



# «МЫ СОЗДАЕМ ЭКОСИСТЕМУ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОТРЕБНОСТЕЙ РЕГИОНА»

В 2019 ГОДУ РОСТ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА ПОДДЕРЖАТ НОВЫЕ УСЛУГИ И ТЕХНОЛОГИИ, ОПЕРАТОРЫ СДЕЛАЮТ СТАВКУ НА ВОЗМОЖНОСТИ 5G И ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ. ДИРЕКТОР СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФИЛИАЛА КОМПАНИИ «МЕГАФОН» АЛЕКСЕЙ ТИТОВ РАССКАЗАЛ ВВ О ПИЛОТНЫХ ПРОЕКТАХ ОПЕРАТОРА, О ТОМ, ЧТО ВЛИЯЕТ НА ТАРИФЫ И КАК ОКУПАЮТСЯ ВЛОЖЕНИЯ В ТЕЛЕКОМ-ИНФРАСТРУКТУРУ. БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСЕЙ КИРИЧЕНКО

**BUSINESS GUIDE:** Назовите факторы роста для «Мегафона» в этом году. Есть ли они, учитывая, что операторы давно поделили рынок и проникновение каждого из них достаточно высокое?

**АЛЕКСЕЙ ТИТОВ:** Во втором квартале 2018 года по финансовым показателям у «Мегафона» очевидна положительная динамика. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года консолидированная выручка компании выросла более чем на 5% — до 82 млрд рублей, а чистая прибыль увеличилась на 11,5%, превысив 6 млрд рублей. При этом есть два постоянных драйвера роста: мобильная передача данных и новые услуги.

Выручка от передачи данных продолжает расти, потому что увеличивается проникновение мобильного интернета и объем его потребления. За полгода трафик на абонента в среднем по «Мегафону» вырос с 6 до 8,8 Гб в месяц. На динамику повлиял чемпионат мира по футболу. К примеру, трафик мобильного ТВ вырос в пять раз именно в период проведения матчей.

Второй драйвер — новые решения, предназначенные для актуальных задач клиентов и поэтому быстро набирающие популярность. Это, например, «Мегафон. Таргет» — умные рекламные и информационные SMS-рассылки, получателей которых можно выбирать по возрасту, полу, интересам, местонахождению и другим факторам. Это альтернатива традиционной рекламе, востребованная в разных сегментах рынка: от туристического и ресторанный бизнеса до онлайн-ритейла и сферы услуг. Так мы помогаем привлечь новых и удержать существующих клиентов. Это актуально для любого бизнеса.

**ВВ:** Стал ли «Мегафон» меньше инвестировать в развитие сети? В 2017 году вы сообщали о завершении модернизации сети в Санкт-Петербурге и практически во всех регионах Северо-Западного филиала.

**А. Т.:** Сети «Мегафон» в этом году исполняется 25 лет. Конечно, у нас уже давно не осталось базовых станций (БС), которые были бы ее ровесниками. В прошлом году мы завершили модернизацию сети и поставили самую современную линейку БС. Но это не означает, что инвестиции в инфраструктуру прекратились. В целом по стране инвестиции в этом году даже

выше. Модернизация продолжается, но в других направлениях: сеть большая и многогранная. БС — это только верхний этаж «домика». Есть еще коммутации, транспортные сети, магистраль.

В 2017 и 2018 годах мы сделали большой упор на обеспечение надежности. Это работа с транспортной сетью, модернизация узлов. Что касается сети четвертого поколения, то появились стандарты LTE Advanced и LTE Pro, у которых скорость вдвое выше, чем у обычного 4G, и составляет 300 и 450 Мбит/с соответственно. Мы продолжаем развивать LTE разных диапазонов в Петербурге и Ленинградской области и заменяем коммутаторы по всему Северо-Западному филиалу.

**ВВ:** Тарифы операторов, несмотря на разные названия, схожи по ценовым характеристикам. Но когда один снижает цены, остальные заявляют о демпинге — как МТС в конце прошлого года. Не является ли это сговором?

**А. Т.:** В России самый конкурентный рынок мобильной связи. А там, где присутствует конкуренция, картельного сговора быть не может. Если один из операторов проводит в регионе коммерческую акцию с изменением тарифа, то это лишь демонстрирует работу коммерсантов внутри компании. Они думают о том, как обеспечить клиента еще большим набором услуг и расширить свой портфель. Кстати, цена услуг связи в России практически самая низкая в мире, а качество связи гораздо лучше, чем в Европе. Вместе с тем для нас в «Мегафоне» сейчас приоритетом является рост показателя Life Time Value, то есть увеличение активности и доходности абонентов, подключенных к сети.

**ВВ:** Намерен ли «Мегафон» повышать тарифы в связи вступлением в силу «закона Яровой», с 1 июля требующего от операторов связи хранить разговоры и переписку пользователей?

**А. Т.:** «Закон Яровой» повлияет на затраты операторов, на маржинальность бизнеса, но уровень тарифов определяется в первую очередь уровнем конкуренции. На рынке мобильной связи в России уровень конкуренции очень высок.

**ВВ:** На прошедшем Петербургском международном экономическом форуме «Мегафон» подписал соглашения с правитель-

ством Петербурга о реализации проекта «Умный город». Аналогичные соглашения с властями подписывали «Ростелеком» и «ЭР-Телеком». Как вы намерены победить в конкурентной борьбе с этими компаниями?

**А. Т.:** Мы подписали соглашение о реализации пилотного проекта, который направлен на развитие в Кронштадте цифровых технологий и услуг, в том числе интернета вещей, телемедицины, виртуальной и дополненной реальности. Так как речь идет о новых решениях, необходимо их протестировать во многих сферах, чтобы превратить Кронштадт в «умный город». Первые изменения коснутся технологической инфраструктуры, стартует ряд городских программ, появится электронное здравоохранение. «Мегафон» уже реализовал инновационные проекты в других регионах — в Иннополисе, Сочи, Брянске. У нас есть не только опыт, но и техническая база — телеком-инфраструктура — для запуска цифровых решений. У «Мегафона» очень мощная сеть, самая быстрая в городе, что подтверждают данные Speedtest. В итоге конкурентную борьбу выиграет та компания, чье предложение будет лучшим с точки зрения наполнения и стоимости решения.

**ВВ:** Наверное, после завершения пилотного проекта в Кронштадте у вас появится желание сделать его более масштабным?

**А. Т.:** Конечно, нам бы хотелось после успешной реализации проекта масштабировать его на весь Санкт-Петербург. Как я сказал, у нас по стране много пилотных проектов по этому направлению. Это «умные» знаки, парковки, светофоры, умная теплосеть. Мы запускаем их, чтобы создать экосистему цифровых решений в зависимости от потребностей каждого региона. Например, в Новгородской области, помимо других проектов, мы создаем «Цифровую управляющую компанию». Это платформа, которая будет автоматически собирать данные потребления коммунальных услуг, выставлять счета пользователям, а также предоставлять много других возможностей для удобства людей и повышения эффективности работы управляющих компаний.

Проекты по цифровизации интересны и бизнесу. Частные компании хотят оптимизировать свои продукты или предло-

жить новые, более эффективно управлять рабочим производственным процессом. Для них тоже актуальны наши цифровые решения.

**ВВ:** Почему «Мегафон» избавляется от «башенного» бизнеса? В июле сообщалось, что вы готовите свои башни к возможной продаже в 2019 году.

**А. Т.:** Пока говорить о продаже «башенного» бизнеса рано. Мы выделили эти активы в отдельную компанию, для которой этот вид бизнеса является фокусом всех бизнес-процессов (Первая башенная компания. — **ВВ**), и будем принимать решения по ней в зависимости от развития рынка и экономики.

**ВВ:** Как для «Мегафона» завершился чемпионат мира по футболу? «Отбили» ли вы свои вложения в телекоммуникационную инфраструктуру для стадионов?

**А. Т.:** Мы два года готовились к чемпионату, строили телеком-инфраструктуру для оказания услуг мобильной и фиксированной связи не только на стадионе «Санкт-Петербург», но и на других объектах, задействованных в чемпионате. Гостиницы, билетные кассы, тренировочные базы — телеком-инфраструктура готовилась везде. У нас была задача выдержать нагрузку, многократно превышающую обычные показатели.

Инфраструктуру для стадиона мы проектировали и строили самостоятельно. Потом пускали туда других операторов. Понятно, что за три месяца такие проекты не окупаются. Но здесь главное кумулятивный эффект. Представьте, что вы, абонент «Мегафона», болельщик «Зенита», пришли на стадион, а там связи нет. Может быть, завтра из-за этого вы перестанете быть абонентом «Мегафона». Поэтому нельзя сказать, что здесь все упирается в окупаемость объекта. Этот проект в большей степени оказывает влияние на имидж оператора и лояльность абонентской базы. Кроме того, вся построенная нами инфраструктура продолжает полноценно работать. Каждый матч на стадионе «Санкт-Петербург» собирает десятки тысяч зрителей, а примерно половина из них — наши абоненты. Трафик передачи данных во время игр вырастает в несколько раз, но сеть успешно справляется со всеми нагрузками. ■