Почему россияне перестали покупать дорогие мобильные телефоны и смартфоны | 14

ИТ

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Информационные технологии

Среда 23 сентября 2015 №175

samara.kommersant.ru

Реклама

Ростелеком

партнер выпуска

15 Что подтолкнуло операторов к развитию дополнительных сервисов

16 Откажутся ли россияне от услуг традиционной фиксированной связи

В первом полугодии 2015 года экономический кризис продолжил негативно влиять на российский телекомрынок. Сотовые операторы и поставщики широкополосного доступа в интернет отмечают общее замедление темпов роста отрасли. Тем не менее за счет увеличения выручки от мобильной передачи данных «большая тройка» в Поволжье показывает положительную динамику доходов. Рост выручки характерен и для ШПД-операторов. По словам экспертов, компаниям все равно придется оптимизировать расходы, особенно в рамках инвестпрограмм, которые в большей степени зависят от колебаний курса рубля.

Поволжье остается на связи

— тенденции —

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Кризис затронул компании ИТ-отрасли в меньшей степени, чем другие сферы экономики, однако им все равно придется пересмотреть свои инвестпрограммы

Data догоняет связь

В первом полугодии 2015 года на российском телекоммуникационном рынке наблюдались прошлогодние тенденции. По данным исследовательской компании «ТМТ консалтинг», в 2014 году отрасль замедлила темпы роста с 5% до 3%, в первую очередь из-за падения в мобильном сегменте. По данным операторов, стагнация голосовой выручки — крупнейшей статьи доходов операторов — в первом полугодии 2015 года практически остановилась.

«Мегафон» в Поволжье сумел сохранить прежний уровень потребления голосовой связи. «В течение полугодия в регионах Поволжья мы отмечаем стабильный уровень потребления голосовой связи и рост клиентской базы на 1–2%, отвечающий прогнозу. В частности, в Самарской области численность абонентской базы „Мегафона“, превышающая рекордные 3 млн, с января 2015-го увеличилась почти на 2%», — рассказала «Ъ-ИТ» директор по связям с общественностью Поволжского филиала компании «Мегафон» Елена Харитонова.

По словам старшего менеджера по внешним коммуникациям Приволжского региона ПАО «Вымпелком» (бренд «Билайн») Инны Рыбиной, выручка в сегменте голосовой мобильной связи логично падает из-за снижения цен и перехода клиентов на новые, более привлекательные тарифные планы компании. «Однако снижение выручки в сегменте голосовой мобильной связи частично компенсируется ростом выручки от мобильной передачи данных», — пояснила госпожа Рыбина.

В МТС в Поволжье подтвердили эту тенденцию, отметив, что в настоящий момент на рынке телекоммуникаций происходит постепенное замещение доходов мобильных операторов от голосовых услуг доходами от услуг передачи данных. «С июля 2015 года в Москве доходы МТС от услуг мобильного интернета уже превышают доходы от голосовых тарифов. В регионах Поволжья мы наблюдаем тот же тренд развития рынка и полагаем, что доходы от услуг передачи данных превысят доходы от голоса в ближайшие пару лет», — пояснила старший специалист по связям с общественностью МТС в Поволжье Екатерина Сафронова.

Как отмечают сотовые операторы, этому способствует рост трафика мобильной передачи данных, который во всех компаниях значительно превысил аналогичные показатели прошлого года. Так, data-трафик абонентов МТС в Поволжье во втором квартале 2015 года по сравнению с тем же периодом прошлого года вырос более чем в 1,5 раза. В ряде регионов, в том числе в Самарской и Оренбургской областях, — больше чем в два раза.

Выручка «Мегафона» от мобильной передачи данных в целом по России в первом полугодии выросла на 20,3%. Наибольший рост продемонстрировал интернет четвертого поколения (4G/LTE). В Самарской и Оренбургской областях скоростной трафик вырос в два и полтора раза соответственно. В Ульяновской области трафик вырос в два раза.

«Билайн» в Приволжском регионе в первом полугодии увеличил трафик мобильной передачи данных на 52% по сравнению с тем же показателем прошлого года.

ШПД-операторы также отмечают рост количества абонентов. «Количество абонентов услуг широкополосного доступа в интернет (ШПД) на территории обслуживания макрорегионального филиала „Волга“ ПАО „Ростелеком“ в первом полугодии 2015-го выросло на 2,8% и превысило 1 млн 800 тысяч. При этом наибольший рост наблюдался в сегменте услуг, оказываемых по оптическим каналам связи: за полгода количество абонентов, подключенных по оптике, увеличилось на 10% и превысило миллион», — рассказали в компании.

В Оренбургской области прирост абонентов «Ростелекома» — пользователей услуг, оказываемых по технологии FTTB (Fiber-to-the-Building — оптика до здания), составил порядка 6%, в Ульяновской области — свыше 13%, в Самарской — около 11%.

Рублевые риски

Как отмечают эксперты, на финансовых показателях компаний ИТ-сферы также сказался кризис. Из-за нестабильности на валютном рынке и падения курса рубля капитальные расходы мобильных операторов значительно выросли. На импортное оборудование, расходники, программное обеспечение, по разным оценкам, приходится 40–50% от объема инвестпрограмм. Сами операторы уверяют, что стремятся заместить импортное оборудование российским и китайским.

В МТС рассказали, что провели закупку оборудования в рамках текущих инвестиционных программ до изменения курсов валют и реализуют программу строительства базовых станций в Поволжье в плановом порядке. «Форсированное строительство сетей — часть стратегии МТС, — пояснила «Ъ-ИТ» Екатерина Сафронова. — Несмотря на неблагоприятную экономическую ситуацию и высокий уровень затрат в долларовом эквиваленте (оператор покупает все оборудование в валюте), принятый курс верен — по итогам второго квартала 2015 года МТС стал единственным оператором „большой тройки“, показавшим ощутимый рост доходов как от всего бизнеса в России, так и от мобильного бизнеса в частности (4,4% и 2,8% в годовом исчислении)».

«Мегафон» в Поволжье также ощутил последствия от падения курса рубля и «сбалансировал отношение к инвестициям и расходам». «Тем не менее мы намерены выполнить все, что задумали на 2015 год. Текущие проекты не сворачиваем и продолжаем развитие сети. Это касается всех регионов Поволжья», — отметили в компании.

Оператор по ряду направлений работает с российскими поставщиками, однако в компании отмечают, что в России пока единицы сильных производителей телекомоборудования и ПО, которые работают в узких нишах. «В связи с отсутствием российской компонентной базы подавляющее большинство локальных производителей закупают материалы и комплектующие за рубежом за валюту, что напрямую влияет на их конечные рублевые цены», — сетуют в компании.

Стабильность бизнеса в части развития сети «Мегафон» смог обеспечить за счет семилетних контрактов на поставки оборудования с ведущими вендорами на выгодных условиях. В частности, в Самарской области — крупной китайской компанией Huawei.

Как рассказали «Ъ-ИТ» в «Вымпелкоме», компания работает с различными поставщиками, в том числе китайскими. «Мы работаем и с отечественными производителями. Мы активно ищем российских поставщиков услуг и оборудования, которые можно использовать взамен иностранных», — рассказала старший менеджер по внешним коммуникациям Приволжского региона ПАО «Вымпелком» Инна Рыбина.

Разница курсов серьезно повлияла и на программы развития ШПД-операторов. «В текущей экономической ситуации компании приходится гибко реагировать на изменения рынка и фокусироваться на наиболее важных для развития бизнеса проектах», — рассказали «Ъ-ИТ» в «Ростелекоме».

Тем не менее в компании пояснили, что в текущем году «Ростелеком» не намерен сокращать объем инвестиций. «Во-первых, поставщики и подрядчики, учитывая сокращение рынка за счет сворачивания инвестпрограмм некоторыми компаниями и стремясь сохранить сотрудничество, идут навстречу по ценовым условиям. Ростелеком со своей стороны старается повышать конкурентность проводимых закупок. Во-вторых, мы регулярно подвергаем переоценке приоритеты инвестирования, чтобы максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы», — пояснили в компании.

«Ростелеком» закупает порядка 35% оборудования у отечественных производителей. «Понятно, что одномоментно мы не сможем закрыть потребность в оборудовании только за счет внутреннего производителя как по причине технологической зависимости, так и по причине отсутствия соответствующих производственных мощностей у поставщиков», — рассказали в «Ростелекоме», отметив, что объем предложений от российских компаний растет, и они нередко выигрывают в борьбе с крупными иностранными производителями.

Телеком-оператор «Дом.ru» разработал антикризисный план мероприятий, который направлен на минимизирование потерь от изменения курса. «Ситуация вокруг внешнеэкономической деятельности, изменившаяся за последний год, стала стимулом для поиска новых возможностей, которые обеспечили бы плановые объемы производства необходимого нам оборудования с сохранением определенных экономических параметров, — отметили в пресс-службе компании. — Добиться поставленной цели нам позволит локализация производства в России». Как рассказали в «Дом.ru», 20 июня на Петербургском экономическом форуме по инициативе компании были подписаны меморандумы о сотрудничестве и совместной деятельности, в рамках которых корейские компании Humax, Kaon и французская Ekinops намерены впервые начать сборку телекоммуникационного оборудования в России.

Выделят главное

По словам экспертов, кризис затронул компании ИТ-отрасли в меньшей степени, чем другие сферы экономики. Однако в существующей ситуации они, вероятно, будут вынуждены минимизировать издержки, пересмотреть инвестпрограммы, сосредоточившись на основных проектах, и сократить дивидендные выплаты.

«Рынок ИТ ничем не отличается в своем развитии и зависимости от общеэкономической ситуации от других отраслей. Очевидно, что происходит переоценка экономических стратегий, минимизация расходов. Для одних участников рынка открываются новые окна возможностей, для других, в силу снижения объемов инвестиций, идет перетекание кадров из одной компании в другую. Это обычная ситуация в период негативных проявлений в экономике. Основной тенденцией можно считать сосредоточение на узловых проектах», — считает руководитель департамента информационных технологий и связи Самарской области Станислав Казарин.

«На мой взгляд, самое существенное влияние на отрасль должны оказать будущие изменения в инвестпрограммах телекомов, которые, с одной стороны, получают всю ту же выручку в рублях, не повышают тарифы на мобильную связь, а с другой — вынуждены проводить модернизацию оборудования, которое закупают за рубежом, платя валютой», — отмечает руководитель аналитического департамента QB Finance Дмитрий Кипа.

По его словам, в ближайшее время перед операторами будет остро стоять задача увеличения ARPU (выручки с абонента), чтобы покрыть эти выпадающие доходы. «С другой стороны, операторы столкнутся с падением платежеспособного спроса населения и корпоративных клиентов. В России с начала года уровень реальных начисленных зарплат упал на 9%», — прогнозирует эксперт.

«Логично, что в условиях ослабления рубля операторы переносят реализацию инвестпрограмм на более поздние сроки, ожидая нормализации ситуации, — говорит финансовый аналитик ИХ „Финам“ Тимур Нигматуллин. — Впрочем, некоторые операторы инвестируют, несмотря на удорожание CAPEX (капитальные расходы. — **«Ъ-ИТ»**) в рублевом выражении, таким образом надеясь отобрать у конкурентов долю рынка („Мегафон“ или „Вымпелком“ в первом полугодии, в отличие от МТС и Теле2, значительно сократили CAPEX и не делали крупных поглощений)». По словам эксперта, ослабление рубля негативно повлияет и на спрос услуг связи на фоне падения реальных доходов домохозяйств. «На мой взгляд, большинство операторов, учитывая все вышесказанное, резко сократит дивидендные выплаты и направит средства на погашение краткосрочного долга. Инвестпрограммы в ряде случаев могут быть в значительной мере пересмотрены», — считает он.

«Телекоммуникационная отрасль одна из немногих в России, которая переживает кризис (уже не первый) достаточно спокойно, — отмечает генеральный директор информационно-аналитического агентства TelecomDaily Денис Кусков. — Несмотря на повышение цен на многие товары и услуги, услуги сотовой связи остаются стабильно дешевыми. Конечно, операторы стараются повышать выручку, предлагая пакетные тарифы, а также увеличивая стоимость отдельных опций».

Сами операторы считают, что отрасль не испытывает кризиса. «В телекоммуникационной отрасли кризиса как такового нет, мы можем лишь говорить о замедлении темпов роста, — резюмирует директор по связям с общественностью Поволжского филиала компании „Мегафон“ Елена Харитонова. — В отличие, например, от продуктов первой необходимости, связь больше зависит от состояния кошелька покупателя. Тем не менее связь входит в околопродовольственную корзину и демонстрирует рост».

Елена Донкина

«Умная» облачная АТС помогает повысить продажи

MANGO OFFICE

Для компаний, занимающихся продажами по телефону, очень важно правильно организовать процесс приема звонков. Прежде всего это значит — не пропускать вызовы и оптимально распределять нагрузку между менеджерами, чтобы не терять клиентов. Сделать это помогает Виртуальная АТС Mango Office со встроенными функциями аналитики.

Первая задача телефонии в продающей компании — соединить клиента с менеджером. Виртуальная АТС Mango Office использует для этого многоканальные номера и голосовое меню. Многоканальный номер позволяет обработать весь поток звонков, чтобы никто из клиентов не услышал сигнала «занято». А голосовое меню быстро направляет звонки в отдел продаж, исключая из этой схемы секретаря.

Что дальше? Если в отделе продаж больше одного менеджера, нужно решить, кому отдать звонок. Вызовы между сотрудниками можно распределять по-разному — случайным образом, последовательно или одновременно всем. При этом для разных компаний лучше подойдут разные схемы.

Например, если вы продаете сложный продукт, можно сделать так, чтобы большую часть вызовов обрабатывали самые квалифицированные продавцы. Если продукт прост, а звонков приходит много, можно направлять их одновременно всем — кто первый возьмет трубку, тому и достанется клиент. Это увеличит скорость ответа и снизит процент пропущенных вызовов.

Встроенная аналитика Виртуальной АТС Mango Office помогает понять, насколько хорошо работает выбранная вами схема приема звонков, и решить целый ряд других задач. Например — оценить эффективность рекламных каналов, «привязанных» к различным телефонным номерам.

Вот часто встречающаяся причина, по которой компании недополучают прибыль: во время «наплыва» звонков менеджеров нет на рабочих местах. Или их недостаточно, и значительная часть вызовов просто теряется. Это может происходить в обеденный перерыв, до начала рабочего дня или после его окончания. А вот как эту проблему помогает решить аналитика Виртуальной АТС Mango Office: отчет «Нагрузка по часам» показывает, в какое время поступает больше всего звонков, сколько из них принято и сколько пропущено. Используя его, можно построить оптимальный рабочий график, чтобы не терять клиентов.

Подробнее узнать о том, как Виртуальная АТС Mango Office помогает повысить продажи, можно по телефону 8 846 212 95 95 или на сайте mango-office.ru.

В Самаре ее уже используют более 500 компаний.

на правах рекламы

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

ФОТО ОАО «РОСТЕЛЕКОМ»

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.

— 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 экономию 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 использования 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 большого процента отказа 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 Lynk как сервис обмена мгновенными текстовыми сообщениями и прочее.

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 развитости имеющейся ИТ- и телекоминфраструктуры еще выше. Поэтому применительно к данному сегменту рынка правильнее 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 телефонной связи сокращается. Можете ли вы согласиться с этим? Что ждет этот сектор рынка в ближайшем будущем?

— Да, действительно, сегмент местной телефонной 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 телефонной связи 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, стимулируя 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 жизнедеятельности, 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 серьезного 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 абонбаза 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 абонбаза 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» киноновинки 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 составляет 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. «Всего 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 называет 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 смартфона. 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 QB Finance Дмитрия Кипы, на рынок смартфонов по большей части влияет 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 экономию 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» попадали

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 Харитонов. 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 переключили 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 смартфонам 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 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», — полагает господин Кусков.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

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

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, 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 составляет 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

Все для VAS

Доходы от голосовых услуг и услуг передачи сообщений у мобильных операторов постепенно снижаются. В сложившейся ситуации игроки рынка внедряют и развивают новые сервисы для клиентов, зарабатывая на телевизионном и музыкальном контенте, мобильных приложениях и мобильной коммерции, или, другими словами, на предоставлении VAS-услуг — услуг с добавленной стоимостью. По оценкам аналитиков, доля VAS в структуре доходов мобильных операторов в России в 2016 году достигнет 40%.

— перспективы —

ОЛЕГ ХАРСЕЕВ

Развитие сетей LTE стало основным драйвером роста рынка VAS в России

Рынок передачи голосовой связи в России близок к насыщению, доходы мобильных операторов в этой сфере постепенно снижаются. Альтернативой традиционных услуг связи становятся мобильные мессенджеры, такие как, например, Skype, WhatsApp и Viber, которые позволяют совершать звонки и отправлять мгновенные сообщения через интернет. Российские сотовые операторы, по оценкам консалтинговой компании J'son & Partners Consulting, не досчитались в 2014 году не менее 15–20 млрд руб., или около 2% своих доходов, из-за стремительного распространения подобных интернет-сервисов.

«В последние несколько лет мы отмечаем устойчивую тенденцию к стагнации роста рынка голосовой связи и СМС, то есть тех направлений, на которых исторически основывался операторский бизнес. Происходит это отчасти и потому, что модель поведения абонентов меняет фокус с традиционных голосовых сервисов на использование интернет-сервисов», — цитирует J'son & Partners Consulting генерального директора Ericsson в России Дмитрия Масельского.

В сложившейся ситуации операторы внедряют и развивают новые сервисы для клиентов, превращаясь в игроков, зарабатывающих на телевизионном и музыкальном контенте, мобильных приложениях и мобильной коммерции. Другими словами, мобильные операторы все больше сосредоточиваются на развитии дополнительных услуг, или по-другому, VAS-услуг (value added services — услуги с добавленной стоимостью).

По оценкам аналитиков J'son & Partners Consulting, российский рынок услуг с добавленной стоимостью вырастет с 309 млрд руб. в 2014 году до 405 млрд руб. в 2016 году, а доля VAS в структуре доходов мобильных операторов в РФ увеличится с 34% в 2014 году до 40% в 2016-м. По данным аналитической компании AC&M Consulting, совокупная выручка российских операторов сотовой связи от предоставления дополнительных услуг в первом квартале 2015 года составила 78,7 млрд рублей, что на 8,4% больше, чем годом раньше. Лидером российского VAS-рынка по итогам первых трех месяцев этого года стала компания МТС с долей 35,8%, «Мегафон» занимает 34,2%, «Вымпелком» (бренд «Билайн») — 24%, посчитали эксперты AC&M Consulting.

О росте выручки от предоставления дополнительных услуг говорят и сами операторы. «Мы видим положительный прирост по итогам первого полугодия 2015 года — более 5%», — говорит директор по связям с общественностью Поволжского филиала ПАО «Мегафон» Елена Харитонова. «Сегодня порядка 30% общей выручки компании приходится на долю VAS-продуктов и услуг», — добавляет коммерческий директор по корпоративному бизнесу самарского филиала ПАО «Вымпелком» Елена Иванова. «Спрос на инновационные телеком-сервисы МТС среди предприятий Поволжья вырос более чем в полтора раза за последний год», — отмечает старший специалист по связям с общественностью МТС в Поволжье Екатерина Сафронова.

Интернет набирает скорость

В России VAS-услуги в сегменте b2c обычно делят на четыре категории: контент-услуги, передача сообщений, мобильный интернет и прочие. В то же время операторы связи начали выделять сервисы передачи данных в самостоятельный сегмент. «Сегодня мобильный интернет — основной драйвер роста рынка. В Москве доходы МТС от мобильной передачи данных уже превысили доходы от голосовых вызовов. Мы прогнозируем, что в регионах Поволжья это случится в ближайшие два-три года. Таким образом, мобильный интернет из сервиса, приносящего дополнительный доход, уже стал для мобильных операторов основным», — объясняет Екатерина Сафронова.

Именно развитие интернета эксперты J'son & Partners Consulting называют основным драйвером роста рынка VAS в России. «Сервисы, предоставляемые через интернет, сейчас испытывают взрывной рост. Эта тенденция сохранится и в ближайшие годы, чему способствует увеличение числа мобильных устройств (смартфонов, планшетов, ноутбуков). Только за последний год количество людей, использующих мобильный интернет, выросло в полтора раза», — цитирует J'son & Partners Consulting менеджера Cisco по развитию бизнеса в России и СНГ Антона Карпова.

«Рост категории VAS + Data главным образом вызван ростом выручки от передачи данных. Ее стимулирует распространение дата-передающих устройств — главным образом это бюджетные смартфоны и планшеты, ассортимент которых мы значительно расширили в первом полугодии 2015 года. Сегодня устройствами с выходом в интернет пользуется порядка 40% абонентов „Мегафона“. Второй фактор — распространение сетей LTE. Третий фактор — доступные цены на трафик, интернет 4G по стоимости равен 3G», — соглашается Елена Харитонова.

Банк в телефоне

Еще одним перспективным направлением для сотовых операторов в сегменте b2c становится передача потокового медиа — это различные аудио- и видеосервисы. Если раньше развитию этих сервисов мешала низкая скорость мобильного интернета, то с запуском сетей LTE эта проблема сошла на нет.

Сегодня все операторы «большой тройки» развивают услугу мобильного телевидения, которая позволяет смотреть телеканалы на разных языках мира и с любых устройств: смартфонов, планшетов, ноутбуков, а также с экрана «умного» телевизора, имеющего доступ в интернет.

При этом у сотовых операторов есть большое преимущество в развитии сервисов передачи потокового медиа: они могут отменять тарификацию мобильного интернета, что мгновенно дает ощутимую экономическую выгоду для клиента. К примеру, у МТС есть специальные тарифы для планшетов, в которых плата за услугу МТС-ТВ не взимается.

Все большую популярность сегодня набирает и мобильная коммерция: операторы последовательно развивают партнерство с банками и запускают совместные продукты. «Выручка от мобильных финансовых сервисов в первом полугодии 2015-го выросла на 30% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года, а число платежей увеличилось на 60%», — отмечают в «Мегафоне». В компании добавляют, что основным драйвером развития мобильной коммерции являются денежные переводы. Сегодня абоненты со своего лицевого счета могут перечислить средства на банковские карты международных платежных систем, погасить кредит или оплатить товары и услуги. У мобильных операторов также появились собственные дебетовые и кредитные карты.

«Развивая финансовые услуги, мы не только осваиваем для себя новую нишу, но и удерживаем возле себя абонентов. Как показывает практика, пользователи финансовых услуг демонстрируют высокую лояльность компании — их отток в 2014 году составил всего 8% по сравнению с 11% по всей абонентской базе. Такие клиенты создают больший ARPU (средняя выручка на одного пользователя. — «Ъ-ИТ»), потребляют больше трафика», — поясняет Екатерина Сафронова.

Игроки рынка ожидают в скором времени существенного роста мобильной коммерции. Этому, по словам Елены Харитоновой, в том числе, должно поспособствовать принятие поправок к закону о национальной платежной системе (внесены на рассмотрение Госдумы), благодаря которым сотовые операторы будут признаны участниками этой системы. «Закон позволит облегчить и ускорить процесс оплаты с мобильного телефона различных услуг: будь то коммунальные платежи, проезд в метро или оплата парковки», — считает госпожа Харитонова.

Машины учатся общаться

«Сейчас о VAS-сервисах говорят в основном применительно к бизнес-сегменту рынка мобильной связи», — признается Екатерина Сафронова. Популярность VAS-услуг среди представителей бизнес-сегмента в МТС объясняют тем, что внедрение инновационных телеком-сервисов позволяет компаниям оптимизировать бизнес-процессы, сократить издержки и повысить качество и количество коммуникаций со своими клиентами. Именно поэтому такие решения особенно актуальны в период кризиса, добавляют в компании «Вымпелком».

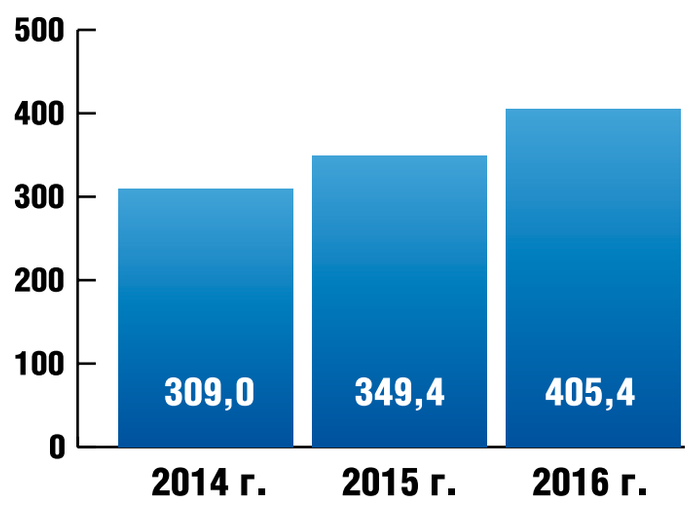
Будущее, по мнению игроков рынка, в сегменте b2b за решениями, которые позволяют использовать ресурсы сотовой сети для обмена данными между оборудованием — m2m (machine to machine). «Эти сервисы дают возможность интегрировать любую информацию, полученную от удаленных устройств, с централизованными ИТ-приложениями и таким образом решают проблему управления удаленными машинами и автоматами. Сегодня рынок m2m затрагивает большой пласт сегментов. Такие решения применяются в системах мониторинга, телеметрии и дистанционного управления — это датчики всех видов, счетчики, банкоматы, платежные терминалы, навигаторы и другие устройства, в системах передачи данных в промышленности, в системах ЖКХ и производства — газо-, электро- и водоснабжении. Сервисы m2m используются также в системах мониторинга транспорта и логистических процессов, платежных системах и банкоматах, в системах безопасности, а также в персональных устройствах, таких как навигаторы, цифровые фоторамки, камеры, игровые консоли, трекеры и во многих других областях», — рассказывает Елена Иванова.

Самой востребованной услугой с применением решений m2m госпожа Иванова называет использование SIM-карт на транспорте. «SIM-карта, встроенная в трекер, позволяет передавать информацию о передвижениях автомобиля абоненту. Понимая, что маршрут автомобиля отслеживается, водители перестают использовать служебный транспорт в личных целях, происходит оптимизация маршрутов, сокращаются траты на ГСМ», — объясняет Елена Иванова.

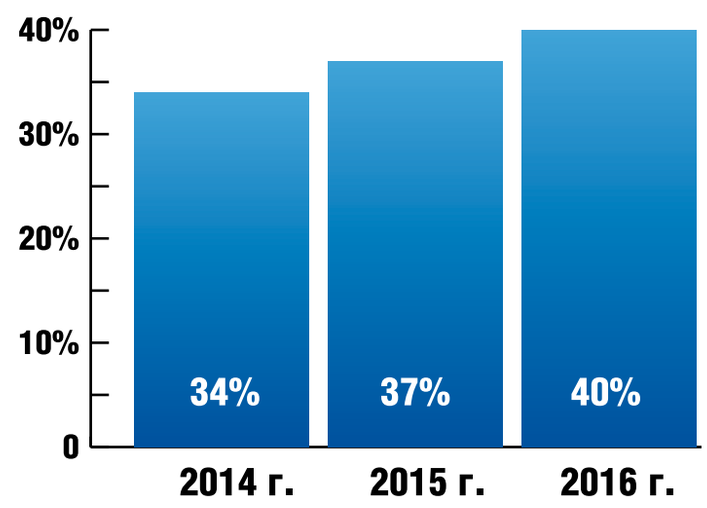
Операторы отмечают существенный рост в сегменте m2m. «Несмотря на то что у нас данный вид услуги (m2m. — «Ъ-ИТ») появился недавно, „Мегафон“ занимает уже 20% рынка m2m в России, и этот показатель продолжает стремительно расти. На данный момент у „Мегафона“ общее количество SIM-карт в m2m-решениях приближается к 2,5 млн. Из них 1,2 млн абонентов на данный момент — в бизнес-сегменте», — рассказывает Елена Харитонова. «За последние полгода количество используемых SIM-карт от „Билайна“, обеспечивающих передачу данных по технологии m2m, увеличилось более чем на 50%», — добавляет Елена Иванова.

Екатерина Вьюшкова

Прогноз развития рынка VAS-сервисов в России, млрд руб.



Доля VAS в структуре доходов операторов в России, %



Источник: J'son & Partners Consalting

Интернет-магазин телекоммуникаций

«Дом.ru Бизнес» запустил интерактивный сервис, с помощью которого корпоративные Клиенты могут самостоятельно подобрать телекоммуникационные услуги по выгодной цене, исходя из потребностей и специфики бизнеса.

Новый сервис позволяет сформировать полностью индивидуальный пакет телеком-услуг и получить скидку в зависимости от количества подключаемых услуг связи. Чтобы подобрать оптимальный пакет, необходимо войти на сайт www.b2b.domru.ru и, указав географию подразделений компании и численность персонала, добавить в «корзину» необходимые для бизнеса телеком-услуги. Это позволяет сделать цену пакета услуг и каждой услуги в отдельности максимально прозрачной для Клиента.

Принцип работы конфигуратора аналогичен принципу стандартного онлайн-магазина: Клиенту достаточно добавить ту или иную услугу в «корзину» и затем отправить заявку на подключение оператору.

Благодаря простому и удобному интерфейсу онлайн-сервис дает возможность легко ориентироваться в услугах «Дом.ru Бизнес» и тарифных планах.

Продуктовый каталог оператора разделен на пять базовых категорий: интернет, телефония, выделенные каналы связи, видеонаблюдение и телевидение с указанием стоимости подключения и рекомендованных тарифных планов.

Все услуги связи предоставляются по единому договору и управляются в едином личном кабинете корпоративного Клиента, что значительно сокращает затраты на связь, время подбора телеком-сервисов, а также упрощает управление телеком-инфраструктурой.

на правах рекламы

Партнер выпуска Реклама

Нацелились на сверхбольшое

В Ульяновской области формируется еще один кластер — электроники и программного обеспечения. Ядром новой структуры станет дизайн-центр (конструкторское бюро), задачей которого станет разработка с последующим производством в Китае сверхбольших интегральных схем. Решение принято программистами региона, которые пришли к выводу, что в новых экономических условиях необходимо концентрировать свои усилия в России вокруг новых идей и крупных предприятий электронной промышленности.

— инновации —

В середине сентября в правительство Ульяновской области внесен проект постановления о формировании совета главных конструкторов предприятий электронной промышленности, что, как считают инициаторы, позволит при взаимодействии с уже существующим советом IT-компаний реализовать концепцию формирования регионального кластера электроники и программного обеспечения (ЭПО). По словам советника губернатора по IT Дениса Ефремова, «задачу формирования такого кластера поставил губернатор Сергей Морозов в конце прошлого года».

Напомним, Ульяновск известен хорошей школой программистов. К примеру, Digital Zone, ITECH.group, «Симбирсофт» сотрудничают с такими российскими и международными компаниями, как Mail.ru, KFC, BMW, Wikimart, Sony, Sankyo, GSG, Kimberly-Clark, компания «Эквид» работает в Кремниевой долине, хотя ее головной офис остается в Ульяновске, 17 ульяновских IT-компаний занимают высокие позиции в российских и международных рейтингах. Впрочем, большинство специализируется на экспортноориентированной разработке программного обеспечения (ПО). Как пояснил «Ъ-ИТ» первый вице-премьер облправительства Александр Смекалин, до сего дня была ситуация, когда частные IT-компании «фактически боролись с предприятиями электроники и ОПК за кадры, в то время как могли бы работать совместно». «Возникает логичный вопрос: почему наш мощный кадровый потенциал в IT-сфере используется на ширпотреб, когда можно было взаимодействовать, давая друг другу развиваться более активно. Мы поставили перед предприятиями задачу выхода на аутсорсинг и перехода от системы b2c к b2b, и тогда мы могли бы толкать вперед оба этих направления», — сказал вице-премьер.

Заметим, что ульяновский IT-кластер начал формироваться сам, «снизу» намного раньше, еще в 2011 году, как это и должно быть, когда айтишники поняли, что столкнулись с хронической нехваткой кадров и решили совместно решать эту проблему. Объединившись в две разные некоммерческие организации, стали заниматься подготовкой кадров для себя, нередко даже соперничая между собой. Сегодня соперничество перешло в сотрудничество, объединяющей структурой стал общественный экспертный совет по развитию IT при губернаторе.

ФОТО СЕРГЕЯ ТИТОВА

Первый зампред облправительства Светлана Опенышева считает, что комфортный климат, созданный для айтишников, привлечет в регион новые IT-компании

Однако сообщество признавало, что их «взаимодействие при создании технически сложного IT-продукта минимально и не носит системного характера, в связи с чем IT-кластер характеризуется как находящийся на этапе становления, а в такой ситуации бурного развития происходить не будет. В то время, когда правительство региона предлагало для стратегии развития IT-кластера модель концентрации усилий вокруг крупных предприятий, программистам был более по душе калифорнийский сценарий саморазвития компаний. В конечном итоге в декабре минувшего года пришли к выводу, что в новых экономических условиях и при взятом правительством РФ курсе на импортозамещение есть смысл объединяться вокруг крупных компаний электронной промышленности. Переломной точкой стала встреча с руководителями промпредприятий, которые выказали заинтересованность во взаимодействии и готовность передавать на аутсорсинг часть работ по программированию.

По словам Дениса Ефремова, «тогда и прозвучала идея о необходимости создания совета главных конструкторов, который стал бы профессиональной площадкой обсуждения проблем и направлений развития, мог бы взаимодействовать с уже существующим советом IT-кластера», при этом IT-кластер продолжит свое развитие параллельно кластеру ЭПО, взаимодействуя с ним по ряду направлений.

Предполагается, что в кластер войдут ФНПЦ ОАО «НПО „Марс“» (программное обеспечение для сложных систем управления для ВМФ), ОАО «НЛП „Завод Искра“» (производитель элементной базы для радиоэлектронной аппаратуры, вычислительной техники, средств связи и аппаратуры спецназначения), ОАО «Ульяновский механический завод» (производство радиолокационных систем ПВО), ОАО «Ульяновское конструкторское бюро приборостроения» (авиационные оборудование, вычислительные системы и ПО), а также университеты УлГУ и УлГТУ, ульяновский филиал Института радиоэлектроники РАН.

Планируется, что якорной структурой кластера должен стать региональный дизайн-центр (проектное бюро по разработке и проектированию СБИС — сверхбольших интегральных схем). «Сейчас весь передовой мир идет по пути разделения процесса на дизайн-бюро — небольшие группы очень умных разработчиков микросхем, и Foundry (дословный перевод — литейный завод. — «Ъ-ИТ») — предприятия, обычно в Китае, которые на основании конструкторской документации просто печатают эти микросхемы, себестоимость которых в итоге всего на уровне пары долларов», — пояснил господин Ефремов. Дизайн-центр, по его словам, «это то, что интересует всех: и предприятия электронной промышленности, и айтишников», и «он мог бы стать объединяющим началом».

Поясним, в отличие от программируемых интегральных схем СБИС представляет собой уже запрограммированные в изделии все специальные функции процессора, заданные заказчиком. По мнению инициаторов проекта, привлекательность этого направления в том, что ульяновские предприятия электроники и оборонной промышленности пока «вынуждены закупать СБИСы вне региона, и в основном за рубежом», кроме того, себестоимость производства интегральных схем по готовым лекалам существенно ниже, чем у программируемых. «И уже только за счет собственного спроса мы можем компенсировать свои затраты, не говоря уж о том, что есть достаточный спрос и за пределами региона», — считает Денис Ефремов.

Разработчики идеи создания дизайн-центра считают, что такой проект может иметь большие перспективы, а разрабатываемые и производимые СБИСы будут иметь широкий спектр применения в различных отраслях «от оборонной промышленности до продукции широкого потребления». «Рынок огромен. Особая востребованность — в оборонной промышленности, первой взявшей курс на импортозамещение», — подчеркнул господин Ефремов. Впрочем, конкретно оценить российский рынок СБИС он не смог, отметив, что «до конца года планируется провести его подробное исследование». Он также отметил, что если для решения оргвопросов (создание концепции, формирование совета, подготовка детального проекта создания дизайн центра) потребуется не так много средств (порядка 300 тысяч), то на создание дизайн-центра (оборудование, программное обеспечение) уже потребуются как минимум 200–300 млн рублей. Деньги планируется привлекать как по линии федерально-целевых программ, так и от концернов, в которые входят предприятия кластера.

В то же время господин Ефремов надеется на получение федеральных средств в рамках программ импортозамещения и развития IT под конкретно сформированный проект.

Инициаторы признают наличие рисков, среди них — вероятность прекращения регионального финансирования, нехватка ресурсов лоббирования на федеральном уровне, изменение общеполитической ситуации в стране.

Правительство региона намерено оказывать кластеру ЭПО финансовую и организационную поддержку, причем последнюю при необходимости и на федеральном уровне. «Такое взаимодействие повышает конкурентоспособность региона и обеспечивает развитие отрасли на перспективу. Нам надо успеть занять эту нишу. Если будем поддерживать только текущие задачи, то рискуем завтра серьезно отстать от остального мира», — заметил господин Смекалин. «Мы хотим сформировать хорошую экосистему для развития IT-индустрии в регионе, сделать его благоприятной территорией, куда могли бы приезжать и открывать свои IT-компании инвесторы. Как один из шагов — только что инициированный правительством законопроект о снижении налога для индивидуальных предпринимателей и компаний, работающих по УСН, с 6% до 1%. Следующим шагом намерены произвести и снижение для айтишников и налога на прибыль», — отметила первый зампред облправительства Светлана Опенышева (курирует сферу IT).

Руководители ульяновских IT-компаний не отрицают возможности взаимодействия с предприятиями электроники, к проекту дизайн-центра. Потенциально это может быть нужно всем, лишь бы выход на рынок, где преобладают американцы, не оказался неудачным. Специалистов этой сферы в Ульяновске единицы, но переучиться программисты могут, не проблема. Важно, чтобы дизайн-центр стал коммерчески успешным. И когда другие поймут эту бизнес-модель, они тоже подтянутся», — считает гендиректор группы компаний ИТМ Камиль Калимуллин.

По мнению главного редактора журнала «Электронные компоненты» Леонида Чанова, выходить на внешний рынок коммерческих СБИС ульяновскому дизайн-центру «будет крайне сложно», поскольку там высокая конкуренция и опытные игроки. Однако, считает эксперт, в России избранное направление «очень выгодное и перспективное», поскольку пока здесь «мало тех, кто этим занимается», «в направлении СБИС работают на сегодня четыре-пять дизайн-центров, уже имеющих опыт, таких как зеленоградские ОАО НПЦ „ЭЛВИС“, АО ПКК „Миландр“, томское ЗАО НПФ „Микран“». С учетом космических и оборонных заказов он оценивает российский рынок СБИС в сотни миллионов долларов.

Сергей Титов

Звонки уходят в сеть

Объем рынка фиксированной телефонной связи в России, как и во всем мире, сокращается. В то же время стремительно развивается IP-телефония. По словам экспертов, основными драйверами роста рынка IP-телефонии в России являются высокое проникновение широкополосного доступа в интернет, увеличение количества недорогих абонентских устройств и предоставляемых сервисов. Однако, по их мнению, абоненты еще не скоро откажутся от услуг традиционной связи, так как у последней также есть свои преимущества, такие как надежность и стабильность.

— технологии —

Меняя традиции

По данным международного консалтингового агентства iKS-Consulting, в 2014 году объем российского рынка фиксированной телефонной связи уменьшился на 7% по сравнению с 2013 годом и составил 184,6 млрд рублей. Этому способствуют рост конкуренции со стороны операторов мобильной связи, развитие IP-телефонии, мобильных интернет-сервисов, отмечают аналитики агентства.

«Российский телеком-рынок подвержен тем же изменениям, которые происходят во всем мире: сокращается количество абонентов стационарной телефонии, растет число пользователей мобильной связи и новых услуг, таких как интерактивное ТВ, широкополосный доступ в интернет, облачные услуги», — рассказывают в пресс-службе макрорегионального филиала «Волга» компании «Ростелеком».

В сложившейся ситуации крупным телекоммуникационным компаниям приходится дополнять традиционную телефонию новыми сервисами. «У пользователей традиционной телефонии от „Ростелекома“ много бонусов: это и дополнительные выгодные опции на звонки как внутри одного региона, так и в другие города России, и программы лояльности клиентов. К примеру, для абонентов, у которых есть фиксированная телефонная связь, действуют специальные предложения на пакеты услуг ШПД, интерактивное телевидение. Подключить все услуги разом намного выгоднее, чем каждую услугу по отдельности, многие абоненты этим пользуются и не отказываются от стационарной телефонии», — отмечают в «Ростелекоме».

В то же время, по данным аналитиков iKS-Consulting, доля сегмента частных лиц (b2c) на рынке фиксированной телефонии постепенно сокращается. «Это связано с большей приверженностью к традиционной телефонной связи бизнес-потребителей (b2b) и бюджетных организаций (b2g).

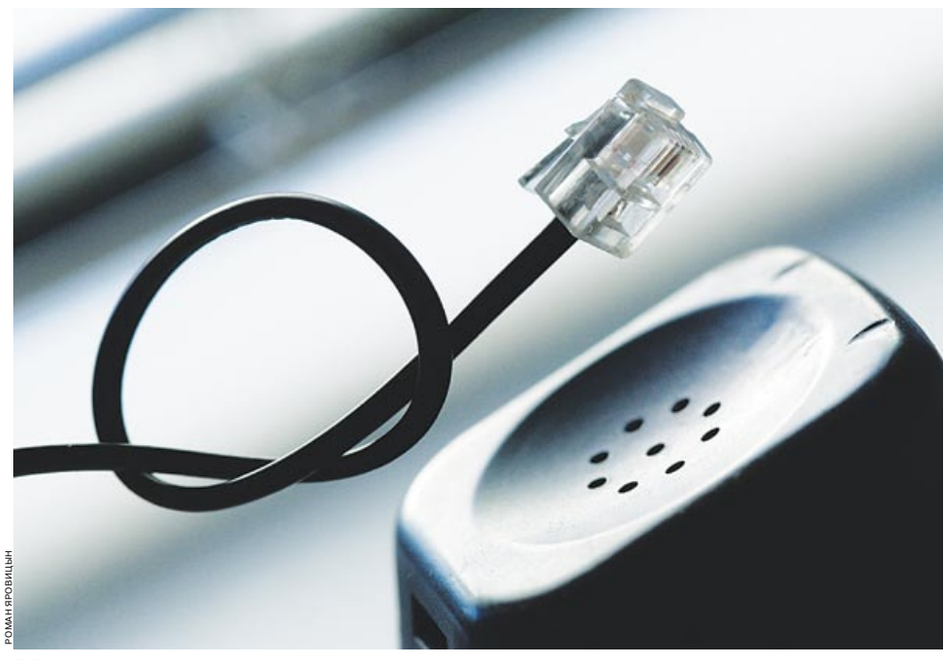
Интернет на связи

На фоне падения рынка фиксированной телефонии стремительно развивается связь по протоколу IP. По данным исследования маркетингового агентства Discovery Research Group, объем российского рынка IP-телефонии удвоился по сравнению с 2012 годом. В России насчитывается около 27 млн пользователей IP-телефонии, включая пользователей p2p-телефонии типа Skype, что соответствует уровню проникновения более 17%. Две трети жителей городов-миллионников имеют опыт звонков через интернет или использования карточки IP-телефонии.

«Основными драйверами роста рынка IP-телефонии в России являются высокое проникновение широкополосного доступа в интернет, увеличение количества недорогих абонентских устройств и предоставляемых сервисов. Дополнительным драйвером роста рынка стал экономический кризис, заставивший корпоративный сектор задуматься об экономии на услугах связи», — объясняют в пресс-службе телеком-оператора «Дом.ru».

По словам заместителя директора макрорегионального филиала «Средневолжский» компании «Транстелеком» Дмитрия Асланова, сегодня пользователи IP-телефонии — это прежде всего представители малого и среднего бизнеса, а также компании, имеющие разветвленную сеть филиалов, колл-центров и служб поддержки клиентов. «Основной рост рынка IP-телефонии происходит в сегменте b2b: компании все чаще отказываются от традиционной фиксированной связи и переходят на облачную телефонию, которая имеет большие перспективы», — соглашаются в «Дом.ru».

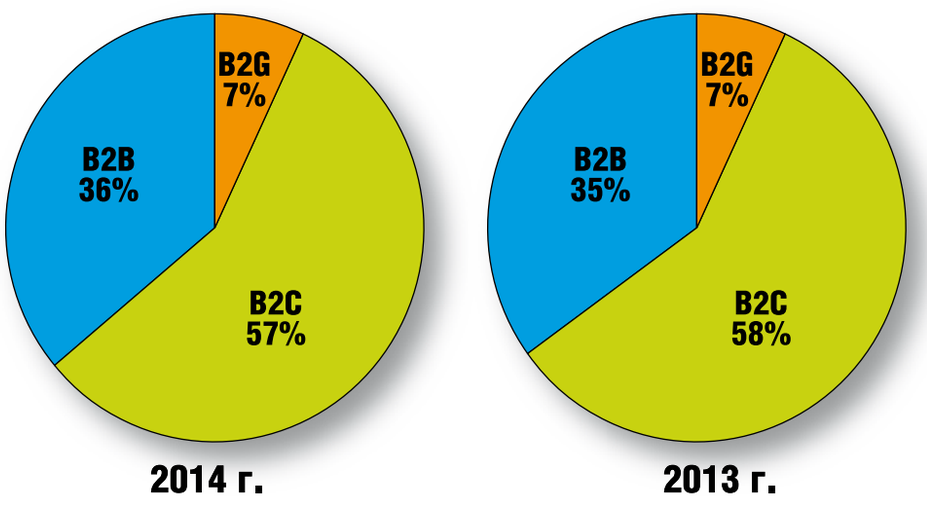
Руководитель Mango Office в Самаре Андрей Иванов объясняет рост рынка IP-телефонии на фоне падения рынка традиционных услуг связи рядом причин. «Если говорить о рынке корпоративной связи, то фиксированная телефония имеет существенные технологические ограничения. Прежде всего канальность номера ограничена возможностями телефонной линии. Фактически, чтобы организация получила многоканальный номер, к офису нужно провести множество телефонных кабелей. Быстро увеличить количество каналов по запросу клиента тоже не получится. Есть недостатки и для компаний, имеющих филиалы в разных регионах: им приходится оплачивать внутренние звонки по междугородним тарифам, потому что эти вызовы маршрутизируются через телефонную сеть общего пользования. Другими словами, фиксированная связь устроит сегодня только очень небольшие локальные компании», — объясняет господин Иванов.



РОМАН ЯРОВИЦЫН

В России все меньше пользуются услугами фиксированной связи и все больше — телефонией по протоколу IP

Структура выручки от услуг фиксированной телефонной связи по потребительским сегментам, РФ



Источник: iKS-Consulting

Он добавляет, что IP-телефония вышеперечисленных недостатков лишена. «Количество каналов на номере ограничено только пропускной способностью сети, возможностями оператора и оборудования клиента. Внутренние звонки маршрутизируются по IP-сетям. За счет этого они, во-первых, бесплатны, во-вторых, не занимают внешних линий, которые необходимы для связи с клиентами и партнерами», — говорит Андрей Иванов.

Дмитрий Асланов добавляет, что еще одним важным преимуществом IP-телефонии является то, что она значительно дешевле услуг традиционной связи. «Кроме того, IP-телефония дает возможность реализовать многие дополнительные услуги, свойственные виртуальным АТС, такие как переадресация, автоответчик, автоинформатор, запись телефонных разговоров и другие, без покупки дорогостоящего оборудования», — отмечает господин Асланов.

Останутся соседями

В «Дом.ru» уверены, что IP-телефония способна полностью заменить традиционную телефонию для корпоративных и частных пользователей. «Инфраструктура уже давно обеспечивает надежную связь высокого качества. Будущее за IP-телефонией, и оно уже наступило», — уверяют в пресс-службе телекомоператора, добавляя, однако, что соседство традиционной и IP-телефонии продлится еще не один год.

Немного другого мнения придерживаются в «Ростелекоме». «Говорить о том, что абоненты полностью откажутся от услуг традиционной телефонии, нет смысла. Фиксированная связь есть и будет. Кроме того, что она более высокого качества, не зависит от погодных условий. Не стоит забывать и о том, что на территории России еще очень много населенных пунктов, где нет мобильной связи», — отмечают в пресс-службе компании.

О том, что традиционная телефония была и остается надежным средством связи, востребованным как среди физических, так и среди юридических лиц, говорят и в ТТК. «Для многих корпоративных абонентов качество, бесперебойность и надежность телефонной связи являются определяющими при выборе поставщика услуг. Технологии традиционной телефонии хорошо отработаны, связь всегда остается четкой и стабильной. Кроме того, традиционная АТС не поддается взломам, что дает клиенту гарантию конфиденциальности переговоров, ее активно используют для переговоров в офисах, для ведения продаж», — объясняет Дмитрий Асланов.

Екатерина Вьюшкова

«Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» («Информационные технологии»). Учредитель — АО «Коммерсантъ». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. | **Владимир Желонкин** — президент АО «Коммерсантъ» | **Мария Комарова** — генеральный директор АО «Коммерсантъ» | **Азер Мурсалиев** — шеф-редактор АО «Коммерсантъ» | **Павел Кассин** — директор фотослужбы | **Валерия Любимова** — коммерческий директор АО «Коммерсантъ». **Рекламная служба:** тел. (846) 276-72-51 (52) | **Алексей Харнас** — руководитель службы «Издательский синдикат» | **Екатерина Вьюшкова** — выпускающий редактор | **Игорь Черников** — фоторедактор | **Наталья Григорьева** — корректор | **Адрес редакции:** 443110, Самара, Ново-Садовая, 44, «Тисиз», оф. 4, 5. Тел. (846) 276-72-51 (52)