развивающихся рынках, и на всем пути к возможности оплачивать товары и услуги со смартфонов iPhone через Apple Pay, мобильные технологии показали потрясающий потенциал для вовлечения каждого слоя общества в общедоступную финансовую деятельность.

Благодаря появлению новых игроков, ныне выходящих на первый план, и невероятному росту распространения смартфонов во всем мире, ожидается еще большее увеличение популярности мобильных платежей.

Международная консалтинговая компания McKinsey прогнозирует рост доходов от платежей с \$1,8 трлн в 2014 году до \$2,3 трлн в 2019 году, а Juniper Research недавно заявила, что общемировой объем бесконтактной оплаты покупок достигнет отметки в \$500 млрд в год к следующему году.

Когда-то операторы проложили путь, а ныне технические игроки, такие как Google и Apple, платформы социальных сетей и крупнейшие банковские учреждения мира, начинают наращивать свой интерес к этому сектору.

Возможно, это объясняется тем, что в цепочке создания стоимости сейчас так много игроков, так что мы вряд ли увидим, что один сегмент полностью захватит поле.

Крупные финансовые системы, такие как Visa и MasterCard, показали, что они не остались позади на пути трансформации собственных бизнес-моделей в направлении использования возможностей электронной коммерции и мобильной коммерции, в соответствии с потребительскими тенденциями и технологическими достижениями.

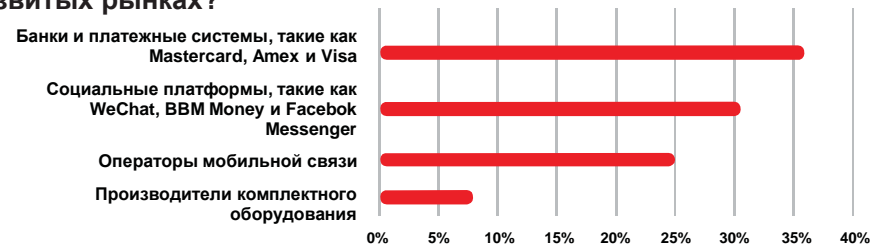
Действительно, 36% наших респондентов предсказывают, что данный сегмент будет доминировать в завтрашней инфраструктуре финансовых услуг, отводя ему первое место.

Второе место в инфраструктуре занимают социальные платформы, такие как WeChat, BBM Money и Facebook Messenger, которые оцениваются ниже финансовых услуг — их назвали 31% наших респондентов.

Facebook, наиболее широко известная из них, недавно заявила о тестировании платежей через приложение Messenger в рамках расширения коммерческой составляющей платформы, с использованием кредитных и дебетовых карт, и работе с рядом платежных компаний.

С учетом третьего места в системе показателей, которое занимают операторы с 25% голосов, разрыв между этими тремя заметно невелик.

Какой сектор мобильной платежной инфраструктуры будет доминировать в завтрашней цепочке создания стоимости на развитых рынках?



Возможности формирующихся рынков

Тем не менее, ключевую роль продолжают играть операторы, в частности, на формирующихся рынках.

В различных регионах Африки и Азии некоторые из крупнейших мобильных игроков продвигаются путем развития мобильных платежных решений, обеспечивающих массовое вовлечение в общедоступную финансовую деятельность.

В основе этого лежат денежные переводы, как было годами.

Более половины (51%) респондентов назвали международные денежные переводы в качестве наилучшей возможности получения доходов от мобильных финансовых услуг (MFS).

Две другие основные области — международная передача эфирного времени (19%) и международные платежи по счетам (23%).

Также были названы следующие услуги: безналичные платежи в рамках страны, социальные сети и электронная коммерция и платежи по счетам в рамках страны.

Поэтому становится ясно, что перспективы MFS распространяются на широкий комплекс мероприятий, и наш опрос показал явный контраст мнений респондентов об основных преимуществах всемирного массового внедрения мобильных услуг.

Вовлечение широких масс в общедоступную финансовую деятельность

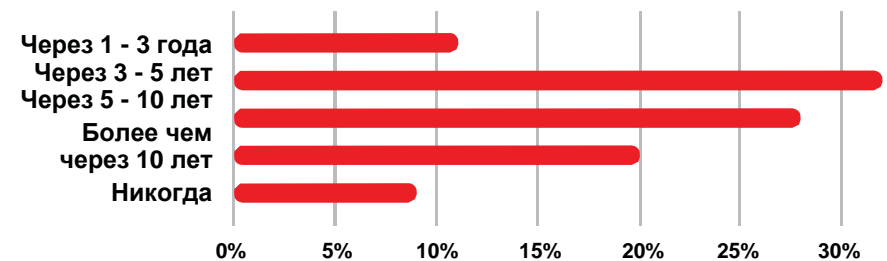
Вовлечение широких масс в общедоступную финансовую деятельность было названо как основное преимущество всемирного массового внедрения MFS, при 29% голосов, но вопросы безопасности и защиты персональных данных, совершения банковских операций без банковского счета и создания индивидуального идентификатора абонента мобильной связи также дали высокие показатели.

В отношении полного вытеснения традиционных кошельков мобильными складывается ясная картина, что многое еще предстоит сделать. 60% опрошенных уверены, что для этого потребуются от трех до десяти лет. Но похоже, что так и произойдет, только 8% считают, что это никогда не будет достигнуто.

60%

респондентов уверены, что физические кошельки будут вытеснены мобильными в течение 3-10 лет

Как вы полагаете, когда физические кошельки будут вытеснены мобильными?



СЕТИ ПЯТОГО ПОКОЛЕНИЯ (5G)

Хотя стандарты 5G еще не определены, растет согласие относительно того, что именно принесет отрасли следующее поколение мобильных сетей.

Повышение скорости мобильного широкополосного доступа по сравнению с нынешней технологией 4G LTE будет лишь одним из элементов 5G, так как ожидается, что такая сеть также будет подталкивать к пользованию широким спектром услуг, как для организации, так и для рядового потребителя.

В дополнение к повышению эффективности использования спектра, снижению потребления энергии, увеличению срока службы батареи и характеристик безопасности, предвидится, что 5G также даст толчок развитию Интернета вещей, активизирует потенциал прогрессивной виртуальной реальности и автомобилей с сетевыми возможностями, а также будет способствовать более широкому распространению приложений с интенсивным использованием данных.

Работы над технологической стороной вопроса также находятся в полном разгаре по всему миру; операторы, поставщики и правительства стран различных стран Европы и Азии, а также США, выступают с амбициозными заявлениями о стремлении стать лидерами в области вывода 5G на рынок.

Согласно прошлогодней оценке Juniper Research, в течение следующих пяти лет операторы инвестируют в исследования, испытания и разработки в области технологий 5G не менее \$25 млрд, в то время как доход от реализации услуг в сфере 5G может превысить \$65 млрд в 2025 г.

Так что прежний ажиотаж вокруг этой технологии не удивителен. И при таком количестве составляющих 5G действительно может оказаться технологией, которая ляжет в основу развития бизнеса завтрашнего дня.

Для 25% респондентов наиболее важным преимуществом технологии 5G действительно будут возможности, которые она потенциально может обеспечить при объединении в сеть миллиардов устройств.

И доминирующие 32% опрошенных указали внедрение Интернета вещей как причину, по которой 5G окажется тем, что полностью изменит правила игры в бизнесе завтрашнего дня.

Поскольку мир становится все более и более взаимосвязанным, весьма ожидается, что 5G сделает для Интернета вещей то же, что сделала технология 4G для мобильной широкополосной связи и смартфона.

Подчеркивается, что от 5G ожидается возможность поддержки ряда активно развивающихся приложений, связанных с Интернетом вещей, таких как автономное вождение транспортных средств и дома с сетевой системой управления функциями здания («умный дом»).

В этом смысле, 28% опрошенных сказали, что 5G окажется действительно важным для развития новых технологий.

Технология 4G LTE дала миру более быструю мобильную широкополосную связь и в то же время повлекла за собой огромные издержки для операторов, особенно в части защиты соответствующего спектра.

Судя по ранним техническим разработкам в области 5G, на этот раз обеспечить спектральную эффективность получится гораздо лучше.

**\$25
МЛРД**

**будет
инвестировано в
исследования в
области 5G к 2021 г.**

20% опрошенных считают это второй наиболее важной особенностью перспектив развития 5G; далее следуют безопасность (15%), использование нелицензионного спектра (10%) и технология использования нескольких передающих и нескольких приёмных антенн Massive MIMO (9%).

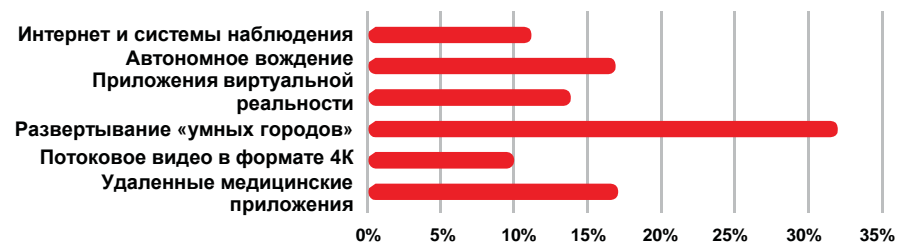
Важно определить основные преимущества 5G, особенно для операторов, инвестирующих в технологии, но в равной степени важна и будущая возможность развития новых приложений и услуг.

Услуги, предоставляемые сетями 5G

По мнению 32% опрошенных, 5G может заключать в себе величайший потенциал для развертывания города с объединенной сетевой инфраструктурой («умного города») благодаря более высокой информационной емкости, улучшенным характеристикам покрытия и меньшим временем задержки передачи данных, что позволит городам по всему миру объединять все объекты инфраструктуры, в том числе социальные.

По мнению 17% респондентов, преимущества 5G также окажутся полезными для удаленных медицинских приложений, поскольку ожидается, что сеть должна быть лучше приспособлена для действий в чрезвычайных ситуациях, а также автономного вождения (следующий пункт).

Какие из этих рекламируемых услуг 5G, по вашему мнению, имеют наибольший потенциал?



«УМНЫЕ ГОРОДА»

**Величайший
потенциал 5G**

ИНФОРМАЦИОННОЕ НАПОЛНЕНИЕ

Глядя на бизнес сегодняшнего дня, можно легко заметить, каким спросом пользуется мобильное видео в сетях операторов — вот одно из выдающихся достижений эры 4G LTE.

Потребителям, подогретым приложениями для потокового видео, такими как Netflix, большими экранами смартфонов и побуждением к использованию встроенного видео со стороны социальных сетей вкупе с внушительными скоростями 4G, явно все время не хватает мобильного видеоконтента.

Международная компания-поставщик Ericsson в своем последнем Отчете по мобильной связи утверждает, что к 2021 году на видео будет приходиться две трети всего мобильного трафика данных, и этот показатель будет расти примерно на 55% в год, при этом прогнозируется рост доли социальных сетей на 41%.

Похожее обнаруживает и наш исследовательский обзор «Бизнес завтрашнего дня»: 39% респондентов заявляют, что «Развлечения» (включая игры и музыку, а также видео) являются самым популярным сегментом контента, востребованного ими в своих сетях на сегодняшний день.

На втором месте оказалось пользование социальными сетями при 35% голосов, в то время как использование приложений мгновенных сообщений, таких как WhatsApp или WeChat, было третьим (11%).

Доступ к информации, такой как новости и спортивные события, был оценен чуть выше бизнес-услуг (электронная коммерция и работа с банками) — соответственно 8% и 6%, что характеризует высокий уровень востребованности сетевого контента в этих секторах.

Какой сегмент контента самый популярный из востребованного в ваших сетях?



Доступность местного контента

В рамках нашего всеобъемлющего исследования мы также стремились оценить мнения о доступности местного контента и о том, как операторы могут развивать эти направления в интересах бизнеса завтрашнего дня.

Несомненно, в основе стратегии информационного наполнения из местных источников лежит партнерство, с чем согласилось более половины (55%) респондентов, заявив, что сотрудничество с местными средствами массовой информации является лучшим способом для операторов развивать доступность местного контента на рынках своей деятельности.

Разумеется, сотрудничество между операторами и поставщиками контента — отнюдь не новое явление.

Одним из последних примеров является сотрудничество между девятью крупными операторами, включая Deutsche Telekom, Reliance Jio и BT, и 30 «прогрессивными деловыми партнерами», включая Spotify и AirBNB, направленное на предоставление услуг и продуктов клиентам по всему миру.

Кроме того, 19% респондентов заявили, что практика предоставления бесплатного доступа в Интернет на условиях использования определенного приложения (zero-rating) для повышения уровня охвата аудитории услугами предоставления доступа в Интернет может быть хорошим вариантом, вместе с тем такой же процент опрошенных полагает, что задача предоставления местного контента должна быть сведена к уровню интернет-компаний.

Например, в США оператор T-Mobile US дал импульс востребованности видео путем предложения подписчикам видеоконтента, который не «отхватывал» от пакета интернет-трафика, через Binge On, в то время как конфликтующий с Facebook ресурс internet.org предоставляет бесплатный доступ в Интернет при условии просмотра определенного контента, на ряде развивающихся рынков.

55%

респондентов
уверены, что
партнерство
является ключом
к развитию
МЕСТНОГО
КОНТЕНТА

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Поскольку исследовательский обзор «Бизнес завтрашнего дня» постоянно развивается вместе с внедрением новаторских решений, ведущие игроки рынка рассматривают возможности улучшения управления потребительским опытом в рамках продолжающихся изменений.

Исследовательская компания Gartner описывает управление потребительским опытом как «практику моделирования и реагирования при взаимодействии с клиентами таким образом, чтобы обеспечить соответствие ожиданиям клиентов или достижение превосходных результатов, и, таким образом, повышать лояльность клиентов и обеспечивать защиту их интересов», отмечая при этом, что эта деятельность требует изменений всего рабочего процесса и многих практик.

63%

компаний-респондентов осуществляют инвестиции в управление потребительским опытом (СЕМ) к 2021 г.

проблем в том плане, что они оцениваются как важные, но редко как срочные, а также в том, что люди, реализующие инициативы, никогда не могут влиять на все необходимые изменения, как утверждает Gartner.

На наш взгляд, хотя аспект управления данными широко рассматривается в разрезе перспектив для мобильных технологий, и в настоящее время операторы внедряют подход, ориентированный на управление данными, проблема управления потребительским опытом стоит столь же остро, как, например, неблагоприятное влияние этой модели данных на ОТТ.

Действительно, исследовательский обзор «Бизнес для будущего» выявил, что 63% респондентов в ближайшие пять лет скорее всего инвестируют в превентивное управление потребительским опытом по причине развития прогнозной, описательной и предписывающей аналитики.

33% затруднились с ответом и только 3% заявили, что это маловероятно, вновь подтвердив тем самым его растущее значение.

Разумеется, существует ряд важных функций, формирующих более широкую стратегию СЕМ компании.

И хотя инициатива является первоочередной задачей, исследовательская фирма подчеркивает, что многие предприятия ведут активную работу с получением устойчивого опыта.

Фактически, и управление взаимодействием с клиентами, и актуальные новаторские инициативы имеют много общих

Причины оттока клиентов

В то время как на сегодняшний день управление потребительским опытом составляет важную часть стратегии оператора, есть различные другие причины оттока клиентов компаний.

Менее 40% респондентов обосновали свое решение тарифной политикой, что больше, чем по причине отрицательного опыта в отношении заботы о клиентах (30%).

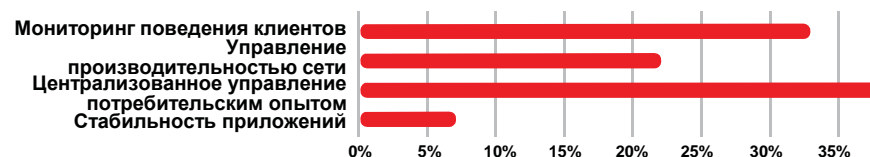
При том, что важность мобильной передачи данных для сегодняшнего и завтрашнего потребителя подтверждается вновь и вновь, плохая организация предоставления услуги мобильной передачи данных оказалась третьей по важности причиной оттока клиентов, что составило 21%, в то время как проблемы с биллингом и временем непрерывной работы сети вызвали наименьшую степень беспокойства, собрав менее 5% голосов. Самым большим препятствием на пути внедрения подхода СЕМ, как и ожидалось,

Важные особенности корпоративной стратегии СЕМ

37% опрошенных назвали централизованный подход к управлению потребительским опытом в качестве самого необходимого, что опережает мониторинг поведения клиентов посредством анализа данных (33%).

Управление производительностью сети оказалось на третьем месте с 23% (что, возможно, неожиданно), и только 7% респондентов указали стабильность приложений в качестве важной для СЕМ функции.

Что, на ваш взгляд, является наиболее важной особенностью стратегии СЕМ вашей компании?



оказались вопросы безопасности и конфиденциальности данных, что все еще остается чувствительным местом для потребителей.

В соответствии с исследованием, проведенным в этом году компанией Syniverse, более 50% опрошенных доверяют операторам и брендам. Так было три года назад, но 70% респондентов не верят в возможность обеспечения безопасности персональных данных.

Внедрение решений в области анализа потребительского спроса означает вмешательство в частную жизнь перспективного потребителя, поэтому обстоятельства личной безопасности оказываются препятствием для 44% респондентов, в то время как 33% утверждают об отсутствии внутреннего понимания преимуществ, которые можно получить в результате. 23% опрошенных заявили, что самым большим препятствием является не более чем стоимость внедрения.

ШИРОКОПОЛОСНАЯ МОБИЛЬНАЯ СВЯЗЬ

В области широкополосной мобильной связи существует полное согласие по вопросу препятствия для более широкого ее внедрения — это ценовая доступность.

Недавние исследования ITU показывают, что широкополосная мобильная связь стала на 30% более доступной по всему миру, причем наибольшее снижение цен происходит в наименее развитых странах.

Однако разрыв в численном выражении все еще сохраняется.

Есть основания полагать, что огромное количество людей — 3,9 миллиарда, половина населения планеты — все еще лишены мобильной связи по состоянию на 2016 год, и только 15,2% населения наименее развитых стран имеет доступ в Интернет, по сравнению с 81% в развитых странах мира.

В этом отношении 53% общего числа респондентов указали ценовую доступность, с твердым опережением других потенциальных препятствий развития широкополосной мобильной связи, таких как недостаточная осведомленность, а также нехватка подходящего контента и возможностей доступа к цифровым средам.

3,9 МЛРД

человек по всему миру все еще лишены
мобильной связи

Как можно стимулировать повышение спроса?

Что касается стимулирования повышения спроса, 64% респондентов заявили, что доступ в Интернет должен быть более дешевым, 19% процентов сказали, что информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) следует внедрять в школах, а 17% утверждают о необходимости использовать существующие розничные сети для расширения возможностей предоставления услуг.

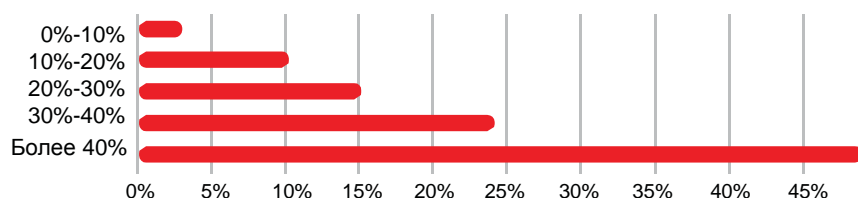
Бесспорно, для этого операторы должны будут снижать цены и обеспечивать более дешевый доступ для всех.

Однако этот процесс должен быть последовательным, следует иметь в виду огромные капитальные вложения, необходимые для модернизации сетей, приобретения необходимого спектра и взаимодействия с некоторыми развивающимися странами, в которых существует тяжелое налогообложение данной отрасли.

Ключевой движущей силой успеха операторов станет обмен данными, что становится все более важным, поскольку операторы больше полагаются на прибыль от традиционных услуг, таких как голосовая связь и обмен мгновенными сообщениями.

49% респондентов считают, что на услуги по обмену данными будет приходиться более 40% общего дохода операторов по прошествии всего двух лет, к 2018 году, а 23% полагают, что на них будет приходиться от 30 до 40% дохода по прошествии того же периода времени.

Какой процент от общего дохода будет приходиться на услуги передачи данных к 2018 году?



64%

**опрошенных
считает, что
Интернет станет
дешевле**

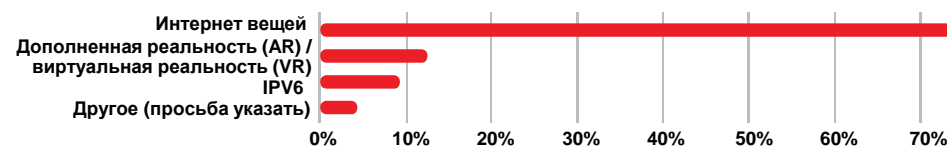
Стоит отметить успех продвижения телекоммуникационных компаний в отношении путей монетизации доступа к информации, особенно при отсутствии возможности повысить ценность своих предложений иными путями, чем обычная рыночная игра.

В будущем монетизация данных будет идти рука об руку с потенциальным развитием Интернета вещей.

Благодаря 5G, решениям с низким энергопотреблением и миллиардам устройств массового использования, становится весьма вероятным, что Интернет вещей стимулирует рост Интернет-сектора, как считают доминирующие 75% респондентов.

Это больше, чем для решений AR/VR (12%) и IPV6 (9%).

Какое приложение представляет собой наиболее вероятную движущую силу успеха операторов в будущем?



Понятно, что операторы уже должны воспользоваться возможностями IoT, чтобы быть готовыми получить выгоду в полной мере, когда к 2020 году спрос достигнет беспрецедентного уровня.

ОБЩИЙ ВЫВОД

Благодаря растущему спросу на мобильную передачу данных, возможностям предоставления цифрового контента и мобильных финансовых услуг, а также многообещающим перспективам внедрения 5G, важная роль операторов связи в формировании бизнеса завтрашнего дня становится ясной.

75%

опрошенных уверены, что Интернет вещей даст импульс развитию Интернет-сектора

Огромные возможности Интернета вещей, без сомнения, являются общепризнанными, и респонденты приветствуют его в качестве цифрового сервиса, преобладающего в обеспечении прироста доходов, и той причины, по которой 5G полностью изменит правила игры в области будущих деловых возможностей.

Для огромного количества опрошенных (75%), внедрение Интернета вещей будет означать толчок к росту интернет-сектора в будущем, с опережением прочих потенциальных катализаторов процесса, таких как дополненная реальность и виртуальная реальность.

Опрос определил также становление управления потребительским опытом в качестве неотъемлемой части этой стратегии, а также большую вероятность инвестиций или активизации интересов операторов в области решений, которые обеспечат отслеживание поведения людей в такой меняющейся обстановке.

В области мобильных платежей явный лидер не определится. В отрасли появился и развивается ряд новых сегментов, и тем не менее, несмотря на продолжающееся развитие технологий, внедрение финансовых услуг в широкие массы должно оставаться ключевым преимуществом в деле извлечения выгоды и пользоваться приоритетом.

В отношении широкополосной мобильной связи основная идея также абсолютно прояснилась, особо подчеркивая огромные масштабы и дополнительные преимущества. Необходимо сделать мобильную связь более дешевой для достижения абсолютно всемирного масштаба внедрения и массового вовлечения людей.

Тем не менее, будут как возможности, так и проблемы.

Ценовая доступность, вопросы капитальных вложений и эксплуатационных расходов, сохранение клиентской базы и всеобъемлющая стратегия извлечения дохода на основе передачи данных войдут в число ключевых перспективных направлений деятельности операторов.

Благодаря определению насущных тем операторы могут хорошо подготовиться к завтрашним испытаниям.