

экономика региона

Интернет придал драйва

Рынок мобильной связи в Сибири, несмотря на общероссийскую статистику, продолжает расти. Происходит это за счет увеличения количества смартфонов и повышенного спроса на мобильный интернет, а также благодаря выпуску смежных продуктов. Эксперты, опрошенные «Экономикой региона» считают, что мобильные операторы продолжают интернет-экспансию и начнут зарабатывать на создании собственных мессенджеров.

— телеком —

Результатами довольны

По мнению аналитика группы компаний «ФИНАМ» Леонида Делицына, российский рынок сотовой связи завершил стадию экстенсивного роста, в результате которой появилась конкурирующая «большая четверка» сотовых операторов и относительно низкая стоимость сотовой связи в России. «В итоге сейчас выручка российских операторов от услуг мобильной связи падает, хотя и не очень быстро. В частности, в годовом отчете „Мегафона“ говорится о снижении выручки на 2,4% по сравнению с 2016 годом. Учитывая, что именно эти услуги приносят компании 83,3% выручки, приходится признать, что компания работает на жмущемся рынке. У других операторов ситуация не слишком отличается, и в Сибири тенденции те же, что и в стране в целом», — считает Леонид Делицын.

Представители компании «Мегафон» в Сибири придерживаются иного мнения, по их данным, в 2016 году сохранялся тренд на рост. «Выручка Сибирского филиала „Мегафон“, в частности, по сравнению с 2015 годом выросла на 4%. Большую роль в этом сыграл сегмент B2B, который на фоне стагнации массового сегмента прибавил 25%», — рассказал коммерческий директор сибирского филиала «Мегафона» Владимир Скурихин.

По его словам, рост произошел за счет увеличения количества смартфонов и расхода трафика мобильного интернета у корпоративных заказчиков. Также есть спрос на услуги M2M (системы торговых аппаратов с SIM-картой внутри, используемые, к примеру, в торговле). «Также компания начала предоставлять услуги Big Data, связанные с геопространственной и финансовой аналитикой. Что касается сегмента B2O (операторский сегмент), общая стагнация рынка домашнего ШПД тянет за собой и рынок аренды магистральных каналов связи, который не растет уже два года подряд», — продолжает Владимир Скурихин.

Директор компании МТС в Новосибирской области Александр Соловчук согласен с господином Скурихиным в том, что ключевым драйвером роста мобильного ритейла как в прошлом, так и в текущем году остаются смартфоны. «По итогам 2016 года и первого квартала 2017 года рост продаж „умных“ телефонов в регионах Сибири и в Новосибирске составил в штучном выражении 35% и 40% соответственно. В 2016 году проникновение смартфонов с поддержкой 3G в сети МТС выросло до 63%, а проникновение LTE-смартфонов по итогам 2016 года достигло 30%», — сообщил он.

По словам Александра Соловчука, в минувшем году процесс передачи данных в сибирской сети МТС вырос за год на 30%, мобильным интернетом пользуются более 60% аб-

нентов МТС в Сибири. Трафик в сети LTE за год увеличился в 1,7 раза.

«Ведущей услугой операторов и главным драйвером роста телеком-рынка остается мобильный интернет и сервисы на его основе: так, у МТС в 1,5 раза выросла популярность V&D-тарифов, то есть тарифных планов, абонентская плата в которых начисляется за интернет-трафик, а пакеты голосовой связи и SMS-сообщения предоставляются в качестве бонуса. Сегодня уже две трети наших абонентов пользуются пакетными предложениями, в которые входят голосовой трафик, SMS и пакет мобильного интернета», — уточнил представитель компании.

В «Вымпелкоме» (ТМ «Билайн») также довольны финансовыми показателями в Сибири. «В 2016 году был рост — сервисная выручка в мобильном сегменте выросла год к году. Этого удалось добиться как благодаря новым продуктам, так и внутренним изменениям», — рассказывает региональный директор региона Восток ПАО «Вымпелком» (ТМ «Билайн») Владимир Шилин, добавляя, что таких результатов, в том числе, удалось достичь за счет новой структуры и двухуровневого управления со штаб-квартирой в регионе.

Что касается в целом данных по рынку Сибирского федерального округа, независимые исследовательские агентства давно не публиковали свежую статистику — последняя датирована апрелем 2016 года. Согласно информации J'son & Partners Consulting, в Сибири у компаний МТС — 30%, у Tele2 — 26%, у «Мегафона» — 24% и у «Вымпелкома» — 20%. Данные основаны на номинальном числе абонентов (количестве SIM-карт).

Как ранее сообщал, Б" директор макрорегиона «Сибирь» Tele2 Дмитрий Кромский, в конце 2015 года компания преодолела миллионную отметку по количеству абонентов в регионе. Тогда представитель компании оценивал долю Tele2 на рынке примерно в четверть, уточняя, что наиболее сильные позиции у компаний в Иркутской, Кемеровской и Омской областях.

«Сейчас в целом мы сохраняем уверенную рыночную позицию в Сибири. Стоит отметить опережающий наши прогнозы рост базы в Красноярском крае и Алтайском крае, где мы работаем под брендом Tele2 с 2015 года. В ряде регионов, в том числе в Новосибирской и Омской областях, мы за год значительно изменили структуру абонентской базы: увеличили количество активных пользователей услуги передачи данных, а также долю услуг мобильного интернета в общей выручке», — рассказал Дмитрий Кромский, не назвав конкретных цифр.

Гаджеты задают тренд

Опрошенные эксперты считают, что все основные тенденции рынка мобильной связи в текущем году будут связаны с ростом количества «ум-



Локомотивом телеком-рынка в Сибири остается мобильный интернет

ных гаджетов». «В связи с этим мы реструктурируем свои предложения в пользу пакетных, активно развиваем Big Data, электронную коммерцию, интернет вещей, внедряем цифровые технологии в бизнес-процессы», — говорит директор компании МТС в Новосибирской области Александр Соловчук.

Продолжится развитие сетей LTE в Сибири. В частности, компания МТС намерена открыть доступ к сети «четвертого поколения» для жителей еще 30 населенных пунктов Сибири, развивать покрытие LTE-1800 для повышения скорости передачи данных, и запустить акции, направленные на рост числа пользователей 4G-смартфонов.

«Еще одно направление, которое мы продолжим активно развивать — системная интеграция. Она позволит нам развивать рынок комплексных бизнес-решений, где к телеком-услугам будут предлагаться ИТ-сервисы», — продолжил Александр Соловчук.

Коммерческий директор Сибирского филиала «Мегафона» Владимир Скурихин обратил внимание, что вместе с ростом продаж смартфонов (в 2016 году их количество на сети оператора впервые превысило число обычных телефонов) за последние два года изменилась и структура тарифных планов.

«Если еще три-четыре года назад абоненты предпочитали тарифы без абонентской платы, т.е. они казались более понятными, то теперь основную долю составляют „пакетированные предложения“ — за фиксированную абонентскую плату пользователь получает пакет минут, SMS и мобильного интернета. В результате каждая услуга обходится абоненту дешевле по сравнению с тем, если бы он покупал ее поштучно», — рассказывает Владимир Скурихин, добавляя, что в итоге стало предпосылкой для роста выручки от передачи данных.

Выпускать все больше продуктов для смартфонов и планшетов будет

и «Билайн». «Для малого и среднего бизнеса мы создали комплексный продукт „Мобильное предприятие“. Помимо обычных услуг телефонии и интернета, он дает клиенту возможность ставить задачи сотрудникам, управлять продажами, контролировать работу своих менеджеров с клиентами, анализировать расходы на рекламу, использовать групповые чаты и т.д. Особенность в том, что все это делается из одной программной оболочки. Это удобно и выгодно. Стоимость такого набора меньше, чем если приобретать эти услуги по отдельности», — рассуждает региональный директор региона Восток ПАО «ВымпелКом» (ТМ «Билайн») Владимир Шилин.

Говоря о последних тенденциях, директор макрорегиона «Сибирь» Tele2 Дмитрий Кромский заметил, что в феврале 2017 года компания наблюдала всплеск числа переходов по MNP (услуга смены оператора с сохранением ранее полученного номера телефона). «Тенденция наблюдается в целом по Сибири. После запуска новой тарифной линейки с бесплатными внутрисетевыми звонками и безлимитным трафиком в социальных сетях, мы ожидаем увеличения количества входящих MNP-заявок», — заметил он.

От реального оператора к виртуальному

Рассуждая о том, что ждет рынок мобильной связи в ближайшем будущем, эксперты сошлись во мнении, что в условиях насыщения в ближайшие два-три года есть два направления развития: использование внутренних резервов и развития собственной абонентской базы, выход на смежные рынки. «Примером последнего выступают наш проект — банковская карта с поддержкой бесконтактных платежей, лицевой счет которой объединен с балансом мобильного телефона. За каждую операцию, совершенную с помощью карты, мы, как оператор, получаем процент от межбанковской транзакции. По данным Центробанка, в 2015 году количество платежей по картам, со-

вершаемых физическими лицами, выросло на 27,8% до 13,1 млрд операций. Мы ожидаем, что в ближайшие два года количество платежей по картам будет расти схожими темпами, а значит и сегмент квазибанковских услуг тоже будет увеличиваться», — рассказал Владимир Скурихин.

Владимир Шилин считает, что рост рынка сотовой связи Сибири и всей телекоммуникационной отрасли возможен в том случае, если мобильный оператор станет для своего клиента «мультимедийным центром его жизни». «Следуя по этому пути, в недавнем прошлом мы сделали платежную банковскую карту, в этом году создали новый продукт „Мобильное предприятие“ с пакетом ИТ-решений для бизнеса», — рассказал Владимир Шилин.

«Обладая экспертизой по всему комплексу стратегически важных направлений — мобильные, фиксированные, спутниковые, финансовые и ИТ-сервисы, а также ритейл, — в 2017 году мы продолжим развиваться и укреплять на рынке позиции МТС как мультисервисного оператора», — обозначил планы МТС в Сибири Александр Соловчук.

«В прошлом году Tele2 инвестировала значительные средства в развитие сетевой инфраструктуры в Сибири. Ключевым проектом стал запуск 4G в ряде регионов — Кемеровской, Иркутской и Новосибирской областях. 6 апреля мы запустили сеть LTE-1800 в Омской области. До конца года мы планируем запустить 4G еще в двух регионах — Красноярском крае и Томской области. Продолжим развивать разнообразные цифровые партнерские сервисы: с музыкальным проектом Zvooq и онлайн-кинотеатром Ivi.ru, с сервисом такси Gett», — рассказал Дмитрий Кромский.

Аналитик ГК «Финам» Леонид Делицын считает, что в ближайшем будущем мобильные операторы в Сибири обратят внимание на мессенджеры. «Интернет-мессенджеры для мобильных операторов сейчас — дополнительная угроза. В этой ситуации одни операторы предпринимают погло-

щения интернет-компаний (в частности, «Мегафон» приобрел холдинг Mail.Ru Group, владеющий наиболее популярными российскими мессенджерами), а другие — пробуют вывести на рынок собственные мессенджеры и новые привлекательные тарифы», — рассказывает эксперт.

Леонид Делицын обратил внимание, что Veon (марка «Билайн»), продвигая одноименный мессенджер, позволяет абонентам пользоваться им, даже если средства на абонентском счете закончатся. «В Италии по этому поводу на компанию уже пожаловались, поскольку такая политика нарушает принцип „сетевой нейтралитета“, требующий бесплатного предоставления доступа не только к своим сервисам, но и к чужим тоже. Не исключено, что в Сибири операторы будут пробовать подобные подходы бесплатного доступа к собственным сервисам — спрос на них может оказаться высок, и они могут служить способом предотвращения оттока клиентов», — считает собеседник.

Денис Кусков из Telecom Daily считает, что развитие сектора M2M продолжится, также операторы продолжат переводить своих клиентов на пакетные тарифные планы, которые позволяют предоставить большой объем услуг (часть абонентов превышают предоставленный лимит и покупают минуты и гигабайты дополнительно).

«Операторы стараются предлагать дополнительные варианты, вероятно, появится в этом году ряд виртуальных операторов, (mobile virtual network operator, MVNO). О таких планах ранее заявляли Сбербанк и Тинькофф Банк. Аналогичные намерения в 2016 году были у ВТБ. Запуск MVNO банками — это новый тренд, призванный увеличить лояльность существующих клиентов и привлечь новых. Однозначно крупные банки, имея огромную клиентскую базу MVNO, при создании условий для нее начнут перетягивать абонентов от сотовых операторов», — резюмировал гендиректор Telecom Daily Денис Кусков.

Татьяна Косачева



— Руслан, недавно «Электронный город Бизнес» расширил портфель услуг, что послужило ориентиром?

— Мы решили максимально закрыть потребности наших клиентов, а ориентиром стал малый бизнес, поскольку он гибок и динамичен, растет самыми быстрыми темпами. Взаимодействуя с заказчиками, мы выяснили: первое, что ждут компании от партнера — оперативность. Им требуется, чтобы оператор быстро реагировал на все запросы, незамедлительно решал возникающие проблемы — переезд, открытие нового офиса, построение локальной сети, замена оборудования. Связь должна быть доступна в любом месте и в любое время. Клиенты предпочитают контролировать свой бизнес, и мы готовы в этом помочь.

— Не мешает ли компании имидж «домашнего» провайдера?

Электронный город Бизнес — курс на сервис

По каким критериям заказчики оценивают оператора связи? Что важно в работе с юридическими лицами и на каких услугах сегодня зарабатывают интернет-провайдеры? Об этом в интервью с начальником отдела развития компании «Электронный город Бизнес» РУСЛАНОМ МАВЛЮТОВЫМ.

— Действительно, «Электронный город» хорошо известен своей работой с населением и имеет покрытие 92% территории Новосибирска, у нас создана мощная клиентская поддержка — это очевидные преимущества, в том числе для бизнеса.

Думаю, за последние годы мы доказали, что мы можем успешно работать и с юридическими лицами. Услугами «Электронного города Бизнес» пользуются такие компании, как IKEA, S7 Airlines, «Бахетле», «Мария-Ра», ХК «Сибирь».

Чтобы предоставлять бизнесу лучший сервис на рынке, нами была проведена большая работа по подготовке персональных менеджеров и специалистов технической поддержки.

Основная тенденция, которую мы увидели — заказчики хотели бы прийти в одно место, и чтобы один сотрудник квалифицированно решил все проблемы. Все вопросы по начис-

лению проще отследить по одному счету. Персональный менеджер знает историю обращений, знает о специфике бизнеса, а значит, готов дать ответ на любой из возникающих вопросов. Если у вас несколько поставщиков, это неизбежно обернется разным уровнем сервиса, множеством документов, встреч. Если поставщик один, список проблем руководителя уменьшается, и он может заниматься своими основными процессами эффективно.

— Готовы ли клиенты к тому, чтобы сразу подписать договор на полный пакет услуг?

— Далеко не все. Мы имеем сотни новых подключений в месяц, при этом полный пакет услуг сразу заказывают единицы компаний. Заказчики смотрят, как провайдер работает, и только после этого начинают интересоваться другими возможностями.

Полный пакет — итог продолжительного взаимодействия. Часто начинаем с интернета и телефона и далее обсуждаем, чем еще можем помочь. Не все знают, например, про услугу «видеоконтроль», которая обеспечивает подключение к объекту из любой точки мира, или «виртуальную АТС», позволяющую фиксировать телефонные переговоры.

Наш подход заключается в том, чтобы не ограничивать партнеров рамками тарифных

пакетов и ценовых сеток. Напротив, цель — обеспечить индивидуальный подход к заказчику. Каждый выбирает то, что ему нужно. После обращения мы анализируем, какие задачи стоят перед клиентом, предлагаем под них решение, на основе которого определяем итоговую стоимость услуг.

Больше услуг — ниже цена каждой из них в отдельности. Если клиенту нужно 10 телефонных линий, две он может получить совершенно бесплатно. Подключать дополнительные продукты выгодно каждой из сторон.

— По каким критериям можно отследить динамику развития сервиса?

— Первый критерий — стабильность оказываемых услуг. Прибавляем сюда быстрое решение нестандартных проблем — то, чему мы постоянно учим линейных сотрудников, работаем с каждым специалистом. Как итог, на Фламп «Электронный город Бизнес» — компания номер один среди бизнес-провайдеров, это вызывает гордость.

Количественные показатели всегда имеют большое значение. Вместе с тем считаю важным, чтобы у заказчика после взаимодействия с нами оставалось приятное впечатление, появлялось желание обращаться к нам и по другим поводам. Заказчик должен видеть в нас надежного бизнес-партнера. Этот момент отследить

сложнее, чем объем трафика или количество подключений, но мы стараемся.

— Случается ли, что сами клиенты подсказывают оператору связи в каких услугах они нуждаются?

— Да, часто именно так и происходит. Несколько лет назад мы проанализировали, каких направлений нам не хватает для того, чтобы любая компания, работая с нами, не имела проблем, и приросли новыми услугами. Кроме того, мы регулярно проводим мероприятия для предпринимателей, на которых рассказываем, как можно решить различные бизнес-вопросы. Со своей стороны, бизнес делится с нами потребностями в области телекоммуникаций. Самый близкий путь, если необходимо подобрать особенное решение, — позвоните по телефону 209-09-09, и наши специалисты сделают все наилучшим образом.



«Электронный город Бизнес» ул. Коммунистическая, 40, 3 этаж Тел. 209-09-09. Сайт: 2090909.ru E-mail: ask@2090000.ru Flamp: flamp.ru/2090909ru Вконтакте: vk.com/2090909ru