Виталий Листраткин: Главное в бизнесе – быть полезным людям

У нашей редакции есть традиция: время от времени ездить в гости к основателю оператора связи "Интерра", Виталию Листраткину. Последний раз в штаб-квартиру Виталия, расположенную в Первоуральске, мы ездили в феврале 2020 года, фактически, в "доковидную эпоху". Тот репортаж вызвал активное обсуждение на форуме. И вот, спустя почти два года, Виталий вновь любезно согласился дать интервью.

Что изменилось в работе компании Интерра за последние пару лет?

Пользователи стали потреблять заметно больше трафика. А если трафик "тяжелеет", в любой телекоммуникационной компании всё начинает понемногу меняться. Да и на рынке в целом – ведь процесс затрагивает всех. Например, даже очень крупные и агрессивные компании перестают баловаться демпингом. Незадолго до пандемии один немаленький оператор пытался играть в эти игры на рынке ШПД Первоуральска, чтобы отнять часть абонентов у других операторов, а это заставило снижать цены всех остальных. Но сейчас эти игры слишком дорого для него обходятся и ситуация возвращается к естественному положению дел.

А почему трафик потяжелел? Люди стали больше развлекаться?

Да.

Может, ещё и "удалёнка" влияет?

Утяжеление трафика за счёт удалёнки переоценено, как минимум. Потому, что в 80% случаев — это, как правило, переписка в "телеге" или в "ватсапе". Поэтому причина роста трафика – именно развлекаловка. За 2000 лет ничего не изменилось: людям как всегда надо хлеба и зрелищ. Только сейчас зрелища немножко изменились. И когда у человека открывается окно возможностей в плане просмотра фильма или скачивания тяжёлого софта, или игры в современные игрули, которые очень прилично съедают трафика — никто от этого просто так не откажется.

А видеонаблюдение?

Да, видеонаблюдение тоже сейчас в тренде.

А ещё камеры улучшаются, то есть трафик становится "тяжелее"?

Да. HD-камеры идут по умолчанию. У нас есть пилотный проект, запущенный пока только по Первоуральску. Посмотрим на его внедряемость и, скорее всего, потихонечку начнём масштабировать и на остальные города.

Проект такой: навтыкали онлайн-камеры практически на всех перекрёстках Первоуральска - это порядка 60 камер. Причём, это все HD-камеры. То есть, вопрос кто там кого первый зацепил на перекрёстке, сейчас в принципе не стоит: можно посмотреть запись в любой момент.

Получается, покрыт весь город, фактически?

Yes of course.

И больше никто кроме вас, этим не занимается?

Нет. Мы долго эти камеры внедряли — год-полтора. Систему отлаживали, тестировали. Камеры всегда вещают в онлайн. Любой человек может зайти на сайт online.interra.ru, посмотреть как там идут дела: кто, куда, зачем и почему. Ну или просто так потешить своё информационное Эго. А если у человека случается какая-то неприятность, всегда можно недорого купить доступ на сутки или на месяц, и смотреть на происходившее ранее, скачивать нужное видео.

То есть, любой человек теперь может любой перекрёсток посмотреть за любой промежуток времени?

Да. За месяц. Больше – смысла нет. Там уже всё «прокисает» и хранить это всё становится бессмысленно.

Ну, хорошо, видеонаблюдение на перекрёстках поставили. А почему не поставить такое же, за отдельную плату, во дворах домов? Или даже в квартирах. Для охраны, разумеется.

Пробовали. С квартирами всё понятно: у сайта есть открытая часть, которая открывается в паблик (например, для просмотра перекрёстков), а есть закрытая – ставишь камеру, смотришь где необходимо. То есть, обычное онлайн-наблюдение, запись и все обычные возможности. Но как только попробовали ставить камеры с паблик-доступом на дворы, столкнулись с неожиданным противодействием, да таким активным и частым, что решили прекратить подобную практику.

Выглядит проблема следующим образом. Приходит к нам дядя и говорит: «А зачем вы там камеру поставили? У неё в поле зрения мой балкон. Я на нём в трусах курю летом. И я не хочу, чтобы все смотрели, как я выхожу с сигаретой в трусах и курю. Понятно? Убирайте камеру». И всё. Никуда не денешься.

Установка этих камер де-юре должна быть плодом коллективного согласия жителей дома, поскольку это общедомовой ресурс. И если по камерам, которые направлены на перекрёстки, есть определённый общественный консенсус, то по камерам, которые смотрят внутрь двора, вопрос выпадает из общественного консенсуса, потому что есть конкретный человек и он категорически против. Сейчас законодательство устроено таким образом, что один единственный человек может заблокировать любую движуху с любым общедолевым имуществом или тем, что установлено на общедолевое имущество. Поэтому "дворовая" тема не зашла.

Но на отдельных локальных проектиках мы её используем, конечно. Например, в рамках общественной движухи мы строим небольшой парк (не в рамках бизнеса "Интерры", а просто, как наша общественная инициатива). Натуральный такй парк со всеми делами. Я там полгода землю отвоёвывал, чтобы можно было что-то сделать. Вот на этот парк мы поставили камеры, которые за происходящим там, наблюдают.

А к видеонаблюдению «закон Яровой» каким-то образом применяется? Необходимо хранить эти данные?

А кто его знает, на самом деле? «Яровая» — это достаточно глобальная тематика и если подходить к ней лоб, то, наверное, да. Но это неточно. В августе мы беседовали с нашим техническим руководителем на Вайнера 4, в Екатеринбурге. Как раз обсуждали темпы внедрения «Яровой». У нас, как и у любого российского оператора, «Яровая», естественно, не сделана. И эту встречу протоколировали, чтобы зафиксировать, что она у нас не сделана. Протокол этой встречи долго и мучительно пересылали в Роскомнадзор. Роскомнадзор выкатил в ответ карающие протоколы со своей стороны. Сейчас он это всё дело «бабахнет» в арбитраж или в суд. Суд, арбитраж и всё остальное нам выкатят какие-то штрафники. Вот и вся история с «Яровой» на текущий момент.

Весь этот комплекс, если его просто взять и купить, обойдётся нам в 200 млн. рублей. Для понимания: все наши "ОООшки" генерируют денежный поток – это никакой не секрет, любой может посмотреть на сайте то же налоговой – суммарно 300 млн. рублей по году. Это не прибыль, это просто выручка. То есть, у нас нет физической возможности вложиться в «Яровую».

У ФСБшников всё-таки интерес выше к СОРМ-3. Это комплекс, который хранит данные о сессиях абонента. То есть, возможность посмотреть: а куда это условный Петров из своего коттеджа ходил последние 6 месяцев?

Если по-простому, то хранятся логи?

Да, совершенно верно. Логи соединений конкретного абонента. Им это надо, а не то, какой фильм смотрел Петров: «Однажды в Америке» или порнуху от Brazzers. Но чтобы СОРМ-3 работал как задумывался изначально, это тоже практически недостижимо. Если не ошибаюсь, в опроснике там около 200 строчек. Мы их каким-то чудом сумели сократить до 10, по-моему. У нас специально выделен человек, который занимается всем этим, но конца и края этой работе до сих пор не видно. Этим можно заниматься бесконечно: что-то улучшать, прикручивать, модернизировать, проводить бесконечные испытания. А потом софт и железо устаревают и нужно начинать всё сначала.

[Изображение недоступно]

И это у вас ещё не самая маленькая компания.

Ну да. Тут самое плохое для самых мелких компаний. Вообще не представляю, что они будут делать. Если контора генерит выручки до 0,5 млн. рублей в месяц – что тут вообще можно сделать? Вот 2-й и 3-й СОРМ, даже в первом приближении – это "десяточку" вынь да положь. Плюс, надо для съёмника обеспечить канал до Вайнера, 4, туда зайти. Нам повезло: мы купили туда последнее волокно, по-моему. Больше запаса волокон там нет, и как туда зайти – это тоже отдельный квест. Скорее всего, если гаечки ещё немного затянут, мелкота схлопнется.

Как строится работа компании в Екатеринбурге? Чем она отличается от Первоуральска?

Мы полностью замонтировали Уралмаш и сейчас активно строим сеть по Эльмашу. У нас тактика внедрения в городах всегда одинаковая: стараемся идти ковровым путём, то есть дом в дом. И если

мы говорим, что "замонтирован Уралмаш", это значит, что наша оптика присутствует на каждом доме.

Что касается стратегии подключения, она сейчас не зависит от размеров города, потому что большой город состоит, по сути, из локальных районов. Когда ты обрабатываешь район, там поведение жителей соответствует поведению жителей, которые живут в маленьком городе. Другое дело, что у них ежемесячный достаток больше, нежели, допустим жителя Дегтярска или Нижней Туры. А в остальном – всё то же самое.

Видите ли вы корреляцию между размером города и популярностью дорогих тарифов?

Практически у всех операторов тарифы построены с учётом размера города. В регионе они поменьше, в большом городе – побольше, а в Москве, наверное, совсем шоколад. Соответственно, если мы выкатываем "горизонтальные" цены по всей области, то на фоне ценников других операторов в Екатеринбурге, начинаем выглядеть выигрышно. И это позволяет получать дополнительную абонентскую базу.

А вот в нашем доме не подключает никто, кроме Дом.ру.

Это зависит от того, как договоришься с управляющей компанией. Для того, чтобы эффективно работать на жилом фонде, в первую очередь надо навести мосты с "управляшкой" или с "тсжшкой", и уже только во вторую очередь думать про маркетинг и всё остальное. То есть, это сначала 3–4 месяца переговоров и выяснений: что, где и кому принадлежит.

Как сейчас поживают ваши медиапроекты на телевидении и радио?

Очень хорошо поживают. Когда были выборы, мы и вовсе хорошо поживали. Прямо, огонь! Это были безумные 3 месяца, но мы хорошо заработали.

Чисто на политической рекламе?

Yes, of course.

Партии не скупятся?

Не скупятся.

Географически развиваете эти проекты?

Делать региональную экспансию смысла особого сейчас нет. У нас сейчас точка приложения всей энергии — Екатеринбург. Но на Екатеринбург покупать частоту, это безумие. Ценники там такие, что это не отобьётся никогда в принципе.

Какие в ближайшее время ещё планируются проекты, связанные с медиа?

Мы сильно упёрлись сейчас (в хорошем смысле) в YouTube. То есть, такая небольшая региональная медиавселенная.

А какой контент у вас на YouTube сейчас? Что популярно?

Я делаю ролики о том, что конкретно мне интересно. «10 дорогих пластинок» — делал я такой ролик год назад, наверное. Потом ролики «Бандитская Ревда» и «Бандитский Первоуральск». Тут ничего не изменилось – «хлеба и зрелищ». Люди как любили смотреть чернуху, так они её и смотрят. Если сделать срез по нашему медийному подразделению, которое группирует все городские новости, там тоже всё такое же — убийства, пожары, лесные пожары, аварии, страшные аварии. Всей этой трешатиной люди больше всего и интересуются на самом деле. Каждый год на сайте делаю выборку «10 новостей, который потрясли год» — один сплошной треш, ничего хорошего.

Какие у «Интерры» планы на будущее?

У любого предпринимателя один единственный план, которому он следует всю свою жизнь. Вот скажите лучше вы мне – какой?

[Изображение недоступно]

Заработать все миллионы на планете?

Выжить. Только выжить. Насчёт "заработать все деньги", это просто клише, на самом деле. У любого предпринимателя всегда, даже если он не сознаётся в этом, задача стоит совершенно однозначная - выжить. А все плюшки, которые появляются в процессе процедуры выживания, как раз и обеспечивают эти все клише — популярность, деньги и так далее.

Диверсифицируете усилия, вложения?

Я их в какой-то степени диверсифицирую на свой лад что ли. Лет 6 назад появилась идея открыть интернет-магазин виниловых пластинок. Началось с мелочей, но начали делать, а потом это выросло в нормальный такой бизнес.

Ну это у Вас началось всё-таки как хобби.

Всё начинается как хобби. И я «Интерру» делал тоже под какие-то экспериментальные вещи. Всё всегда начинается, любой бизнес начинается как хобби.

Как относитесь к бизнес-тренерам?

Богатая поляна для обсуждения. Есть один мотивационный оратор – себя позиционирует, как тренер для людей бизнеса. Я был на паре его тренингов в далёкие "травоядные" времена. На вопрос о том, должен ли быть тренер для бизнеса бизнесменом, он отвечал: «А вы как думали? Конечно. Вот у меня 20 компаний и я ими всеми рулю». Аудитория в полном восторге - понятно, что работа у человека просто невероятная по сложности. Но однажды совершенно случайно я решил посмотреть, что это за компании. Сейчас это всё пробивается на раз-два. И посмотрел. Оказалось, что их не 20, а порядка 10, часть – уже закрыта, а остальные занимаются какой-то ерундой или просто обслуживают этого бизнес-тренера. То есть, это всё карманные кампании. По факту, получается, что тренер для бизнесменов – сам бизнесмен, но как раз на этих бизнесменах. И это, знаете ли, ставит большой знак вопроса. Если ты не занимаешься сексом, то как можешь быть специалистом по этому виду спорта? Непонятно.

У нас в России, для того, чтобы быть более-менее успешным в бизнесе, надо просто нормально делать бизнес. Люди, к сожалению, упускают этот простой тезис. И начинают бросаться на всякую мишуру. «Давайте вместо того, чтобы нормально сделать ТО на автомобиле, превратим его в электромобиль! Маск же смог – и мы смогём!», — вот как раз ударение на «ё», с краснодарским акцентом. То, что Маск смог, не значит, что и любой другой бизнесмен сможет изобретать и проталкивать такие "канделябры".

И если вы обратили внимание, то любой мотивационный оратор всегда зациклен на бабках. «Вот, нужно выстроить план. Через 3 месяца ты зарабатываешь столько-то, через 6 столько-то, через год у тебя столько-то, а к 30 годам ты выходишь на пассивный доход и ты вообще молодец!» — вот с таким сценарием ты ничего не заработаешь. Ну совсем. Дело должно тебя увлекать, это во-первых; а во-вторых, пусть это пафосно прозвучит, но дело должно быть полезным для других людей. Когда Аль Капоне (или кого-то из его друзей, уже не помню) сотрудники ФБР спросили: «Скажи, Аль Капоне, что ты делал всю свою жизнь?», он ответил: «Я был полезным для других людей». И тут, с бизнесом, примерно такая же идея — ты должен быть полезным для людей.

Вот я полезен для других людей, предоставляя им лазейки в Интернет. Я стараюсь искренне, чтобы эта лазейка была лучше, вкуснее, шире и беспроблемней. Раньше я старался на личном уровне, поскольку сам этим всем делом руководил, сейчас на уровне сооснователя всего этого хозяйства, потому что сейчас непосредственно процессами занимаются другие люди и в операционной работе я прямого участия не принимаю. Но суть остаётся прежней – быть полезным людям.