

«МОБИЛЬНАЯ СВЯЗЬ СТАЛА ФАКТИЧЕСКИ ПРЕДМЕТОМ ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ»

ДИРЕКТОР СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФИЛИАЛА ПАО «МЕГАФОН» АЛЕКСЕЙ СЕМЕНОВ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG АГАТЕ МАРИНИНОЙ РАССКАЗАЛ О ТОМ, КАК МЕНЯЕТСЯ ПОВЕДЕНИЕ АБОНЕНТОВ И ИГРОКОВ НА ТЕЛЕКОМ-РЫНКЕ, О ПЛАНАХ КОМПАНИИ И СТИМУЛАХ РОСТА ОТРАСЛИ.

BUSINESS GUIDE: В прошлом году «Мегафон» заявлял о масштабных планах по модернизации сети. Каковы основные направления для инвестиций в 2015 году?

АЛЕКСЕЙ СЕМЕНОВ: Да, 2014 год для компании стал инвестиционно емким. Мы вложили в сеть существенно больше, чем в 2013 году. Было построено свыше 800 базовых станций 2G/3G и 1000 площадок LTE. Это позволило в полтора раза увеличить покрытие сетей. Кроме того, мы модернизировали более 300 радиорелейных пролетов до базовых станций, запустили более 3000 новых несущих в сети 3G, провели масштабную модернизацию ядра пакетной сети, в результате пропускная способность увеличилась на 30%.

Планы по инвестициям на 2015 год сопоставимы с прошлогодними, хотя 2014-й стал для «Мегафона» рекордным по запуску новых проектов. Сейчас мы продолжаем их реализацию, утвержденный план в целом остается без изменений. Одно из ключевых наших направлений — строительство сети LTE. Сегодня почти половина базовых станций на Северо-Западе поддерживает этот стандарт. Распространение LTE происходит быстрее, чем когда-то развивалась сеть 3G, строительство сетей третьего поколения шло гораздо дольше.

BG: К какому времени рассчитываете охватить все базовые станции?

А. С.: Не все базовые станции целесообразно оснащать LTE. «Мегафон» строит сеть четвертого поколения там, где уже есть или прогнозируется соответствующий объем трафика, потребность в большей пропускной способности есть все-таки не везде. Думаю, технология LTE появится на большинстве базовых станций в ближайшие несколько лет.

BG: Какие проекты, кроме LTE, планируете реализовать?

А. С.: Мы продолжаем развивать транспортную сеть за счет строительства оптики. Сфера телекома активно развивается, так что нам нужно заменить оборудование, которое мы установили пять-десять лет назад. В наших планах осуществить очень инвестиционно емкий проект по замене оборудования базовых станций SWAP, стоимостью в несколько миллиардов рублей. На территории всего Северо-Западного филиала полностью будет модернизирована сеть 2G и частично — 3G. В результате мы улучшим покрытие удаленных территорий и indoor-покрытие внутри зданий. По сути, мы в короткие сроки заново строим сеть, которую развивали двадцать лет.

BG: В 2014 году доля рынка «Мегафона» по Северо-Западу выросла. Как в 2015 году изменится этот показатель?

А. С.: Итоги первого квартала для нас выглядят положительными, но пока рано делать прогнозы на весь год. Точно, что мы не намерены сдавать своих позиций



и активно движемся вперед. «Мегафону» удастся не просто быть лидером на Северо-Западе, но и увеличивать свою долю на рынке — в первую очередь за счет качества работы сети.

BG: Как меняются потребности абонентов?

А. С.: Во-первых, есть определенная зависимость от сезона. Летом нагрузка перераспределяется, что, в общем, объяснимо: многие едут на дачи и в деревни. Получается, что оборудование и участки сети, которые зимой где-то простаивают, летом наполняются трафиком. Во-вторых, мы ощущаем и влияние миграционных потоков. Жители северных регионов, например, Мурманска и Архангельска, едут в более южные. Так, в Пскове летом иногда количество приезжих равно числу наших «домашних» абонентов. Это говорит о том, что сеть должна иметь определенный запас, а мы должны быть к этому готовы. Глобально сохраняется устойчивый тренд — рост передачи данных. И эта тенденция будет только усиливаться. Мы, безусловно, большой акцент делаем именно на передаче данных, на покрытии, емкости сети.

BG: В кризис люди начинают экономить. Как это отражается на операторах?

А. С.: Люди начинают меньше тратить, но в телекоме ситуация не такая, как, например, на автомобильном рынке, где продажи упали на 50%. На Северо-Западе в нашей отрасли существенных изменений по сравнению с прошлым годом не произошло, и это хороший сигнал. Снижать расходы на сотовую связь и мобильный интернет, согласно исследованиям, аби-

ненты будут в последнюю очередь, на телеком-услугах люди экономят меньше всего, а объем потребления растет, так как мобильная связь стала фактически предметом первой необходимости.

BG: Отмечаете ли вы изменения в поведении конкурентов? К примеру, Tele2, который традиционно считается более доступным по цене оператором, придерживается агрессивной маркетинговой стратегии.

А. С.: Я сторонник такого мнения: конкурентов всегда стоит уважать и не закрывать на них глаза. Мы не конкурируем с другими игроками, мы ориентируемся на потребности наших абонентов. В целом рынок растет за счет увеличения передачи данных. Мобильный интернет стал частью жизни многих людей. Информация о пробках на дорогах, покупка билетов на поезд и самолет, в театр и кино, общение в соцсетях — интернет помогает решить множество ежедневных задач, все не перечислить. У «Мегафона» все-таки самая развитая сеть 4G, и именно за качество, широкое покрытие и оптимальные цены абоненты нас и выбирают. Значимого перераспределения рынка ожидать не стоит.

BG: Кризис — это время, в которое компании особое внимание уделяют повышению эффективности и снижению издержек. «Ростелеком» заявил о сокращении персонала. Как ведут себя игроки на рынке?

А. С.: Каждый принимает свои решения. «Мегафон» давно следует политике повышения эффективности. По моему мнению, сохранить позиции на рынке сможет только самый дисциплинированный игрок,

который грамотно инвестирует в развитие сетей, управляет операционными затратами. В 2015 году мы продолжим эффективное управление финансами и внутренними бизнес-процессами компании, чтобы обеспечить стабильное финансовое положение. Сейчас у «Мегафона» одна из самых высоких в отрасли рентабельность OIBDA, по итогам первого квартала 2015 года она превысила 40%, а это выше годового прогноза на 3,2%.

BG: Что является основным стимулом роста рынка в дальнейшем?

А. С.: Как я уже говорил, ключевое направление — это передача данных. Сейчас проникновение мобильного интернета в Санкт-Петербурге менее 80%, по Северо-Западу около 60%, то есть потенциал колоссальный. Вопрос только в том, как быстро он будет расти.

Думаю, основное развитие m2m в России ждет в сфере b2b, и именно на корпоративных клиентов ориентированы m2m-проекты «Мегафона». Сейчас общее количество сим-карт в наших m2m-решениях приближается к 2,5 млн. Из них почти половина абонентов приходится на сегмент b2b.

Кроме этого, перспективы у рынка телекома есть в сфере финансовых услуг. Я уверен, у них большое будущее. Возможности мобильных устройств расширяются чуть ли не с каждым днем. И, что важно, новые сервисы легко проникают в нашу повседневную жизнь. Думаю, мобильный телефон скоро станет еще более универсальным устройством и для решения личных задач, и для ведения бизнеса. ■