

# информационные технологии

## Дмитрий Проскура: «Целесообразнее говорить скорее не об оттоке клиентов, а о замещении традиционных услуг новыми сервисами»



— интервью —

— Половина сложного для ИТ-индустрии и экономики в целом 2015 года уже прошла. Уделялось ли в это время особое внимание повышению эффективности и снижению издержек?

— Компания уже не первый год занимается оптимизацией. Думаю, что сегодня за эффективность борется любое предприятие. Убежден, что все изменения в компании должны обязательно сопровождаться повышением эффективности бизнес-процессов, снижением затрат. К примеру, по итогам прошлого года только благодаря совершенствованию закупочных процедур по всему «Ростелекому» экономия составила 16,8 млрд рублей. Более чем на 2,5 млрд рублей снижены затраты за счет реализации программы повышения операционной эффективности. Отмечу, что проект стартовал в компании еще год назад, и в этом году мы ожидаем экономии почти в 15 млрд рублей. Но что, наверное, самое главное, суть программы повышения операционной эффективности не в сокращении бюджетов, а в изменении процессов. И таким образом мы стремимся к формированию новой культуры, когда каждый сотрудник компании будет относиться к общему делу как к своему собственному.

Что касается направлений, по которым сейчас идет изменение процессов с целью повышения эффективности, то это оптимизация ис-

пользования недвижимости, реформирование центров продаж и обслуживания, а также контакт-центров, снижение затрат на электроснабжение, модернизация и оптимизация сети, нормирование персонала и укрупнение центров управления сетями связи. То есть в компании есть понимание и, главное, реальные шаги, которые позволят в новых экономических условиях повышать эффективность своего бизнеса.

— Экономить в кризис пришлось не только участникам телекомрынка, но и их клиентам. Отказываются ли люди от услуг связи? Представители каких отраслей больше других сократили свои ИТ-бюджеты?

— Если говорить о наших клиентах в сегменте b2c, то здесь большинство отказов от услуг мы не наблюдаем. Но это очевидно, так как высокоскоростной интернет в доме стал для большинства семей неотъемлемой частью жизни, привычным элементом коммунальных услуг.

В сегменте b2b целесообразнее говорить скорее не об оттоке, а о замещении традиционных услуг новыми сервисами. Так, на смену традиционной телефонии приходят решения на базе протокола IP — «новая телефония» (виртуальная АТС), обладающая значительно большим набором возможностей по сравнению с традиционной; Microsoft Lync как сервис обмена мгновенными текстовыми сообщениями и прочее.

Компании телекоммуникационного рынка, впрочем, как и представители других отраслей экономики, в текущем году вынуждены прилагать серьезные усилия для поддержания своего бизнеса, повышения лояльности абонентов и дальнейшего развития. О том, какие компании больше всего сократили свои ИТ-бюджеты и как это отразилось на игроках телекомрынка, рассказал вице-президент — директор макрорегионального филиала «Волга» компании «Ростелеком» Дмитрий Проскура.

Чистый отток клиентов в сегментах среднего и малого бизнеса, безусловно, есть, что связано в первую очередь с закрытием таких организаций по причине нестабильной экономической ситуации в стране в целом. Те же компании, которые в кризисных условиях остаются на плаву, наоборот, стремятся повысить свою открытость для клиентов и партнеров с помощью телекоммуникационных продуктов, за счет увеличивающегося потока обращений, компенсируя падение покупательской активности имеющейся клиентской базы.

Для крупного бизнеса зависимость успеха от развития имеющейся ИТ- и телекоминфраструктуры еще выше. Поэтому применительно к данному сегменту рынка правильно говорить о поиске способов оптимизации затрат на эту инфраструктуру, а не об отказе от нее. Поэтому нашу задачу мы видим прежде всего в том, чтобы предложить корпоративным клиентам наиболее эффективные продукты для решения задач их бизнеса. Так, например, у нас появился сервис аренды сетевого сервисного оборудования в комплексе с услугами по его техническому сопровождению, что позволяет крупным заказчикам сэкономить как на капитальных затратах на его приобретение, так и на операционных расходах по его обслуживанию. Услуга «Виртуальный ЦОД» позволяет сэкономить на покупке серверного оборудования, а продукты «Аудиоконференция» и «Web-видеоконференция» существенно оптимизируют расходы на командировки сотрудников.

— Если верить исследованиям, в последние годы рынок традиционной телефонии связи сокращается. Можете ли вы согласиться с этим? Что ждет этот сектор рынка в ближайшем будущем?

— Да, действительно, сегмент местной телефонии связи продолжает сокращаться. Это тенденция

не только России, так происходит во всем мире. Все большее количество абонентов переходит на мобильную связь.

Рынок дальней и внутризоновой телефонии также продолжает сокращаться не первый год. Отрицательная динамика этого сегмента обусловлена ростом популярности IP-телефонии и специализированных приложений для общения, использующих сеть интернет.

Тем не менее говорить о том, что рынок фиксированной связи уходит в прошлое, преждевременно. Стационарная телефонная связь по-прежнему остается самой надежной и качественной. Более того, на базе такой связи есть возможность развития дополнительных услуг, например для крупных или многофилиальных предприятий.

Операторы связи, которые работают в сегменте фиксированной связи, для сохранения абонентской базы, естественно, должны выводить на рынок новые предложения, стимулируют тем самым спрос на свои услуги и повышая лояльность клиентов. «Ростелеком», например, пошел именно по этому пути, сделав акцент на выгодных тарифных предложениях как на местную, так и на междугородную связь. Так, новая тарифная опция для телефонии «Ноль внутри сети» дает возможность совершать звонки по всей России за ноль рублей, абонент оплачивает лишь 100 рублей при подключении опции и вносит ежемесячную плату в зависимости от региона и от основного тарифа, в пределах 90–350 рублей.

— Все большую популярность сегодня набирают проекты в сфере телемедицины. На ваш взгляд, с чем это связано?

— Телекоммуникационные технологии сегодня присутствуют практически во всех сферах нашей жизни. Исключением, и медицина здесь не исключение. Лечебно-диагностические консультации, управленческие, образовательные, научные

и просветительские мероприятия в области здравоохранения, реализуемые с применением телекомрешений, способны придать медицине новый импульс развития.

В настоящее время ведущей идеей является создание единого информационного пространства, в котором все участники системы взаимодействуют между собой и свободно обмениваются необходимой для работы информацией. Подобные проекты уже реализуются «Ростелекомом» на территории нескольких регионов России. Благодаря телемедицинским технологиям открываются перспективы удаленных консультаций и консилиумов, что особенно актуально для сельской местности, удаленных и труднодоступных районов. Но и в городах применение современных телекоммуникационных решений позволяет пациентам записываться на приемы к врачам через интернет, оперативно узнавать результаты обследований, а врачам — аккумулировать все истории болезни в одной информационной системе.

На мой взгляд, телемедицинские технологии могли бы играть ключевую роль в медицинском обслуживании, став одним из эффективных инструментов повышения доступности и качества медицинской помощи.

— Количество абонентов платного ТВ в России по итогам первого полугодия 2015 года составило 38,7 млн, что больше на 2,4 млн абонентов, чем было годом ранее. На ваш взгляд, ждать ли дальнейшего роста в этом сегменте и дальше? За счет чего он будет достигнут?

— Отмечу, что у «Ростелекома» в 2014 году прирост абонентов услуги «Интерактивное телевидение» был значительно выше рынка: за год абоната выросла на 24%, с 2,2 млн до 2,7 млн домохозяйств. За первое полугодие этого года количество абонентов уже превысило 3 млн. Причем 500 тыс. из них проживают

на территории Приволжского федерального округа. Таких темпов прироста нет больше ни в одном сегменте телекомрынка.

Уверен, что и дальше абонентская база пользователей услуги цифрового телевидения будет расти. С учетом того, что у «Ростелекома» достаточно агрессивные планы по строительству оптических сетей доступа, думаю, что и в дальнейшем абоната по IPTV будет расти быстрее рынка.

«Ростелеком» как крупнейший в России оператор кабельного и IPTV ориентируется на максимально широкую аудиторию, охватывая наибольший спектр потребительских предпочтений и ниш. Мы внимательно анализируем потребление контента, поэтому можем предложить не только большой выбор телеканалов, но и ТВ-пакеты, рассчитанные на различные тематические предпочтения и вкусы. Думаю, что и дальше развитие домашнего ТВ будет связано с расширением сервиса, с более качественным контентом, с внедрением дополнительных услуг. К примеру, в нашем сервисе «Видеопрокат» киноновины появляются сразу после проката, для многих киноманов это важный фактор, так как сейчас поход в кинотеатр всей семьей не самое дешевое удовольствие. Компания также предлагает различные интерактивные сервисы, к примеру «Управление просмотром», что дает возможность смотреть передачи ТВ и фильмы в любое удобное время. Внедренный в начале этого года сервис «Мультискрин» позволяет объединить до пяти экранов для просмотра ТВ и видеоконтента: телевизоры, компьютеры и ноутбуки, планшеты, Smart TV.

Доля аналогового кабельного ТВ «Ростелекома» в последние годы достаточно стабильна, прирост абонентов идет только за счет IPTV. Мы ожидаем продолжения этой тенденции, так как потребительская ценность IPTV значительно выше.

Беседовала Марина Сергеева

## Смартфоны перевели на китайский

Общая экономическая ситуация, падение российской валюты, рост инфляции и, как следствие, снижение покупательской способности населения привели к снижению продаж мобильных телефонов и смартфонов. В первом полугодии 2015 года вырос спрос на бюджетные модели и устройства китайских производителей. Интерес к LTE-гаджетам при этом все же остается высоким.

— сектор рынка —

По информации консалтинговой компании J'son & Partners Consulting, в конце 2014 года в России существенно выросли розничные цены на потребительскую электронику, что негативно сказалось на общих продажах мобильных устройств. В результате начала меняться сама структура рынка. «Сейчас покупатели активнее выбирают более бюджетные устройства, на первый план выходят новые производители, замедлился темп роста продаж смартфонов и устройств с поддержкой LTE», — отмечают в J'son & Partners Consulting. По оценкам компании, суммарные продажи мобильных телефонов и смартфонов в первом квартале 2015 года снизились на 10% по сравнению с результатами первого квартала 2014 года.

Если говорить о ситуации в Поволжье, то, по данным компании «Евросеть», в натуральном выражении рынок смартфонов за первое полугодие текущего года упал на 9% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года. В денежном выражении он, как отмечают в «Евросети», показал нулевую динамику. «Средняя цена смартфона выросла на 10% и составила 8500 рублей», — отмечают в пресс-службе компании.

По оценкам аналитиков МТС, по итогам первого полугодия 2015 года рынок смартфонов Самары сократился до 135 тыс. устройств, или на 6% в годовом выражении. Выручка от продажи смартфонов в столице Самарской области в отчетный период выросла на 8%, до 1,3 млрд рублей в годовом исчислении.

По данным компании «Связной», объем продаж в ПФО в рублях в первом полугодии 2015 года сохранился на прошлогоднем уровне. «Все ритейлеры реализовали устройств на 14,1 млрд рублей. При этом в штуках рынок уменьшился примерно на 10%, составив около 1,6 млн реализованных смартфонов», — поясняют в компании. Одним из факторов сокращения рынка ритейлер называют уменьшение количества выдаваемых кредитов, наблюдавшееся с конца 2014 года, а также значительную часть первого квартала 2015 года. Оживление потребительского кредитования во втором квартале текущего года, по мнению представителей компании, стало важным фактором развития рынка, который не позволил продажам упасть еще больше.

Рост выручки на фоне падения продаж в штуках, как поясняет директор розничной сети МТС в Поволжье Алексей Пахомов, отражает тенденцию по удорожанию устройств. За год, по его словам, средняя цена смартфона выросла в Самаре на 14,6%, до 9,8 тыс. рублей.

Вопрос в цене

J'son & Partners Consulting среди основных трендов первого квартала 2015 года называет снижение продаж флагманских мобильных устройств и усиление позиций китайских производителей. По мнению экспертов, такое смещение приоритетов связано, конечно, с желанием покупателей сэкономить. «Тратят на более важные вещи, чем обмен смартфоном. Думаю, что такая тенденция продлится как минимум до конца 2016 года», — отмечает генеральный директор информационно-аналитического агентства TelecomDaily Денис Кусков.

По словам руководителя аналитического департамента QV Finance Дмитрия Кипы, на рынок смартфонов по большей части влияют покупательная способность рубля, которая с прошлого года упала по отношению к доллару на 72%, а также снижение реальных зарплат россиян, которые потеряли, согласно статистике, около 10%. «Под влиянием этих факторов спрос из премиум-сегмента (Apple и Samsung дороже \$1000) переместился в средний и экономичный сегмент», — поясняет господин Кипа.

Характерный для конца 2014 года ажиотажный спрос на дорогие устройства в январе-июне 2015 года сменился фокусом на экономии и привел к росту продаж бюджетных устройств, отмечает директор по связям с общественностью Поволжского филиала компании «МегаФон» Елена Харитонова. «Наши покупатели обращают внимание на продукцию новых для страны производителей — ZTE, Lenovo и Micromax. В условиях, когда покупатель ищет товар по привлекательной цене, новые производители демонстрируют высокую гибкость в ценообразовании и предлагают товар на условиях, интересных как клиентам, так и ритейлерам. Наиболее быстрорастущий ценовой сегмент в продажах этого года — смартфоны по цене 2–3,5 тыс. рублей с долей более 36% от всех продаж. Еще около трети —

смартфоны по 5–10 тыс. В прошлом году на эти категории приходилось 19% и 30% продаж соответственно», — рассказала Елена Харитонова.

По данным «Евросети», в первом полугодии 2015 года в натуральном выражении первое место на рынке Поволжья занимают смартфоны стоимостью 5–10 тыс. рублей с долей 35%. На втором месте — смартфоны стоимостью 3–5 тыс. рублей с долей 23%, на третьем — смартфоны стоимостью до 3 тыс. рублей (17%). «В денежном выражении первое место занимают смартфоны стоимостью 3–5 тыс. рублей с долей 28%. Второе — смартфоны стоимостью свыше 30 тыс. рублей с долей 18%, и третье — смартфоны стоимостью 10–15 тыс. рублей с долей 17%», — отмечают в «Евросети».

«Яблоки» попадают

По словам Алексея Пахомова, наиболее востребованными в розничной сети МТС остаются смартфоны под брендами Samsung, Alcatel и Microsoft, на которые пришлось более 70% продаж смартфонов по итогам второго квартала 2015 года. «Что касается Apple, то за год доля смартфонов этого бренда в структуре продаж заметно снизилась», — отметил господин Харитонова. По данным компании МТС, такая тенденция связана с существенным удорожанием смартфонов Apple. «Чувствительные к цене гаджетов самарцы стали выбирать устройства А-брендов с аналогичными или более высокими техническими характеристиками за меньшие деньги и переклонули внимание с Apple на флагманскую линейку смартфонов Samsung», — отмечают в МТС. Так, доля Apple на самарском рынке смартфонов в рублевом выражении в первом полугодии текущего года снизилась с 30% до 27% при одновременном росте доли рынка Samsung до 24% с 22% год назад.

«Показательно, что подорожание по сравнению с Apple было чуть выше, чем у компании Samsung, решившей использовать этот момент для наращивания доли рынка. По моим оценкам, она в Самарской, Ульяновской и Оренбургской областях составляет 35–40% рынка смартфонов», — рассуждает Дмитрий Кипа.

При этом генеральный директор информационно-аналитического агентства



На фоне роста инфляции и сокращения зарплат россияне все больше предпочитают бюджетные модели смартфонов

TelecomDaily Денис Кусков отмечает, что продукция Apple в основном расходилась после запуска новинок 6 и 6+ в сентябре прошлого года. «В этом году резко интерес снизился. Новый всплеск интереса к iPhone будет в ближайший месяц после запуска новой модели, который был недавно в США», — полагают господин Кусков.

Спрос набирает скорость

Елена Харитонова также в числе основных розничных трендов первого полугодия 2015 года назвала наращивание доли 4G-устройств. По ее информации, согласно российской статистике, доля продаж смартфонов с поддержкой LTE в продажах всех смартфонов достигла 8%. При этом число проданных смартфонов с LTE в первом полугодии 2015 года выросло на 36% по сравнению с первым полугодием 2014 года. «До конца года доля продаж таких устройств вырастет по мере того, как LTE-смартфоны будут становиться дешевле, а их ассортимент — расширяться», — рассказывает госпожа Харитонова.

«По итогам второго квартала Ульяновская область заняла второе место среди регионов Поволжья по росту спроса на 4G-смартфоны, показав шестикратный рост спроса. В Самарской и Оренбургской областях в апреле-июне 2015 года спрос на «умные» телефоны с поддержкой LTE увеличился в четыре раза», — рассказал Алексей Пахомов.

В «Связном» также отмечают рост продаж в сегменте LTE-смартфонов. «Всего в Самаре

по итогам первого полугодия реализовано порядка 25 тыс. «умных» телефонов с поддержкой LTE. Рост рынка составил 56%. В рублях продажи увеличились на 48%, до 570 млн рублей. Доля LTE-смартфонов в общих продажах данной категории устройств за год увеличилась до 21% в штуках и до 50% в рублях. Иными словами, LTE-смартфоны теперь формируют половину оборота от продаж всех «умных» телефонов в городе», — отмечают в «Связном». Схожая ситуация наблюдается, по данным компании, и в целом по ПФО, хотя доля LTE-устройств по округу все же ниже, чем в Самаре. Всего в Приволжском федеральном округе за полгода реализовано 266 тыс. смартфонов с поддержкой LTE на сумму более 5,6 млрд рублей. Рост продаж составил 47% в штуках и 36% в рублях.

По мнению специалистов «Связного», увеличение популярности LTE-устройств обусловлено ростом их доступности и, соответственно, проникновением в более низкие ценовые сегменты. «Если в 2014 году 97% проданных 4G-смартфонов стоили больше 10 тыс. рублей, то в 2015 году, даже несмотря на рост стоимости гаджетов, количество более доступных LTE-устройств значительно выросло. В январе-июне уже каждый пятый телефон с LTE-модулем стоил менее 10 тыс. рублей», — поясняют в «Связном». Средняя стоимость телефона с поддержкой 4G в Самаре по итогам первого полугодия составляла 22 800 рублей против 24 000 рублей за январь-июнь прошлого года. В ПФО средняя цена смартфона с LTE за год сократилась до 21 тыс. рублей с прошлогодних 22,7 тыс. рублей.

Екатерина Борисенкова