

телеком

Телефонный парадокс

Выручка растет, а число пользователей снижается

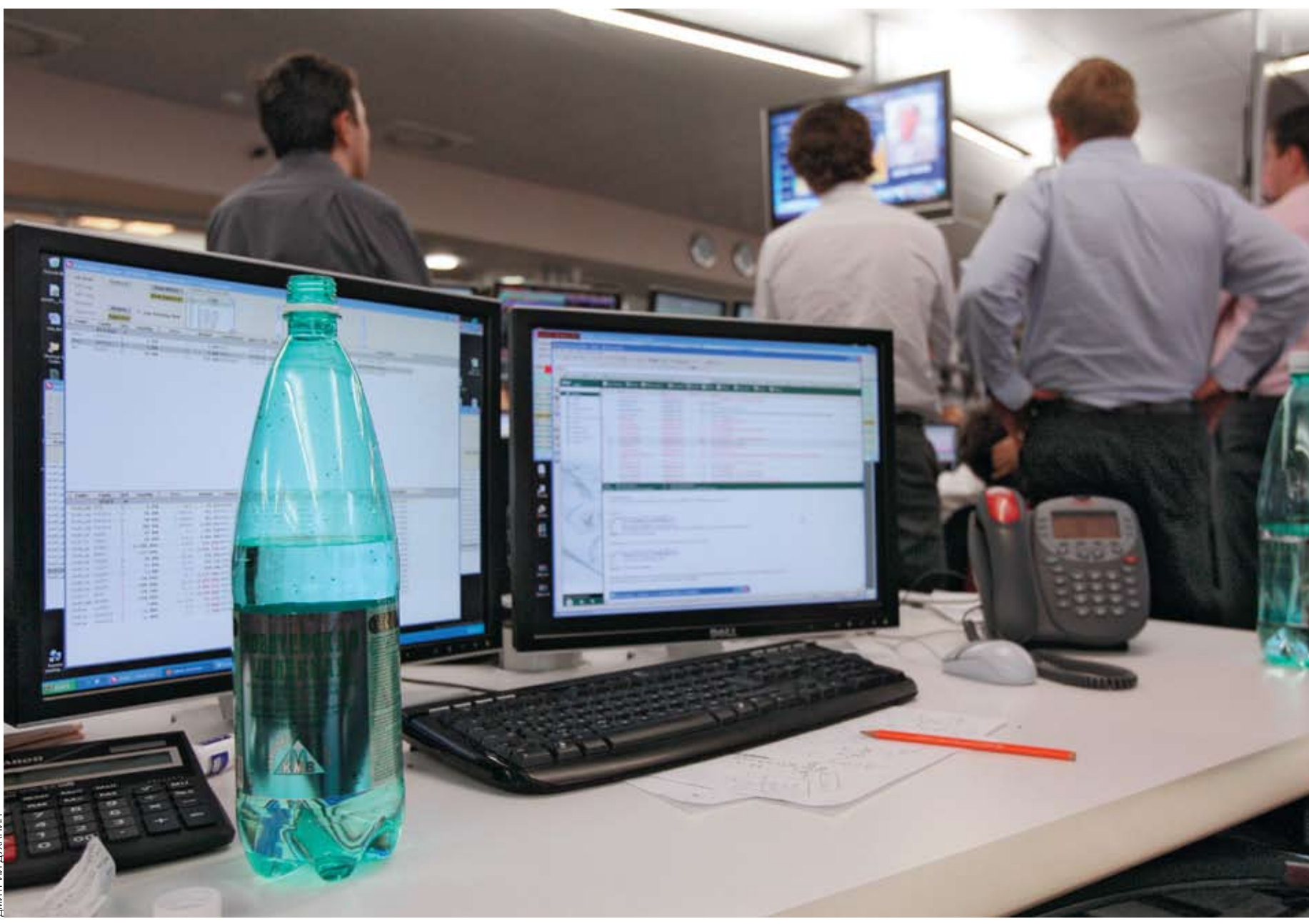
корпоративный сегмент

С начала года на петербургском рынке офисной телефонии наблюдается интереснейшая тенденция — число задействованных операторов линий и потребление услуг снижаются, а выручка растет. Выходит, что кризис оказал позитивное влияние на операторов, специализирующихся на офисной телефонии. Их бизнес стал более эффективным — издержки на оказание услуг сократились, а доходы выросли.

Мрачные ожидания

В конце прошлого года участники рынка были убеждены — сложнее всего в условиях экономического кризиса придется операторам, работающим в сегменте услуг для корпоративных клиентов. Ожидались банкротства предприятий с последующим уходом с рынка и резкое сокращение издержек, в том числе и на телекоммуникационные услуги, у оставшихся на плаву компаний. Действительно, судя по рынку коммерческой недвижимости, объем рынка коммерческой телефонии должен был существенно сузиться. Так, по данным компании Knight Frank, по итогам первого полугодия средняя доля свободных площадей в сегменте бизнес-центров класса А составила 32,9%, а в классе В — 14,8%. Таким образом, в классе А незаполненными остаются 105,6 тыс. кв. м, площадей, в классе В — 141,4 тыс. кв. м. Средневзвешенный показатель заполняемости введенных за последние полгода новых бизнес-центров класса А составляет 32%, а бизнес-центров класса В — 42%. По словам Олега Громкова, руководителя группы исследований рынков Knight Frank St.Petersburg, снижение арендных ставок в долларовом эквиваленте достигает 50–60% для бизнес-центров класса А и 45% для бизнес-центров класса В, по сравнению с аналогичным периодом в 2008 году. «Снижение арендных ставок в новых объектах связано с низким уровнем их заполняемости. В давню существующих объектов со второго полугодия 2008 года наблюдались существенный отток арендаторов в более дешевые офисы с меньшей площадью. В связи с этим собственники принимали решение о снижении арендных ставок», — сообщил господин Громков. Таким образом, столь привлекательные для операторов бизнес-центры, оказались полупустыми.

Малорадостная статистика была опубликована на днях и Минздравсоцразвития РФ. Оказывается, с начала экономического кризиса потеряли работу около 640 тыс. россиян. Это означает, что рынок телефонии для юрилился примерно 400 тысяч потенциальных пользователей. Причем, судя по данным рекрутингового агентства HeadHunter, работу потеряли в основном специалисты, чья деятельность тесно связана с услугами связи. В августовском рейтинге профобластей по количеству размещенных



У крупных операторов бизнес может быть успешным и при потере абонентов

вакансий в Петербурге лидируют «Продажи», «Информационные технологии», «Финансы», «Маркетинг, реклама и PR».

Рост и падение

Негативные последствия кризиса отчетливо проглядываются и в итогах деятельности операторов, активно работающих в сегменте офисной телефонии. Прежде всего, наличие сокращения задействованных абонентских линий. Если в четвертом квартале 2008 года крупнейшими игроками петербургского рынка обслуживания были 584 тысячи телефонных линий, то по итогам первого полугодия 2009 года их число снизилось до 522 тысяч линий. Это означает, что либо операторы потеряли часть клиентов, либо абоненты решили сэкономить на услугах связи, сократив количество телефонов в своих офисах. Снизился у операторов и другой показатель — среднее потребление трафика на одного пользователя в месяц (MOU). Например, у ОАО «Северо-Западный телеком» (СЗТ), чья доля на петербургском рынке телефонии для юрили составляет около 45%, средний трафик с линии снизился с 381 минуты в четвертом квартале 2008 года до 329 минут во втором квартале 2009 года. Казалось бы, операторы переживают не лучшие времена — потребление услуг и объем задействованных линий падают из квартала в квартал, соответственно, снижаться должна и выручка.

Однако этого не происходит. По данным аналитического агентства «Рустелеком», выручка телефонных компаний в сегменте офисной телефонии хоть и не демонстрирует стремительный рост, но стабильна. Объем доходов крупнейших игроков города от услуг телефонной связи для юрили с начала года увеличился примерно на 10%. К примеру, СЗТ смог увеличить поступления в этом сегменте с 296 млн рублей в четвертом квартале 2008 года до 303 млн рублей в первом полугодии этого года. В «ВестКолле» говорят, что число активных линий у компаний не снизилось. «Сейчас по рынку корпоративных пользователей эта цифра составляет порядка 7 тысяч линий. Не могу сказать, что число обслуживаемых абонентов сократилось. Появляются новые клиенты, старые исчезают в случае ликвидации фирмы. В остальных случаях совместно с клиентом решается вопрос дальнейшего сотрудничества, подбираются варианты продолжения сотрудничества, если появляются какие-либо сложности, например, с оплатой счетов», — говорит руководитель отдела обслуживания клиентов «ВестКолла», Ирина Малышева. Но выручка у оператора действительно растет, по словам госпожи Малышевой, на 5% в месяц.

Тарифный ход

Рост выручки на фоне снижения потребляемых клиентами услуг аналитики объясня-

ют просто — одни операторы, используя до кризиса валютные тарифы, продолжают расчеты в долларах и евро, курс которых с прошлого года заметно вырос, другие — повысили цены на свои услуги. В частности, «Голден Телеком» (сейчас — «Билайн Бизнес») до кризиса рассчитывал своих клиентов в валюте. По информации «Ъ», руководство оператора в этом году столкнулось с любопытной проблемой — число клиентов сокращалось, а выручка, благодаря валютным тарифам, росла. «Фиксированная связь остается востребованной, хотя объемы подключения снижались. Весной и летом мы продаем их в рублях, мы продаем их в рублях», — пояснили в пресс-службе «Билайн Бизнес». «Несколько лет назад мы перешли на рублевые тарифы, поэтому повышение выручки за счет курса исключено», — говорит госпожа Малышева. «Мы не повышали тарифы, но отток клиентов все равно есть. Ежемесячно кто-то из наших абонентов разоряется и уходит с рынка. Но количество подключаемых клиентов все же выше оттока. При этом, чтобы избежать роста дебиторской задолженности, мы стали более внимательно

относиться к подключаемым абонентам, ведь у любого включения есть срок окупаемости, в течение которого клиент должен пользоваться нашим сервисом, что ввиду сложной экономической ситуации происходит не всегда. Выручка же в основном растет за счет новых подключений и за счет расширения услуг существующим клиентам. Например, мы вывели на рынок пакетные предложения, которые активно продвигаем среди наших клиентов», — говорит генеральный директор «Северн-Телеком» Сергей Лагир. В СЗТ честно признают, что рост выручки на фоне снижения потребления связан с повышением тарифов весной 2009 года. Помимо этого, отмечают в компании, выручка растет и ввиду реализации ряда крупных проектов. «Прогнозируемое снижение потребления услуг связи в условиях мирового финансового кризиса коснулось, главным образом, представителей среднего и малого бизнеса. Крупные корпоративные клиенты в первом полугодии 2009 года не сократили, а даже повысили потребление телекоммуникационных услуг и сервисов. Таким образом, мы компенсировали некоторое снижение доходов от других клиентов — юридических лиц — и добились небольшого, но очень значимого для нас прироста», — говорят в СЗТ. В «Смарт Телекоме» оценили ход СЗТ с повышением тарифов как эффективное

решение для крупного оператора в период кризиса. «Но мы не могли себе позволить поступить так же. В конце прошлого — начале этого года отток клиентов был значительный. Мы, напротив, были вынуждены снижать тарифы. Весной и летом подключения шли хорошо, и по итогам первого полугодия этого года мы прибавили в выручке на 5–6% в рублях», — говорит гендиректор «Смарт Телекома» Андрей Суходольский.

Ловкие связисты

Аналитики считают, что повышение тарифов во время кризиса — это хоть и рискованное решение, но, как показала практика, работающее. Повышение цен отпугнуло в первую очередь клиентов с непрочным бизнесом, а выпавшие доходы операторов компенсировали за счет оставшихся абонентов. «Похожая картина с бизнесом „Комстара“. После повышения тарифов база оператора сократилась незначительно, а доходы сохранились. Но грань тут очень тонкая, и компания должна ее чувствовать», — говорит Константин Анкилов, старший консультант iKS-consulting. Таким образом, вопреки ожиданиям, кризис весьма позитивно сказался на бизнесе крупных операторов, работающих в сегменте офисной телефонии: их доходы сохранились и даже выросли, а издержки снизились.

БОРИС ГОРЛИН

КОНТЕКСТ

КОНТРАКТ

«Петерстар» подружился с милиционерами

Мурманский филиал ЗАО «Петерстар», входящий в группу компаний «Синтерра», победил в аукционе на поставку оборудования и технических средств для систем видеоконтроля и экстренной связи «Гражданин-милиция». Поставки будут осуществляться для нужд УВД Мурманской области. Общее количество поставляемого оборудования составит более 6,5 тысячи единиц, а объем поставляемого кабельной продукции превысит 14,5 тысячи метров. Оборудование в числе прочего включает в себя уличные видеокамеры и серверы с установленным программным обеспечением и другие компоненты, необходимые для оптимальной работы системы. «Наша компания имеет существенный опыт не только обеспечения современными и необходимыми услугами связи, но и опыт в разработке интеграционных решений любого уровня, в поставке оборудования для решения широкого спектра задач, реализация которых требует в том числе высокой связности, стабильной и гарантированной работы оборудования и средств связи», — комментирует Павел Юрьев, директор мурманского филиала ЗАО «Петерстар». — Участие в таких проектах традиционно осуществляется на высоком качественном уровне, как и во всех инфокоммуникационных проектах, реализуемых нашей компанией». Партнером компании в данном проекте выступает компания Verysell. Система «Гражданин-милиция» на улицах городов обеспечивает круглосуточную экстренную голосовую и видеосвязь с сотрудниками дежурной части, позволяя осуществлять вызов представителей милиции без помощи телефона или таксофона. Григорий Тихий

РЕГУЛИРОВАНИЕ

Министр узнал о цифровом неравенстве

В начале сентября состоялась онлайн-конференция министра связи и массовых коммуникаций России Игоря Щеголева. Пользователи Сети в течение десяти дней задавали свои вопросы министру. В результате анализа вопросов по категориям выяснилось, что более 40% общего числа вопросов были посвящены интернет-неравенству, будущему «Скайпа», управлению Интернетом, просьбам сделать Интернет доступнее для всех слоев населения. Вопросы и обращения граждан подтвердили не самую радостную картину развития Интернета в регионах, которую часто называют «интернет-неравенством» или «цифровым разрывом». Обзор стоимости услуг широкополосного доступа по регионам России наглядно демонстрирует: цены снижаются там, где появляется конкуренция. В течение 1 часа 15 минут интернет-пользователи успели задать 60 вопросов. Отвечая на вопросы, Игорь Щеголев сообщил, что межрегиональные компании, входящие в ОАО «Связьинвест», уже планируют шаги по снижению тарифов на доступ в Интернет. На сайтах МРК до конца сентября появятся разделы для обратной связи, где пользователи смогут высказать свои пожелания к работе компаний, сообщил министр. Пользователи активно интересовались возможностью получения услуг госорганов через Интернет, спрашивали про идентификацию пользователей и перспективы развития цифровой подписи. Министр сообщил, что уже в 2010 году планируется запустить несколько десятков услуг по получению официальных документов в электронном виде — через Интернет. «Получать не только информацию, но и официальные документы, справки, выписки, не приходя в госучреждения — это и называется „электронным

правительством». Понятно, что скорость перехода на такие услуги зависит и от состояния электронных систем ведомств, и от доступности Интернета для граждан. Мы рассчитываем, что это упростит жизнь наших граждан, сделает работу госаппарата более эффективной», — сказал Игорь Щеголев. Иван Александров

КОНТЕНТ

МТС жарит бренд

ОАО «Мобильные телесистемы» запустило в коммерческую эксплуатацию мультимедийный интерактивный развлекательный портал Omlnet.ru — магазин с широким выбором лицензионного музыкального, видео- и игрового контента и дополнительным функционалом социальной сети. «Развитие сетей 3G и рост проникновения инновационных технологий и абонентских устройств способствует популяризации цифрового контента. В рамках стратегии МТС по развитию „умных сетей“, мы делаем ставку не только на предоставление инфраструктуры, но и на создание и предоставление пользователям лучшего на рынке контента. Портал Omlnet.ru стал уникальным явлением на российском рынке и важным инструментом, позволяющим бороться с пиратством и превращающим российский рынок контента в цивилизованный — пользователи получили доступ к широкому выбору легального контента по доступным ценам. Уже по итогам первых трех месяцев работы Omlnet.ru вошел в список лидирующих музыкальных сайтов рейтинга Rambler 100», — отметил вице-президент МТС по коммерческим вопросам Михаил Герчук. Посещать портал можно с любых устройств — как с мобильных телефонов через протоколы WAP и GPRS (вне зависимости от того, к чьей сети подключен абонент), так и с персональных компьютеров. В WEB-версии для зарегистрированных пользователей портала существует возможность индивидуально настроить интерфейс основных страниц портала для пользования с мобильного телефона. При выходе на портал с мобильного телефона автоматически загружается формат интерфейса для WAP. Также на портале реализована функция dual delivery — при покупке музыки загрузка трека происходит на компьютер и телефон одновременно. С момента запуска тестовой версии Omlnet.ru в апреле 2009 года число пользователей портала достигло 1,5 миллиона человек. Илья Петров

СЕРВИС

Tele2 вернет потерю

В сентябре «Tele2 Санкт-Петербург» запустила проект «Мобильное восстановление сим-карт» — теперь на мобильных стойках Tele2 можно не только приобрести комплекты подключения, узнать о тарифах, услугах, но и получить дубликат утерянной сим-карты. Ранее получить дубликат сим-карты абоненты могли только в центрах продаж и обслуживания Tele2. С запуском проекта «Мобильное восстановление сим-карт» данную услугу будут оказывать как в 29 монобрендовых салонов Tele2, так и в 36 мобильных стойках, расположенных в гипермаркетах «Окей», «Лента», магазинах свежей прессы «Первая полоса», метрополитене, а также в других местах шаговой доступности. Для получения дубликата сим-карты абонентам необходимо назвать паспортные данные владельца номера или PUK-код утерянной сим-карты. При восстановлении сим-карты предоставляется возможность сохранения денежных средств на лицевого счете, а также номера телефона утерянной карты. Услуга по восстановлению сим-карты является бесплатной. «Мы наблюдаем стабильный спрос на данную услугу — причиной 20% всех обращений в центры продаж и обслуживания Tele2 является потребность в получении дубликата сим-карты. Благодаря расширению функционала мобильных стоек, мы сделали данный сервис доступным и удобным. Нашим абонентам достаточно просто пойти в ближайший магазин или на станцию метрополитена для восстановления карты», — говорит Марина Володина, директор по обслуживанию «Tele2 Санкт-Петербург». Алексей Макаров



2010
ПОДПИСКА

качественная
бизнес-информация
с доставкой в офис

- Оформите подписку на газету «Коммерсантъ» удобным для Вас способом:
 - через редакцию;
 - через альтернативные агентства;
 - через Почту России.

- Вместе с газетой «Коммерсантъ» Вы получаете:
 - еженедельное глянцево приложение
 - «Коммерсантъ Weekend»;
 - цветные тематические бизнес-приложения;
 - ежеквартальный журнал о товарах и услугах «Коммерсантъ КАТАЛОГ».

- Дополнительная информация о подписке по телефону: (812) 271-36-35, fomina@spb.kommersant.ru www.kommersant.ru



Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

(812) 329 4444
www.smart.spb.ru

iii smart
telecom