

телеком

По следам арендаторов

ходили весь год операторы связи

корпоративный сектор

В 2010 году участники рынка не ожидают существенного роста в сегменте услуг для юридических лиц, утверждая, что рынок либо увеличится на несколько процентов, либо останется на уровне 2009 года. Поводов для пессимизма вроде бы нет — большинство альтернативных операторов связи, подводя предварительные итоги «кризисного» года, говорят о росте выручки в пределах 5–15%. С другой стороны, тот рост, на который ссылаются операторы, вызван отнюдь не органическим увеличением объема рынка — компании, пользуясь высоким уровнем миграции на объектах коммерческой недвижимости, а также нацеленностью бизнес-клиентов на урезание расходов, весь год занимались переподключениями.

Офисная миграция

По данным ИАА «Недели сотовых технологий», сегодня в Петербурге сдаются помещения под офисы более чем в 100 бизнес-центрах (БЦ) классов А, В и С. Чем ниже уровень объекта, тем больше вероятность встретить там представителей домашних сетей или операторов третьего-четвертого дивизиона, ориентированных на низкодоходных абонентов. Однако в прошлом году эта градация операторов при обслуживании объектов коммерческой недвижимости практически стерлась. Если клиент изъявлял желание сэкономить и переходил в бизнес-центр классом ниже, то его оператор стремился попасть туда вслед за ним.

В миграции абонентов ряд операторов даже увидели положительную сторону, так как им удалось значитель-



Участники рынка ждут всплеска деловой активности

но увеличить количество обслуживаемых объектов. По словам коммерческого директора компании «Северен-Телеком» Антона Виноградова, оператор потерял только 20% мигрировавших абонентов в случаях, когда менеджеры компании узнавали о переезде уже по факту, при отказе клиента от услуг связи. Абоненты сэкономили на чем могли и иногда вынуждены были перебираться в БЦ класса С или в офисные центры, а операторы шли за ними, подтверждают представители петербургского «ВестКолла».

Эта тенденция особенно ярко проявилась в первой половине 2009 года, пока управляющие компании в БЦ высокого уровня не начали снижать арендные ставки.

«Бизнес-центров с эксклюзивным присутствием одного оператора в городе почти не осталось», — говорит директор «Недели сотовых технологий» Денис Кусков. — До кризиса управляющие компании на объектах высокого класса предпочитали иметь дело не более чем с двумя операторами. Сейчас, чтобы привлечь арендаторов, они вынуждены

были предложить им выбор из нескольких поставщиков телеком-услуг». Он также подтвердил, что клиентам, собирающимся снять офис большой площади, зачастую разрешалось приводить «своего» оператора.

Если альтернативные операторы первой десятки активно осваивали бизнес-центры класса В и С (даже Orange Business Services, который позиционировал себя как оператора на объектах класса А, был вынужден перейти в БЦ попроще), то после того, как спросом вновь

стали пользоваться БЦ высокого уровня, предложившие хорошие условия аренды, туда потянулись не только игроки первой величины. Петербургские домовые сети, такие как InterZet, «Ниешпанц-Хоум», «Цифра», «Этел» также стали «мелькать» на объектах коммерческой недвижимости, подключая арендаторов с небольшим объемом услуг (чаще всего своих бывших клиентов SOHO).

В 2009 году было сдано рекордное для города количество БЦ — порядка 40, что лишь подстегнуло миграцию арендаторов. Задачей операторов стало усиление присутствия на объектах, так как во многих БЦ, где они традиционно делали выручку, до половины площадей оказались незаполненными. На 2010 год прогнозируется ввод до 20 объектов, но операторы связи предполагают, что этот процесс уже слишком замедлился, чтобы существенно повлиять на их рынок. «Вряд ли темпы и объемы ввода новых коммерческих объектов будут колоссальными», — уверен господин Виноградов. Тенденция к миграции арендаторов сохранится, однако будет постепенно снижаться, так как волны активной миграции постепенно сходят на нет, пояснил он. Ввод новых БЦ может еще больше усилить конкуренцию телекоммуникационных компаний, предупреждают в компании «Метроком».

«К сожалению, на сегодняшний день конкуренция проявляется лишь в постоянном снижении тарифов на услуги связи: со стороны ряда операторов второго и третьего эшелона наблюдается ценовой демпинг. Запуск новых объектов, перерас-

пределение арендаторов по бизнес-центрам города и снижение процента заполняемости объектов коммерческой недвижимости приведет к еще большему снижению там тарифов на связь», — пояснили в пресс-службе оператора.

В ожидании деловой активности

Тем не менее операторские компании предпочитают оценивать прошедший год умеренно позитивно, утверждая, что выйти в плюс в таких условиях уже равносильно успеху. Один из лидеров рынка, компания «Петерстар», по предварительным итогам планирует показать рост выручки за 2009 год в пределах 4%. «Северо-Западный телеком» по корпоративному сегменту рассчитывает на 3–5-процентный рост. Второй эшелон называет куда более внушительные цифры. В «Северен-Телекоме» говорят об увеличении выручки на 15% за год, в компании «Обит» не исключают, что рост выручки превысит 30%. При этом операторы признают, что в Петербурге развитие рынка происходило только за счет абонентской базы конкурентов, органический рост рынка закончился.

«Думаю, что в прогнозах на 2010 год следует быть очень осторожными», — отметил генеральный директор компании «Смарт Телеком» Андрей Суходольский. — В этом году рынок будет расти за счет существующих клиентов, которые не закрылись и не уехали в «домашние офисы» — при условии, что они начнут увеличивать объем заказываемых услуг. По самому позитивному сценарию, корпоративный рынок вырастет таким образом на

10–12 процентов. Сомневаюсь, что деловая активность в стране восстановится до такой степени, что в Петербурге будут массово открываться офисы новых компаний». Господин Суходольский рассказал, что выручка «Смарт Телекома» за 2009 год выросла на 7–8%, а с учетом приобретения оператора «VMB-Сервис» — на 38%. Он подчеркнул, что первая половина 2009 года оказалась провальной для всего корпоративного сектора, а увеличение годовой выручки его компания получила за счет нескольких удачных сделок, проведенных в летние месяцы. Тогда «Смарт Телеком» удалось заключить договор на обслуживание крупного бизнес-клиента с разветвленной сетью точек присутствия, который, в свою очередь, отказался от услуг другого оператора связи.

От квалификации менеджера по продаже, от его умения работать с существующим и потенциальным абонентом сейчас напрямую зависит успех оператора — компании выстраиваются в очередь за каждого клиента со средним ARPU (от 7–8 тыс. руб.). «Мы постоянно работаем над повышением качества услуг и качества обслуживания. Независимо от статуса клиента каждый получает персонализированное, уважительное отношение к себе и вправе рассчитывать на индивидуальное решение бизнес-задач. Вероятно, 2010 год легким не будет. Однако есть убеждение, что большинство компаний смогли «приспособиться» к нынешним условиям и, пересмотрев правила игры, начали вести бизнес с новой эффективностью», — отмечает руководитель группы

рекламы и PR петербургского филиала «ВестКолл» Марина Тихонова.

Не только гибкость и оперативное реагирование на запросы клиента позволяли операторам претендовать на чужих абонентов и удерживать своих. Как поясняют сами участники рынка, размер индивидуальных скидок в прошлом году достигал 20–25%. Стоимость интернет-доступа в среднем по рынку значительно снизилась. Если оператор из первой пятерки не успевал вовремя понизить абонентскую плату, то его клиент уходил к менее крупному, но более сговорчивому игроку. Компании пытались удерживать прибыль за счет количества новых подключений. К концу года «Билайн» и «Петерстар» уже официально снизили цены на тарифах для корпоративных абонентов, ввели пакетные предложения с фиксированной ценой. Оператор «Метроком» запустил свои пакетные тарифы еще раньше — так как их стоимость не скрывалась, а, наоборот, подчеркивалась, то абоненты сразу сравнивали, сколько стоят те или иные услуги, не звоня в отдел продаж. В рамках пакета Mini абонентская плата при подключении по акции доходила до 5 тыс. руб. Ниже операторы корпоративного сегмента опускаются крайне неохотно. «Значительного спада (демпинга) мы не ожидаем в связи с тем, что операторы для оказания услуг используют дорогостоящее оборудование, и необходимо обеспечить возвратность вложенных в него денежных средств», — сообщили в пресс-службе компании «Петерстар».

НАТАЛЬЯ РЫЖКОВА

Кризис прошел сквозь сети

миновав рынок связи

тенденция

Большинство связистов удовлетворено итогами минувшего года. По их мнению, «телекоммуникационная отрасль в целом достойно пережила острую фазу кризиса». Абоненты в основной своей массе решили не экономить на услугах связи и интернет-доступе. Несмотря на финансовую нестабильность, спрос населения на услуги операторов даже вырос. Однако прогнозы связистов на 2010 год весьма осторожны, а инвестиционные планы — крайне консервативны.

ОАО «Мобильные телесистемы» (МТС) прогнозируют в 2009 году выручку на уровне \$8,25 млрд (включая продажу телефонов). Это означает, что в 2009 году в рублевом эквиваленте выручка группы компаний, как ожидается, вырастет по сравнению с 2008

годом всего в пределах 3%. ОАО «Вымпелком» (торговая марка «Билайн») сообщило, что ожидает выручку по итогам 2009 года в размере \$8,572 млрд (данные были опубликованы на сайте комиссии по ценным бумагам и биржам США — SEC). Таким образом, в рублях годовой прирост выручки «Вымпелкома» в 2009 году может составить около 8%. ОАО «Мегафон» ожидает по итогам 2009 года роста выручки до 183 млрд рублей — против 175,5 млрд рублей годом ранее. Сотовый холдинг «Tele2-Россия» уже отчитался об 11%-м приросте в 2009 году операционной выручки — до 31,6 млрд рублей (26 млрд рублей — в 2008 году). Это, разумеется, значительно меньше того роста, который показали сотовые компании в 2008 году по сравнению с 2007 годом. К примеру, рублевая выручка «Вымпелкома» в

2008 году выросла год к году почти на 37%.

Между тем, согласно данным Минэкономразвития, темпы развития российского рынка связи в сопоставимых ценах снижаются уже девять кварталов кряду — начиная с III квартала 2007 года. По предварительным данным, в IV квартале 2009 года рост этого сектора экономики замедлился до 2,7% в сопоставимых ценах. Максимальный спад был зафиксирован в третьем квартале 2009 года: снижение темпов роста год к году составило 9,6 процентных пункта, говорится в официальных документах Минэкономразвития РФ. Если данный тренд сохранится, то уже в I квартале 2010 года в сопоставимых ценах российские телекомы вырастут в пределах 0,5–1%. А во II квартале 2010 года сектор может показать падение год к году в размере 1–2%.

По Росстату, предварительные итоги работы отрасли связи и инфокоммуникационных технологий за 2009 год выглядят по меньшей мере неоднозначными. С одной стороны, по данным официальной статистики, в 2009 году консолидированная выручка российских операторов от оказания услуг связи выросла по сравнению с 2008 годом почти на 7%. С другой стороны, согласно Росстату, связисты Петербурга в минувшем году продемонстрировали весьма скромные результаты: рост их выручки год к году составил всего лишь 1,2%. Причем этот рост обеспечили пользователи — физические лица. У этой категории потребителей объем потребляемых услуг вырос на 4,2%. В целом по Северо-Западному федеральному округу в 2009 году выручка от оказания услуг связи выросла по сравнению с 2008 годом

на 4,4% (в СЗФО рост также обеспечили потребители — физические лица). По объему рынка Северо-Западный регион занимает третье место в РФ, уступая Центральному и Приволжскому ФО.

Столь неоднозначные итоги, очевидно, беспокоят отечественных связистов. Их прогнозы на 2010 год весьма осторожны, а инвестиционные планы — крайне консервативны. В своих заявлениях руководители крупнейших российских операторов стараются сделать оговорку: «Если будет подъем экономики...» или «С учетом выхода из кризиса...». В 2010 году МТС планируют капитальные затраты на уровне 20% от продаж — ниже ранее анонсированного прогноза в 22–25%. Об этом рассказал глава компании Михаил Шамолин в интервью Reuters. Он отметил, что МТС будет осторожно подходить к вопросу приобретений за рубежом. Пока никакие конкретные планы покупок у компании нет. Капвложения «Вымпелкома» ожидаются на уровне 15–18% от выручки, «поскольку экономические условия постепенно улучшаются», заявил главный исполнительный директор «Вымпелкома» Борис Немшич. При этом выручка «Вымпелкома» в 2010 году, как ожидается, вырастет на 6%, до \$9,108 млрд. Бюджет «Мегафона» на 2010 год предусматривает, в частности, сохранение капвложений на уровне не менее, чем в 2009 году (48–49 млрд руб.). «Мы подошли к кризису с лучшим финансовым положением, чем другие компании. У «Мегафона» была и остается устойчивая финансовая позиция на рынке, поэтому предпринимать какие-то резкие шаги в связи с кризисом нам не пришлось. Мы стали единственной компанией, которая не снизила инвестиции во время кризиса — в 2009 году они остались на уровне 2008 года. В 2010 году мы также не планируем



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

Выручка от оказания услуг связи, млрд руб.

	2009	Рост год к году, %	В т. ч. население	Рост год к году, %
Россия	1 287,3	106,9%	815,1	108,5%
Центральный ФО	573,1	107,3%	313,1	106,6%
в т. ч. Москва	437,5	107,6%	223,3	106,8%
Северо-Западный ФО	139,8	104,4%	85,7	107,7%
в т. ч. Петербург	93,4	101,2%	56,5	104,2%
Южный ФО	123,0	111,7%	97,4	111,7%
Приволжский ФО	167,4	105,9%	120,7	109,9%
Уральский ФО	94,6	102,7%	66,6	106,8%
Сибирский ФО	127,1	107,7%	91,4	111,6%
Дальневосточный ФО	62,4	109,0%	40,2	110,3%

Источник: Росстат, «Российские телекоммуникации»

их снижать», — сообщили в пресс-службе «Мегафона».

Господин Шамолин говорит, что основными источниками доходов в текущем году будут традиционные голосовые услуги. Они составляют почти 80% выручки МТС. «Если будет подъем экономики, то будет расти голосовой трафик. В прошлом году голосовой трафик не рос, хотя потенциал роста есть», — сообщил господин Шамолин. Он подчеркнул, что реализация этого потенциала зависит от экономики и психологических ожиданий. По мнению Бориса Немшича, основными драйверами роста компании в 2010 году будут телекомму-

никационные решения для бизнеса, а также передача данных и неголосовые услуги розничным клиентам. «Предприятиям необходимо навешивать упущенное, и бизнес будет нуждаться в телекоммуникационных решениях», — считает господин Немшич. — Что касается потребительского сегмента, передача данных определенно будет основным драйвером роста, тогда как роль голосовой связи останется приблизительно на том же уровне». «Телекоммуникационные компании продолжали развиваться, однако о докризисных темпах роста бизнеса в отрасли в 2009 году говорить не прихо-

дится. В 2009 году компании «ТЕЛЕ2 Санкт-Петербург» удалось увеличить абонентскую базу и не снизить выручку. В условиях кризиса люди начинают искать лучшую цену за необходимое качество, эти изменения потребительских предпочтений фундаментальны и инертны, они будут продолжаться длительное время даже после восстановления и оживления экономики. И в этом мы видим одну из основных возможностей, которые кризис открыл перед ТЕЛЕ2», — говорит Игорь Жижкин, региональный управляющий директор «ТЕЛЕ2 Санкт-Петербург».

АЛЕКСАНДР ПЕТРОВ

Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

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

iii smart telecom