«ЭР-Телеком» собрался стать "чемпионом"

«ЭР-Телеком» один из самых агрессивных и опасных конкурентов для региональных интернет-провайдеров. О том каковы планы компании и в чем секрет ее развития Nag.ru рассказали генеральный директор компании Андрей Семериков и технический директор Сергей Гусев.

Основа масштабных планов | Ставка на оптику до дома | Своих магистралей не надо | Конкуренции скоро уже не будет | Прогнозы

Основа масштабных планов

Официально компания, что работает в 22 городах России - с 2003 года, когда была запущена сеть в Перми. Однако, для полной ясности отметим, что в пяти городах - в Красноярске, Барнауле, Саратове, Воронеже и Липецке - которые формально стартовали еще в 2009 году, операционной деятельности еще нет идет только строительство сетей на несколько тысяч квартир в каждом городе.

По итогам 2009 года 61% поступлений (2,842 млрд. руб.) составили деньги от реализации услуг ШПД, 34% (1,582 млрд. руб.) - от продажи услуг кабельного телевидения и 5% (242 млн. руб.) принесла телефония. Только 1% выручки пришелся на весь спектр дополнительных услуг, включая доступ к коллекции мультимедиа-ресурсов и оплате доступа к цифровому контенту. Разумеется, цифры не окончательны и в будущем будут скорректированы, уверен Андрей Семериков, к примеру, к 2010-2014 гг. компания ожидает как минимум сохранения доли ТВ в структуре доходов. Рост же ее будет возможен только за счет продвижения цифрового телевидения. "Но пока, - комментирует Сергей Гусев, - это очень сложно: если человек получает 70 каналов в аналоговом канале, но с качественной картинкой и всего за 150 рублей в месяц, то это перекрывает его потребности практически полностью. В цифровом качестве интересны только эротические и спортивные каналы, но за это готовы платить не больше 4% от абонентской базы КТВ".

Его поддерживает и Андрей Семериков: "Все зависит от того, за что готов платить абонент, а за что - нет. У нас в Перми в 2009 году наблюдался даже отказ от услуги цифрового ТВ, поскольку потребители не замечали разницы "на глаз" и не понимали почему им необходимо платить больше за абсолютно, казалось бы, такую же услугу. И в этом смысле Москва - другой рынок, его нельзя сравнивать с российскими регионами: в российских городах, где люди ездят на сэкондхендовских автобусах и не самых лучших в мире автомобилях, готовы ограничится аналоговым телевидением высокого качества".

Кроме того, руководство «ЭР-Телеком» ожидает, что наибольший прирост доли в структуре выручки продемонстрирует телефония (с 5% в 2009 году до 15% к 2014 году). Причем единственной технологией доставки такого сигнала до конкретного пользователя является VoIP: никакой меди. Абонент, подключающий себе услуги телефонии, получает специальный шлюз с возможностью подключения стандартного телефонного аппарата (его продают, а не сдают в аренду), а номер приобретается из пула, принадлежащего «ЭР-Телеком». Как заявляют представители компании, из общей базы абонентов этой услуги в 70 тыс. клиентов 86% приходится на долю физических лиц, 14% абонентов – это предприятия и организации. Постулируется, что цены на пользование телефонией на 30% ниже цен МРК «Связьинвеста», но это только исключительно при условии пользования услугой в пакете с кабельным телевидением или Интернетом от «ЭР-Телеком». Трафик МГ/МН компании обеспечивает "Межрегиональный ТранзитТелеком" и "Ростелеком", собственные сети для "переброски" трафика в «ЭР-Телеком» строить не планируют - "крайний раз МТТ предложил нам такие интересные цены, которые делают эту затею полностью бессмысленной", - уверен г-н Гусев.

Из более чем 2 млн. абонентов компании, чуть больше половины - пользователи ШПД, порог в 1 млн. клиентов проводного ШПД был пройден оператором в начале февраля. В целом, темпы роста абонентов по всем регионам присутствия у компании составляли 31 тыс. человек в месяц - это на 9% выше аналогичного показателя 2008 года. "Взрывы" подключений обычно случаются из-за акций по привлечению клиентов, активной рекламной компании и, конечно, попыток активного исполнения персональных планов директоров филиалов.

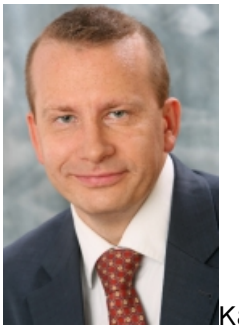
Наивысший в этом отношении показатель был достигнут в декабре 2009 года в Нижнем Новгороде и составил 6862 абонента в месяц. Эта цифра была достигнута усилиями 91 бригады, состоящей из 182 техников: в среднем получается 2,5 монтажа в день, если они работали без выходных и праздников. "Доступ в Интернет и КТВ, - уверен Андрей Семериков, - это обычная коммунальная услуга, как горячая вода или электроэнергия, где не может быть единого федерального лидера: мы работаем над каждым операционным рынком отдельно".

Отметим, что ARPU клиентов компании в настоящий момент составляет 259 руб., причем прирост составляет 51%. Однако, это явно среднее арифметическое, поскольку стандартная цена на тариф

"Москва new" для частных пользователей со скоростью до 2-4 Мбит/с в зависимости от типа загружаемого контента и времени суток, начинается с 450 руб. в месяц. "Как показывает практика, - говорит Андрей Семериков, - ниже $10 в месяц никто из игроков рынка "не упадет", но и демпинговать мы не будем".

Ставка на оптику до дома

Руководители компании неоднократно отмечали, что «ЭР-Телеком» предоставляет доступ в интернет по технологии Metro Ethernet по сети «оптика до дома». "Вообще, - с энтузиазмом отмечает Андрей Семериков, - нам интересно работать как минимум в 90 городах России с населением больше 200 тыс. человек. Причем, все наши стартапы наберут необходимую абонентскую базу в течение двух лет. Сети строим "с нуля". То, что в Москве на очень высоконкурентном рынке, базовая технология увеличения числа абонентов и выручки - покупка других операторов, связано только с тем, что здесь выше инвестиционные возможности у операторов. У нас же самый важный показатель деятельности - доходность на вложенный акционерный капитал. За те деньги, которые москвичи тратят на покупку абонентских баз, мы бы покрыли столицу в четыре слоя сетями ШПД и всех клиентов бы давно уже забрали. Кстати, запуская сети мы не выбираем город по политическим причинам - только по тому количеству денег которые мы там можем заработать. И в этом отношении небольшие города куда как выгоднее столицы. И в этом эти 90 небольших городов гораздо перспективнее, чем Москва".


Как отмечает Сергей Гусев, в каждом новом городе, для начала оказания услуг, компанией строится классическая четырехуровневая оптическая сеть. "Скорость канала доступа, который мы подключаем к каждому дому из 80-90 квартир (2-3 подъезда жилой "девятиэтажки" - Прим. ред.) составляет 1 Гбит/с – говорит он. - Как только его загрузка возрастает до 70%, сразу "кидаем" второй аналогичный по скорости канал, поскольку рост трафика, разумеется, присутствует. Для ориентира мы используем оценки Cisco, где сказано, что средний объем данных для пользователя безлимитным ШПД - примерно 11 Гб в месяц. Это мировая оценка. Для сравнения отметим, что у МРК "Связьинвеста" в ADSL-сетях средний трафик составляет от 2 до 8 Гб в месяц. Показатели WiMAX-оператора "Скартел" - 10 Гб. У нас 8 Гб данных из сети Интернет и 47, если учитывать трафик с внутренних ресурсов. Есть у нас несколько домов в Перми, где пришлось подключать уже канал в 3 Гбит/с - вообще в городе проникновение ШПД составляет 98%, а здесь еще и корпоративные клиенты были вдобавок к частным. В среднем, за 2009 год, трафик в нашей сети подрос в три раза, как и типовая скорость доступа.

В каждый дом мы ставим коммутатор на 24 порта и открываем их по необходимости. В данном случае мы используем оборудование китайских производителей, они вне конкуренции по цене: $120 за управляемый коммутатор. Гарантийное обслуживание, конечно, важно, но у нас быстрая замена - они единообразное оборудование завозят вагонами. У российских же производителей мы закупаем оптику, провода, разъемы.

По дому разводка идет следующим образом: мы прокладываем витую пару для всех интерактивных сервисов и кабель для КТВ в квартиру к каждому клиенту. Таким образом, стоимость подключения на одну квартиру составляет в среднем $55 . А обслуживание, включая электроэнергию и работу с эксплуатационными организациями - 8 рублей на квартиру в месяц (затраты по этой статье составляют порядка 70% расходов оператора связи на текущую деятельность - Прим. ред.). Кроме того, апгрейд сети - замена коммутаторов, ядра перекладка оптики и т.д. - который мы делаем каждый год, стоит нам примерно $12 на каждую подключенную квартиру".

Своих магистралей не надо

С определенным прагматизмом и чувством рыночной ситуации, руководители «ЭР-Телеком» отчетливо осознают, что строить свои каналы бессмысленно - каждый год цены падают как на оптику, так и на оборудование, а в кризис упали цены и на монтажные работы.
Как отмечает Сергей Гусев, "федеральные магистральные операторы, на самом деле, только рады увеличению загрузке своих каналов связи. Они даже торренты поддерживают. Нам невыгодно строить сети между городами - у меня какой год лежит постоянно обновляемый план для такого проекта и как только мы собираемся его реализовывать, к нам приезжают представители крупных транзитных операторов и уговаривают этого не делать. С очередным понижением - но цены на

транзит у «магистралов» падают с завидной регулярностью.
«Приходит, вот например, к нам "Ростелеком" и говорит - мы получили очередное задание получить 50% доли рынка магистрального трафика, поэтому давайте вам дадим еще более интересные цены. Или приходит "Синтерра" и говорит - мы завтра хотим получить 30% рынка, давайте поговорим о ценах. А качество примерно у всех одинаковое», - утверждает Сергей Гусев.

Выбор транзитных операторов осуществляется по индивидуальным особенностям - в зависимости от местных цен, свободной емкости и т.д. Пул операторов у "ЭР-Телеком" следующий - это "Ростелеком", "Транстелеком", "МегаФон", "Синтерра", СтартТелеком", "ВымпелКом", где-то даже есть МТС, но немного. Смена операторов, при необходимости, проходит ровно также, как и модернизация сети - цены сканируются раз в месяц, а новый тендер на обслуживание может проводится раз в полгода-год. "Это как биржа, - улыбается Сергей Гусев - кто предложит лучшую цену. Но есть и вопрос качества, поэтому и выбор поставщика и переключение к нему процесс не такой быстрый - мы площадку тестируем не меньше чем две недели. Хотя, если мы находим нового поставщика, то в наших интересах договорится с ним по пропуску трафика по всем нашим городам присутствия.

Конкуренции скоро уже не будет

Интересно, что к конкурентам как на рынке КВТ, так и на рынке ШПД руководство "ЭР-Телеком" относится с определенной бравадой считая, что вполне спокойно могут "сделать" и НТВ+ и "Триколор-ТВ" и "Стрим-ТВ": "Мы не делим рынок платного ТВ по технологиям, - отмечает Андрей Семериков, - к примеру на кабельное и спутниковое, только по выручке. Как правило, в регионах на рынке платного телевидения разделение рынка типовое - есть две компании, которые делят в сумме 80% рынка, обычно это мы и "Комстар". И есть все остальные небольшие игроки локального масштаба, которые часто покупаются более крупными конкурентами. Как показывает практика, самая высокая на региональных рынках конкуренция в Перми и Казани как раз за счет того, что рынок открыт для вхождения мощных компаний. По рынку ШПД ситуация аналогична".

"Между тем, - рассуждает Сергей Гусев, - сильно география рынка ШПД уже не поменяется. Здесь прямая аналогия с рынком продовольственных товаров: далеко не всем покупателям нужны супермаркеты. Кого-то устраивают магазины шаговой доступности: с небольшим, но стандартным ассортиментом по определенной цене, они, конечно, будут закрывать определенные потребности пользователей. А так мы придем к ситуации, как на Западе - 90% рынка будет контролироваться крупными операторами".

Ситуация по "локтевой конкуренции", по мнению руководителей компании, очень зависит от региона - "но МРК "Связьинвеста" везде занимают пассивную позицию, - жестко комментирует ситуацию Сергей Гусев, - с ADSL технологиями у них по любому промах и им необходимо активно модернизировать сети, что требует значительных инвестиций, проектной работы, да и с культурой обслуживания клиентов там очень большая проблема. Кроме того, качества сервиса на сети и технического сервиса в нормальные сроки от них ждать не приходится".

Прогнозы

В настоящий момент рынки ШПД и КТВ еще не заполнены полностью, причем в регионах порой случаются интересные наблюдения. Как обмолвился Андрей Семериков "у компании самый высокий процент проникновения ШПД - в Йошкар-Оле, притом, что это самый маленький город, в котором мы ведем операционную деятельность. Как оказалось, процент проникновения интернета обратно пропорционален числу кинотеатров и других публичных мест для проведения досуга и развлечений".

По сути, генеральный директор "ЭР-Телеком" пытается выстроить созвездие из единообразных проектов, которыми было бы легко управлять из-за унифицированной структуры бизнес-процессов. "Наш холдинг как телекоммуникационный "Макдональдс", - с гордостью отмечает он, - в наших сетях все одинаковое, начиная с технических решений и заканчивая организационными. Даже психологические портреты конкретных руководителей подразделений в разных городах одинаковые. У нас нет ни территориальных, ни гендерных, никаких отличий - у нас одинаковые компании во всех регионах присутствия".

Учитывая тот факт, что в 2010 году рост рынка ШПД составит порядка 23% (чуть ниже, чем в 2009 году) и основные деньги можно будет получить в городах с населением 500 тыс. и ниже, подобная стратегия, скорее всего, оправдана.