

УСЛУГИ ФИКСИРОВАННОЙ ТЕЛЕФОННОЙ СВЯЗИ. ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИИ

© 2015 Проскура Дмитрий Викторович
доктор экономических наук, профессор

© 2015 Проскура Наталья Викторовна
кандидат экономических наук, доцент

Нижегородский государственный инженерно-экономический институт
606304, Нижегородская обл., г. Княгинино, ул. Октябрьская, д. 22а
E-mail: dipro@mai.ru; nvproskura@gmail.com

Представлен анализ текущей ситуации на рынке фиксированной связи, описаны тенденции дальнейшего развития, и рассмотрен процесс управления продажами услуг данного вида в телекоммуникационной компании, результатом которого должно стать сохранение существующей базы абонентов и минимизация потерь доходов.

Ключевые слова: местная связь, внутризональная связь, междугородная и международная телефонная связь, рынок фиксированной телефонной связи, инструменты удержания абонентов.

На сегодняшний день в России развитие сферы телекоммуникаций является одним из ключевых направлений движения в процессе развития всей экономики. Телекоммуникационные услуги уже уверенно вошли в ряд наиболее востребованных услуг среди населения страны. Развитие технологий, появление новейших способов связи неуклонно ведут к сокращению объемов потребления традиционных услуг, которые еще десятилетие назад были основными.

К таким услугам, прежде всего, относятся услуги фиксированной телефонной связи, и именно по этой статье доходов в крупнейших телекоммуникационных компаниях наблюдается наибольший спад. В данной работе авторами исследован процесс управления продажами услуг фиксированной связи в компании-операторе при сложившихся неблагоприятных внешних и внутренних условиях.

Необходимо проанализировать экономическую ситуацию в целом по стране. В 2014 г. ВВП вырос только на 0,6 % в годовом выражении. Начался инвестиционный спад. По уточненным данным Росстата, в 2014 г. инвестиции снизились на 2,7 % (прежняя оценка - 2,5 %) после роста на 0,8 % в 2013 г.

Ухудшаются показатели потребительского спроса - темпы роста розничной торговли продолжают падать. Оборот розничной торговли в январе 2015 г. со снятой сезонностью упал на

4,4 %, платные услуги населению остались на нулевой отметке, свидетельствуют данные Росстата. Темпы роста промышленного производства в России минимальны (+0,4 % в 2013 г., +1,7 % в 2014 г.).

По итогам 2014 г. темпы роста реальных доходов населения России впервые с 1999 г. стали отрицательными и составили -0,1 %. Эксперты уже начали фиксировать снижение расходов россиян даже на предметы первой необходимости. Индекс промышленного производства в январе-феврале 2015 г. по сравнению с январем-февралем 2014 г. составил 99,6 %, в феврале 2015 г. по сравнению с февралем 2014 г. - 98,4 %, по сравнению с январем 2015 г. - 99,2 %¹.

Нестабильная экономическая ситуация оказывает сильнейшее воздействие и на бизнес в сфере телекоммуникаций. К тому же в январе 2015 г. Минкомсвязь РФ предложил сократить объем бюджетного финансирования госпрограммы "Информационное общество" (2011-2020) на 83 млрд руб. (или на 6,5 %). Однако, несмотря на сложную экономическую и политическую ситуацию, государство не намерено отказываться от реализации ряда ИТ-проектов. Крупнейшие среди них - это переход к оказанию электронных государственных услуг, информатизация здравоохранения, создание "Электронного бюджета", построение и развитие ГИС ЖКХ и ГИС ТЭК. Одновременно изменившаяся политическая ситуа-

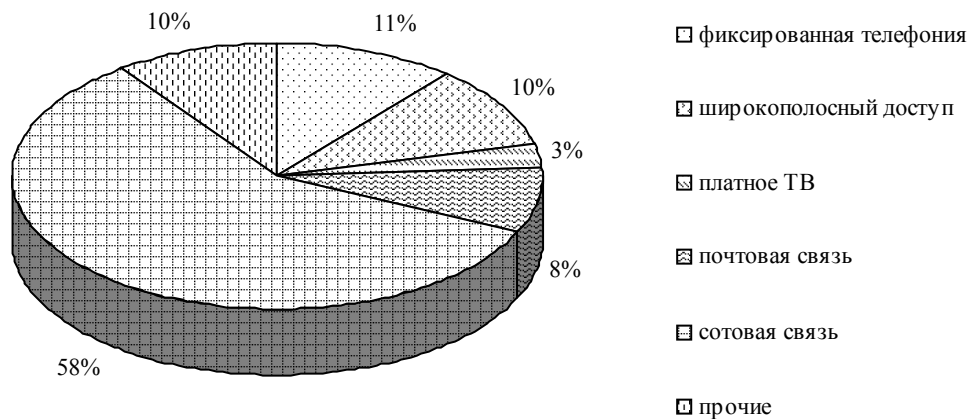


Рис. 1. Структура рынка телекоммуникаций РФ в 2013 г.

ция может стать стимулом для перехода к отечественным разработкам в сфере ИТ, основанным на программном обеспечении с открытым исходным кодом².

На рис. 1 представлена структура рынка телекоммуникаций в России в 2013 г.

К услугам фиксированной телефонной связи относят услуги местной телефонии (городской и сельской), услуги по оказанию внутризоновой телефонной связи и междугородную и международную связь. Объем рынка фиксированной телефонной связи в России, как и во всем мире, продолжает сокращаться. Этому способствуют рост конкуренции со сторо-

ны операторов мобильной связи, развитие IP-телефонии, мобильных интернет-сервисов. На рис. 2 представлена динамика объема услуг телефонной связи, оказанных населению, начиная с 2009 г.³

График подтверждает общую тенденцию: снижение объемов междугородной, международной и внутризоновой связи на 12,1 % в 2013 г. по сравнению с 2012 г. и приостановление роста местной телефонной связи. Общий же объем оказанных услуг телефонной связи ежегодно растет примерно на 5 %⁴.

В 2014 г. объем российского рынка фиксированной телефонной связи уменьшился на 7 % по

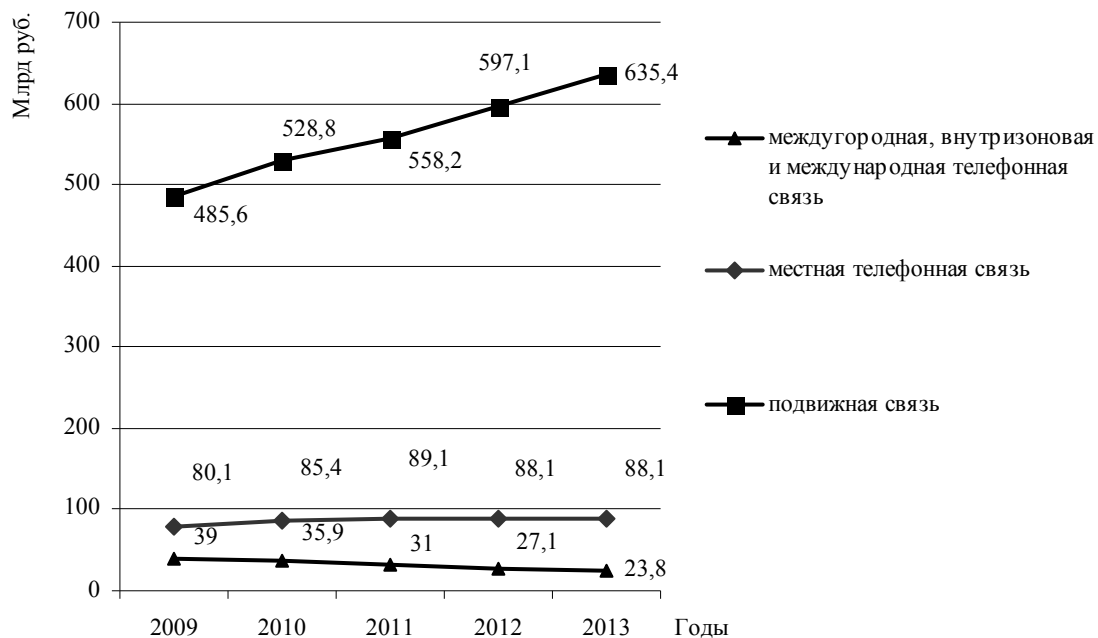


Рис. 2. Объем услуг связи, оказанных населению

Таблица 1

Объем российского рынка фиксированной связи 2013-2014 гг.

Выручка, млрд руб.	2013	Доля, %	2014	Доля, %	Прирост, %	Динамика структуры, процентного пункта
Местная связь	132,6	71,8	126,5	73,8	-5	2,0
Внутризоновая телефонная связь	25,3	13,7	21,6	12,6	-15	-1,1
Междугородная и международная телефонная связь	26,7	14,5	23,3	13,6	-13	-0,9
Итого	184,6		171,4		-7	

сравнению с 2013 г. и составил 184,6 млрд руб. При этом доходы от внутризоновой и дальней связи сокращаются быстрее доходов от местной телефонии, что ведет к постепенному росту доли данного сегмента в общих доходах от фиксированной связи. Так, доля местной связи выросла на 2 % к 2013 г. вследствие снижения доли внутризоновой и междугородной/международной связи на 2 % (табл. 1)⁵.

Изменяется и структура потребителей услуг фиксированной телефонии. Постепенно сокращается доля сегмента частных лиц (B2C), которая более мобильна и наиболее чувствительна к изменению экономической ситуации. И наоборот, бизнес-потребители (B2B) и бюджетные организации (B2G) отличаются большей приверженностью к традиционной телефонии, которая не только обеспечивает надежность соединения, но и является имиджевой составляющей для большинства компаний.

Структура рынка по основным игрокам стабильна на протяжении нескольких лет (табл. 2).

Таблица 2
ТОП-3 операторов фиксированной телефонной связи, 2013, 2014 гг., млрд руб.

Компания	2013	2014	Прирост, %
Ростелеком	113,6	103,4	-9,0
МТС	27,5	26,1	-5,1
Вымпелком	8,5	8,2	-3,5
ИТОГО	149,6	137,7	

Согласно исследованию компании iKS-Consulting лидером является компания «Ростелеком» (60 % рынка). Данное положение компании «Ростелеком» обусловлено и исторически. На втором месте - группа компаний МТС (15 % рынка), в которую входят компания МГТС - крупнейший московский оператор традиционной телефонии и компания ОАО «КОМСТАР - Объединенные Теле-Системы». Третье место принадлежит компании «Вымпелком» (5 % рынка), большую половину доходов от фиксированной телефонии которой приносит дальняя связь⁶.

В 2015 г. эксперты ожидают дальнейшего «свертывания» рынка фиксированной связи. Кризис также может сыграть в этом не последнюю роль. Выделим общие причины снижения выручки от продажи услуг фиксированной связи операторами:

- 1) уменьшение количества абонентов;
- 2) выбор пользователей более выгодных тарифов: переход с безлимитного на комбинированный и повременной;
- 3) увеличение расходов на обслуживание стареющей сети.

Очевидно, что кризисные явления в экономике, состояние неопределенности финансового рынка заставляют людей экономить, в том числе и на услугах связи. Одновременно с этим возможно то, что операторы пойдут на повышение тарифов как на местную, так и на международную связь в целях сохранения выручки и компенсации затрат и с учетом изменений на валютном рынке.

Далее подробно проанализируем деятельность компании - лидера телекоммуникационного рынка ОАО «Ростелеком» в сфере проводной фиксированной связи.

Доходы от проводной телефонии в компании «Ростелеком» снижаются с 2009 г. При этом в структуре доходов от услуг голосовой связи оператора этот вид телефонии все еще занимает более 80 % . В то же время у конкурентов «Ростелекома» доходы от услуг голосовой связи растут, поскольку основная их доля формируется за счет мобильной связи.

Услуги голосовой фиксированной связи являются традиционными для «Ростелекома» и составляют значительную долю бизнеса компании. На рис. 3 представлена структура доходов компании на примере одного из региональных филиалов⁷.

С целью сохранения абонентской базы по услугам междугородной телефонной связи и локализации междугородного трафика в IV квартале 2013 г. во всех макрорегиональных филиалах впервые были

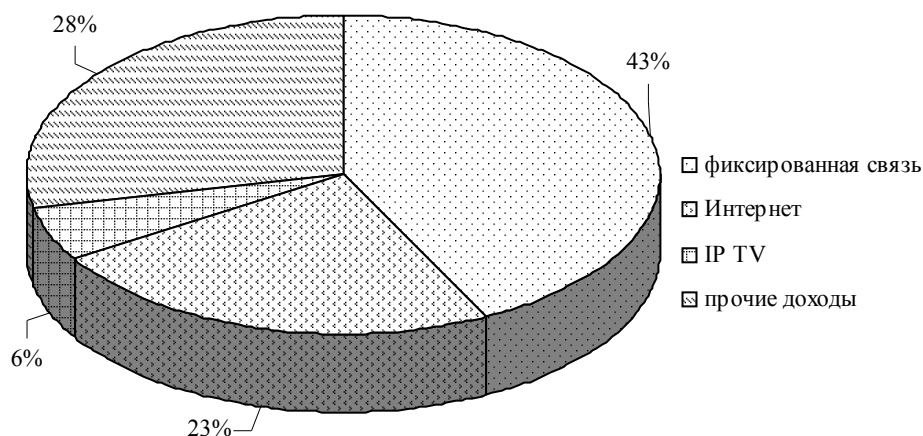


Рис. 3. Структура доходов филиала компании ОАО «Ростелеком» в 2014 г.

введены внутрисетевые тарифные планы для населения на услуги междугородной телефонной связи. Они позволяют абонентам местной телефонной связи от «Ростелеком» значительно экономить на междугородных соединениях, совершаемых как на фиксированные, так и на мобильные номера компании вне зависимости от направления вызова.

Кроме того, «Ростелеком» активно развивает новые технологии, приходящие на смену традиционным услугам для корпоративного сегмента. В 2013 г. для клиентов юридических лиц (в том числе для участия в тендерах/конкурсах/торгах) на территории Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга, Новосибирска и Центрального федерального округа внедрена в эксплуатацию новая услуга «Новая телефония» (Облачная АТС). «Новая телефония» - это инновационный сервис по телефонизации офиса, позволяющий получить доступ к корпоративной телефонии из любой точки, где есть доступ в Интернет. Для получения представления о качестве и возможностях услуги на сайте «Ростелеком» возможно

организовать бесплатный тестовый доступ к услуге. Ввод новой услуги сопровождался маркетинговыми мероприятиями, целью которых было создание информационного пространства вокруг услуги и привлечение потенциальных клиентов.

Проанализируем объем и структуру доходов компании по видам фиксированной телефонии за прошедшие 4 года.

На протяжении четырех лет доля услуг фиксированной связи в общих доходах компании постепенно снижается с 43,6 до 35,6 %. Снижаются сами доходы - на 21,8 млн руб. к 2014 г. В структуре фиксированной связи до 73,4 % занимает местная телефонная связь, городская и сельская. На 5 % сократилась доля международной и междугородной связи, абоненты которой перешли на использование беспроводной связи, новейших интернет-приложений Skype и Viber. Доходы от внутризоновой связи за 4 года сократились на 6,7 млн руб. (табл. 3)⁸.

Отметим, что в кризис телекоммуникации являются одной из самых устойчивых сфер. В

Таблица 3

Доходы компании «Ростелеком» от оказания услуг фиксированной связи в 2011-2014 гг.

Вид услуг	Доходы							
	2011, млн руб.	доля, %	2012, млн руб.	доля, %	2013, млн руб.	доля, %	2014, млн руб.	доля, %
Городская и сельская телефонная связь	86 061,0	65,4	85 734,0	68,7	87 323,0	71,8	80 528,0	73,4
Внутризоновая телефонная связь	21 393,0	16,3	18 754,0	15,0	17 128,0	14,1	14 669,0	13,4
Междугородная и международная телефонная связь	24 070,0	18,3	20 390,0	16,3	17 100,0	14,1	14 561,0	13,3
Итого фиксированная связь	131 524,0		124 878,0		121 551,0		109 758,0	
Итого доходы компании	301 494,0		321 251,0		325 704,0		310 917,0	
Доля услуг фиксированной связи в общих доходах, %	43,6		38,9		37,3		35,3	

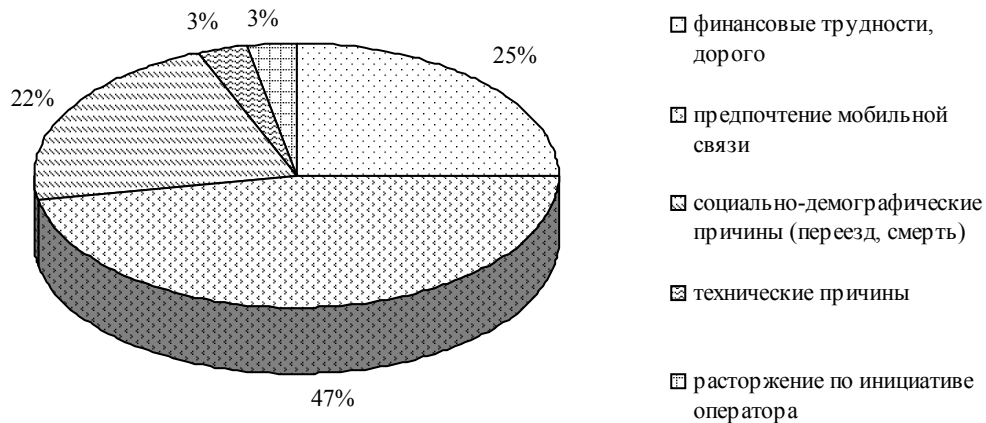


Рис. 4. Структура причин отказа от пользования услугами фиксированной телефонной связи

кризис 2008 г. потребление телекоммуникационных услуг не упало, а выросло. Выделим, каким образом кризисные явления могут положительно повлиять на рынок фиксированной связи:

- 1) абоненты начинают больше общаться с родными - чаще используют междугородную связь;
- 2) абоненты находятся в поисках работы - растет местный трафик;
- 3) кредитная система оплаты становится более выигрышной;
- 4) в связи с современной ситуацией на Украине растет международный трафик.

Однако очень многие абоненты принимают решение отказаться от услуг фиксированной связи. Так, количество абонентов местной телефонной связи, согласно Годовому отчету компании «Ростелеком», за 2014 г. уменьшилось на 8 % до 24,2 млн абонентов, прежде всего, вследствие изменения предпочтений конечных пользователей в отношении способов осуществления звонков и миграции соответствующего трафика в сети мобильных и VoIP-операторов.

Представляется интересным проведение исследования основных причин, по которым пользователи компании-оператора отказываются от услуг телефонной связи, и разработка мероприятий, которые бы способствовали удержанию действующих абонентов и привлечению новых.

Был проведен анализ причин оттока пользователей фиксированной связи в Кировском филиале МРФ «Волга» ОАО «Ростелеком». В структуре выручки филиала традиционные услуги занимают более 62 %. Абонентская база на конец 2014 г. составляла 246,5 тыс. абонентов, уменьшившись за год на 9,3 %. Безусловно, причина

отказа от пользования услугами у каждого абонента может быть своя. Но представляется возможным разделить эти причины на группы и изучить структуру причин оттока. Вполне очевидно, основной причиной отказа от услуг является предпочтение мобильной связи, звонков через Интернет - 47 %. Далее, в регионах России оказывают сильнейшее влияние на услуги связи социально-демографические факторы, такие как миграция населения в крупные города, старение населения, высокая смертность, низкий уровень жизни. Данные причины занимают также 47 % всех обращений. Процент отказа от услуг по техническим причинам не высок, и 3 % приходится на должников, от сотрудничества с которыми компания отказывается по собственной инициативе (рис. 4).

Для того чтобы снизить сокращение базы абонентов, сохранить выручку от услуг фиксированной телефонии, необходима разработка комплексных мероприятий по удержанию абонентов. Каждому абоненту нужно сделать такое предложение, после которого он задумается, а в идеале передумает расторгнуть договор. Комплексные меры, так называемые инструменты удержания, могут содержать в себе различные скидки, программы лояльности, привилегии для постоянных пользователей, тарифные планы, предусматривающие конкретную выгоду, в частности на междугородные или международные разговоры.

В табл. 4 приведен пример применения инструментов удержания в зависимости от причин, которые побудили абонента отказаться от пользования услугами.

Несомненно, сохранить клиента гораздо сложнее, чем привлечь, но именно сохранение абонентской базы и сохранение уровня доходов

Таблица 4

Инструменты удержания абонентов

№ п/п	Причина обращения для расторжения	Инструменты удержания
1	Высокая стоимость услуг	Смена тарифного плана Скидки по бонусной программе Единовременная индивидуальная скидка
2	Предпочитаю мобильную связь	Смена тарифного плана на МГ/МН связь Конкурентные преимущества (надежность и стабильность стационарной связи)
3	Временные финансовые трудности	Смена тарифного плана на более экономный Скидки по бонусной программе Временная блокировка услуг
4	Социально-демографические причины (смерть, переезд)	Сертификат на бесплатную установку услуги по новому адресу Переоформление договора на родственников Продажа услуг новым собственникам квартиры
5	Технические причины	Выезд технического специалиста Единовременная индивидуальная скидка Уменьшение цены услуги

должны являться приоритетными направлениями в стратегии продаж услуг фиксированной телефонии.

Таким образом, грамотная тарифная политика, серьезная работа по удержанию каждого абонента, применение маркетинговых инструментов, индивидуальный подход к каждому абоненту, позволяющий максимально решить его проблему, позволит компании сохранить доходы от традиционной телефонии на планируемом уровне.

Итак, можно сделать вывод, что услуги фиксированной телефонии, несмотря на отрицательную динамику, которая, скорее всего, сохранится и в последующие годы, продолжают приносить значительные доходы телекоммуникационным компаниям и остаются востребованными среди россиян, а в дальних уголках страны домашний телефон зачастую является единственным средством связи. В2В- и В2G-потребители в ближайшие годы так же не смогут найти замену фиксированной связи. Поэтому развитие рынка данных услуг с учетом складывающейся конъюнктуры

представляется нами перспективным направлением в деятельности телекоммуникационных компаний.

¹ О промышленном производстве в январе-феврале 2015 года / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d05/46.htm.

² Развитие информационного общества профинансируют в 30 регионах РФ. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php>.

³ Проскура Д.В., Проскура Н.В. Телекоммуникационные компании России. Анализ новейших направлений развития // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 6. URL: <http://www.hses-online.ru/2014/06/09.pdf>.

⁴ О промышленном производстве...

⁵ Российский рынок фиксированной телефонии. Итоги 2014 года" iKS-Рейтинг. URL: <http://www.iksconsulting.ru/raitings-217.html>.

⁶ Там же.

⁷ Финансовые и операционные показатели за 2014 год. ОАО "Ростелеком". URL: http://www.rostelecom.ru/ir/results_and_presentations/financials/IFRS.

⁸ Там же.

Поступила в редакцию 06.12.2014 г.