

ПРОВАЙДЕРЫ РАСКИДЫВАЮТ СЕТИ

РЫНОК КРУПНЫХ ГОРОДОВ ПЕРЕНАСЫЩЕН УСЛУГАМИ ИНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕРОВ И ЗАМЕДЛИЛ СВОЙ РОСТ, В ТО ВРЕМЯ КАК РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ТЕХ ЖЕ УСЛУГ ПРОДОЛЖАЕТ РАЗВИВАТЬСЯ И ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ ПОЯВЛЕНИЕМ НОВЫХ ИГРОКОВ. ОДНАКО ПО МНЕНИЮ АНАЛИТИКОВ, НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ НАБЛЮДАЕТСЯ ТЕНДЕНЦИЯ К УКРУПНЕНИЮ: НЕБОЛЬШИМ НЕЗАВИСИМЫМ ЧАСТНЫМ ПРОВАЙДЕРАМ ВЫГОДНЕЕ ПРОДАТЬ СВОЙ БИЗНЕС КРУПНЫМ КОНКУРЕНТАМ.

АННА ГЕРОЕВА

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ Рынок услуг широкополосного доступа в интернет в крупных городах приближается к насыщению, и сейчас точки роста — города с численностью населения до 200 тыс. человек. «Если в миллионниках проникновение в техническом охвате на сети за первый год работы у нас достигает 12%, то в малых городах с численностью населения до 200 тыс. человек — 25% и больше. Такая разница объясняется особенностями развития в России телекоммуникационных услуг, и интернет-доступа в частности. Все крупные провайдеры сначала идут в большие города: Москва, затем с интервалом один-два года — миллионники. После этого с интервалом в один-два года новые технологии начинают развиваться в областных центрах и только потом — с интервалом еще в два-три года — в малых городах с численностью населения до 200 тыс. человек», — говорит Олег Леонов, руководитель департамента продаж и обслуживания компании «Транстелеком». «В Москве или Санкт-Петербурге спрос на интернет-услуги удовлетворен на 90%, практически выбраны все абоненты, рынок насыщен, и операторы, по сути, занимаются удержанием клиентской базы и развитием лояльности пользователей», — утверждает Василий Семенов, коммерческий директор интернет-провайдера «Сумма Телеком».

В регионах рынок еще насыщается. Например, в Смоленске, городе с населением чуть более 300 тыс. человек, сейчас действует девять провайдеров, которые активно делают между собой не охваченное интернетом население.

По словам Сергея Пивоварова, председателя комитета по информационным ресурсам и телекоммуникациям администрации Смоленска, частные молодые фирмы пришли на рынок десять лет назад. «Благодаря приходу на рынок новых игроков наши жители имеют регулярные повышения скорости доступа и снижения тарифов. Скорости растут по различным поставщикам от 30% до 100% в год. Практически во всех многоэтажках присутствует тот или иной поставщик интернета, а то и два. Думаю, число пользователей интернета в городе уже сейчас составляет 60–70% жителей», — говорит Сергей Пивоваров.

Вложения провайдера в освоение рынка небольшого города, как говорят в компаниях, окупаются на третий год. «В малых городах, где сохраняется незначительное проникновение интернета, рынок еще сохраняет высокий спрос», — говорит Василий Семенов. Его сибирские коллеги считают региональную экспансию своей компании настоящей коммерческой удачей. «Сибирские сети» предоставляют широкополосный доступ в интернет, цифровое телевидение, построение корпоративных сетей в Искитиме, Кольцово, Бийске, Рубцовске, Прокопьевске, Осинниках и других мелких городах Сибири. По словам гендиректора компании «Сибирские сети» Олега Куся, сейчас их абонентская база благодаря региональной экспансии составила 140 тыс. абонентов. «Наша абонентская база увеличилась почти в три раза. Сегодня компания продолжает строить сети в небольших городах с населением



ИРИЯ-ТАСС

от 70 тыс. и к 2015 году планирует нарастить абонентскую базу до 500 тыс. абонентов», — говорит господин Кусь.

Понятно, что региональные компании держатся за своих абонентов и стараются не допустить на рынок конкурентов. По словам Алексея Запорожца, главы московской компании «Горком», компания безуспешно пыталась стать провайдером в подмосковных Подольске и Одинцово. «Там интернет предоставляют государственные узлы связи, которые лоббируют интересы местных карманных провайдеров. Никому не хочется терять своих клиентов с приходом конкурентов», — говорит господин Запорожец.

КАК ЗАРАБОТАТЬ И НЕ РАСТЕРЯТЬ Заработать на предоставлении интернета частным лицам можно, хотя и непросто. Основной доход оператора ШПД состоит из начислений за предоставляемые услуги связи: интернет, IP-телефония. Однако компании редко ограничиваются только одной услугой. Как правило, они предоставляют целый пакет услуг, чтобы привлечь потребителя.

По словам Александра Милицкого, совладельца информационно-аналитического ресурса «Независимый обзор провайдеров», общая выручка компании складывается из абонентской платы на выбранных абонентах тарифных планах, а также начислений за пакеты телевизионных каналов, которые абонент заказал в отчетном периоде. «Если оператор ШПД дополнительно оказывает специализированные услуги связи, такие как проектирование и строительство сетей связи, IP-транзит и пр., то они также учитываются при формировании итоговой выручки», — говорит господин Милицкий. Основные расходы приходятся на оказание услуг конечным потребителям (это себестоимость подключения абонента, себестоимость трафика, расходы на маркетинг и поддержку продаж (речь идет о рекламе, PR, исследованиях, комиссиях дилерах и пр.)). Кроме того, провайдеру приходится тратиться на операционно-хозяйственную деятельность, в том числе на содержание офисов, автотранспорта, логистику.

Есть и еще одна статья расходов провайдера — это развитие. В «Смолтелекоме» — одном из частных про-

вайдеров Смоленска — уже десять лет предоставляют интернет местным фирмам, а порядка 30% годового оборота тратят на покупку нового оборудования. По словам коммерческого директора компании Михаила Гаврилова, первоначальные вложения четырех учредителей компании превышали \$200 тыс. «По-моему, мы до сих пор не смогли отбить эти деньги», — говорит господин Гаврилов. — Все время покупаем новую технику. Если мы хотим быть конкурентоспособными, то мы должны предоставлять населению новые услуги. Конечно, предоставлять один интернет нам невыгодно: это всего лишь 200 руб. за 20 Мб в месяц. Нам невыгодно это, поскольку на рынок выходят новые игроки, у которых скорость бывает больше, а денег они берут с населения меньше». По словам господина Гаврилова, компания предоставляет не только телематические услуги связи (доступ в сеть Интернет), но и объединяет удаленные друг от друга офисы различных предприятий в единую сеть, а также предоставляет ряд непрофильных услуг по налоговой отчетности, защите персональных данных, проектированию и строительству объектов связи.

Затраты компании «Смолтелеком» составляют 60% от выручки и приходятся на строительство сети, расширение существующей сети в городах, районах, кварталах, внедрение новых технологий, оборудования, позволяющих улучшить качество услуг и разнообразить их спектр, и поддержание существующей сети предоставления услуг. «Безусловно, наши расходы можно было бы

уменьшить в случае использования для развития сети части инфраструктуры (телефонной канализации) ОАО «Ростелеком», большая часть которой была построена еще в советские времена и проходит практически к каждому зданию. Но «монополист» очень редко предоставляет возможность использовать эту инфраструктуру. Провайдерам приходится строить свои сети либо воздушным путем, либо путем строительства новой канализации на городской или частной земле. В первом случае здания опутываются волоконно-оптическими кабелями и уже становятся похожими на страны Юго-Восточной Азии, где на каждом столбе вдоль дороги может висеть около 50 кабелей различного назначения. В условиях не дешевой земли и большой плотности застройки в городской черте развиваться по второму пути практически невозможно», — говорит господин Гаврилов.

Аналитики считают, что главным трендом развития интернета в небольших (численностью до 1 млн жителей) городах России является увеличение количества интернет-пользователей и укрупнение игроков рынка телекоммуникационных услуг. По данным компании iKS-Consulting, с 2010 года на рынке широкополосного доступа в интернет увеличилось число сделок слияний и поглощений региональных интернет-провайдеров крупными федеральными игроками. Тенденция к сокращению числа провайдеров заметна и неспециалисту: сейчас в стране действует 130 независимых региональных операторов, тогда как в 2010 году их было примерно 150. ■

СЕЙЧАС В СТРАНЕ ДЕЙСТВУЕТ 130 НЕЗАВИСИМЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОВАЙДЕРОВ, ТОГДА КАК В 2010 ГОДУ ИХ БЫЛО 150

