

# «ОПЕРАТОРЫ БЬЮТСЯ ЗА ТО, ЧТОБЫ СТАТЬ ДЛЯ КЛИЕНТА ЕДИНСТВЕННЫМ ПОСТАВЩИКОМ УСЛУГ»

ПАНДЕМИЯ ПРИВЕЛА К ИЗМЕНЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ. С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ОНИ СТАЛИ ОПТИМИЗИРОВАТЬ ЗАТРАТЫ НА СВЯЗЬ, ОТКАЗЫВАЯСЬ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ SIM-КАРТ. С ДРУГОЙ, ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ УСЛУГ ВО ВРЕМЯ САМОИЗОЛЯЦИИ ВЫРОСЛИ. ОБ АДАПТАЦИИ К НОВЫМ УСЛОВИЯМ, РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТПРОГРАММЫ И СУЩЕСТВУЮЩИХ ОГРАНИЧЕНИЯХ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СТАНДАРТА 5G КОРРЕСПОНДЕНТУ ВВГ МИХАИЛУ КУЗНЕЦОВУ РАССКАЗАЛ ДИРЕКТОР МАКРОРЕГИОНА «СЕВЕРО-ЗАПАД» TELE2 СЕРГЕЙ ТИМОШИН.

**BUSINESS GUIDE:** В 2020 году объем рынка связи в России, по прогнозу Министерства цифрового развития, может сократиться на 3%. Вы согласны с этой оценкой?

**СЕРГЕЙ ТИМОШИН:** Соглашусь с тем, что рынок сжимается. Люди в этом году стали более взвешенно относиться к тратам на связь. Они отказываются от вторых и третьих SIM-карт, оставляя только одну. Операторы теперь бьются за то, чтобы стать для клиента единственным поставщиком услуг. За первые восемь месяцев этого года почти 15 млн клиентов, которые ранее пользовались нашей SIM-картой как дополнительной, переставили карту Tele2 в основной слот. Существенная доля таких переходов произошла в Москве и Санкт-Петербурге. Если раньше клиент позволял заработать нескольким операторам сразу, то теперь он готов платить только одному.

**BG:** Почувствовали ли вы ужесточение конкуренции в условиях пандемии?

**С. Т.:** Привлекать новых абонентов становится все сложнее, хотя и раньше ситуация была непростой. Некоторые операторы в третьем квартале показали потери в абонентской базе, другие просто не стали публиковать данные. Перед нами стоит задача привлечь клиентов инновационными продуктами. В последние пару лет предложили людям услугу «перенос остатков», возможность делиться гигабайтами, разработали для них тарифный конструктор. И только в этом году коллеги по отрасли дрогнули и все же с достоинством повторили наши успешные продукты. Так что да, легче не становится, но это нормальная рыночная ситуация.

**BG:** Привела ли кризисная ситуация в экономике к росту тарифов?

**С. Т.:** У нас и так доступные цены. По потреблению мобильных данных Россия находится среди мировых лидеров, а по стоимости трафика демонстрирует аномально низкие цены даже в сравнении со странами СНГ. Главный фактор, который сдерживает рост цен,— жесткая конкуренция. С одной стороны, уже никто не хочет развязывать ценовые войны, поскольку не все их смогут пережить. С другой, поднимать необоснованно цены — путь к потере абонентов. При этом все мы работаем не в вакууме, и вынуждены реагировать на ситуацию в экономике и корректировать тарифные предложения. В плане тарифной политики Tele2 всегда стремится предложить лучшее соотношение цены и качества.



**BG:** Как пандемия изменила модель поведения потребителей?

**С. Т.:** Конечно, поведение клиентов изменилось. Как я уже отметил, люди стали более взвешенно подходить к тратам на связь. Другая особенность этого года — выросли требования и ожидания от качества связи. Многие перешли на удаленку, интернет теперь им нужен не только для досуга и общения, но и для работы. И здесь важны стабильность и надежность сети.

Больше стало активных интернет-пользователей. В ответ на их активность и в поддержку нового образа жизни мы запустили свой проект «Дом по другим правилам», где можно бесплатно смотреть фильмы, мастер-классы, лекции. Через программу лояльности предложили бонусы на доставку продуктов и готовой еды. А чтобы те, кто решил стать нашим абонентом, не ходили за SIM-картой, мы запустили доставку через «Яндекс.Такси». В общем, окружили клиентов вниманием и заботой.

**BG:** Из-за того, что люди стали больше времени проводить дома, трафик в ваших салонах снизился. За счет чего возможно компенсировать это падение?

**С. Т.:** Это серьезный вызов для нашей индустрии. Сильнее всего это было заметно весной во время режима самоизоляции. Летом многие клиенты стали возвращаться к привычным, докризисным сценариям поведения. Однако со второй волной пандемии тенденция вернулась. Сложно спрогнозировать, как будут вести себя покупатели дальше.

Но мы видим рост интернет-продаж. Мы присутствуем не только на своем сайте, но и на таких площадках, как Ozon и Wildberries, то есть идем в каналы, где удобно нашим клиентам. Это новая реальность дистрибуции.

**BG:** Насколько выросла нагрузка на сеть и как компания справлялась с этой ситуацией?

**С. Т.:** В апреле нагрузка не только выросла, резко изменилась и ее география. В первые две недели мы зафиксировали рост интернет-трафика в спальных кварталах Петербурга и пригородах. Похожая картина сложилась в других регионах Северо-Запада. В итоге в начале апреля всплеск нагрузки был, как в Новый год, только не на два часа, а на несколько недель. Но этот стресс-тест мы прошли успешно, потому что нон-стоп строим и модернизируем сеть.

**BG:** В текущих условиях расходы на строительство сократились?

**С. Т.:** CAPEX мы только увеличиваем, улучшаем покрытие и качество мобильного интернета. В частности, продолжаем активную стройку в Санкт-Петербурге и Ленобласти. В предыдущие два года зона покрытия сети 4G увеличилась в три раза, что весной и помогло нам справиться с ростом нагрузки на сеть. В этом году мы первыми из операторов обеспечили связь Западный скоростной диаметр на протяжении всей трассы, планомерно развивали и расширяли нашу сеть в самых трафиковых локациях. Кроме того, был расширен частотный ресурс.

**BG:** Каким был объем инвестиций в других регионах Северо-Запада?

**С. Т.:** Мы развивались и строили сеть во всех регионах. К примеру, в Калининградской области за три года инвестиции составили 830 млн рублей. В этом году мы расширили сеть в курортных районах, реализовали проект по рефармингу частот, в результате скорость мобильного интернета увеличили на 30%. В Мурманской области построили за год больше, чем в предыдущие три. В Карелии добавили технологию 4G на все наши базовые станции. В Вологодской области весной первыми обеспечили полное покрытие сети 4G на трассе Череповец — Вологда. В основном мы инвестируем в расширение емкости сети, поскольку трафик с каждым годом растет.

**BG:** Как идет развитие инфраструктуры с поддержкой 5G и каковы основные препятствия для развития этого стандарта?

**С. Т.:** Мы тестировали технологию 5G в Эрмитаже еще в 2018 году, демонстрировали с ее помощью реставрационные работы на расстоянии в тысячи километров. В прошлом году на Тверской в Москве заработала наша тестовая зона 5G. Все игроки рынка осознают, что эта технология — следующая точка роста для операторов и в целом для экономики. По прогнозам Ericsson, объем рынка потребительских услуг на базе сетей пятого поколения к 2030 году может достичь \$31 трлн. Барьер в России — это отсутствие необходимого частотного диапазона.

При этом уже сейчас по всей стране Tele2 разворачивает базовые станции в стандарте 5G-ready. На них при возможности в короткие сроки можно будет развернуть коммерческую сеть.

**BG:** «Билайн», МТС и Tele2 объявили, что совместно построят инфраструктуру в перегонках петербургского метро. На какой стадии находится этот проект и когда он будет завершен?

**С. Т.:** Он в процессе реализации. Первые запуски связи в перегонках метро — это вопрос следующего года. Совместно с коллегами мы уже строим в подземке распределительные системы, на которых затем каждый оператор запускает свои базовые станции. В частности, в ноябре мы построили DAS-систему на станции метро «Дунайская», где услуги связи запустили мы и наши партнеры. А в декабре наша сеть заработала на DAS-системе партнера на станции «Проспект Славы». По этой же схеме будем строить и в перегонках. ■