

# Экономика региона

## Монополизация интернета

Рынок интернет-услуг в Новосибирске взял курс на консолидацию. Однако к росту стоимости предложения это не приведет, считают эксперты. Развиваться компании будут за счет максимального извлечения прибыли из существующей абонентской базы, появления все большего количества дополнительных сервисов и пакетных предложений.

— телеком —

Новосибирский рынок широкополосного доступа в интернет уже полностью сформирован, говорят эксперты. Если раньше нужно было ждать своей очереди на подключение к оператору, причем выбор телеком-компаний был невелик, то теперь у абонента есть возможность выбрать минимум из трех операторов (по одному на каждую услугу — интернет, ТВ и телефония).

По словам бывшего коммерческого директора регионального телеком-оператора «Сибирские Сети», ныне генерального директора агентства интернет-маркетинга «Маркетика» Сергея Вепренцева, раньше одной из причин активного естественного роста широкополосного доступа в интернет в Новосибирске было строительство новых жилых микрорайонов. Но с 2016 года и строительный рынок начал проседать. Ввод жилья с 2016 года в регионе снизился на 25% к 2015 году. Поэтому провайдерам пришлось в срочном порядке искать другие драйверы роста как для B2C, так и для B2B. Усложнило ситуацию и то, что проникновение интернет-услуг в квартиры уже составляет 80%. По статистике, девять из десяти новых подключений — это переподключение от других операторов. «Тех людей, кто не пользовался ШПД, почти нет», — уточняет Сергей Вепренцев.

Несмотря на то, что новосибирский рынок перенасыщенный и высококонкурентный, значительных подвижек среди лидеров не происходит. Слияния и покупки произошли среди компаний из сектора услуг B2B. В частности, «Мегаком» приобрел «Брайтком» и «Стартелеком-Новосибирск», «Авантел» — «Магистраль телеком», «Сибирские сети» перевели под свой бренд операторов ГК «Норильск телеком». В начале марта стало известно о продаже крупнейшего новосибирского оператора связи, компании «Новотелеком», федеральному «Эр-телеком холдингу». А сейчас идет сделка по продаже компании «Авантел», занимающей второе место на новосибирском телеком-рынке по абонентской базе в сегменте B2B, «Ростелекома».

«Укрупнение рынка происходит за счет федеральных компаний. „Ростелеком“ ищет интересные активы в Сибирском федеральном округе. Местные игроки постепенно уходят с рынка. Рынок Сибири будет распределен между „Эр-телекомом“ и „Ростелекомом“ в основной массе, „Сибирские сети“ и ТТК будут от-

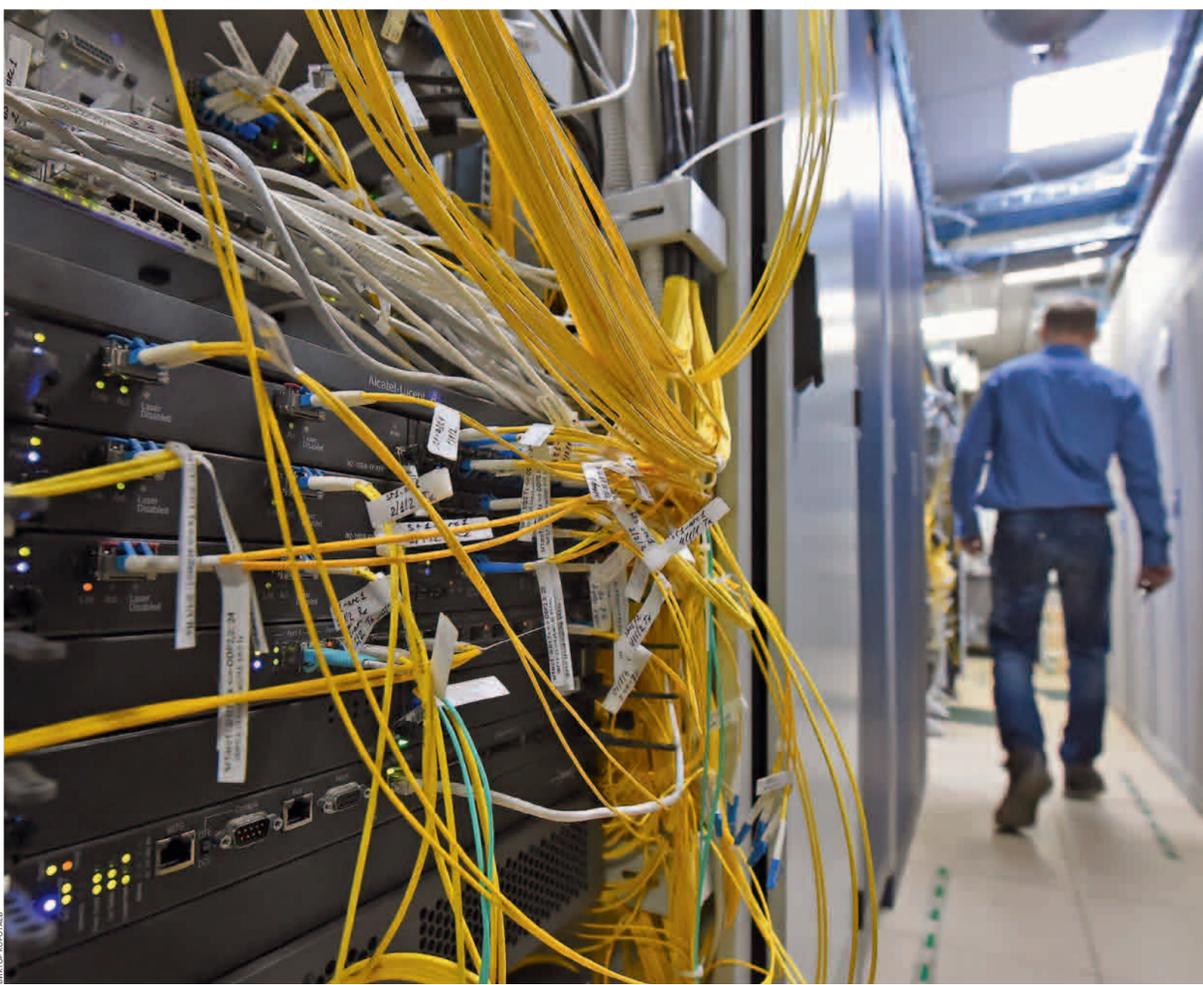
стать от лидеров», — считает глава TelecomDaily Денис Кусков.

Представители компаний интернет-провайдеров сошлись во мнении, что новосибирский телекоммуникационный рынок ждет «сушка» на фоне высокой конкуренции. «Пока ниша росла и развивалась, появлялось много молодых игроков, поскольку рынок был еще не сформирован и высокомаржинален. Со временем маржинальность стала снижаться, а вот конкуренция, напротив, только растет. В то же время требуются все большие вложения в развитие мощностей», — продолжает Сергей Вепренцев. По его словам, если раньше речь шла о консолидации рынка через покупку небольших игроков, то недавняя сделка «Эр-телекома» и «Новотелекома» показала, что федеральные игроки готовы увеличивать свою долю рынка через покупку локальных региональных лидеров. «Можно говорить, что в течение двух-трех лет на рынке останутся только федеральные операторы, как это произошло с рынком сотовой связи около 10 лет назад», — считает господин Вепренцев. Согласно с ним и директор направления B2B «Сибирских сетей» Иван Мачульский. По его мнению, тенденции рынка телекоммуникаций Новосибирска — дальнейшая концентрация и увеличение присутствия федеральных игроков. «Игроки формата одного города или региона будут уходить с рынка», — говорит эксперт.

По словам господина Мачульского, по этим причинам крупным провайдером выгоднее просто подждать, пока мелкие игроки сами уйдут с рынка, нежели тратить на их покупку. Произойдет это примерно через год-два. Останется чуть более пяти крупных компаний, которые будут активно бороться за клиента. Им под силу вести борьбу в гонке техновооружений, а следовательно, и в скорости доступа, и в других сервисах.

В 2015 году президент «Эр-телеком холдинга» Андрей Кузнев рассказывал „Ъ“, что в ближайшую пятю лет компания намерена удвоить оборот бизнеса — ежегодный прирост составит 15–18%. Причем не только за счет наращивания клиентской базы, но и за счет поглощений.

● ООО «Новотелеком» с 2003 года работает на новосибирском рынке связи под торговой маркой «Электронный город». На начало текущего года, по данным компании, ее охват в Новосибирске составлял 92%, абонентская база превышала 500 тыс.



Региональные провайдеры уступают место крупным федеральным игрокам

человек. В 2015 году выручка компании составила около 1,5 млрд руб., чистая прибыль — 117,5 млн руб. Единственный собственник — кипрская Krisale Ltd.

● «Эр-телеком холдинг» — второй по величине российский интернет-провайдер и третий из операторов кабельного ТВ. По его собственным оценкам, в начале года на долю компании приходилось 12% российского рынка широкополосного доступа в интернет, 13% — рынка кабельного ТВ. Абонентская база составляет 5,6 млн человек. В 2015 году выручка компании превысила 18,2 млрд руб., чистая прибыль — 1,6 млрд руб. Единственный собственник — ER-Telecom Holding Ltd (Kunp).

По оценкам экспертов, сделка по покупке «Новотелекома» позволит «Эр-телекому» выйти на первое место на рынке интернет-услуг в регионе. Сейчас федеральный оператор занимает в Новосибирской области около 9%, в результате сделки его доля может увеличиться до 28%, рассказывала „Ъ“ аналитик «ТМТ консалтинг» Ирина Якименко. По ее данным, на новосибирском рынке

B2B доступа в интернет наибольшую долю занимает «Ростелеком» (27%), на втором месте — «Новотелеком» (19%), далее следуют «Сибирские сети» (10%), МТС (8%) и ТТК (6%).

«Рынок интернет-доступа сформирован. Дальнейший рост компаний-провайдеров напрямую связан с их способностями монетизировать имеющиеся уникальные возможности. Нужно научиться полноценно использовать сети передачи данных, уже построенные практически до каждого здания в городе», — рассказывает руководитель службы маркетинговых коммуникаций ООО «Новотелеком» Дмитрий Мишин.

Время игр дискантеров прошло, считает собеседник. «То, что стоимость услуги — далеко не самый главный фактор при выборе провайдера, стало понятно всем», — заметил Дмитрий Мишин.

Эксперты „Ъ“ отмечают, что провайдеры сейчас все чаще задумываются над тем, какие еще услуги помимо интернета могут дать своим абонентам. По словам директора макрорегиона Западная Сибирь компании ТТК Алексея Ноздрина, драйвером развития станут дополнительные сервисы и пакетные предложения. «На данный момент клиентам необходим комплекс услуг: интер-

нет, интерактивное ТВ, мобильная связь, сервисы „умный дом“. В планах ТТК — запускать и развивать такие продукты, а также совместные проекты с цифровыми платформами (игровые ресурсы, облачные сервисы, антивирусы)», — сообщил Алексей Ноздрин.

Как рассказал Дмитрий Мишин, в этом плане «Электронный город» разработал и внедрил новые продукты: мобильные приложения с элементами «умного дома», позволяющие управлять телеэфиром и контентом («PeerSay»), управлять домофонами, калитками и шлагбаумами («Мой дом»), оплачивать коммунальные услуги («Мои счета»).

«Ростелеком» в прошлом году подключил к своей сети сервера игровых площадок компании Wargaming: World of Tanks, World of Warplanes и World of Warships. В результате сотрудничества российские поклонники игры получили эксклюзивные подарки, созданные разработчиками специально для абонентов компании.

По словам Дениса Кускова, рост цен вследствие объединения компаний маловероятен, поскольку у операторов есть риск потерять часть базы наработанных клиентов. В целом эксперты согласны, что на ближай-

шее время на новосибирском интернет-рынке установился своего рода статус-кво. «Принципиально на рынке телеком-услуг в ближайшее время ничего не изменится. Многие будут зависеть от того, удастся ли быстро получить синергетический эффект от объединения, о которых говорили ранее, сохранить абонентов», — резюмировал заместитель директора макрорегионального филиала «МРФ „Сибирь“» ПАО «Ростелеком» Александр Бойкина.

Иван Мачульский считает, что после закрытия сделки с «Авантелом» «Ростелеком» получит оптический доступ к большинству платежеспособных клиентов в Новосибирске и Академгородке, Барнауле, Томске, а также установит контроль над «последними милями» в тех городах, которые «Авантел» предоставлял для других федеральных операторов, например, МТС и Мегафон. «Кроме того, „Авантел“ традиционно силен на рынке VoIP-транзита, предоставляя услугу для операторов и корпоративных абонентов, и перевод этого трафика на свои каналы позволит „Ростелекому“ прирости по объему выручки и маржинальности», — подтверждает эксперт грядущие перемены на рынке B2B.

Татьяна Косачева

## Автодилеры нажали на газ

— тенденции —

При этом на старте продаж статус официального дилера — скорее минус, чем плюс, уверен предприниматель. «Первые месяцы „Бизнес кар“ едва ли сможет составить серьезную конкуренцию действующим игрокам. Минимум четыре месяца уйдут на настройку бизнеса, к тому же квота от производителя на старте продаж всегда минимальна. Это даст нам возможность работать на том же ценовом уровне, на котором мы находимся сегодня», — говорит господин Видинеев.

А в Кемерово усиливает позиции Lada. Новый дилерский центр площадью 1,5 тыс. кв. м в июне открыла компания «Бипэк авто — Азия авто». По данным агентства «Автостат» за четыре месяца 2017 года в СФО было продано 4240 автомобилей Lada, что на 9,3% больше, чем годом ранее. Всего же в стране с января по май 2017 года российские дилеры Lada реализовали 112,8 тыс. машин, что на 10% выше показателя за аналогичный период 2016 года. В результате доля Lada на российском рынке достигла 19,5%.

Выигрывает склад

Несмотря на рост продаж новых автомобилей, участники рынка отмечают продолжающееся падение рентабельности своего бизнеса. Если в середине прошлого года маржа «Ярс-моторс» от продажи Lexus составляла в среднем 10%, то сегодня — около 5%. «У массовых марок маржа еще ниже, у премиальных — выше», — отмечает Николай Видинеев. «Доходность бизнеса стремится к нулю. По сравнению с 2012–2014 годами маржинальность изменилась очень сильно — с 7–8% до 3–5%. Сейчас люди в нашем деле не зарабатывают, они выживают», — заключает Владимир Рыкунин из ГК «Сибинпэкс». Впрочем, у Юлии Смолиной

(АО «СТС-автомобили») другое мнение на этот счет: «Сегодня мы уверенно можем говорить об ориентации бизнеса на получение максимальной маржинальности и продажи автомобилей более высокого ценового сегмента. Количество проданных автомобилей вторично для нас в соотношении с доходностью. Сейчас речь идет не о выживании, а о развитии. А развитие, в свою очередь, требует инвестиций». В этом году ее компания планирует делать ставку на продажу нового E-класса купе, а также всех моделей внедорожников.

Новые экономические реалии потребовали новых маркетинговых решений, указывают автодилеры. «Если в прошлом году мы делали упор на автосалон, то сегодня — на людей, которые в нем работают. Это отражается на нашей рекламе», — рассказывает Николай Видинеев. — Мы хотим, чтобы марка автомобиля ассоциировалась с конкретным лицом, а не с названием организации. Как показывает практика наших коллег-конкурентов, такая стратегия более эффективна. Если, конечно, организация дорожит своими сотрудниками, в случае текучки кадров вкладываться в персонал бессмысленно. Но это не наш случай». «Тяжелые времена научили нас более взвешенно подходить к позиционированию на рынке. Мы стараемся определить нашу целевую аудиторию, и все маркетинговые усилия направляем предельно адресно. Ведь режим экономии никто не отменял. Времена остаются тяжелыми», — подчеркивает Дмитрий Новиков.

«Предпосылки к скорому выходу на докризисный уровень у автомобильного рынка пока нет», — считает Максим Чумаков. В сложившихся условиях, по его мнению, «важно сконцентрироваться на эффективности операционных процессов, по возможности снижать долговую нагрузку на бизнес, добиваясь большей устойчивости

по финансовым и операционным показателям деятельности».

Также тяжелые времена научили автодилеров зарабатывать на обслуживании автомобилей. Причем доходность этого направления неуклонно растет. «Сервис мы запустили в феврале текущего года, и он оказался чрезвычайно востребован. Реальность превзошла наши самые смелые ожидания от этого бизнеса. Ни один из пяти постов ремонь-ника никогда не пустует. Причем ремонтируем не только Lexus, но и родственную Toyota. Сегодня сервис для нас — это стратегическое направление. Тем более что продажи без сервиса развивать очень тяжело», — говорит Николай Видинеев.

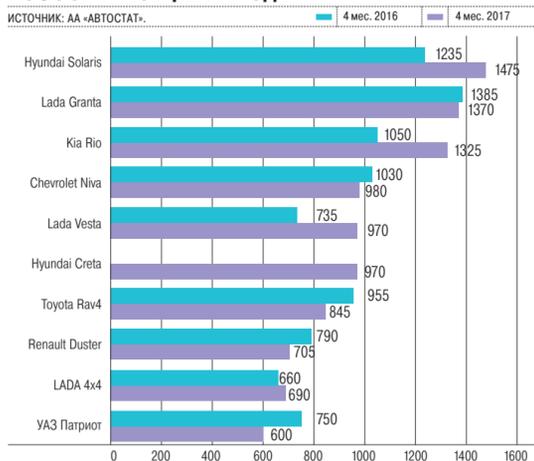
По его мнению, конкурентным преимуществом на рынке продаж автомобилей се-

годня обладает только тот дилер, который способен содержать склад из 15–20 новых машин. «После того, как „СЛК-моторс“ и „Макс моторс“, получив от покупателей авансы, не выполнили обязательства перед ними, потенциальные покупатели автомобилей стали осторожничать. Думаю, многие дилеры подтвердят мои слова: люди перестали оплачивать автомобиль со сроком ожидания более двух месяцев. Максимум на что они готовы — внести предоплату в размере не более 50 тыс. руб. Поэтому если у дилера нет оборотных средств на содержание склада, он просто присутствует на рынке, проигрывая своим конкурентам. О каких-то заметных продажах в этом случае говорить не приходится», — подчеркивает господин Видинеев.

В ближайшие несколько лет Максим Чумаков из «Автомира» прогнозирует сокращение числа игроков на рынке новых автомобилей в сибирских региональных центрах. Происходить это будет за счет двух факторов — консолидации рынка путем поглощения крупными сетевыми игроками мелких дилеров и сокращения импортерами дилерских сетей. «Сейчас многие импортеры осознают, что их дилерские сети были слишком раздуты, и спокойно созерцают, как ряд дилеров закрывается. Импортеры не пытаются их поддерживать, а наоборот всячески подталкивают к закрытию, чтобы расчистить поляну для оставшихся дилеров», — считает господин Чумаков.

Михаил Кичанов

### ТОП-10 САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ МОДЕЛЕЙ НОВЫХ Л/А В СФО ЗА 4 МЕСЯЦА 2017 ГОДА



### ТОП-10 САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ МАРОК НОВЫХ Л/А В СФО ЗА 4 МЕСЯЦА 2017 ГОДА

