

ОПЕРАТОРЫ СВЯЗИ СТАЛИ ЛОЯЛЬНЕЕ К КЛИЕНТУ

РЫНОК ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА НА ДАННЫЙ МОМЕНТ НАСЧИТЫВАЕТ ОКОЛО 200 ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ, ИЗ КОТОРЫХ ПРИМЕРНО 30 ПРЕДОСТАВЛЯЮТ СВОИ УСЛУГИ БИЗНЕС-ЦЕНТРАМ. МНОГИМ ИЗ НИХ ВО ВРЕМЯ И ПОСЛЕ КРИЗИСА ПРИШЛОСЬ ИЗМЕНИТЬ СВОЮ ТАРИФНУЮ ПОЛИТИКУ, ЧТОБЫ СОХРАНИТЬ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ И УДЕРЖАТЬСЯ В УСЛОВИЯХ ВОЗРОСШЕЙ КОНКУРЕНЦИИ. ВСЕ ЭТО ПРИВЕЛО К ПАДЕНИЮ ДОХОДОВ ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ В 2009 ГОДУ В СРЕДНЕМ НА 12–15%. В 2010 ГОДУ СИТУАЦИЯ СТАБИЛИЗИРОВАЛАСЬ И ТАРИФЫ СТАЛИ ТОЛЬКО КОРРЕКТИРОВАТЬСЯ, НО НЕ СНИЖАТЬСЯ. ДАША ГИЛЕВА

По словам директора петербургского филиала «ВестКолл» Виктории Тихоновой, повсеместное снижение тарифов на корпоративную телефонию в Санкт-Петербурге в 2009 году составило 10–12%. «Сегодня тарифам уже некуда опускаться, — говорит госпожа Тихонова, — поэтому в ход идут другие методы привлечения клиентов. Например, формируются новые пакетные решения, создаются дополнительные сервисы или оптимизируется спектр услуг. В итоге клиент получает большее количество услуг и сервисов за те же деньги».

В компании Eltel эту информацию подтверждают, заявляя, что абсолютно каждый оператор внес в свои расценки существенные корректировки. «Одни снизили стоимость базовых услуг, другие сделали бесплатными дополнительные услуги, третьи сформировали пакетные предложения, — сообщили представители компании, — которые в сумме выгоднее, чем покупка каждой услуги покупать по отдельности».

Более всего изменения в тарифах коснулись услуг предоставления интернета. Так, по словам руководителя подразделения «Гарс Телеком Северо-Запад» Вадима Виноградского, в погоне за клиентами операторы снизили клиентскую стоимость интернета в 2–3 раза по сравнению с докризисными временами. Тарифы же на телефонию упали лишь на 10–20%.

«По нашим оценкам в 2009 году корпоративный сегмент телекоммуникационного рынка Петербурга стал меньше примерно на 30 процентов в денежном выражении», — говорит коммерческий директор ЗАО «Северен-Телеком» Антон Виноградов. По его словам, в 2010 году наблюдается замедление темпов сокращения рынка, однако оценивать масштабы восстановления пока рано. «Могу только сказать, что клиенты постепенно увеличивают расходы на услуги связи, но до возвращения на докризисный уровень еще далеко», — говорит господин Виноградов.

Повсеместное введение более гибких тарифов на услуги связи в корпоративном сегменте рынка телекоммуникаций было обусловлено ужесточением конкуренции между операторами. Сейчас они пытаются максимально уменьшить цены на телефонию и интернет и порой доводят скидки до 70%. «В момент, когда арендаторы бизнес-центров из-за кризиса стали покидать офисы, между существующими операторами связи началась война за клиентов, — говорит генеральный директор телекоммуникационной компании «Миран» Игорь Ситников. — Это привело к уменьшению цен, улучшению качества услуг и сделало рынок более клиентоориентиро-



РОМАН ГРИВЦОВ

ПРАКТИЧЕСКИ КАЖДЫЙ ОПЕРАТОР СВЯЗИ ВНЕС В СВОИ РАСЦЕНКИ СУЩЕСТВЕННЫЕ КОРРЕКТИРОВКИ. ОДНИ СНИЗИЛИ СТОИМОСТЬ БАЗОВЫХ УСЛУГ, ДРУГИЕ СДЕЛАЛИ БЕСПЛАТНЫМИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ, ТРЕТЬИ СФОРМИРОВАЛИ «ПАКЕТНЫЕ» ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ванным. Теперь не арендаторы обращаются к операторам, а наоборот».

По словам генерального директора компании «ОБИТ» Андрея Гука, количество участников рынка телекоммуникаций в 2010 году практически не изменилось, несмотря даже на высокую конкуренцию между ними. «Ушли незначительные компании, но это никак не повлияло на развитие рынка в целом, — говорит господин Гук. — Сейчас рынок связи Петербурга сверхконкурентен, и создать нового оператора с нуля практически невозможно. В последнее время, напротив, появился тренд укрупнения уже присутствующих на рынке игроков, и я думаю, что в ближайшем будущем он сохранится».

При всем этом в течение года неоднократно звучали заявления о продаже трех крупных операторов — «Метрокома», «Северен-Телекома» и «ЛАНК Телеком», говорит генеральный директор Smart Telekom Андрей Суходольский. «Можно предположить, что собственники этих компаний, не видя перспектив в данном секторе и наблюдая ухудшения финансовых показателей, делают попытки избавиться от этих активов, — рассуждает Суходольский. — Однако тот же «Метроком» до сих пор входит в тройку лидеров корпоративного сегмента рынка телекоммуни-

каций наряду с «Петерстаром» и «Билайн-Бизнесом». Общая доля рынка всех троих — около 70%.

В «ЛАНК Телеком» пока также не намечается проблем в жизнедеятельности. По сообщению представителей компании, в 2009 году компания «ЛАНК Телеком» подключила 16 бизнес-центров в Петербурге, а в первом полугодии 2010 года добилась роста доходов на 8%.

Что касается создания собственных операторов связи владельцами коммерческой недвижимости, то ажиотаж вокруг этой темы, наблюдавшийся в 2008–2009 году, в 2010 году спал. «Управляющие компании и владельцы БЦ больше не хотят рисковать своей основной деятельностью из-за предоставления клиентам телекоммуникационных услуг, — говорит генеральный директор оператора связи «Прометей» Роман Венедиктов. — Им проще провести тендеры между существующими операторами и выбрать наиболее подходящего».

Организация собственного оператора владельцами и управляющими бизнес-центров сопряжена с массой сложностей. Необходимо не только получить лицензии, но и закупить соответствующее оборудование, построить инфраструктуру, набрать обслуживающий персонал, создать биллинговую систему. Создав собствен-

ного оператора, владелец БЦ вряд ли пустит альтернативных на свою территорию, а такая монополизация, в свою очередь, приведет к завышенным ценам на услуги связи. В условиях высокой конкуренции между бизнес-центрами арендаторы легко могут среагировать на этот факт уходом в другой БЦ, где предлагается недорогая телекоммуникация.

Так и произошло: во время кризиса многие арендаторы стали торговаться с владельцами БЦ и требовать либо оставить оператора, с которым они уже работают, либо снизить цены на телекоммуникационные услуги. Крупные сети типа «Сенатора» пошли на уступки и пустили сторонних операторов на свою территорию. Они ничего не потеряли при этом, так как операторы начали пользоваться уже проведенными в БЦ каналами связи и делиться доходами. «До начала 2009 года наши доходы от предоставления телекоммуникационных услуг составляли около 5 млн рублей в месяц, — сообщил генеральный директор УК «Сенатор» Андрей Пушкарский. — После кризиса эта цифра резко сократилась до 3 млн рублей в месяц и тогда мы снизили цены, сделали модернизацию сетей и пустили в наши каналы крупных операторов связи. Сейчас наш месячный доход составляет около 7,5 млн рублей». ■