

ОБЗОР ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОСИСТЕМЫ

12 Группа МТС в 2022 году

28 Бренд МТС

30 Развитие экосистемы МТС

56 Взгляд в будущее

59 Наша стратегия



ГРУППА МТС В 2022 ГОДУ

541,7
млрд руб.

Выручка
Группы МТС

+2,6%

224,3
млрд руб.

OIBDA
Группы МТС

-2,0%

255,8
млрд руб.

выдача кредитов
физическим лицам

+24,4%

13,5
млн

экосистемных
клиентов

+52,7%

№ 1

Лидер по клиентской
базе мобильного
бизнеса во всех
странах присутствия



82,3
млн

клиентская база
мобильного бизнеса
в России и в Армении

+58%

рост нетелекоммуникационных
доходов за последние
два года

x2,3

рост числа
зарегистрированных
пользователей MTC Cashback
в IV квартале 2022 года
к IV кварталу 2021 года.

>100
млрд руб.

Экосистемная выручка

+67%

№ 1

Среди мобильных
операторов по объему
M2M/IoT-подключений

* По данным исследования ONSIDE «Конкурентный анализ:
IoT, III–IV кварталы 2022»

РЫНКИ И СФЕРЫ ПРИСУТСТВИЯ

Основные факты

541,7
млрд руб.

Выручка Группы МТС

5000+

розничных магазинов

Ведущий
мобильный оператор в России



8+
млн ТБ

Объем передаваемых данных
на смартфонах

13,5
млн

экосистемных клиентов

13
индексов

На MOEX
котируется
с 2003 года

Вхождение в индексы Мосбиржи¹

¹ Более детальная информация на сайте биржи: <https://www.moex.com/ru/issue.aspx?board=TQBR&code=MTSS&ysclid=lee9e3fzyt963366804>.

Ключевые клиентские метрики

80 млн

абонентов мобильной связи в России

37+ млн

зарегистрированных пользователей MTC Cashback

26+ млн

ежемесячных активных пользователей приложения «Мой МТС»

4000+

корпоративных клиентов / клиентов МСБ облачного бизнеса МТС

11+ млн

пользователей платного ТВ

Лидирующий провайдер услуг связи

>80%

населения России охвачено LTE

300+
млрд минут

Общий трафик мобильного бизнеса в 2022 году

+17%

Рост конвергентной базы в течение года

+21%

Рост IoT-подключений в 2022 году

83
региона

с NB-IoT-покрытием

ЦИФРОВОЙ ФОКУС

Интернет вещей (IoT)

+55%

рост количества NB-IoT-клиентов в 2022 году

+64%

рост доходов от NB-IoT-сети в 2022 году

Облачные технологии

+30%

прирост продуктового портфеля

+15%

крупных клиентов в 2022 году

MTS Маркетолог

+73%

новых клиентов в 2022 году

+62%

рост количества рекламных кампаний

Команда Big Data мирового уровня

350+

дата-аналитиков и сотрудников

20 ПБ

хранимых данных

Финтех

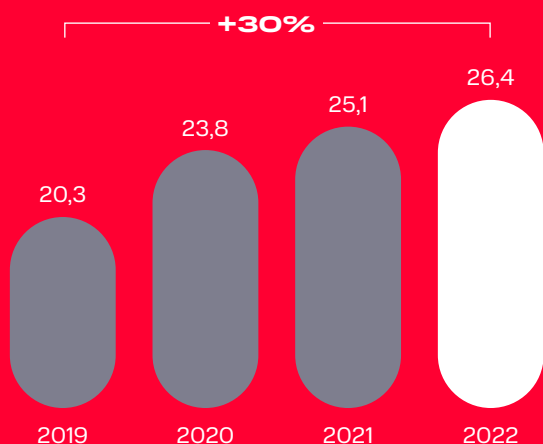
80%

продаж через цифровые каналы¹

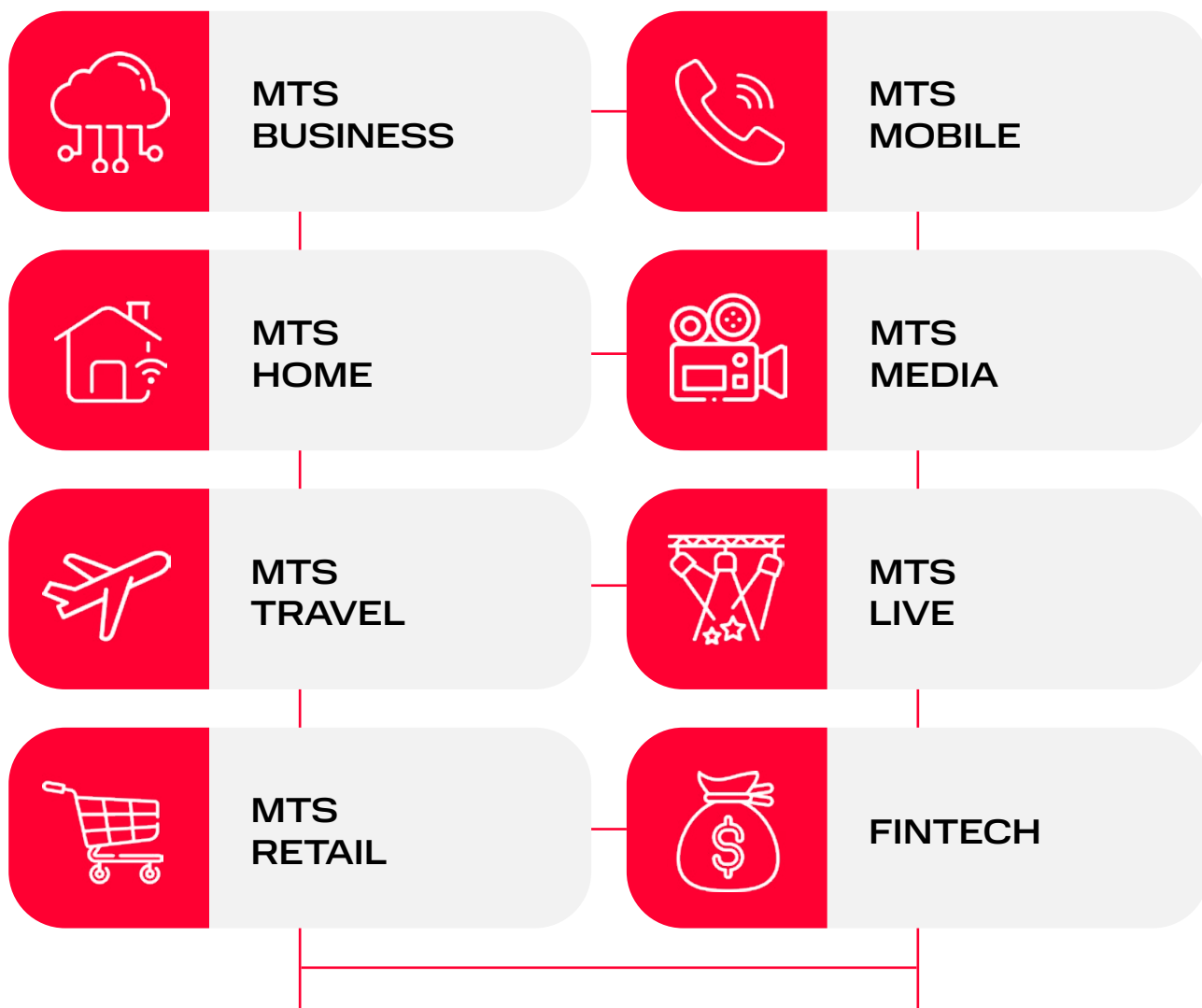
¹ Потребительские кредиты и кредитные карты

Приложение для смартфонов «Мой МТС»

MAU
млн




ЦИФРОВАЯ ЭКОСИСТЕМА




 **МТС CASHBACK**

Программа лояльности, направленная на укрепление связей между вертикалями экосистемы

Программа по умолчанию интегрируется во все продукты и витрины

 **МТС PREMIUM**

Уникальная подписка на все ключевые сервисы экосистемы



Больше информации о подписке Premium на <https://premium.mts.ru/>

ВЕРТИКАЛИ ЭКОСИСТЕМЫ МТС И ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ РОССИИ

Ключевые рынки в разрезе вертикалей

Телеком

МТС — крупнейший оператор мобильной связи в России и динамически развивающаяся экосистема.

- 80%+ населения РФ находятся в зоне покрытия LTE.
- Более 98% населенной территории России покрыты всеми сетями.
- Покрытие в 83 регионах в РФ поддерживает NB-IoT.
- Рост в объеме IoT-соединений составил более 21%.
- Доля пользователей мобильным интернетом в базе более 68%.
- № 2 на рынке услуг фиксированной связи.
- Рост конвергентной базы составил более 17%.

Финтех

Вертикаль МТС Финтех включает в себя банковскую деятельность, мобильную коммерцию, инвестиции, факторинг и кредитного брокера.

Банк фокусируется на розничном кредитовании и повседневном банковском обслуживании с клиентской базой 3,5 млн человек. Рост розничного кредитного портфеля Банка в 2022 году составил более 24%. Доля продаж основных продуктов (потребительские кредиты и кредитные карты) через цифровые каналы превысила 80% в отчетном периоде.

Медиа

Ведущий стриминговый видеосервис KION и провайдер развлекательного контента МТС Медиа производит и распространяет оригинальный и лицензионный VOD- и TV-контент посредством кабельного/IPTV, спутникового ТВ и OTT-платформы.

Приоритетные направления развития МТС Медиа:

- развитие стриминговой платформы KION — глубокая интеграция в экосистему МТС и усиление предложения за счет качественного собственного контента и эксклюзивного контента от партнеров;
- рост клиентской базы в сегментах OTT и IPTV опережающим рынок темпом;
- сохранение рыночной доли в стабильных исторических сегментах кабельного и спутникового ТВ;
- использование инструментария Big Data для повышения удобства персонализированного интерфейса и качества рекомендаций TV-контента и как результат улучшение долгосрочных взаимоотношений с клиентом.

Ритейл

Всероссийская розничная сеть по продаже потребительской электроники (B&M + e-commerce) с долгосрочной стратегией на устойчивую доходность. Крупнейший телеком-ритейлер в РФ (по продажам мобильных телефонов). Сильный бренд, построенный на доверии и репутации.

- 60 млн+ транзакций в год.
- 200 млн + человек — годовой трафик магазинов.

Векторы стратегического развития розничной сети МТС:

- точка входа в экосистему МТС;
- расширение финансовых сервисов (+онлайн);
- на 100% омниканальный подход;
- внедрение лучших отраслевых практик;
- расширение ассортимента продукции, комплексной экосистеме МТС.

- инвестиции в собственные постановки и мюзиклы;

- общее количество проданных билетов в 2022 году составило 6,4 млн шт.

Клиенты МТС Live получают доступ ко всем преимуществам экосистемы МТС: от удобной авторизации с помощью МТС Логин или легкой оплаты МТС Pay в мобильном приложении до специальных предложений подписки МТС Премиум и возможности коптить или списывать баллы программы МТС Cashback на покупки в интернет-магазине МТС, сервисы связи, KION, МТС Музыки, МТС Банка и т.д.

МТС Веб Сервисы (MWS)

Стратегический фокус MWS — стать ведущим частным поставщиком цифровой инфраструктуры и облачных решений в России.

- +30% прирост продуктового портфеля.
- +15% крупных клиентов.

Стратегические цели MWS:

- использование уникальной комбинации сети телеком по всей стране с инфраструктурой дата-центров для предоставления лучших в своем классе инновационных облачных и сетевых B2B-услуг;
- повышение производительности и оптимизация затрат в высокотехнологичной и IT-инфраструктуре;
- завоевание лидирующей позиции в Cloud и Edge Cloud.

МТС Маркетолог

МТС Маркетолог — сервис для самостоятельного запуска таргетированных рассылок и рекламы в интернете. В основе сервиса лежит Big Data МТС: обезличенные данные об абонентах оператора, которые позволяют показывать рекламу только той аудитории, которую она может заинтересовать.

- +22% — рост выручки IV квартала 2022 года к IV кварталу 2021 года.
- +73% — рост количества зарегистрированных клиентов.
- +62% — рост объема реализованных рекламных кампаний.
- +115% — рост количества запущенных рекламных кампаний в Digital.

МТС Э터테인먼트

МТС Э터테인먼트 (бренд МТС Live) — подразделение в рамках Группы МТС и часть экосистемы МТС, создано для развития проектов в сфере развлечений и управления активами Компании в этом сегменте.

Направления деятельности:

- проведение собственных офлайн- и онлайн-мероприятий;
- управление билетными операторами и сетью собственных концертных площадок;
- партнерство с театрами;

МТС Travel

В экосистеме МТС появилось новое направление бизнеса — компания МТС Travel, которая создает и развивает сервисы для путешественников по России и миру: услуги по бронированию отелей, жилья и билетов, туристические и экскурсионные услуги, услуги аренды и лизинга транспорта, организации спортивного досуга.

В 2022 году запущен сервис бронирования МТС Travel со следующими возможностями:

- выбор из 14 000 отелей в России;
- бронирование гостиниц в Турции;
- оплата брони картой российского банка любой платежной системы;
- кешбэк до 5% от стоимости бронирования.

В марте 2023 года запущена первая версия мобильного приложения MTC Travel.

Стратегия MTC Travel на 2023 год сконцентрирована вокруг развития витрины бронирования отелей для самостоятельных путешественников.

- Интеграция с экосистемными продуктами МТС (участники программы MTC Cashback могут потратить кешбэк за бронирование на гаджеты, связь и другие скидки в сервисах МТС и у партнеров).
- Развитие собственного travel-медиа (точки входа в сервис бронирования отелей и помощь клиентам в выборе и организации поездки). В рамках travel-медиа уже запущены онлайн-путеводители по нескольким регионам России, которые абоненты МТС получают в приветственном SMS по прибытии в регион.

МТС Умный дом

Объединение технологий MTC Big Data, опыта реализации проектов в области систем видеоаналитики и решений по безопасности «Умного дома» от компании «Гольфстрим» открывает новые возможности в развитии умного и комфортного дома для клиентов МТС.

- +70% — рост общего количества новых клиентов «Гольфстрим» в 2022 году по сравнению с 2021 годом.
- +9% — рост активных пользователей услугами «Гольфстрим» в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

Направления развития:

- безопасность (защита от проникновений и аварий, умное страхование, управление климатом, оплата ЖКХ);
- видеоаналитика;
- сервисы геолокации и помощи (мед-помощь, кнопка SOS, геотрекинг детей и родственников);
- домашние сервисы (взаимодействие с управляющими компаниями, доставка, бытовые сервисы и др.).

МТС Беларусь

В Беларуси объем выручки за 2022 год достиг 1449,4 млн бел. руб. (BYN) (прирост 6,8% к 2021 году) преимущественно за счет роста доходов от услуг связи и доходов от продажи телефонов, аксессуаров. Рост OIBDA составил 9,2%, достигнув 757,6 млн бел. руб. (BYN) за 2022 год. Основным драйвером роста показателя являются доходы от услуг связи. Объем абонентской базы остался преимущественно неизменным и составил 5,7 млн пользователей на конец 2022 года.

Основными векторами развития являются:

- сохранение положительных темпов роста мобильного бизнеса;
- сохранение абонентской базы;
- наращивание лидерских позиций в ритейле;
- бесперебойное предоставление качественных услуг связи;
- развитие направления Cloud.

МТС Армения

В Армении показатель выручки за 2022 год достиг 51,0 млрд драм (AMD) (рост к 2021 году составил 4,1%), что в основном обусловлено ростом выручки от предоставления услуг связи. Показатель OIBDA за 2022 год достиг значения 27,5 млрд драм (AMD) (рост к 2021 году составил 6,4%). Объем абонентской базы на конец 2022 года незначительно вырос (+1,6%) и составил 2,3 млн пользователей.

МТС Армения проходит путь цифровой трансформации от телекоммуникационного оператора к компании, предлагающей комплексные цифровые услуги, что соответствует мировым тенденциям развития индустрии, а также растущим потребностям и ожиданиям клиентов. Компания предлагает ряд игровых, развлекательных, познавательных приложений, электронный кошелек, мобильное телевидение, облачные услуги и решения для эффективного управления бизнесом и финансами и т.д.

Основные количественные показатели по сегментам бизнеса МТС

Экосистема

- **Экосистемная выручка** составила более 117 млрд руб.
- **Численность экосистемных клиентов** достигла 13,5 млн на конец года, что на 53% больше, чем в 2021 году.
- Количество **1М активных пользователей приложения «Мой МТС»** достигло значения в 26,4 млн пользователей на конец года.
- Рост пользователей с **подпиской МТС Premium** составил +71%.
- Рост **готовности рекомендовать** программу МТС Cashback IV квартала 2022 года к IV кварталу 2021 года в 2,7 раза.
- Показатель **среднего количества продуктов экосистемы** на одного клиента увеличился с 1,43 в IV квартале 2021 года до 1,6 в IV квартале 2022 года.

Телеком

- **Выручка от предоставления услуг связи** в России выросла на 4,6%, достигнув 435,6 млрд руб.
- **Клиентская база** мобильного бизнеса в России осталась на уровне 80,0 млн пользователей по состоянию на конец года.
- **Продажи телефонов и аксессуаров** сократились на 37%, достигнув значения в 43,6 млрд руб. на конец года.

Финтех

- **OIBDA МТС Банка** составила 5 млрд руб.
- **Количество клиентов МТС Банка** составило 3,5 млн на конец года.
- Количество **3М активных пользователей мобильного приложения МТС Банка** составило 2 млн на конец года.

Медиа

- **Выручка МТС Медиа** составила 15,9 млрд руб., прирост 15,6% к 2021 году.
- Количество **пользователей KION** достигло 6,6 млн по состоянию на конец года, динамика составила + 63% по сравнению с 2021 годом.
- Совокупное количество **подписчиков платного ТВ** достигло значения в 11,1 млн на конец года.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ 2022 ГОДА

Корпоративные новости

В марте МТС объявила о создании Центра ESG, который отвечает за формирование и эффективную реализацию ESG-стратегии, координирует реализацию ключевых ESG-направлений, содействует внедрению ESG-аспектов в бизнес-процессы Компании и продвижению повестки устойчивого развития в Группе МТС.

В мае Правительственная комиссия по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в Российской Федерации («Комиссия») удовлетворила ходатайство МТС сохранить программу американских депозитарных расписок («АДР»). Комиссия разрешила МТС продолжить обращение АДР компании за пределами России до 12 июля 2022 года включительно.

В июне МТС направила в JPMorgan Chase Bank, N.A., банк-депозитарий в рамках действующей программы АДР, заявление о прекращении депозитарного соглашения с 13 июля 2022 года.

В августе МТС получила уведомление от Нью-Йоркской фондовой биржи («NYSE») о том, что сотрудники NYSE начали процедуру делистинга АДР ПАО «МТС». В августе МТС получила уведомление от Нью-Йоркской фондовой биржи о том, что АДР ПАО «МТС» были делистингованы 8 августа 2022 года. По условиям Депозитарного соглашения, гарантированный период для конвертации АДР ПАО «МТС» в обыкновенные акции ПАО «МТС» завершился 12 января 2023 года (включительно).

В августе МТС подала уведомление в адрес КБ «Дж.П. Морган Банк Интернешнл» (ООО) о начале автоматической конвертации АДР в обыкновенные акции ПАО «МТС» в соответствии с требованием российского законодательства. КБ «Дж.П. Морган Банк Интернешнл» (ООО) является российским депозитарием, в котором открыт счет депо депозитарной программы МТС. В процессе автоматической конвертации российские депозитарии, осуществлявшие учет АДР, списали со счетов держателей АДР и зачислили на счета держателей обыкновенные акции ПАО «МТС».

В июне состоялось годовое общее собрание акционеров («ГОСА») в форме заочного голосования. Акционеры на ГОСА утвердили годовые дивиденды на основе финансовых результатов Компании за 2021 год. Дивиденды составили 33,85 руб. на одну обыкновенную акцию, или итого 66,3 млрд руб. (66 334 910 976,95 руб.), включая выплаты по квазиказначейским акциям МТС. Выплаты дивидендов за 2021 год в размере 48,2 млрд руб. завершились 16 августа 2022 года. Владельцы АДР будут иметь право на получение дивидендов после конвертации депозитарных расписок в обыкновенные акции ПАО «МТС» в соответствии с действующим российским законодательством, принимая во внимание правовые и нормативные ограничения, которые существуют и/или могут появиться в будущем.

Слияния и поглощения

В апреле корпоративный венчурный фонд МТС инвестировал в сервис онлайн-заказов еды и напитков Bartello. Объем инвестиций составил 72 млн руб. Bartello позволяет заказывать и оплачивать еду и напитки онлайн без вызова официанта. В планах компаний обеспечить возможность оформления онлайн-заказов в приложении МТС Live на концертных площадках, а также на музыкальных фестивалях и open-air.

В апреле МТС объявила о сделке по приобретению АО «Гольфстрим охранные системы» (бренд «Гольфстрим»), одного из лидеров российского рынка безопасности, для комплексного развития

новой бизнес-вертикали МТС Умный дом. МТС приобрела 58,38% акций, сумма сделки составила 2 млрд руб. «Гольфстрим» предоставляет комплексные решения для защиты от проникновения, пожара, протечки воды, а также элементы «Умного дома», являясь разработчиком собственной ИТ-платформы. Решения «Гольфстрим» можно устанавливать в квартирах, частных домах, магазинах и офисах.

В июле МТС объявила о приобретении для развития нового направления бизнеса МТС Travel (ООО «МТС Трэвел») в сфере путешествий и туризма 100% группы «Броневик» (ООО «Броневик

Онлайн» и ООО «Компания Броневики»). Группа «Броневики» основана в 2008 году и является одним из лидеров рынка онлайн-бронирования отелей, трансфера и сопутствующих услуг, развивает частный и деловой туризм, предоставляя услуги бронирования отелей и жилья в России и за рубежом.

В июле МТС объявила о закрытии сделки по приобретению контрольного пакета акций группы компаний Webinar (бренды Webinar Meetings, Webinar.ru, We.Study, COMDI), крупнейшего российского разработчика решений для видеовстреч, вебинаров и онлайн-мероприятий. Основанная в 2008 году группа Webinar является лидером среди российских решений на рынке видео-конференц-связи (ВКС) и корпоративных видеосервисов. Сервисы Webinar зарегистрированы в реестре отечественного ПО и имеют собственную серверную инфраструктуру на территории России.

Облигации и займы

В апреле МТС выпустила две серии биржевых облигаций на Московской бирже (МОЕХ) на общую сумму 20 млрд руб.: облигации серии 001P-20 на сумму 10 млрд руб. со сроком погашения четыре года и купонной ставкой 11,75%; облигации серии 001P-19 на сумму 10 млрд руб. со сроком погашения три года и купонной ставкой 11,69%. МТС направит эти средства на общекорпоративные цели и оптимизацию долгового портфеля.

В июне МТС выпустила биржевые облигации серии 001P-21 номинальным объемом 10 млрд руб. со сроком обращения четыре года и купонной ставкой 9,65%. Привлеченные средства будут направлены на общекорпоративные цели и рефинансирование долга.

В августе МТС выпустила биржевые облигации серии 001P-22 номинальным объемом 20 млрд руб. со сроком обращения два года и купонной ставкой 8,30%.

Лидерство в телекоммуникациях

В январе МТС объявила о первых в мире тестах агрегации uplink в пилотной сети 5G, построенной на основе виртуализации сетевых функций в сети радиодоступа vRAN. Решения vRAN будут широко использоваться в сетях пятого поколения и в открытой архитектуре радиодоступа Open RAN.

В августе корпоративный венчурный фонд МТС инвестировал в белорусский стартап LogicLike, образовательную онлайн-платформу по развитию логики и мышления у детей. Интерактивные курсы и игры LogicLike для всестороннего развития интеллекта ребенка стали доступны новым и действующим абонентам подписки НЕТАРИФ Junior от МТС.

В октябре МТС и ООО «МТС Авто», 100%-но дочерняя компания МТС, объявили об инвестициях в группу компаний «Навител», российского провайдера навигационных и картографических решений. По итогам сделки МТС сможет сформировать собственную геоплатформу для развития сервисов экосистемы и решений для транспорта. Основанная в 2006 году группа компаний «Навител» является разработчиком и дистрибьютором навигационного ПО, независимым в России провайдером геосервисов и услуг мониторинга. Команда «Навител» также разрабатывает навигационные устройства и видеорегистраторы.

В ноябре МТС объявила о запросе согласия в отношении еврооблигаций со сроком погашения в 2023 году для рассмотрения и утверждения изменения порядка платежей, что даст право на осуществление прямых выплат в рублях, и прочих предлагаемых поправок к Договору о доверительном управлении и положениям и условиям облигаций.

Собрание в формате видеоконференции состоялось 13 декабря 2022 года. В соответствии с условиями внеочередного решения купонный платеж по облигациям от 30 ноября 2022 года был выплачен Компанией до 30 января 2023 года.

В декабре МТС выпустила биржевые облигации серии 001P-23 номинальным объемом 15 млрд руб. со сроком обращения два года и купонной ставкой 8,40%.

В мае МТС завершила работы по агрегации на коммерческой инфраструктуре московского региона всех пяти задействованных диапазонов частот стандарта LTE, что позволит абонентам пользоваться мобильным интернетом на скорости до 800 Мбит/с, а Компании эффективнее использовать частотный ресурс и экономить до 20% затрат при расширении сети.

Партнерства

В августе МТС сообщила о развитии нового формата партнерств с региональными операторами связи по созданию и продвижению совместных конвергентных продуктов. Проект позволит МТС выйти с интересными пакетными услугами на рынок, где уже присутствуют местные операторы, и вместе с ними предложить более востребованный продукт с несколькими цифровыми сервисами: фиксированным ШПД, мобильной связью, онлайн-кинотеатром KION и/или IPTV.

В августе МТС и каршеринговый сервис BelkaCar объявили о запуске на платформе МТС Music серии бесплатных аудиогидов для автомобилистов. Маршрут первого аудиогuida пройдет из Москвы до музея-усадьбы «Ясная Поляна» Тульской области.

В сентябре «МТС Эntертейнмент» подписала соглашения о передаче управления мультимедийным пространством Music Media Dome в Москве и концертно-спортивным комплексом «М-1 Арена» в Санкт-Петербурге. Концертные пло-

щадки станут частью федеральной сети МТС Live и получат названия «МТС Live Холл» в Москве и «МТС Live Арена» в Санкт-Петербурге. В рамках подписанных соглашений всё операционное управление площадками переходит в «МТС Эntертейнмент»: организация концертов и сдача в аренду площадки для проведения мероприятий и шоу, продажа билетов, работа баров и ресторанов, спонсорские и рекламные интеграции.

В ноябре МТС объявила о заключении стратегического партнерства с Rubbles — российским поставщиком решений для оптимизации бизнеса на основе Big Data. Компании будут совместно разрабатывать продукты для разных отраслей. Rubbles специализируется на оптимизации бизнес- и технологических процессов на основе анализа больших данных и искусственного интеллекта. Компания помогает автоматизировать анализ спроса, ценообразование, контроль за технологическим процессом, а также персонализировать клиентские коммуникации.

Облачные решения и интернет вещей

В марте МТС обеспечила сетью стандарта NB-IoT (интернета вещей) антарктическую станцию Новолазаревская. Технологии помогут осуществлять дистанционное наблюдение за состоянием морских льдов, повысить эффективность научных исследований Арктического и антарктического научно-исследовательского института и безопасность деятельности станции.

В апреле МТС запустила сервис удаленного мониторинга оборудования Monitoring Events (MONTE). Это первая на рынке система для контроля состояния абонентских устройств в сети интернета вещей (NB-IoT), которая позволяет контролировать работоспособность датчиков и счетчиков в труднодоступных районах и позволяет избежать необходимости регулярных выездов для очных проверок аппаратуры.

В июне МТС запустила сервис облачного видеонаблюдения в виде гибкого «коробочного» решения, позволяющего бизнес-клиентам быстро наладить круглосуточный видеомониторинг на любом объекте при минимуме оборудования и затрат.

В июне МТС объявила о завершении развертывания крупнейшей федеральной сети стандарта NB-IoT для интернета вещей во всех регионах

присутствия. Компания планирует стать ключевым поставщиком IoT-сервисов для энергетических, промышленных, сельскохозяйственных компаний, а также больших федеральных проектов умного города.

В июне МТС объявила о том, что дата-центр GreenBushDC, входящий в инфраструктурную сеть МТС, прошел сертификацию независимого международного института Uptime Institute по уровню отказоустойчивости Tier III. Этот статус подтверждает высочайшую степень надежности построенного объекта для размещаемых в нем данных и оборудования компаний-клиентов.

В августе МТС открыла новый Центр обработки данных (ЦОД) в Новосибирске — первый модульный ЦОД МТС в восточной части России. Корпоративные клиенты МТС в Сибири смогут использовать новые мощности для миграции IT-систем в облако #CloudMTS, обработки и хранения данных, резервного копирования, защиты от DDos-атак и других задач бизнеса.

С августа по октябрь МТС успешно внедряла систему непрерывного мониторинга климатического режима с помощью собственного IoT-решения «Цельсиум» в одном медицинском центре и ряде культурных объектов в четырех регионах России.

«Цельсум» — портативный датчик, который контролирует температуру, влажность, давление и качество воздуха в помещении.

В ноябре МТС объявила о разработке тревожной кнопки Smart Click с применением технологий интернета вещей для связи с экстренными службами, медицинским персоналом, сотрудниками социальных и торговых объектов. Оборудование мгновенно передает сигнал через сеть NB-IoT на любую платформу, работает без проводов и не требует привлечения специалистов для установки и обслуживания.

В декабре МТС объявила о переходе платформы интернета вещей MTC IoT Hub на собственное

программное обеспечение, которое полностью заменит иностранные решения при разработке продуктов NB-IoT. Основная задача платформы MTC IoT HUB — предоставить внутренним B2B- и B2C-продуктам МТС инструменты для быстрого подключения умных устройств, получения с них телеметрии, управления этими устройствами и дополнительной аналитики непосредственно на основе этих данных. Благодаря полному отказу от предложений зарубежных вендоров и развитию платформы на собственных разработках МТС может гарантировать бесперебойную и качественную работу своих продуктов с поддержкой интернета вещей.

Инновации и продукты

В апреле МТС объявила об итогах отбора проектов для программы технологической инкубации: 14 компаний смогут доработать свои решения в сфере AR/VR, беспилотного транспорта и машинного зрения с использованием сетей 5G, технологии edge computing при ресурсной и экспертной поддержке МТС.

В июне МТС запустила MTC Remote Play — сервис для удаленного использования вычислительных возможностей компьютеров через проводные и мобильные сети на основе технологий граничных вычислений (Edge computing). В результате пользователи смогут удаленно запускать «тяжелые» игры с высоким уровнем требований к задержке сигнала на любых гаджетах, работать с программами для монтажа графики, видео и другими сервисами, установленными на личных производительных ПК.

В сентябре МТС представила сервис цифровых книг «Строки» с полным каталогом популярной классики, современной литературы, эксклюзивными изданиями и авторскими подкастами, а также собственным издательством. Каталог библиотеки будет включать в себя сотни тысяч книг, аудиокниг и журналов. Под новым брендом «Строки» будут выпускать оригинальный контент, а также на эксклюзивных правах издавать зарубежные бестселлеры.

В ноябре МТС объявила о переходе на технологическую платформу The Platform, объединяю-

щую все сквозные IT-решения экосистемы МТС. Единая технологическая площадка The Platform освобождает IT-специалистов от рутинных задач: настройки системного ПО и баз данных, мониторинга, развертывания, позволяя сфокусироваться на решении бизнес-задач. В результате до 30% ресурсов продуктовых команд высвобождается за счет сокращения непрофильной нагрузки.

В ноябре МТС объявила о запуске бета-версии магазина приложений AppVazar для ОС Android, в котором российские и зарубежные разработчики могут размещать, продвигать и монетизировать свои сервисы, а пользователи — скачивать приложения и оплачивать их с помощью карт российских банков или со счета мобильного телефона. Для монетизации программ разработчики могут применять различные инструменты, в том числе сервис внутренних покупок в приложениях, продажу премиум-версий, подписки, участие в рекламных кампаниях магазина.

В декабре МТС объявила о запуске децентрализованной игровой платформы MTC Fog Play. Она позволяет владельцам высокопроизводительных ПК зарабатывать на аренде, сдавая мощности своих компьютеров через облачный сервис. Пользователи, не имеющие геймерских устройств, могут арендовать игровой ПК и запускать «тяжелые» игры на смартфонах, планшетах, ТВ-приставках и ноутбуках через интернет.

ВАЖНЫЕ СОБЫТИЯ ПОСЛЕ ОТЧЕТНОЙ ДАТЫ

Инновации и продукты

В январе 2023 года МТС объявила о запуске облачной платформы МТС Exolve, которая предназначена для быстрого и гибкого создания коммуникационных сервисов. Платформа позволяет разрабатывать собственные приложения для

общения с клиентами, обеспечивает «бесшовную» интеграцию в существующие ИТ-системы и эффективное управление омниканальными коммуникациями.

Слияния и поглощения

В феврале 2023 года МТС объявила о закрытии сделки по приобретению 67% в капитале группы Buzzoola, одной из лидирующих AdTech-компаний в России и СНГ. Покупка Buzzoola позволит МТС ускорить развитие собственного AdTech-направления и увеличить долю на рынке рекламы. МТС также сможет включить в свой AdTech-контур рекламную биржу (AdEx) и SSP-платформу Buzzoola, которые дополняют собственные DSP- и DMP-решения Компании (развиваются под зонтичным брендом «МТС Маркетолог»).

В марте МТС объявила, что ее дочерняя компания МТС AI приобрела 49% в российском разработчике высокотехнологичных решений в сфере контроля доступа и билетных систем «Инфоматика». Интеграция разработок «Инфоматики» в сфере контроля доступа, в числе которых, например, собственная линейка турникетов и терминалов

оплаты, с технологиями по распознаванию лиц и систем оплаты по лицу (дочерней структуры МТС AI) позволит реализовать комплексные проекты для транспортной отрасли, спортивных и культурных сооружений, образовательных организаций.

В марте МТС объявила о сделке по приобретению 100% ООО «Ди Вай Технолоджис», занимающейся строительством завода для промышленного производства автомобильной электроники на территории особой экономической зоны Технополис «Москва» (площадка «Алабушево»), с целью комплексного развития бизнес-вертикали МТС Авто. Приобретение компании позволит МТС Авто использовать отраслевые технологии и стандарты для производителей легковых и грузовых автомобилей, кому необходимо выполнение 719-го постановления по локализации автомобильной отрасли.

Private LTE

В январе 2023 года МТС развернула крупнейшую в России выделенную технологическую сеть LTE для крупнейшего производителя никеля и палладия. Сеть обеспечивает связью и телеметрическими сервисами одновременно более 800 человек и около 500 единиц горнодобывающей техники. Использование технологии мобильной связи LTE позволило существенно расширить радиопокрытие, улучшить качество голосовых сервисов, увеличить скорость передачи данных, обеспечить защищенность каналов связи, а также организовать обмен мультимедийными сообщениями.

В апреле 2023 года МТС сообщила, что построит выделенную технологическую LTE-сеть для золотодобывающей компании единственного производителя рудного олова в России. Развертывание сети Private LTE позволит автоматизировать производственные процессы, внедрить телеметрию, удаленное управление техникой, транспортом и буровзрывными работами, передавать видеoinформацию от стационарных и мобильных видеокамер на диспетчерский пульт и в дальнейшем модернизировать ИТ-инфраструктуру: создать системы сбора, обработки, хранения и передачи информации, а также обеспечить защищенный доступ к централизованным ИТ-ресурсам с мобильных устройств.

РЕЙТИНГИ МТС

Кредитные рейтинги

- В январе 2023 года российское **Национальное рейтинговое агентство** подтвердило кредитный уровень рейтинга МТС **AAA.ru** со стабильным прогнозом. Среди факторов, повлиявших на подтверждение рейтинга, агентство отмечает высокую устойчивость рынков присутствия, географическую диверсификацию на территории РФ, умеренную долговую нагрузку и значительную операционную рентабельность.
- В декабре 2022 года **Рейтинговое агентство «Эксперт РА»** подтвердило кредитный рейтинг МТС на уровне **ruAAA** со стабильным прогнозом. В своем сообщении агентство подчеркивает высокий уровень стратегического планирования Группы МТС, положительные результаты построения продуктовой экосистемы на базе телеком-бизнеса, а также низкие валютные риски благодаря формированию большей части выручки на территории России и незначительной доли валютного долга.

Рейтинги устойчивого развития

- В сентябре 2022 **Рейтинговое агентство АК&М** подтвердило МТС оценку ESG-отчетности на уровне **RESG 1**, что соответствует высшему уровню раскрытия информации. Агентство отметило структурированность нефинансовой отчетности, а также существенное улучшение качества и расширение объема представленной информации об ESG-инициативах и вкладе Группы МТС в устойчивое развитие.
- В ноябре 2022 МТС подтвердила высшую категорию рейтинга «Лидеры корпоративной благотворительности» **A+ Ассоциации грантодающих организаций «Форум Доноров»**.
- В декабре МТС получила **платиновый статус** рейтинга лучших работодателей России по версии журнала **Forbes**. Экспертное жюри отметило достижения Группы МТС по направлениям «Сотрудники и общество», «Экология» и «Корпоративное управление». Эксперты Forbes отдельно отметили многолетний опыт МТС в реализации социальных проектов.
- В декабре **RAEX** присвоил высший рейтинг годовой и ESG-отчетности МТС наивысший балл **«пять звезд»** в рамках рейтинга «Годовые отчеты: опыт лидеров».
- В декабре 2022 **Рейтинговое агентство АК&М** присвоило МТС высший рейтинг устойчивого развития на уровне **A++ со стабильным прогнозом**. ESG-рейтинг по национальной шкале присвоен Компании впервые. Приоритетные направления Компании в области устойчивого развития основаны на ответственном отношении к окружающей среде, высокой социальной ответственности, а также этичной модели корпоративного управления.

БРЕНД МТС

BRAND FINANCE TELECOMS 150 2023

Бренд МТС является самым ценным российским телекоммуникационным брендом.

В мировом рейтинге ценности брендов за прошедший год Бренд МТС улучшил свое положение, поднявшись с 65-й на 58-ю позицию.



58-е
место

в рейтинге ценности бренда

[Telecoms 150 2023](#) | [The Annual Brand Value Ranking](#) | [Brandirectory.w](#)



НОВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА

Наша экспертиза в технологиях и лидерство в телекоме создали прочную основу для того, чтобы мы могли развиваться дальше, осваивать новые сферы деятельности, создавать цифровые сервисы и инновации для людей и бизнеса.

Опираясь на свой опыт, в 2019 году МТС взяла курс на формирование цифровой экосистемы и начала активно запускать новые продукты. Два года назад началась активная трансформация Компании в сторону IT, изменились многие внутренние процессы: вырос штат IT-специалистов, расширились продуктовые команды, сократилась бюрократия, изменились корпоративные ценности.

А в 2023 году логичным продолжением больших изменений в бизнесе, философии бренда и внутренней культуре стал ребрендинг компании.

С точки зрения позиционирования МТС не совершила революционный переход к новому бренду. В его основе лежат основополагающие ценности и черты характера того бренда МТС, который знаком и любим многими. Обновленный бренд сохранил свою энергию, эмоциональность, харизматичность, стремление к изменениям, но стал легче, эмпатичнее и современнее.

Философия МТС воплощается в ее новых продуктах и сервисах, которые помогают людям менять привычное и трансформировать повседневность: открывать новое, находить творческие решения и получать неожиданный опыт.

Основа нового фирменного стиля МТС — это динамический и гибкий логотип. Он буквально вмещает в себя все продукты и становится фундаментом для визуальной системы, а его левый нижний угол остается свободным для брендинга отдельных сервисов. Теперь каждый бизнес МТС — это отдельный саббренд, который выстраивает свой диалог с пользователем и имеет свои отличительные визуальные черты.

РАЗВИТИЕ ЭКОСИСТЕМЫ МТС

ТЕЛЕКОМ

Мобильный бизнес

Массовый рынок

В 2022 году мы активно развивали и выводили на рынок выгодные тарифы, в которых каждый клиент может подобрать для себя оптимальный набор как стандартных телеком-услуг, так и широкий перечень экосистемных цифровых продуктов.

Расширение ассортимента экосистемных сервисов и глубокое изучение предпочтений клиентов в интеграции с Big Data позволяют нам осуществлять переход от традиционной ценовой конкуренции в телеком-продуктах к созданию предложений для потребительских сегментов. Это способствует повышению лояльности и эмоциональной привязанности клиента к бренду, а также улучшению клиентского опыта.

В июле 2022 года была запущена уникальная подписка — «МТС Доступ». Теперь абонент может вносить плату один раз в месяц и пользоваться связью, не считая минуты и гигабайты, а также получать умную защиту от спам-звонков — «Защитник» от МТС.

Запуск конвергентных услуг — часть программы развития экосистемы МТС. Конвергентные продукты являются одним из ключевых инструментов удержания абонентов, повышения их лояльности. Сочетая возможности фиксированной и мобильной связи, МТС разрабатывает и продолжает развивать конвергентные услуги. МТС намерена значительно увеличить число конвергентных абонентов. Тарифный план «Весь МТС» представляет собой пакет услуг трех телекоммуникационных направлений: домашний интернет + ТВ + мобильная связь. Компания является единственным оператором России, который, помимо стандартных телефонии, интернета, кабельного или IPTV, позволяет подключиться еще и к услугам спутникового ТВ. Развитие конвергентных продуктов является одним из основных драйверов роста

продаж услуг фиксированной связи, что позволяет МТС сохранять опережающие рынок темпы роста абонентской базы фиксированных услуг связи.

В 2022 году МТС запустила ряд операторских механик с ведущими вендорами абонентского оборудования и партнерами нетелеком-сектора. Потребителям стали доступны такие уникальные предложения, как:

- при покупке комплекта «смартфон с SIM-картой МТС» потребитель получал скидку на связь в виде бонусных рублей;
- при покупке комплекта «смартфон с SIM-картой МТС» потребитель получал в подарок второй телефон;
- при покупке смартфона определенного вендора потребитель получал в подарок услуги связи и аксессуары на установленную сумму;
- партнерские программы. При выполнении условий акции (например, при покупке акционного товара или при достижении определенной суммы чека) и заключении абонентского договора с МТС потребитель получал уникальный промокод для активации скидки на услуги связи.

Розничная дистрибуция

Розничная сеть МТС остается основным каналом привлечения абонентов МТС. Через салоны МТС осуществляется более 40% продаж SIM-карт. Собственная сеть МТС демонстрирует высокие показатели по количеству и качеству подключений SIM-карт.

В офисах МТС абоненты получают полный спектр услуг, предоставляемых оператором, включая

услуги широкополосного доступа в интернет и телевидения. Являясь точками контакта с экосистемой МТС, розничные салоны МТС позволяют увеличивать кросс-продажи. Любая новая услуга, выпускаемая Компанией, автоматически становится доступной к продаже в офисе розничной сети. Кроме того, мы предлагаем клиентам обширный перечень финансовых услуг, таких как потребительское кредитование, денежные переводы, погашение кредитов, страхование жизни (ДМС) и товаров и карты МТС Деньги.

Наличие собственного канала продаж позволяет более эффективно управлять количеством и качеством подключений, а также поддерживать уровень обслуживания.

Развитие сети

МТС продолжает развитие и модернизацию сети для обеспечения консистентного уровня покрытия и высокого качества мобильного интернета. В 2022 году было введено в эксплуатацию более 12 000 БС 4G, +11% сети. Основной прирост пришелся на крупные регионы России: в лидерах — Краснодарский край и Москва.

Для поддержания и расширения качества сети МТС увеличивает количество регионов, в которых проводит перераспределение частотного спектра в технологию LTE (более 30 регионов к концу 2022 года).

Инновационные проекты

МТС развивает передовые цифровые решения на базе текущей сети LTE, в том числе в труднодоступных локациях.

В Антарктиде в 2022 году было проведено значимое расширение построенных с 2019 года трех площадок.

МТС продолжает развивать направление Private LTE (pLTE). В Междуречье реализована крупнейшая в РФ pLTE сеть по количеству сайтов и пользователей площадью 98 км². В 2022 году были построены и переданы в эксплуатацию 14 базовых станций. Крупные проекты были реализованы в Липецкой, Белгородской, Мурманской областях и Республике Карелия. Общее количество запущенных в 2022 году БС для pLTE сети — более 20.

Фиксированный бизнес

Фиксированный бизнес B2C

Доля проникновения широкополосного доступа в интернет на телеком-рынке в 2022 году незначительно выросла до 62% (ранее в 2021 году — 61%) в среднем по РФ. Абонентская база приросла всего на 0,3% (ранее в 2021 году — 0,8%) — темпы роста замедлились еще в 2021 году после всплеска подключений в 2020 году, вызванного «самоизоляцией». Рынок фиксированного ШПД в стране насыщен, небольшой рост проникновения может быть достигнут за счет крупных городов (проникновения более 70–80%), а также охвата частного сектора в пригородах крупных городов.

В текущей ситуации B2C-сегмент оказался менее подвержен негативным факторам: по итогам 2022 года отмечался опережающий рост выручки (на 4,7%, в то время как абонентская база выросла только на 0,3%). Опережающий рост выручки в B2C-сегменте связан с повышением цен на услугу со стороны федеральных и региональных провайдеров: в 2022 году индексацию тарифов провел ряд операторов, до этого не менявших цены на протяжении нескольких лет.

Рост рынка платного ТВ в России в 2022 году практически остановился: абонентская база сохранилась на уровне 46,5 млн, проникновение услуги составило 82,6%. Негативное влияние оказал уход с российского рынка многих зарубежных телеканалов, блокировка иностранных спутников. Объем рынка вырос всего на 0,7% и составил 107,7 млрд руб.

По итогам 2022 года МТС продолжает сохранять лидерство на телеком-рынке РФ по темпам прироста базы: база прирастает на 5,3% по абонентам широкополосного доступа в интернет и на 4,1% по абонентам платного ТВ в сравнении с 2021 годом. Выручка фиксированного бизнеса также продолжает стабильно расти в 2022 году на 8,6%. В условиях насыщения рынка МТС обеспечивает рост двумя основными факторами: за счет увеличивающегося проникновения конвергентных продуктов в базу абонентов широкополосного доступа в интернет (прирост в размере 4,8% в 2022 году), а также привлечением новых и миграции существующих абонентов на более высокоскоростные тарифные планы. Одновременно МТС продолжает развивать качество услуг на собственной сети в ряде новых

городов, а также в 2022 году МТС расширила свое присутствие на рынке за счет партнерства с локальными провайдерами.

Фиксированная сеть

В 2022 году МТС продолжила реализацию масштабной программы модернизации и строительства фиксированных сетей:

- построено более 500 тыс. домохозяйств;
- модернизировано более 900 тыс. домохозяйств;
- количество городов с сетью 1Gb увеличилось до 133 с учетом Москвы и городов в Московской области.

Защищены два проекта FVNO в городах Омск и Хабаровск (более 480 тыс. домохозяйств):

- в Омске запущен в коммерцию с моно ШПД/моно конвергент (без ТВ);
- в Хабаровске запущен в коммерцию с услугами моно/DP/конвергент.

Конвергент

Компания продолжает развивать линейку конвергентных подписок. В 2022 году были запущены сегментные предложения «Весь МТС Game» — предложение для геймеров, включающее

мобильную связь, домашний интернет на скорости до 1 Гб/с, а также подписку на игровые сервисы, «Весь МТС Гольфстрим» — включающий дополнительно к базовым телеком-продуктам подписку на охранную систему.

В 2022 году МТС расширила географию партнерской схемы предоставления конвергентных подписок, в рамках которой предоставляются конвергентные услуги в населенных пунктах, где у МТС нет собственной фиксированной сети. В рамках данного продукта абонент получает возможность воспользоваться всеми преимуществами конвергента с оплатой по единому лицевого счету всех услуг мобильной и фиксированной связи, оставаясь при этом абонентом своего провайдера домашних услуг связи. По итогам 2022 года данная схема была реализована в 10 регионах РФ. Кроме того, в двух субъектах РФ была запущена продажа услуг по схеме FVNO, в том числе с федеральным партнером, что дает возможность быстрого масштабирования проекта на другие регионы в дальнейшем.

В 2022 году с учетом объемов модернизированной емкости фиксированной сети была пересмотрена тарифная линейка по всем продуктам, включающим услуги домашнего интернета. В большинстве регионов в рамках всех тарифных планов и подписок была повышена минимальная скорость доступа в интернет до 200 Мбит/с, а также расширена география тарифов со скоростными параметрами домашнего интернета до 1 Гб/с.

B2B/G

B2B

В 2022 году МТС продолжает расти двузначными цифрами. Рост выручки к 2021 году составил 11,6%. Основной вклад в рост доходов внесли A2P, Digital-реклама, Cloud, Видеонаблюдение. В 2022 году МТС стала лидером на рынке M2M¹. Также следует отметить рост доходов базовых продуктов.

B2G

В ближайшие годы МТС ставит цель нарастить темпы роста выручки в сегменте B2G за счет усиления участия в национальных программах и федеральных государственных проектах, а так-

же развития линейки цифровых продуктов, поставки оборудования B2B и увеличения акцентов внимания региональных команд в части продажи государственным заказчикам продуктов Webinar Group.

Продукты B2B

Мобильный бизнес

В условиях неблагоприятных экономических условий, понимая ключевую роль связи для бизнеса, МТС последовательно наращивала наполнение тарифов «Умный бизнес». За абонентскую плату в тариф включены безлимитные звонки на МТС РФ, мессенджеры, навигация,

¹ По данным исследования ONSIDE «Конкурентный анализ: IoT, III–IV кварталы 2022»

соцсети, видео, пакеты минут и интернет-трафика. Неиспользованные остатки трафика сохраняются и переносятся на следующий месяц. Чтобы сотрудники не отвлекались от рабочих задач, в базовый набор услуг входит интеллектуальная защита от спам-звонков «Защитник». Для удаленной работы предусмотрена возможность раздачи интернет-трафика на другие устройства и облачное хранилище данных 80 Гб. Для взаимодействия с иностранными партнерами — бесплатные входящие звонки и специальная цена на интернет в других странах, а также бесплатные звонки за границу. Бесплатная услуга «На связи при минусе» позволяет при отрицательном балансе на пять дней сохранить доступ к мессенджерам и навигации.

В работе с корпоративными клиентами у МТС всегда был акцент на персональное обслуживание

и гибкий подход к каждому клиенту. В 2022 году часть компаний были вынуждены временно приостановить свою деятельность, и МТС оказала поддержку клиентам и давала возможность бесплатной блокировки услуг на необходимый срок. Также в течение года МТС предлагала клиентам возможность без увеличения абонентской платы удвоить пакеты минут и гигабайтов в рамках акции «Двойная выгода». В период с сентября по декабрь можно было подключить корпоративную мобильную связь со скидкой 30% на полгода в рамках акции «Время выгодных решений».

Ориентируясь на тенденции рынка и удобство клиентов, МТС всегда разрабатывает актуальные предложения для разных сегментов. Для малого и среднего бизнеса в 2022 году запущен тариф «МТС Команда». Команду до шести человек

В2В/G-решения за пределами традиционного телекома


 **МТС Маркетолог**

Сервис таргетированной рекламы с использованием Big Data МТС

+73%
новых клиентов в 2022 году


 **Частные сети LTE**

15
крупных проектов на конец 2022 года

 **Группа Webinar**

Клиентская база В2В состоит из

>10 000
организаций

 **UC сервисы¹**

От хостинговой АТС до омниканальной коммуникационной платформы и голосовых роботов.

№ 1 в России, доля рынка ~ 30%².

Крупнейшая платформа для Telecom API (после приобретения МТТ)

 **Облачные решения**

IaaS, PaaS, SaaS, DBaaS

+10
новых продуктов в 2022 году

¹ Unified Communications.

² Данные компании / анализ рынка.

можно подключить к общему пакету минут, гигабайтов, SMS, чтобы эффективнее расходовать трафик. Наполнение тарифа и лимиты трафика для каждого сотрудника клиент может самостоятельно настроить в Личном кабинете.

Фиксированный бизнес

В 2022 году МТС увеличила количество активных корпоративных абонентов фиксированного доступа в интернет на 3,8% к результатам 2021 года, прирост годовой выручки по услугам доступа в интернет составил 9,4%. Наибольший прирост абонентов обеспечен в регионах (без Москвы и Московской области) и составил 8% год к году при росте доходов в 16%.

Показатели не включают выручку и абонентов проекта С3О, завершено в 2021 году.

В 2022 году МТС продолжила развитие сети в регионах в целях предоставления услуг клиентам B2B, в том числе реализовано 11 крупных инфраструктурных проектов в регионах: Омская область, республика Татарстан, республика Мордовия, Ульяновская область, Иркутская область, Нижегородская область, Ивановская область, республика Карелия, увеличена емкость фиксированной сети в порту Усть-Луга (Ленинградская область), построен ВОЛС до аэропортов г. Новый Уренгой и г. Норильск.

В столичном регионе совместно с ДИТ Москвы реализован проект по организации крупнейшей публичной Wi-Fi-зоны столицы на территории ВДНХ, позволяющей одновременно подключать до тысячи пользователей на каждую точку доступа. Сеть охватывает территорию всей Центральной аллеи выставки и обеспечивает связью одновременно более 50 тыс. пользователей. МТС предоставила публичный Wi-Fi доступ для студентов крупнейших вузов Москвы, в 2022 году в рамках проекта было подключено более 900 новых точек доступа в двух общежитиях НИУ ВШЭ.

Интеллектуальные Сети Связи

В начале года действовала акция «Высокому сезону — высокие продажи»: номер 8-800 и 100 минут за 299 рублей в месяц. Это пред-

ложение помогло малому бизнесу увеличить продажи в период большой бизнес-активности и сезонного спроса на товары и услуги в канун праздников и периода распродаж.

Автосекретарь

Услуги виртуальной многоканальной телефонии на базе «Автосекретаря» (федеральные и городские номера) и «Бесплатного вызова 8800» (номера формата 8-800) оказались незаменимы в условиях удаленной работы. Сервисы позволяют телефонизировать компанию без проводов и специального оборудования, так как функционал АТС организован на стороне виртуальной платформы МТС.

В 2022 году были значительно усилены технические ресурсы виртуальной платформы, что позволило улучшить качество и стабильность работы и услуг.

Вклад АО «МТТ»

В 2022 году МТТ была разработана платформа МТС Evolve для B2B- и B2D-сегментов. Этот стратегический продукт представляет собой SaaS-решение, которое позволяет получить внешним ИТ-продуктам и приложениям весь спектр коммуникаций от имейлов и мессенджинга до телекома и видеосвязи бесшовно и из «одного окна». Рынок продукта ежегодно растет двузначными темпами, ожидается, что платформа станет драйвером роста в российском сегменте и СНГ.

По результатам успешного применения голосовых роботов Voicebox в e-commerce, delivery, EdTech, Fintech, MedTech, МТТ стала лауреатом премии «ComNews Awards. Лучшие решения для цифровой экономики» в номинации «Лучшая платформа голосовых роботов для бизнеса 2022».

В Voicebox впервые на рынке появилась услуга «Адаптивный синтез», позволяющая синтезировать речь, неотличимую от человеческой, за несколько часов (ранее требовалось 1–1,5 месяца). Для повышения контактности в Voicebox запущена услуга «Карусель», благодаря которой дозваниваемость до абонентов улучшается на 15–20%.

Бизнес на рынках присутствия

Армения

ЗАО «МТС Армения» (МТС Армения) — 100%-но дочерняя компания ПАО «МТС», крупнейший из трех существующих на рынке Армении операторов сотовой связи.

Под торговой маркой Viva-MTS компания оказывает услуги мобильной и фиксированной связи, а также предлагает своим абонентам облачные и финансовые сервисы (платежи и переводы осуществляются дочерней компанией ЗАО «Мобидрам»).

МТС Армения сохраняет лидерство на рынке мобильной связи Армении по количеству абонентов и выручке.

Собственная розничная сеть МТС Армения является основным каналом привлечения абонентов и насчитывает 79 офиса продаж и обслуживания, охватывая все регионы и ключевые города Армении.

МТС Армения завершила 2022 год с долей рынка по абонентам 58,45%, доля рынка по доходам в 2022 году составила 57,25%. Доля рынка абонентов пакетных тарифных планов достигла 86% (+4 п.п. год к году), а доля абонентов, использующих передачу данных, в IV квартале 2022 года составила 79%. Средний объем разговоров в пересчете на абонента МТС Армения в 2022 году составил 641 минуту в месяц, а пользование услугами передачи данных составило 8,8 Гб в месяц (+31% год к году).

МТС Армения продолжает уверенно лидировать по индексу лояльности (NPS) на рынке.

В 2022 году восстановление рынка продолжилось, но главным событием в экономике Армении стал незапланированный турпоток из России, что привело к увеличению новых активаций по сравнению с 2021 годом. В 2022 году МТС в Армении удалось остановить падение роуминговых доходов. Низкий курс доллара негативно сказался на доходах от интерконнекта. Чтобы минимизировать риски от перепадов курса, в конце сентября Центробанк Армении принял ряд поправок, также был принят запрет на использование электронных кошельков без прикрепления банковских карт, что усложнило привлечение новых финтех-клиентов.

Быстрыми темпами развивается интеграция конвергентных решений в сотрудничестве с ло-

кальными партнерами. Стратегия МТС Армения нацелена на создание новой экосистемы партнерства, которая помогает разработать новые бизнес-модели и определить новые источники дохода.

Доля доходов от нетрадиционных услуг передачи голоса и данных по сравнению с цифровыми услугами увеличилась за счет цифровых продуктов, таких как мобильные приложения для управления финансами, развлечений, образования и здорового образа жизни. Одним из успешных проектов является сотрудничество с Яндексом, которое заключается в предоставлении пакета «Яндекс Плюс» тем, кто активирует пакет +Premium. «Яндекс Плюс» предлагает скидку 10% на такси Yandex Go и использование приложений «КиноПоиск» и «Яндекс Музыка».

По сравнению с предыдущим годом в 2022 году потребление облачных услуг выросло на 50%, потребление B2B-сервисов — на 12%, потребление мобильных услуг в рамках B2B-сегмента выросло на 23%.

Облачная инфраструктура #CloudMTS включает IT-сервисы, в том числе колокацию, виртуальную инфраструктуру и back-up-решения, на основе современных software- и hardware-технологий.

Компания оказывает услуги фиксированной VoIP, фиксированной широкополосной сети Интернет и передачи данных, а также услуги по предоставлению международных каналов связи.

Связью МТС 2G охвачено 69,4% территории Армении, на которой проживает 99,3% населения страны. Связью МТС 3G охвачено 71,3% территории Армении, на которой проживает 99,8% населения страны. Сеть МТС 4G-LTE доступна на 69,4% территории Армении для 99,3% жителей страны.

В 2022 году МТС Армения продолжила работы по расширению сети LTE. На конец 2022 года сеть дочерней компании насчитывала 2314 базовых станций с поддержкой 4G/LTE, 219 из которых были включены в прошедшем году.

Кроме того, МТС Армения развернула 13 базовых станций в труднодоступных местах и в горной местности, где энергия подается через фотоэлектрическую солнечную систему. В местах, где отсутствует централизованное снабжение электроэнергией, МТС Армения в основном применяет гибридный метод обеспечения электроэнергией.

Беларусь

СООО «Мобильные ТелеСистемы» (МТС Беларусь) учреждено в 2002 году российским ПАО «МТС» (49%) и белорусским РУП «Белтелеком». Компания работает под брендом МТС и является крупнейшим оператором сотовой связи в Республике Беларусь. Основные конкуренты — ЗАО «БеСТ» (торговая марка life) и УП «А1».

Компания МТС предоставляет в Беларуси услуги мобильной связи стандартов GSM 900/1800, UMTS 900/2100 и 4G (в том числе 2600/800), услуги домашнего интернета и ТВ, предлагает облачные сервисы и продукты для бизнеса, а также в партнерстве финансовые услуги (МТС Деньги).

МТС Беларусь является лидером рынка мобильной связи Беларуси с наибольшей долей рынка по количеству абонентов и выручке.

Собственная розничная сеть МТС Беларусь вместе с монобрендовыми салонами партнеров является основным каналом привлечения абонентов. Сеть офисов продаж и обслуживания в декабре 2022 года насчитывала 91 собственный офис и 237 монобрендовых салонов партнеров, что позволяет подключать абонентов и оказывать сервисные операции во всех регионах и ключевых городах Беларуси.

Связью МТС 2G охвачено 98,0% территории Беларуси, на которой проживает 99,9% населения страны. Связью МТС 3G охвачено 96,7% территории Беларуси, на которой проживает 99,9% населения страны. Связью МТС 4G-LTE охвачено 59,8% территории Беларуси, на которой проживает 95,7% населения страны. В 2022 году МТС Беларусь продолжила расширять доступ и предоставлять новые возможности сети 4G жителям Беларуси благодаря развитию покрытия в диапазоне LTE 800 МГц. Новый диапазон позволил обеспечить высокоскоростной связью более широкие территории, в том числе пригород, удаленные деревни, автомагистрали в Брестской, Гродненской, Витебской и Минской областях страны.

МТС Беларусь сохранила лидирующие позиции и существенный отрыв от конкурентов на рынке

и завершила 2022 год с долей рынка по абонентам — 47,2% (+0,1 п.п. год к году), по доходам от мобильного бизнеса — 51,0% (0 п.п. год к году), по доходам — 53,0% (+1,1 п.п. год к году). Доля абонентов V&D тарифных планов достигла 64,5% (+0,9 п.п. год к году), а доля абонентов, использующих передачу данных, достигла 70,3% (+1,6 п.п. год к году). Средний объем разговоров в пересчете на одного абонента МТС Беларусь в 2022 году составил 557 минут в месяц (–5,3% год к году), пользование передачей данных в 2022 году составило 18 гигабайт в месяц (+12,6% год к году).

Компания лидирует по индексу лояльности (NPS) на телекоммуникационном рынке Беларуси. Согласно внутренним маркетинговым исследованиям МТС Беларусь лидирует по удовлетворенности качеством мобильного интернета и восприятию репутации/имиджа.

В 2022 году МТС продолжила расширять доступ к услугам сети 4G по всей Беларуси совместно с инфраструктурным оператором beCloud. В частности, в 2022 году в Беларуси сеть LTE увеличилась на 506 новых базовых станций: 290 — в диапазоне 800 МГц, 185 — в диапазоне 1800 МГц и 31 — в диапазоне 2600 МГц. При этом общее количество базовых станций, работающих в сети LTE, составило 5129 шт. к концу 2022 года.

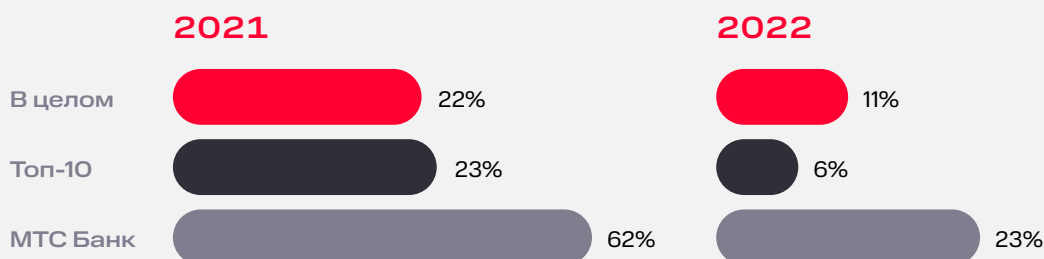
В 2022 году МТС Беларусь активно развивала облачное направление, выручка от которого выросла в два раза по сравнению с 2021 годом. МТС Беларусь предоставляет востребованный на рынке набор сервисов: IaaS, SaaS, PaaS, PaaS и объектное хранилище. В 2023 году компания намерена выйти на рынок с продуктами по информационной безопасности, что существенно расширит рынок сбыта услуг Cloud.

Также в прошлом году МТС Беларусь продолжила расширять в Беларуси покрытие сети для интернета вещей. Связью по стандарту NB-IoT обеспечены Минск, областные центры и города с населением более 50 тыс. человек. В дальнейшем продолжится планомерное расширение площади действия сети NB-IoT от МТС Беларусь в районных центрах.

ФИНТЕХ

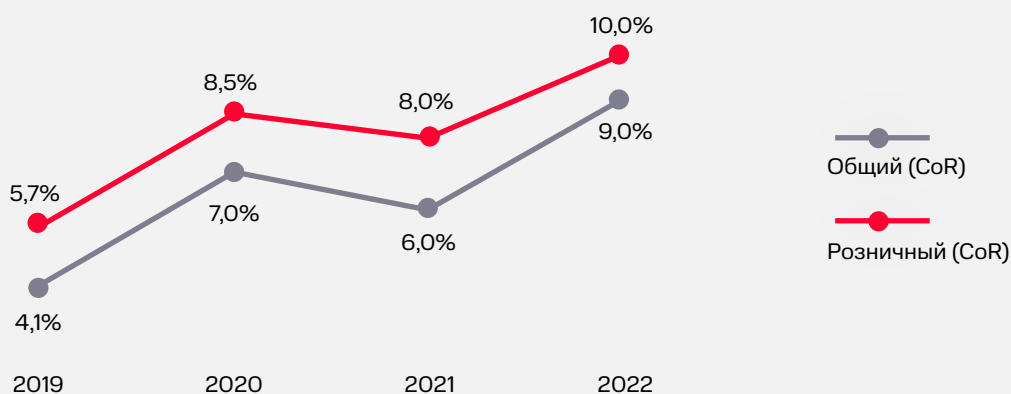
Вертикаль Финтех включает в себя Банк, мобильную коммерцию, инвестиции, факторинг и кредитного брокера.

Рост розничного портфеля¹



¹ На основе данных по необеспеченному кредитованию, Frank Research

С умеренной стоимостью риска (CoR)

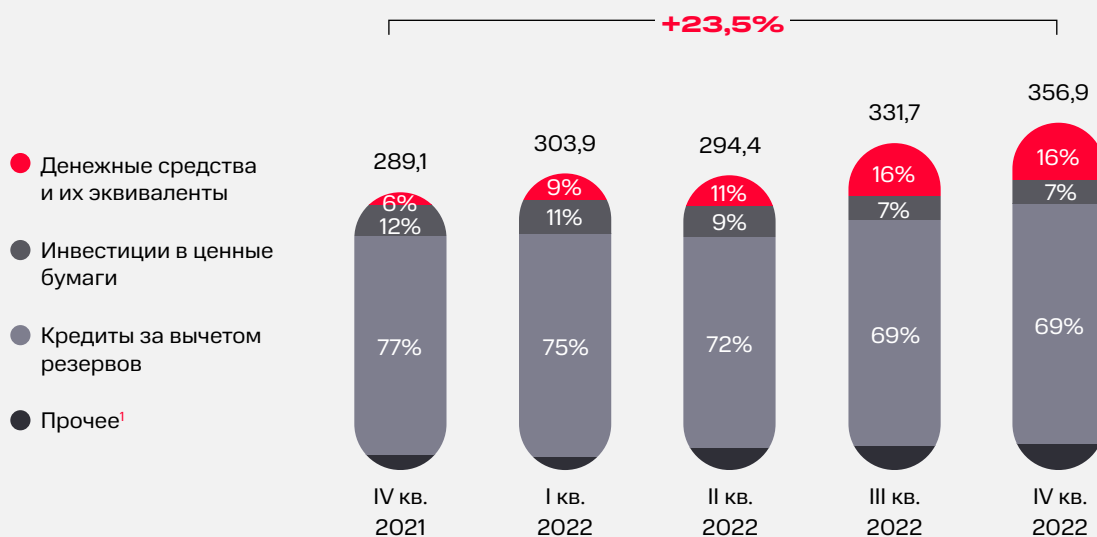


- Стратегический фокус направлен на сегмент розничного кредитования и повседневное банковское обслуживание.
- Доля продаж основных продуктов (потребительские кредиты и кредитные карты) через цифровые каналы уже превышает 80%.
- Количество активных пользователей платежных и цифровых сервисов Банка составляет почти 12 млн, из них 3,5 млн являются клиентами Банка.

Продолжающийся рост портфеля

Активы

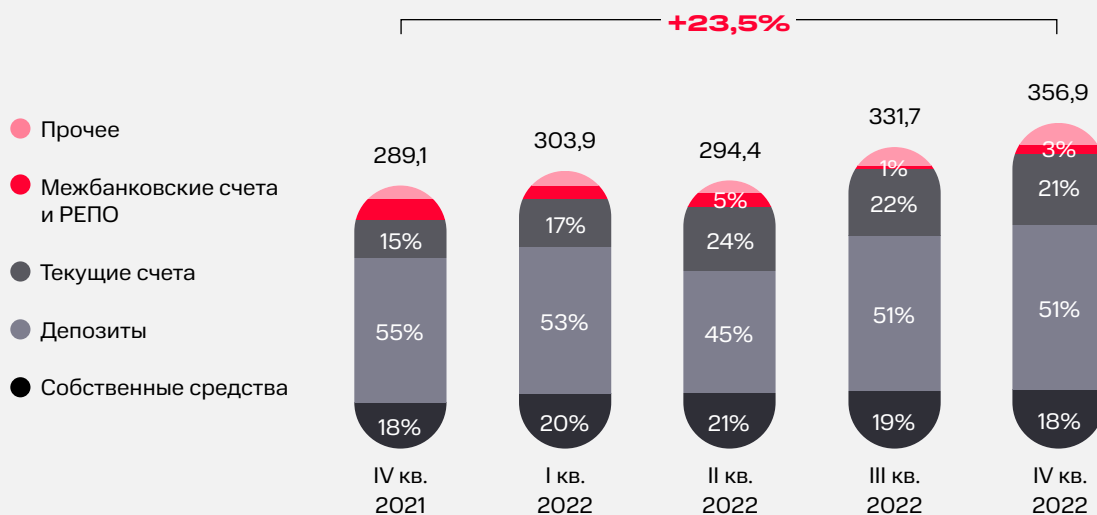
млрд руб. на конец периода



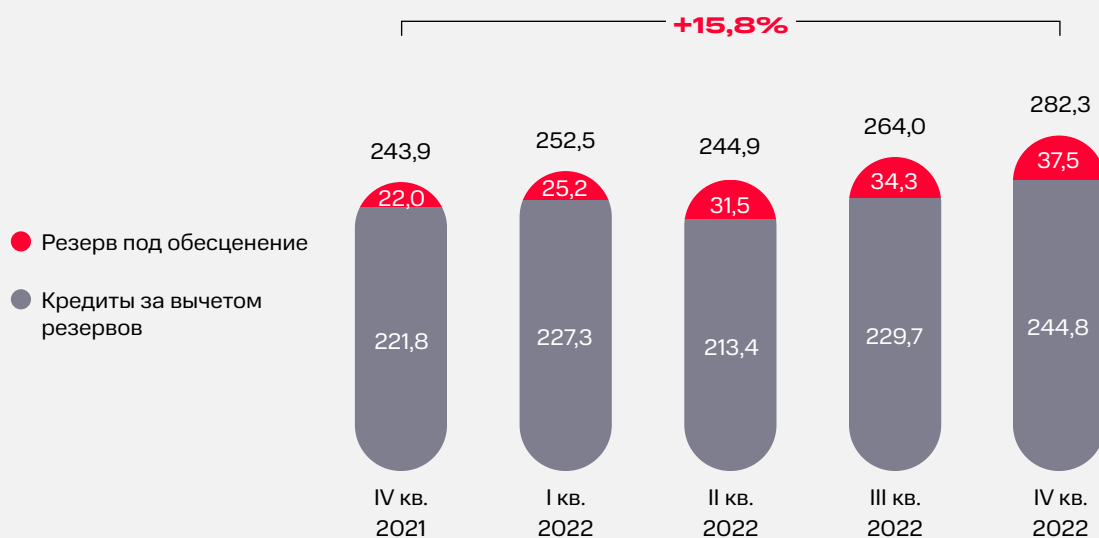
¹ Прочие активы включают недвижимость, основные средства, отложенный налог, нематериальные активы и прочие активы

Источники ликвидности

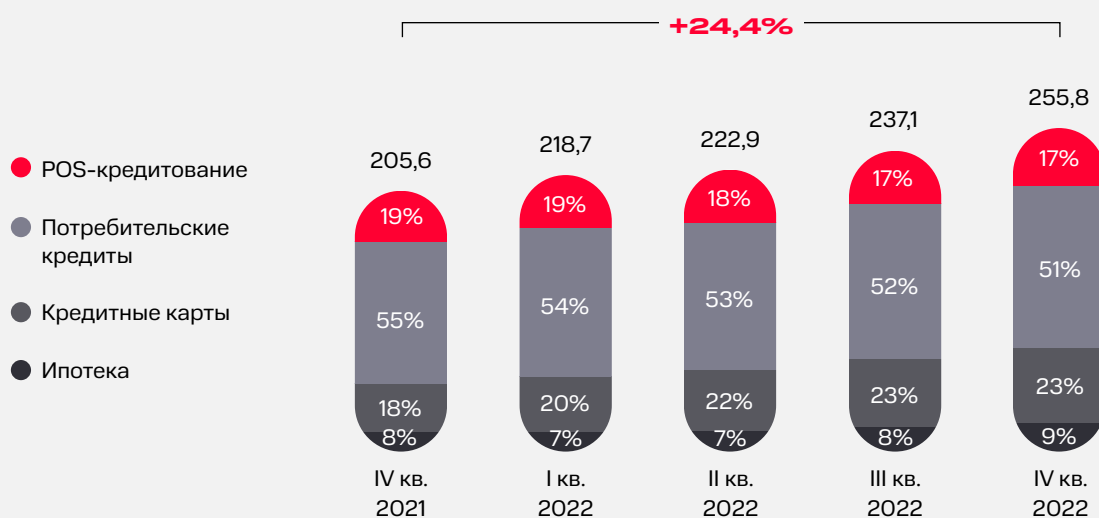
млрд руб. на конец периода



Общий кредитный портфель млрд руб. на конец периода



Кредиты физических лиц млрд руб. на конец периода



РИТЕЙЛ

№ 1

Розничная сеть телекома
в России по продажам телефонов

Фокус

на качестве предоставляемых
услуг и рыночной доле

200+

млн

Годовой трафик магазинов

60+

млн

транзакций в год

Векторы стратегического развития

1

Расширенные финансовые услуги (+онлайн)



2

Точка входа в экосистему МТС



3

100% омниканальный подход



4

Внедрение лучших отраслевых практик



5

Более широкий ассортимент продукции,
комплементарной экосистеме МТС



MWS (МТС ВЕБ-СЕРВИСЫ)

Стратегический фокус MWS — стать ведущим частным поставщиком цифровой инфраструктуры и облачных решений в России

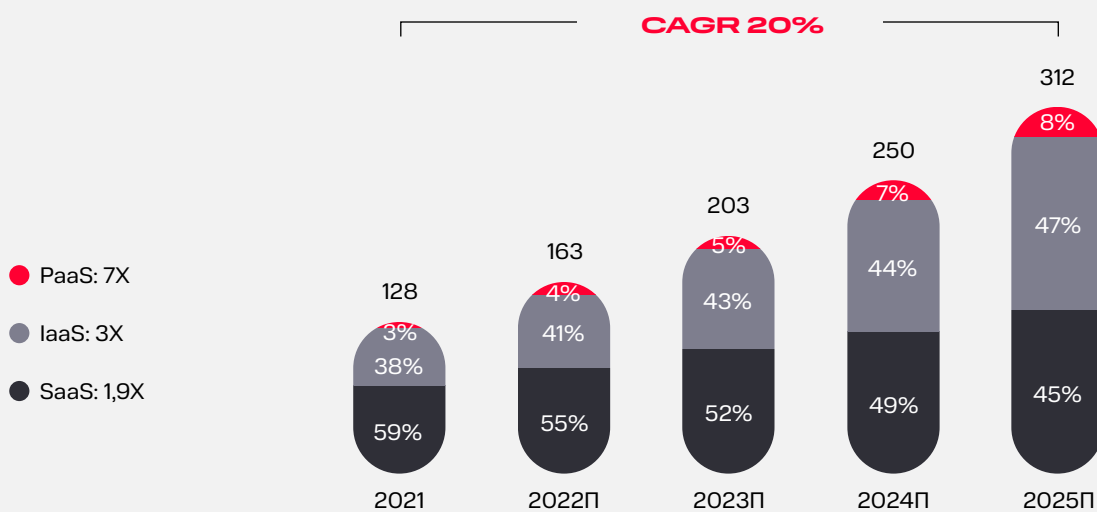
Стратегические цели

- Использование уникальной комбинации сети телеком по всей стране с инфраструктурой дата-центров для предоставления лучших в своем классе инновационных облачных и сетевых B2B-услуг
- Повышение производительности и оптимизация затрат в высокотехнологичной и IT-инфраструктуре
- Завоевание лидирующей позиции в Cloud и Edge Cloud

Облачные решения

- Один из лидеров на рынке IaaS
- Уникальная телеком-инфраструктура + Edge-потенциал
- Готовые конвергентные решения для бизнеса (облако и телеком)

Рынок Cloud в России* млрд руб.



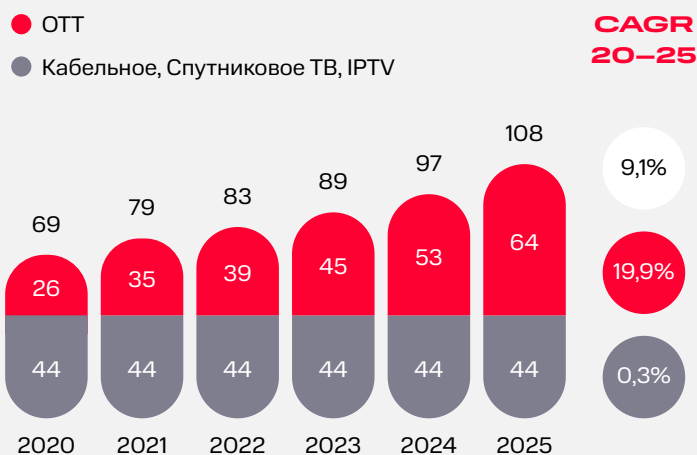
* Gartner, Рынок инфраструктурного облачного провайдера РФ 2022 года, ИСИЭЗ НИУ ВШЭ «Индикаторы цифровой экономики 2022», TadAdviser, анализ Arthur Consulting.

МЕДИА

МТС Медиа производит и распространяет оригинальный и лицензионный VOD и ТВ-контент через кабельное/IPTV, спутниковое ТВ и OTT-платформы.

Прогноз количества пользователей платного ТВ в России¹

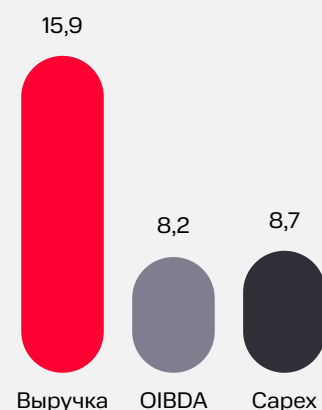
МЛН



¹ J'son Partners Russian legal video market, март 2022 года и оценки МТС Медиа по состоянию на февраль 2023 года.

Медиа 12М 2022

млрд руб.



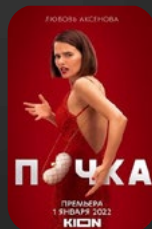
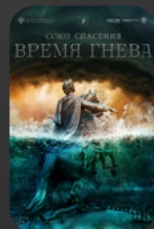
Взвешенный подход к инвестициям в контент

Ключевые приоритеты МТС Медиа:

- Развитие стриминговой платформы KION — глубокая интеграция в экосистему МТС и усиление предложения за счет оригинального контента и эксклюзивных партнерств.
- Растущая клиентская база с опережающим рынок темпом в сегментах OTT и IPTV.
- Сохранение рыночной доли в стабильных исторических сегментах Кабельного и Спутникового ТВ.
- Использование Big Data для персонализации интерфейса и ТВ-рекомендаций, улучшение показателей удержания пользователей и, как результат, долгосрочных взаимоотношений с клиентом.

KION

Создание ведущей стриминговой платформы



55

оригинальных наименований
(13 в IV квартале 2022 года)

100+

оригинальных фильмов
в разработке и производстве

x8,1

MAU¹

x10,3

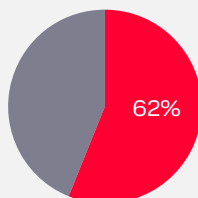
активных клиентов KION с подпиской OZON Premium²

x2,5

TVTU driven by VOD¹

Партнерство с интернет-магазином OZON —
выход на новую витрину для расширения
клиентской базы (с декабря 2021 года)

Доля зрителей,
смотрящих KION Originals



**KION
Originals**

Положительные оценки
аудитории

KION Originals

Средний рейтинг³

Обоюдное согласие.....	★ 8,4
Тест на беременность 3.....	★ 8,2
Переговорщик.....	★ 8,2
Союз спасения. Время гнева	★ 8,1
Почка.....	★ 8,0
Жизнь по вызову.....	★ 7,7

¹ С запуска KION в апреле 2021 года.

² III квартал 2022 года. к IV кварталу 2021 года.

³ Рассчитано на базе рейтингов публичного агрегатора отзывов и платформы KION.

КАЧЕСТВО И УЛУЧШЕНИЕ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА И СЕРВИСА

В 2022 году МТС активно развивала инструменты работы сотрудников Компании и самообслуживания для клиентов. Продолжаем этот тренд с еще большим уклоном на экосистемность, омниканальность и бесшовность клиентского опыта:

- создали экосистемное бесшовное обслуживание во всех точках касания клиента и Компании;
- запустили дистанционный процесс получения от клиента недостающей информации и документов;
- запустили разработку «Единой экосистемной карточки клиента МТС». Рабочее место сотрудника будет удобным и интуитивно понятным инструментом для обслуживания клиентов экосистемы МТС;
- внедрили инструменты речевой и текстовой аналитики для обслуживания в клиентском сервисе. Внедрение этого инструмента позволило увеличить долю анализируемых диалогов до 20% (ранее было менее 1%). Операторский tNPS вырос в среднем на 3 п.п. В начале 2023 года планируется расширить долю анализируемых диалогов до 100%;
- доработали инструменты работы операторов для безопасной удаленной работы сотрудников. На текущий момент около 50% сотрудников работает полностью удаленно;
- начали перенос SMS-трафика от Компании к клиенту на сервис Omnichannel, разработанный в Компании и гарантирующий доставку сообщения на номера клиентов других операторов. Это позволило сократить долю повторных обращений в контактный центр и магазины МТС;
- продолжили активно развивать нашу базу знаний — систему управления знаниями (СУЗ). Более 20 тыс. сотрудников ежемесячно используют СУЗ для качественного обслуживания клиентов, пользуясь преимуществами параметрических сценариев и обновленного поиска;
- продолжили развивать клиентский сервис в магазинах МТС. Запустили пилот по обслу-

живанию без паспорта в магазинах, используя биометрические персональные данные клиентов для аутентификации. В начале 2023 года проведем пилот по речевой аналитике в магазинах МТС;

- совместно с Центром искусственного интеллекта МТС в 2022 году запустили голосового бота на пилотных регионах мобильного и фиксированного бизнесов. В 2023 году планируем тиражировать голосового бота на весь клиентский сервис. При этом голосовой бот будет настоящим помощником оператора Контактного центра, передавая оператору вопрос клиента;
- осуществили активное развитие интеллектуального Чат-бота Смарты, который решает ряд вопросов и выполняет обслуживание клиентов без перевода на оператора чата;
- реализовали уведомление клиентов о статусе и сроках решения ранее зарегистрированных заявок/инцидентов/претензий. Автоматизировано предоставление бонусов клиентам, пострадавшим в результате сбоев на сети.

В 2023 году совместно с Центром искусственного интеллекта планируем перенос чат-бота на обновленную NLP-платформу, что позволит уменьшить TimeToMarket внедрения новых сценариев обслуживания и повысить удовлетворенность клиентов экосистемы;

- продолжили активно развивать инструмент технической диагностики оборудования у клиентов фиксированной связи РФ (продукт — Inetcore). Inetcore стал инструментом для проведения диагностики не только сотрудником Центра клиентского сервиса, но и непосредственно клиентом. Мы настроили интеграцию с ключевыми сервисами самообслуживания: IVR, голосовым и чат-ботами. Теперь у клиента фиксированной связи РФ есть возможность проводить диагностику и решать технические вопросы самостоятельно, без оператора контактного центра, используя систему самообслуживания.

Таким образом, в 2022 году мы продолжали тренд на улучшение качества обслуживания в клиентском сервисе МТС, что в свою очередь ведет к реализации стратегии компании CLV 2.0.

В 2022 году пересмотрели схему работы с продуктовыми командами и разработали процесс взаимодействия по созданию CJM (Customer Journey Map). В результате нововведений были разработаны новые CJM совместно с продуктовыми командами, при этом срок проработки CJM сократился в два раза.

Было проведено 47 аудитов клиентских путей, благодаря которым пользование большинством продуктов стало проще, интерфейсы стали понятнее, повысилась удовлетворенность клиентов.

Продолжили улучшать понятность списаний: расширили охват информирования об изменениях условий тарифов, стали прозрачней информировать о событиях по списаниям.

Улучшили схему оповещения клиента по задолженности: оптимизировали количество SMS, изменили тексты на более краткие и понятные и внедрили PUSH-информирование.

Важным направлением улучшения клиентского опыта стало введение функции Customer Journey экспертов в продуктовых командах. Это дало возможность строить качественные клиентские пути в продуктах, составлять и приоритизировать задачи с учетом клиентских болей.

Для повышения экспертности сотрудников Компании в области клиентского опыта запустили обучающий курс «Как улучшить клиентский опыт с помощью CJM». Курс помогает создавать продукты, которые полностью соответствуют ожиданиям клиентов.

В 2022 году успешно запустили и используем обновленную систему автоматизированного тестирования тарифных планов и услуг. Благодаря новой системе мы смогли увеличить объем тестируемых процессов в момент пиковой производительности более чем в три раза и продолжаем наращивать объем тестируемых продуктов. Мы успешно используем и продолжаем развивать систему мониторинга, которая помогает выявить сбои в работе тарифных планов и услуг для беспрепятственного использования нашими клиентами. Мы также продолжили развитие портала alpha- и beta-тестирования, благодаря которому получаем качественную обратную связь от пользователей

и, учитывая их мнение, обеспечиваем высокое качество продуктов.

В 2022 году на 89% увеличен охват продуктов digital-опросом удовлетворенности (tNPS), что дало возможность лучше понимать потребности клиента и использовать данные знания в улучшении пользовательского опыта. Внедрены новые технологические метрики, отражающие доступность продуктов, систем и ПО, что послужило развитием комплексного подхода к оценке качества продуктов. Разработана концепция дифференциации продуктов, основанная на классах критичности. За счет этого удалось выстроить качественную систему мониторинга и наблюдаемости, обеспечивающую стабильную работу продуктов экосистемы. В 2022 году совместно с продуктовыми командами сфокусировались на аналитике клиентской обратной связи, вследствие чего удалось повысить показатель удовлетворенности tNPS: +10 п.п. KION, +6 п.п. Личный кабинет «МТС Бизнес» — и снизить уровень претензионности на 23 и 19% соответственно.

Развивается проект «Замкнутый контур», в рамках которого с клиентами дополнительно связываются по итогам опросов удовлетворенности, чтобы помочь решить их вопрос. Данный проект помогает корректировать действующие бизнес-процессы для роста удовлетворенности клиентов от взаимодействия с компанией и ее продуктами.

Расширили направления «Замкнутого контура» на пользователей «Мой МТС» и «МТС Бизнес». В 2023 году продолжим масштабирование проекта на клиентов цифровых продуктов экосистемы.

В систему опросов начали внедрять системы с искусственным интеллектом, чтобы повысить комфорт клиентов при прохождении опросов. Клиенты смогут пообщаться с голосовым ботом, который понимает речь и фиксирует клиентскую оценку и обратную связь.

Положено начало унификации и масштабированию опросов удовлетворенности по новым вертикалям экосистемы: МТТ, Зеленая Точка, IT-GRAD и CloudMTS. Это позволит оценить текущий уровень удовлетворенности и разработать мероприятия для его роста.

BIG DATA

В рамках работы над стратегическими продуктами центром Big Data получены заметные результаты в направлении развития Рекомендательной платформы МТС: отдельные наработки рекомендательных алгоритмов были объединены в универсальные библиотеки и модули, что положительно сказалось на качестве получаемых рекомендаций в продуктах МТС.

В течение 2022 года были реализованы прототипы трех из пяти модулей Рекомендательной платформы и внедрены в отдельных каналах коммуникации со статистически значимым ростом продуктовых метрик следующих продуктов:

- KION (рост общего времени просмотра до 12%);
- МТС Банк (рост CTR до 18%);
- Ticketland (рост CTR от 9,5 до 32%);
- «Строки» (прочитанные книги в рекомендациях — рост до 45%).

Рекомендации платформы ежемесячно видят около 20% активной базы МТС (6–7 млн человек).

В рамках развития скорингов достигнуты показатели качества на уровне лидеров рынка, что было обусловлено обобщением прежних наработок и созданием прототипа Скоринговой платформы МТС и переносом на нее скоринговых процессов. Существенно сокращено время подключения нового клиента к услуге скоринга (с 24 до 3 часов), и улучшены показатели доступности сервиса. С применением Скоринговой платформы началось предоставление новых услуг анти-фрод-скоринга на рынке для противодействия мошенническим схемам в онлайн-продуктах (маркетплейсы, доски объявлений, финансовые и шеринговые сервисы и т.п.).

В 2022 году за счет внедрения авто look alike и платформы сегментации для продукта МТС Маркетолог значительно расширена и улучшена функциональность постройки сегментов на данных Big Data МТС. Запущен динамический ретаргетинг на основе рекомендательных систем для увеличения эффективности. Пропилотированы генеративные баннеры и SMS для увеличения конверсии за счет персонализированной картинки и текста. Автоматизировали и улучшили

выбор оптимальной ставки CPC (cost per click) с помощью метода динамического переобучения — Reinforcement Learning.

#Финтех

Для направления Финтех расширено таргетированное продвижение с помощью Big Data, включая новые продукты (инвестиции, вклады). Также реализован tvр-инструмент автоматизации сборки сегментов. Улучшены рекомендации платежей в банковском приложении за счет перехода на платформенное решение Рекомендательной платформы.

Рисковые модели для скоринга мигрировали в 2022 году на внутреннее платформенное решение, сократив время на разработку в три раза.

#Телеком

Телеком расширил применение Big Data в своих продуктах и процессах. Увеличили эффективность привлечения пользователей за счет ML-моделей на больших данных. Внедрили инструменты контроля качества подключений, сократив количество фрода в продажах. Предоставили пользователям инструменты на основе технологий Big Data для автоматического скоринга и формирования программ стройки. А также увеличили на 5 п.п. точность предсказания доходности локаций за счет использования внешних данных.

Для сервиса «Защитник» добавлены новые внешние источники для разметки моделей поиска СПАМеров. Внедрена NLP-модель для увеличения охвата и ускорения детектирования СПАМа.

#ГЕО сервисы

Работа ГЕО сервисов и инструментов подверглась глубокой модернизации, как в части ускорения работы интерфейсов, так и в части повышения точности и качества обработки ГЕО данных, что позволит в 2023 году получить большее конкурентное преимущество на рынке ГЕО аналитики.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

Общество с ограниченной ответственностью «Центр искусственного интеллекта МТС» (ООО «МТС ИИ», MTS AI) — дочерняя компания МТС и центр компетенций экосистемы МТС в области искусственного интеллекта. Создана в 2017 году. Специалисты MTS AI разрабатывают решения на базе нейросетей, компьютерного зрения, обработки и синтеза естественного языка для компаний экосистемы МТС, а также для внешних заказчиков.

ООО «МТС ИИ» объединяет собственную экспертизу с передовыми мировыми разработками в области искусственного интеллекта, чтобы решения Компании были востребованы не только на российском, но и на глобальном рынке.

По итогам 2022 года MTS AI реализовала более 20 проектов для экосистемы МТС. Среди них — пропуск титров и заставок, автоматическое увеличение разрешения видео, а также генерация обложек сериалов для онлайн-кинотеатра KION. Специалисты компании разработали ИИ-функции для MVP бизнес-системы поддержки принятия решений Smart Rollout. Искусственный интеллект на основе 500 параметров определяет районы с похожим бизнес-поведением, проверяет гипотезы о потенциальной прибыльности инвестиций в развитие сети. Для другого проекта разработчики MTS AI протестировали нейросеть для маркирования аудиосигнала и распознавания аудиособытий в аудиопотоке.

В июле 2022 года MTS AI презентовала платформу облачного видеонаблюдения и аналитики TenVision. На ее базе была создана платформа видеонаблюдения и аналитики для продукта «МТС Видеонаблюдение для бизнеса». Помимо этого, MTS AI предоставила «Гольфстриму» систему видеонаблюдения для работы с видеопотоком и архивом, а также ПО для камер.

На базе платформы синтеза и распознавания речи Audiogram был запущен эксперимент по озвучиванию книг с помощью ИИ для проекта

«МТС Строки». До конца 2023 года планируется подготовить 5000 произведений в таком формате. На данный момент с помощью Audiogram озвучено 1562 произведения, выполняются работы по подготовке первых книг для прослушивания конечными пользователя сервиса.

За 2022 год акселерационные программы MTS AI прошли 36 стартапов различных стадий от pre-seed до late B. Компании, прошедшие акселерацию, в совокупности привлекли 9 млн долл. США инвестиций, 70% из них достигли значимых изменений в технологии, продукте, выручке.

В период с января по апрель 2022 года прошла первая акселерационная программа MTS AI. Ее выпускниками стали 12 стартапов из 10 стран мира. 60% компаний привлекли инвестиции еще в период прохождения акселератора.

В августе-сентябре 2022 года MTS AI запустила программу WinChina по индивидуальной подготовке стартапов к выходу на китайский рынок, а также прошел отбор стартапов ранней стадии с сильной технологической составляющей для последующего питчинга американо-китайскому венчурному фонду. Эксперты MTS AI получили более 200 заявок от DeepTech-компаний из семи стран. Осенью 2022 года началась подготовка к запуску акселератора для поиска и тестирования Metaverse-технологий, заказчиком проекта стала МТС. Для руководства компании MTS AI организовала семинар по теме метавселенных с тремя спикерами уровня Head of Tencent Cloud technologies. Аналитики MTS AI также подготовили 88-страничный отчет о значимых кейсах и сферах применения Metaverse-технологий в семи странах мира.

MTS AI объединяет собственную экспертизу с передовыми мировыми разработками в области искусственного интеллекта, чтобы решения компании были востребованы не только на российском, но и на глобальном рынке.

РАЗРАБОТКА НОВЫХ СЕРВИСОВ/ ПРИЛОЖЕНИЙ, ПАРТНЕРСТВО

Сервисы/приложения

Fog Play

В конце 2022 года МТС запустила в beta-версии новое решение, свободное от проблем классического Cloud Gaming, — продукт Fog Play, который позволяет владельцам игровых ПК сдать их в виртуальную аренду для других игроков. Разработанная в компании технология HELIOS позволяет пользователю играть в самые современные и востребованные игры прямо в браузере. После запуска продукта в beta-версии по итогу 2022 года было зарегистрировано более 15 тыс. игроков.

AppBazar

В ноябре 2022 года МТС запустила в тестовом режиме магазин приложений для российских и зарубежных разработчиков. На конец 2022 года в AppBazar было размещено свыше 100 приложений от более чем 50 компаний.

Благодаря данному продукту разработчики могут монетизировать приложения как раньше, через разовую продажу приложений, встроенные покупки внутри приложений или подписки. Пользователи AppBazar могут быть уверены в безопасности приложений. Каждое приложение и его обновления проходят три этапа проверки: на вирусы (Касперский), на работоспособность с разными производителями и архитектурами android-смартфонов и на безопасность содержимого приложения или игры.

МТС Лончер

По итогу 2022 года общее количество установок продукта для удобного взаимодействия пользователя со смартфоном и быстрого доступа к его основным функциям МТС Лончер во всех каналах продвижения превысило 1,1 млн шт. Рост DAU и MAU год к году составил x10 и x5 соответственно.

Месячный retention пользователей продукта вырос на 13,5% год к году. По итогам 2022 года

количество установок экосистемных приложений пользователями через МТС Лончер превысило 170 тыс.

Строки

После перезапуска МТС Библиотеки осенью 2022 года как «Строки» показатель MAU продукта вырос в 3,8 раза по сравнению с данными на конец 2021 года. К концу 2022 года продуктом был выпущен original-контент в количестве 52 наименований электронных книг и 142 единиц аудиоконтента, из которых можно выделить:

- 17 книг для взрослой аудитории (top-fiction, non-fiction, love story, true crime);
- уникальные аудио-истории с топ-авторами;
- экранизации Netflix;
- перевели для российской аудитории книгу нобелевского лауреата.

В среднем пользователь использует приложение 2,5 часа в неделю. При этом продуктом активно пользуются не только абоненты МТС, но и абоненты других операторов (22%).

Защитник

В 2022 году запустили продукт «МТС Защитник», который помогает абонентам бороться с назойливыми звонками. Заблокированные звонки переводятся на бота, а абонент получает текстовую расшифровку в приложении «Мой МТС». По итогам 2022 года количество пользователей сервиса выросло до 7,2 млн человек (рост год к году на 84%). Количество заблокированных продуктом спам-звонков абонентам МТС выросло.

В 2022 году встроили в приложение «Мой МТС» виджет для продукта «Защитник», где абоненты могут получить детальную информацию по заблокированным звонкам. Если звонивший оставил голосовое сообщение, сервис транс-

крибирует сообщение в текст и показывает текст пользователям. Также у пользователя есть возможность самостоятельно вносить заблокированные номера в белый список.

В течение года расширили базу пользователей продукта, встроив «МТС Защитник» в массовые тарифные планы «МТС Доступ» и линейку «МТС Умный бизнес».

МТС Music

Сервис динамично рос и набирал базу пользователей в течение всего 2022 года. Так, DAU продукта вырос до 250 тыс. (+100% год к году), а показатель 1M MAU сервиса вырос на 60% год к году.

МТС Music вошла в топ-3 российских стриминговых сервисов, а также топ-5 аудиосервисов на российском рынке.

Показатель time spent на пользователя вырос на 52% год к году. Общее время прослушивания в сервисе к концу 2022 года составило 3 млн часов в месяц (рост на 308% год к году).

GOGYM

МТС продолжает развивать шеринговый сервис, который предоставляет возможность тренироваться в разных фитнес-клубах, посещать студии и СПА без абонементов. На конец 2022 года к сервису было подключено более 400 партнеров, а общая география сервиса увеличилась до 30 городов России. За прошлый год общее количество тренировок через сервис выросло в 12 раз. GMV сервиса год к году выросло более чем в 10 раз. Общее количество времени, которое пользователи сервиса провели на тренировках, достигло почти четырех лет.

МТС Cashback

Количество зарегистрированных пользователей в программе МТС Cashback выросло в три раза по итогу 2022 года. Количество 1M активных пользователей МТС Cashback за 2022 год выросло в 2,8 раза по сравнению с предыдущим

периодом. Общее количество полученных клиентами баллов по итогу года в два раза превысило показатель 2021 года.

Мой МТС

«Мой МТС» продолжает выступать в качестве универсальной витрины экосистемы, которая обеспечивает для клиента простой доступ ко всему ассортименту экосистемных продуктов и сервисов за счет внедрения Каталога предложений, где можно ознакомиться со всеми сервисами экосистемы (подписка Premium, МТС Cashback, телеком, банк, интернет-магазин и т.д.).

В 2022 году в приложении «Мой МТС» появились звонки — теперь можно позвонить в колл-центр МТС через интернет (что особенно удобно для клиентов в роуминге) и получить исчерпывающую консультацию без дополнительной идентификации (не нужно искать паспорт, как при консультации по номеру поддержки).

В течение 2022 года расширялся функционал приложения «Мой МТС», в приложение были добавлены в виде модулей другие продукты: Защитник, Поиск, МТС Pass. Была доработана главная страница приложения — появился вход в Cashback, что повысило удобство использования сервиса для клиентов, стало проще отслеживать свои баллы, а также видеть варианты, куда их потратить, без выхода из приложения.

Личный кабинет абонента на сайте теперь стал экосистемным.

Количество 1M активных пользователей Мой МТС достигло значения в 26,4 млн пользователей на конец 2022 года (рост 1,3 млн по сравнению с 2021 годом).

МТС Поиск

Повысилось удобство использования приложения для клиентов — МТС Поиск стал доступен в личном кабинете абонента и в приложении «Мой МТС». Пользователь может смотреть, где находятся близкие на карте, не выходя из «Мой МТС». Данные функционал доступен на данный момент для смартфонов под OS Android.

Партнерства

По итогам 2022 года МТС продолжает активно работать вместе с крупнейшими международными и российскими компаниями, каждый год наращивая широту и качество продуктовых интеграций.

В 2022 году были запущены совместные проекты с такими компаниями-лидерами в своей отрасли, как X5 Group, «Лукойл», BelkaCar, Софх, и др.

Основная работа с партнерами в 2022 году строилась по четырем направлениям:

- создание эксклюзивных подписок под партнеров;
- включение партнерских продуктов в популярные бандлы МТС;
- расширение экосистемной программы МТС для партнерских продуктов (МТС Cashback, МТС Pass);
- расширение присутствия экосистемы в партнерских сервисах.

Так, в 2022 году 3 млрд руб. кешбэка в общей сумме было списано на покупки сервисов МТС и партнеров. 50 млрд руб. заработали продуктовые партнеры вместе с МТС за последние три года. Благодаря продуктовой интеграции за прошлый год более 30 млн клиентов МТС воспользовались теми или иными сервисами партнеров. Общий tNPS партнеров МТС по итогу 2022 года вырос до 74%.

Среди новых партнерств за 2022 год можно выделить партнерство с «Юрент» в части подписки Premium. Так, к концу 2022 года пользователи МТС Premium совершили 7% от всех поездок в сервисе за месяц. Показатель мог быть еще выше, если бы получилось реализовать данное партнерство в начале сезона 2022 года.

Хорошие показатели отмечаются по итогу интеграции доступа к «Матч! Премьер» в подписках МТС и конвергентных предложениях, что положительно сказалось на среднем количестве часов просмотра на пользователя, а также количестве просмотров внутри KION.

Сегментация партнеров

1

BIG DIGITAL
Глобальные

Партнерство для запуска новых продуктов международными компаниями

2

BIG DIGITAL
Россия

Перекрестная реклама, интеграция в программы лояльности

3

NON DIGITAL
Россия

Объединение офлайн-продуктов партнеров с цифровыми продуктами МТС

4

С миноритарным участием МТС

Обмен опытом и обогащение экосистемы МТС продуктами партнеров

Факторы успеха

Взаимовыгодность

Готовность к сотрудничеству для обогащения экосистемы и развития бизнеса партнеров

Открытость

Доступность экосистемы для выстраивания глубокой интеграции партнеров

Эффективность

Принятие решение о запуске/продлении партнерства исходя из данных об эффективности

Управление партнерствами

Персональный подход к партнеру, открытый диалог относительно ожидаемых результатов, согласованность целей на всех уровнях

Оценка и улучшение

Регулярный анализ партнерских проектов и итеративный подход к следующим шагам партнерства

Долгосрочный подход

Построение долгосрочных партнерств и максимизации LTV

ЭВОЛЮЦИЯ БИЗНЕСА ГРУППЫ МТС



«Рост»

Превращение в национального оператора и выход в СНГ



1993–2001

2002–2007

2008–2010

«Запуск»

Строительство сетей в отдельных регионах РФ

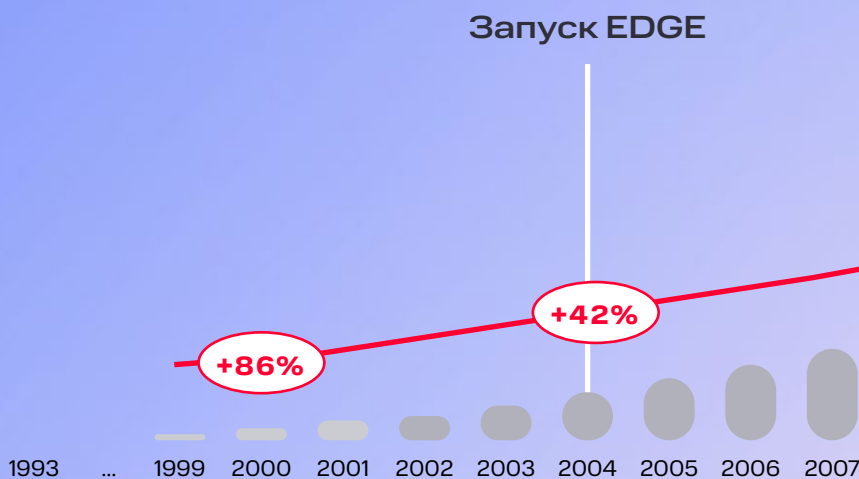


«Интеграция»

Создание РТК и интеграция Комстар в бизнес МТС

Темп роста выручки Группы МТС

+NN%



Исторические вызовы

Выбор стандарта

Рост и масштабирование

«Развитие ПД»

Развитие дата продуктов, V&D тарифов и сетей LTE



«Экосистема»

Создание экосистемы на базе бизнесов Группы

2011–2016

2017–2019

2020–20XX



В сторону «Digital»

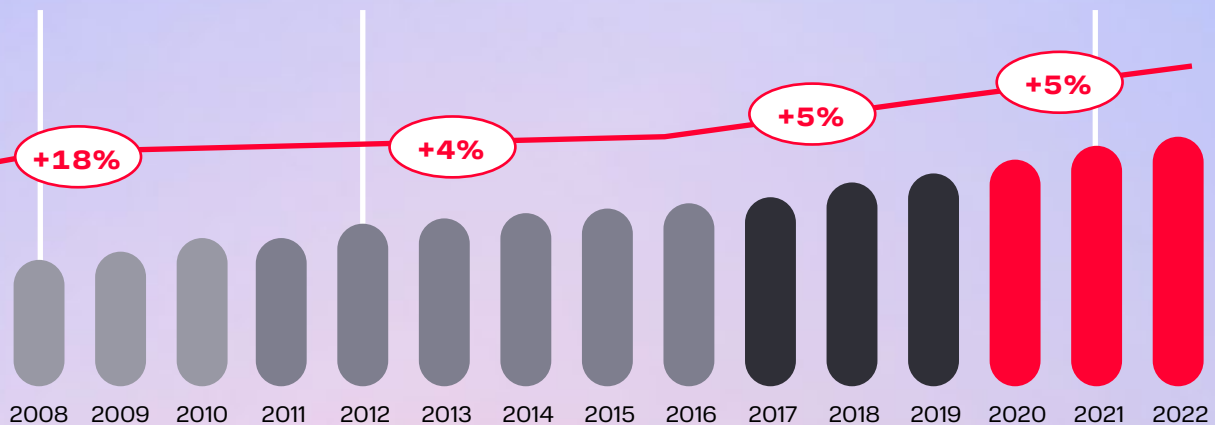
Покупка первых цифровых бизнесов на новых рынках



Запуск 3G

Запуск LTE

Пилоты 5G



Переход от голоса к данным

Фундаментальное изменение модели бизнеса

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ МТС

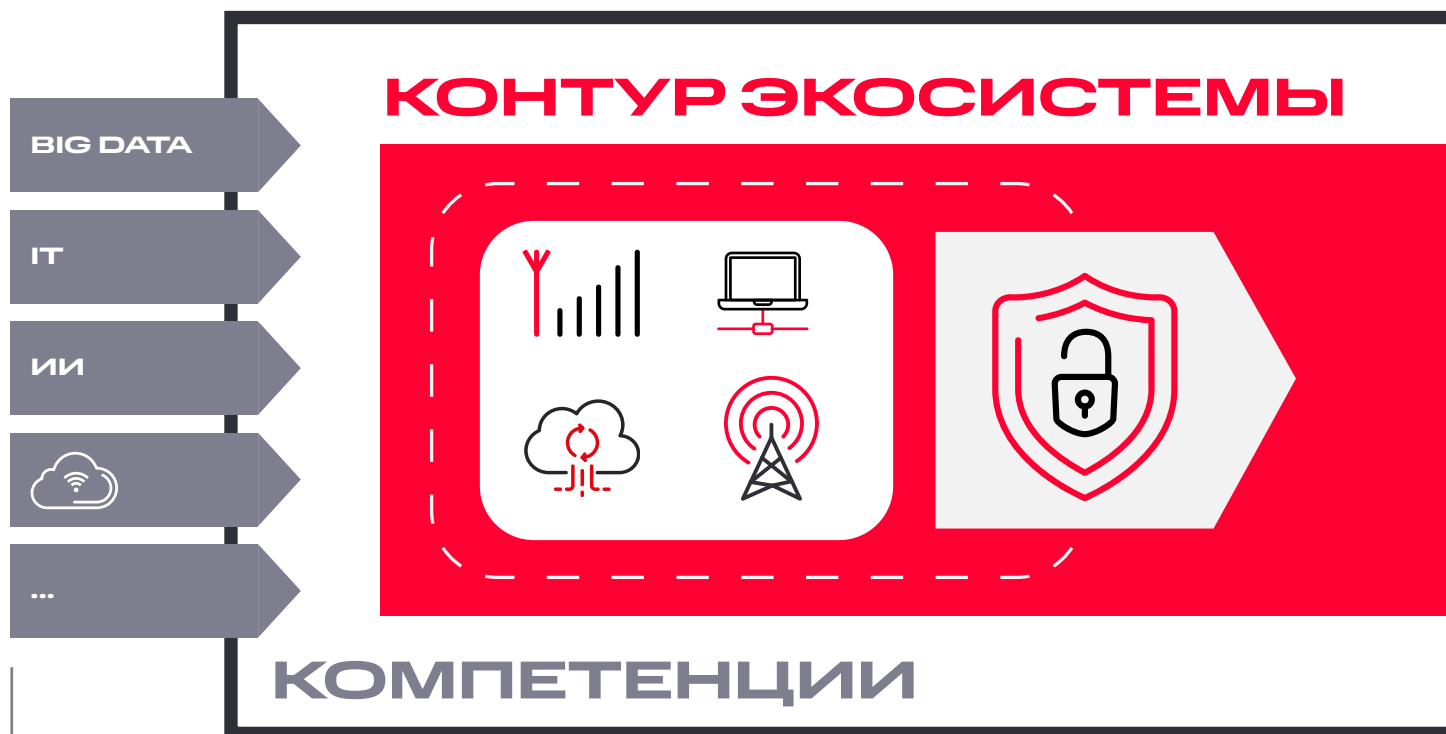
Защита базового бизнеса и рост стоимости за счет развития экосистемы и единого, но гибкого управления всеми бизнес-направлениями



Ядро бизнеса экосистемы: клиенты базовых телеком-услуг и гиперсвязная облачная и телеком-инфраструктура



Защита Ядра — базовая задача Экосистемы



Накопление и развитие компетенций — источник роста эффективности и конкурентоспособности всех бизнесов Группы



- переиспользование компетенций в других бизнес-направлениях повышает их конкурентоспособность
- Группа создает достаточный по объему внутренний спрос для развития «дорогих» компетенций



инструменты создания стоимости



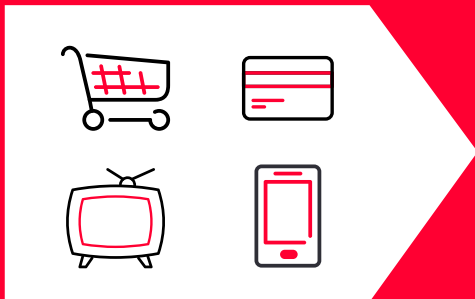
Мульти-продуктовые клиенты: не только защита (снижение оттока), но повышение отдачи с каждого клиента, до-продажа услуг своих...

... и партнеров



- бесшовный клиентский опыт
- персонализация
- гибкость подписочной модели
- единая программа лояльности
- помощь в запуске новых сервисов

Наращивание экономической отдачи от потребительского бизнеса через его развитие на базе экосистемы МТС и защиту Ядра



IPO
M&A



КОНТУР ГРУППЫ



- качество и гибкость управления через автономность бизнес-направлений
- привлечение внешнего капитала в бизнес-направления (стратегические инвесторы, IPO)
- M&A необходимых активов
- перераспределение капитала между бизнес-направлениями
- управление взаимодействием внутри Группы

Рост стоимости Группы через выделение крупных бизнес-направлений и рост их стоимости

ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Актуальные тренды в развитии экосистем и прогноз их развития в России на 2023 год и среднесрочную перспективу

Геополитические реалии 2022 года, связанные с ними явления и действия российских и иностранных регуляторов, контрагентов и представителей конкурентного окружения оказали существенное влияние на ландшафт российских цифровых экосистем.

- Уход или существенное сокращение операций в России со стороны зарубежных компаний спровоцировал, в частности, сокращение спроса на ряд цифровых услуг (реклама, связь, сервисы обработки данных и т.п.). Однако освободившиеся ниши быстро заполняются локальными игроками, и спрос постепенно восстанавливается. В то же время уход иностранных цифровых сервисов снижает общий уровень конкуренции на этом рынке и открывает окно возможностей перед российскими компаниями.
- Резкое сокращение доступа к зарубежным рынкам капитала, в частности приостановка торгов акциями и другими финансовыми инструментами российских компаний на зарубежных площадках, потребовало незамедлительных и активных действий по реструктуризации долговых обязательств. В связи с трудностями в привлечении капитала некоторые компании стали ограничивать инвестиции во вторичные направления и проекты вплоть до их приостановки, концентрируясь на ключевых элементах бизнеса.
- Обострение локальной конкуренции за инвестиции сказалось и на менее крупных компаниях и проектах, для которых поиск инвестора превратился в вопрос возможности дальнейшего существования. В особенности это относится к цифровым стартапам, для которых отрицательный финансовый результат при растущих затратах является естественной моделью развития.
- Ситуацию усугубило и санкционное давление, в том числе персональные санкции по отношению к собственникам бизнеса и менеджменту. Это спровоцировало волну смены собственников ряда компаний и отдельных направлений, а также повлекло существенные перестановки в их руководстве.
- Процесс оттока или релокации персонала, в том числе за пределы России, оказал негативное влияние на реализацию части проектов и потребовал дополнительных управленческих усилий и финансирования для организации удаленных рабочих мест и офисных пространств.
- В стремлении нивелировать страновые риски ряд трансграничных компаний, включая цифровых игроков, планируют разделение бизнесов и проектов на российскую и зарубежную части.
- Важно отметить усиление роли и доли участия государства в ряде компаний, а также возникновение со стороны государства новых запросов и запуск новых проектов, призванных компенсировать отток зарубежных технологий и решений, в том числе и в области технологической инфраструктуры и цифровых сервисов.

В связи с перечисленными выше явлениями и факторами в краткосрочной и среднесрочной перспективе в сфере цифровых экосистем мы ожидаем реализации следующих ключевых тенденций. На первом этапе (и это наблюдалось в течение 2022 года) компании производят переконфигурирование бизнеса с концентрацией на наиболее устойчивых направлениях, в которых они обладают высокими компетенциями.

Второстепенные и экспериментальные направления продаются, выводятся в зарубежные активы, ставятся на паузу или закрываются. Таким образом происходит первичная стабилизация состояния. Далее вероятны опора на ключевые направления бизнеса, некоторые корректировки бизнес-модели, а также обновления продуктовых предложений. Можно ожидать большей фокусировки продуктовых предложений на запросах клиентов и трансляции им максимальной выгоды, в том числе финансовой (к которой потребитель стремится в периоды неопределенности). Далее, имея в качестве базы сильное бизнес-ядро, стабильно генерирующее выручку, компании, вполне вероятно, будут стремиться инвестировать — осуществлять поиск перспективных проектов и направлений для объединения, поглощения или партнерств.

Мы видим следующую комбинацию основных факторов, которые будут способствовать дальнейшей активной инвестиционной позиции цифровых экосистем.

- Ситуация на рынке капитала постепенно нормализуется, доступ к нему для устойчивых надежных заемщиков упрощается.
- Общая экономическая неопределенность и резко возросшие риски привели к общему глубокому падению оценок бизнесов, то есть цена, которую должен заплатить инвестор, существенно снизилась.
- Многие собственники стали более склонны к продаже бизнесов или партнерству с сильными стабильными игроками.
- Экосистемы еще не достигли своих долгосрочных стратегических целей, они всё еще формируются и развиваются, а значит, для них целесообразно продолжать усиление продуктового портфеля для формирования более привлекательного экосистемного предложения.

Таким образом, мы полагаем, что сфера цифровых экосистем, пережившая в 2022 году, как и вся экономика, первичный шок, уже сейчас уверенно демонстрирует признаки оживления и восстановления и имеет высокие шансы не только сохранить свои ключевые бизнес-направления, но и осуществить выгодные инвестиции и расширить продуктовый портфель за счет приобретения новых бизнесов или реализации партнерских программ, делая свои предложения более привлекательными и выгодными для клиентов.

Ключевые векторы развития: технологические и бизнес-тренды

Касаясь содержательных тенденций в различных областях и бизнес-направлениях, актуальных для цифровых экосистемных компаний в мире, мы хотели бы отметить следующие моменты.

В телеком-области:

- продолжается развертывание сетей 5G мобильными операторами по всему миру;
- при этом по-прежнему основная доля абонентов 5G сконцентрирована в нескольких странах — Китае, США, Южной Корее, Японии. Эти же страны характеризуются самым высоким их проникновением в общую базу — превышающим в несколько раз средние показатели. Таким образом, несмотря на массовый запуск по всему миру, 5G-сети ещё не вошли в массовый обиход;
- относительно скромные показатели популярности 5G в мире можно объяснить отсутствием новых (относительно LTE) значимых сценариев применения таких сетей — как в B2C-, так и в B2B-сегментах. Очевидно, что поиск кейсов и соответствующие эксперименты будут продолжаться — причем, вероятно, не только самим операторами, но и сторонними компаниями, в кооперации с телекомом или самостоятельно;
- качественный скачок наблюдается в области спутниковой связи. Помимо продолжающегося развертывания низкоорбитальных группировок, 2022 год ознаменовался рядом значимых событий, связанных с обеспечением возможности прямой связи спутник — смартфон, на базе как существующих спутниковых систем, так и перспективных;
- гарантия такого рода доступности связи «везде» (пусть и в виде SMS/мессенджеров) на стандартном смартфоне, а также удешевление и повышение компактности ШПД-терминалов низкоорбитальных систем потенциально могут привести к появлению новых услуг в совершенно различных областях — например, в финтехе (доступ к цифровому кошельку / цифровым деньгам), в управлении беспилотной техникой (дистанционный контроль в случае необходимости) и др.

В области медиа значимыми, на наш взгляд, являются следующие тренды.

- «Умные» (smart) телевизоры являются значительным (а на фоне пандемии, сильно увеличив свою долю, даже основным) каналом потребления видеоконтента, что усиливает борьбу цифровых экосистем за контроль над этим каналом (через соответствующие операционные системы) — как на глобальном уровне (Samsung, Amazon, Google), так и на отдельных локальных рынках, включая Россию.
- С другой стороны, в сегменте продажи видеоконтента 2022 год показал, что независимые онлайн-игроки — даже такие мощные, как Netflix, — могут упереться в потолок роста, что ставит под сомнение устойчивость их бизнес-модели. Напротив, диверсифицированные компании, а также цифровые экосистемы, у которых помимо онлайн-кинотеатра есть другие продукты, будут скорее всего более устойчивы в долгосрочной перспективе.

Перспективы облачных технологий обусловлены той ролью, которую они играют и будут играть в появлении новых продуктов и услуг.

- Расширение областей применения искусственного интеллекта и машинного обучения и сам по себе рост качества продуктов на базе таких технологий требуют всё более мощных (и специализированных) вычисли-

тельных ресурсов, часто доступных — даже для крупных компаний — только в виде облачных решений от внешних провайдеров.

- Другое направление — «граничные» (edge) вычисления на базе географически распределенной сети ЦОДов — является примером (наравне с 5G) технологии, для которой поиск практических задач еще находится в начальной стадии, но которой уже сейчас обещают большое будущее.
- Вопросы кибербезопасности при этом становятся всё более критичными, требуют повышенного внимания как от самих облачных провайдеров, так и от их клиентов — и создают растущий долгосрочный спрос на продукты и услуги в этой области.

В целом стоит отметить, что текущее развитие многих технологий (включая AR, VR, цифровые деньги, NFT — не считая перечисленных выше) уже достигло определенной зрелости, но при этом массовых кейсов их применения пока относительно мало. Поэтому мы полагаем, что «нащупывание» и тестирование таких кейсов, проверка их бизнес-моделей в среднесрочной перспективе будет не менее важным процессом, чем само технологическое развитие и порождение инноваций. При этом с учетом геополитических реалий текущего момента продуктивное развитие на базе этих трендов в разных частях мира может пойти по-разному.

НАША СТРАТЕГИЯ

С 2019 года МТС следует стратегии Customer Lifetime Value 2.0 (CLV 2.0), которая нацелена на построение устойчивого цифрового экосистемного бизнеса на прочном фундаменте телекоммуникационного лидера.

Мы стремимся максимально продлить время, в течение которого клиент пользуется нашими услугами («время жизни» клиента), создавая и укрепляя эмоциональную привязанность к бренду, повышая степень удовлетворенности и уровень лояльности клиента. Мы также переходим от идеологии оперирования на одном — телекоммуникационном — рынке к идеологии цифровой сервисной среды, включающей в свое комплексное предложение продукты и услуги разных рынков для удовлетворения потребностей клиентов в различных сферах их жизни.

Мы уверены, что выход за границы телекоммуникационного бизнеса на новые рынки, например на рынки финансовых сервисов и медиа/развлечений, при функциональной поддержке такими цифровыми направлениями, как Big Data и AI, позволит нам трансформироваться в мультисервисную цифровую компанию. Мы будем выстраивать портфолио цифровых продуктов как на базе собственных разработок, так и привлекая независимых разработчиков и провайдеров услуг в качестве партнеров. Подобные взаимовыгодные партнерства позволят нам привносить больше ценности в жизнь наших клиентов, предлагая им более инновационные, разнообразные и удобные сервисы. Мы планируем постепенно расширять возможности наших программ, увели-

чивать количество партнерств и стать наилучшим возможным выбором на рынке для компаний, стремящихся расширить свою клиентскую базу и получить дополнительную ценность.

Российский рынок цифровых сервисов в определенной мере уникален, так как в большинстве сегментов лидерские позиции занимают локальные игроки, успешно конкурирующие с мировыми гигантами. Эта ситуация обусловлена рядом фундаментальных причин, варьирующихся от потребительских предпочтений и языковой специфики до регуляторных требований и структуры рынка заемного капитала. Это позволяет крупным российским бизнес-группам, представителям таких областей, как банковский сектор, розничная торговля, высокотехнологичная сфера и телекоммуникации, активно развивать новые бизнес-линии в цифровой среде, опираясь в своих стратегиях на экосистемный подход. В результате последних изменений геополитической ситуации глобальные цифровые игроки существенно ослабили свое присутствие или вовсе покинули российский рынок, превратив его в поле конкуренции локальных компаний и бизнес-групп.

Мы уверены в надежности наших позиций в контексте конкуренции такого рода. Наш сильный

«В 2022 году команда МТС продемонстрировала высочайший профессионализм, сочетающийся с гибкостью мышления и способностью мгновенно адаптироваться к самым трудным условиям среды. Выбранная нами стратегия доказала не только свою эффективность в благоприятные для развития периоды, но и устойчивость и гибкость, необходимые в моменты экономических потрясений. Наша ставка на последовательную и постепенную эволюцию экосистемных направлений с повышенным вниманием к телекоммуникационному ядру оказалась верной, с учетом текущих внешних условий мы продемонстрировали хорошие годовые результаты».

Президент ПАО «МТС»

бренд и глубокие знания о клиентах при поддержке мощных аналитических механизмов, базирующихся на AI и Big Data, позволят нам обеспечить пользователей бесшовным, глубоко кастомизированным и персонализированным клиентским опытом в широком спектре цифровых сервисов. Уже сейчас мы наблюдаем значимый синергетический эффект от совместного предложения телекоммуникационных, банковских и медиапродуктов, что позволяет нам все более эффективно использовать маркетинговые инструменты и получить всё более глубокие знания о клиентах. При этом клиенты, пользующиеся несколькими видами услуг, приносят нам больше стоимости, демонстрируют большую приверженность бренду, более высокий уровень лояльности и большую степень удовлетворенности. Нашими ключевыми приоритетами в отношении развития экосистемы в ближайшие годы являются: наращивание экосистемной клиентской базы, разработка и совершенствование высококачественных цифровых продуктов, расширение пула компаний-партнеров.

В 2022 году по мере приведения операционной структуры компании к соответствию принципам концепции CLV 2.0 усилия высшего менеджмента и органов корпоративного управления МТС были направлены на поиск оптимального «формата» для ключевых бизнес-вертикалей и эффективного распределения финансовых потоков среди них с целью обеспечения их динамичного развития и выхода на справедливую оценку рынком.

В результате всестороннего анализа мы пришли к мнению, что часть наших бизнес-направлений достигли такого масштаба и такого уровня зрелости, которые позволяют им стать драйвером роста фундаментальной стоимости Группы МТС. Поэтому мы начали постепенно выделять такие направления в самостоятельные структуры, в отдельные компании, которые будут свободно оперировать на рынке, привлекать внешнее финансирование и в перспективе могут стать полноценными сущностями и привлекательными активами для инвестиционного сообщества.

Мы уверены, что такой подход обеспечит высокую мотивацию для команд бизнес-направлений, позволит настроить внутренние бизнес-процессы оптимальным образом, в соответствии со спецификой каждого из направлений, что в свою очередь обеспечит высокую динамику разработки продуктов, качественно соответствующих уровню лидеров рынка. Это также упростит процесс привлечения внешнего финансирования, позволит новым перспективным цифровым бизнес-направлениям выйти за рамки рыночной оценки по мультипликаторам телекоммуникационного сегмента и в полной мере раскроет потенциал роста их акционерной стоимости.

В этом смысле мы стремимся уйти от видения рынком Группы МТС как единой инертной сущности к восприятию ее как «суммы частей», где каждая из частей оценивается справедливо в соответствии с результатами ее деятельности и по мультипликаторам, принимаемым рынком для каждого конкретного направления.

В 2022 году мы приняли новую логику структурирования бизнеса Группы на двух уровнях: «Ядро» и «Направления роста». Первым элементом структуры является Ядро, включающее ряд областей: B2C- и B2B-телеком (нашу историческую основную компетенцию), а также экосистемную и технологическую инфраструктуру, цифровые продукты экосистемы и функционал, обеспечивающий связанность элементов экосистемы. Ядро является неделимым целым, непосредственный контроль над которым мы будем сохранять в долгосрочной перспективе. В качестве второго структурного элемента мы выделяем 10 продуктовых направлений различного масштаба и уровня зрелости, работающих на смежных и дополняющих Ядро рынках, которые мы рассматриваем как точки роста и создания ценности. Наиболее молодые направления (например, «Умный дом» и «Путешествия») имеют большой потенциал роста, но на текущем этапе их масштаб еще не материален на уровне Группы. Более крупные же области (например, Финтех и Медиа) уже материальны и имеют самостоятельную ценность для инвесторов.

В перспективе ближайших лет (в зависимости от ситуации на финансовых рынках) мы нацелены дать самостоятельность направлению Финтех, которое в течение последних лет демонстрирует высокую динамику, приближаясь к лидерам сектора не только по размеру, но, что даже более важно, по набору продуктов и степени цифровизации бизнеса в целом. Другие бизнес-направления, такие как медиа, облачные и инфраструктурные сервисы, в долгосрочной перспективе также имеют потенциал самостоятельного выхода на открытый финансовый рынок, привлечения соинвесторов или стратегического партнерства.

Следует подчеркнуть, что формирование самостоятельных компаний не означает нашу трансформацию в холдинг слабо связанных бизнесов. Мы остаемся Группой и продолжаем культивировать экосистемные связи между отдельными направлениями. В качестве основных связующих сил мы видим:

- понятные и детализированные договоры о взаимодействии между компаниями Группы;
- общий маркетинг и управление брендом (не обязательно единым);

Эволюция стратегии Группы МТС



CLV 2.0

CLIENT: фокус на клиенте, бесшовность услуг, персонализация

LIFETIME: фокус на долгосрочной прибыли, лояльности и NPS

VALUE: высокое качество продуктов, в том числе партнерских

Превращаемся в группу

ФОКУС И ГИБКОСТЬ В УПРАВЛЕНИИ

специализация и эффективная мотивация руководителей бизнес-направлений, повышающая качество управления

ПРИВЛЕЧЕНИЕ КАПИТАЛА

возможность самостоятельного выхода бизнесов на рынок капитала

ПОДТВЕРЖДЕНИЕ СТОИМОСТИ

возможность роста стоимости через модель sum of the parts



CLV 2.0

+ трансформация в Группу

CLV 2.0: создание стоимости за счет бесшовного клиентского опыта, персонализации, долгосрочных отношений с клиентом и фокуса на высоком качестве продуктов

ГРУППА:

повышение гибкости при сохранении управляемости;

эффективное привлечение капитала;

«раскрытие» стоимости.

- совместное использование знаний о клиенте, механик Big Data и AI;
- следование единой логике CLV, которая остается определяющей для всех бизнесов, при этом максимизация CLV является для них основным стратегическим ориентиром.

Помимо экосистемных связей особое внимание мы уделяем возвращению и усилению в Группе компетенций, касающихся формирования цифровых продуктов и экосистемы в целом, а также взаимному обмену такими компетенциями между направлениями и структурными подразделениями корпоративного центра Группы МТС.

Мы внимательно отслеживаем динамику внутренних условий (включая экономические, юридические и регуляторные), складывающихся на наших целевых рынках в России, а также влияние на наш бизнес внешних факторов, связанных с доступом к технологическому оборудованию, обеспечением финансирования и обслужива-

ния долга и исполнением обязательств перед внешними и внутренними контрагентами. В этом контексте мы считаем нашу стратегию релевантной текущему моменту. Тем не менее мы уделяем повышенное внимание митигации рисков, а с другой стороны, готовы оперативно использовать динамично открывающиеся окна возможностей. К таким возможностям, в частности, можно отнести существенное ослабление позиций иностранных игроков в России, общее ослабление конкуренции, расширяющееся поле для M&A-активностей.

Стоит отметить, что с учетом текущих условий мы с еще большей ясностью видим фундаментальную роль партнерств в формировании и развитии продуктового наполнения экосистемного предложения. Мы будем стремиться обеспечить долгосрочную устойчивость наиболее значимых партнерств, для чего мы готовы осуществлять необходимые инвестиции в партнерские компании, участвуя в них в качестве миноритарного акционера.

Реализация стратегии в 2022 году

В 2022 году МТС уверенно продемонстрировала стабильную работу и эффективность основного бизнеса в условиях стремительно меняющейся внешней среды. В текущей ситуации мы были сосредоточены в первую очередь на бесперебойном предоставлении высококачественных услуг для наших клиентов, а также на гарантированном обеспечении долгосрочной непрерывности нашей деятельности и сохранении положительной динамики за счет ключевых точек роста.

Важно подчеркнуть, что последовательно реализуемая нами стратегия развития клиентоориентированной экосистемы цифровых сервисов на базе сильного телекома в очередной раз подтвердила свою актуальность. Экосистемная выручка МТС по итогам 2022 года выросла на 67% и составила более 100 млрд руб., а количество экосистемных клиентов возросло до уровня 13,5 млн человек, что на 52,7% выше аналогичного показателя прошлого года. Показатель среднего количества продуктов экосистемы на одного клиента увеличился с 1,43 в IV кв. 2021 года до 1,6 в IV кв. 2022 года. Количество ежемесячных активных пользователей приложения «Мой МТС» (MAU) выросло на 5% и составило 26,4 млн.

Мы продолжили совершенствовать основные экосистемные инструменты, предоставляющие больше ценности нашим клиентам и стимулирующие пользоваться новыми предложениями в дополнение к уже существующим продуктам

экосистемы МТС. Рост пользователей единой экосистемной подписки для всех ключевых сервисов МТС Premium составил 71%, а зарегистрированных пользователей программы лояльности, направленной на укрепление связей между вертикалями экосистемы МТС Cashback, стало в 2,3 раза больше — 37 млн.

Несмотря на высокий уровень внешней неопределенности, мы фиксируем устойчивый рост наших цифровых вертикалей. Количество пользователей OTT платформы «МТС Медиа» увеличилось на 63,4% до 6,6 млн по состоянию на конец 2022 года. Общее количество абонентов платного ТВ (спутниковое, кабельное, IPTV, OTT) выросло на 32,6% до 11,1 млн. Значительное усиление нашей позиции на медиарынке подтверждает успешный опыт развития стриминговой платформы KION с целью глубокой интеграции в экосистему МТС и усиления предложения за счет оригинального контента и эксклюзивных партнерств — 55 наименований и 62% зрителей, смотрящих KION Originals.

Выручка от финансовых услуг по направлению Финтех выросла на 40,4%, достигнув 68 млрд руб. Количество клиентов Банка увеличилось на 19,4% до 3,5 млн, а активных пользователей платежных и цифровых сервисов составляет почти 12 млн на конец 2022 года. Доля продаж основных продуктов (потребительские кредиты и кредитные карты) через цифровые каналы превысила 80%.

Мы также отмечаем успехи новых направлений и продуктов в 2022 году. Например, «МТС Строки» — рост MAU после перезапуска в 3,8 раза, среднее время использования сервиса — 2,5 часа в неделю. МТС Эntертейнмент — достигнут двукратный рост продаж билетов. МТС Маркетолог — рост выручки на 22%, количества зарегистрированных клиентов — на 73%, а количества запущенных рекламных кампаний в Digital — на 115%.

В свою очередь мы непрерывно инвестируем в такие направления, как МТС Travel, Умный дом, кибербезопасность.

В 2022 году для усиления телекоммуникационного ядра мы использовали взвешенный подход к инвестициям в развитие наших сетей, задействовали искусственный интеллект (ИИ) на этапе планирования. Это позволило не только остаться крупнейшим игроком на рынке мобильной связи, но также обеспечить 17%-ный рост конвергентной базы. В качестве ведущего поставщика цифровой инфраструктуры и облачных решений в России МТС укрепила лидерство в B2B-телекоме. Мы завершили развертывание крупнейшей федеральной сети стандарта NB-IoT для интернета вещей во всех регионах присутствия. Компания занимает наибольшую долю рынка M2M/IoT-подключений и публично объявленных проектов Private LTE — 15 крупных контрактов.

Также необходимо отметить наши успехи как сильнейшего технологического бренда в России (по данным Brand Finance Russia 50 2021) в разработке и внедрении собственных технологических платформ — The Platform, объединяющей все сквозные IT-решения экосистемы МТС, запуск магазина приложений AppVazar для ОС Android, в котором российские и зарубежные разработчики могут размещать, продвигать и монетизировать свои сервисы, а также переход МТС IoT Hub на собственное программное обеспечение, полностью заменяющее иностранные решения при создании продуктов NB-IoT.

В 2022 году мы провели ряд селективных сделок M&A и инвестиций для дальнейшего масштабирования новых перспективных направлений нашей экосистемы:

- инвестировали 740 млн руб. в капитал «Юрент» — лидера рынка краткосрочной аренды самокатов в России в целях расширения спектра услуг экосистемы МТС — МТС Premium, МТС Cashback;

- через корпоративный венчурный фонд МТС инвестировали 72 млн руб. в сервис онлайн-заказов еды и напитков Bartello для последующей интеграции с приложениями МТС Live и Банка;
- приобрели за 2 млрд руб. 58,38% акций АО «Гольфстрим охранные системы» (бренд «Гольфстрим»), одного из лидеров российского рынка безопасности для комплексного развития новой бизнес-вертикали МТС «Умный дом»;
- приобрели 100% группы «Броневик» — одного из лидеров российского рынка онлайн-бронирования отелей для развития нового направления бизнеса МТС Travel в сфере путешествий и туризма;
- приобрели контрольный пакет акций группы компаний Webinar — крупнейшего российского разработчика решений для видеовстреч, вебинаров и онлайн-мероприятий;
- приобрели за 690 млн руб. 50,85% группы компаний «Навител», российского провайдера навигационных и картографических решений. По итогам сделки МТС сможет сформировать собственную геоплатформу для развития сервисов экосистемы и решений для транспорта.

Мы используем партнерства в качестве эффективного способа удержания клиентов МТС в экосистеме, а также привлечения новых. Ключевыми факторами успеха для нас остаются взаимовыгодное сотрудничество, доступность экосистемы для выстраивания глубокой интеграции партнеров, эффективность и согласованность целей на всех уровнях, регулярный анализ партнерских проектов и долгосрочный подход в максимизации LTV. Поэтому за последние четыре года мы заработали более 50 млрд руб. с нашими партнерами и более 10 млн клиентов воспользовались продукцией наших партнеров через каналы МТС.

74% компаний рекомендуют МТС, как партнера для развития бизнеса с другими компаниями.

Наше умение оказывать качественные услуги связи в контексте нашего исторического базового бизнеса, а также комфортное нахождение клиента в экосистеме МТС за счет расширения портфеля услуг является основой устойчивости бизнеса в условиях жестких экономических ограничений.