

ТЕНДЕНЦИИ

# НЕДОРОГОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ

## Расценки на услуги интернет-провайдеров продолжают снижаться

Конкуренция заставляет интернет-провайдеров делать услуги максимально привлекательными для абонентов. И общая тенденция на рынке – рост скоростей при снижении цен. Провайдеры и эксперты полагают, что повышение цен на интернет-услуги в перспективе маловероятно.

Татьяна МАТВЕЕВА, Эльдана САБИТОВА

### ВОСТРЕБОВАННЫЙ ПРОДУКТ

Средняя месячная аудитория Интернета в России в 2011 году увеличилась на 17%. Теперь этот показатель составляет 54,5 млн человек. В прошлом году Россия вышла на шестое место в мире по количеству абонентов, подключенных к широкополосному доступу в Интернет. Широкополосный доступ был подключен в 21,7 млн российских домохозяйств (39% всех домохозяйств страны). Таковы данные интернет-компании «Яндекс». Причем, как отмечается в исследовании, 93% новых российских пользователей прожигают за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Впрочем, несмотря на быстрый рост, проникновение Интернета в регионах пока значительно уступает Москве и Санкт-Петербургу, где оно превышает 65%. В среднем же, по федеральным округам этот показатель составляет 44%. По результатам исследования «Яндекса», скорость доступа в Интернет в регионах меньше, чем в Москве и Санкт-Петербурге. Если в регионах самая распространенная скорость доступа в Сеть выросла на 156% до 0,4 Мбит/с (причем доступ в Интернет на такой скорости стоит, как правило, 500-600 рублей), то в столичных городах России – на 50% до 16,5 Мбит/с. Кроме того, за 2011 год цены на Интернет в реги-



онах снизились в среднем на 60%. Больше всего за доступ в Сеть платят жители Дальневосточного округа, меньше всего – Центрального.

Аналитик УК «Финам Менеджмент» Анна Зайцева напоминает, что тенденция к снижению цен началась еще раньше. Эксперт приводит данные компании «Яндекс» за 2010 год. Тогда средняя стоимость доступа в зависимости от округа снизилась на 30-60%. «В частности, в ПФО снижение составило 43%. Мы полагаем, что тенденция к снижению в целом сохранилась в течение 2011 года, и по итогам периода снижения также измерилось двузначными показателями», – отмечает Анна Зайцева.

### ТРЕНД НА ПониЖЕНИЕ

PR-менеджер филиала «ЭР-Телеком» в Самаре (бренд «Дом.ру») Дмитрий Дорошенко сообщает, что в течение нескольких последних лет на интернет-рынке наблюдалась устойчивая тенденция к снижению стоимости услуг. «С развитием

**Локальные операторы придерживаются тактики повторения за лидерами рынка. И сейчас на самарском рынке большинство игроков предлагают тарифы со схожими характеристиками**

технологий и ростом конкуренции самарский рынок широкополосного доступа в Интернет закономерно движется в сторону увеличения скоростей и снижения тарифов, – поясняет заместитель генерального директора по стратегическому планированию группы компаний «Теленет» Наталья Васильева. – В 2011 году расценки на услуги провайдеров существенно не менялись, цены сохранились на прежнем уровне. Более того, большинство провайдеров в рамках специальных акций снижали цены на услуги доступа в Интернет (в частности, в компа-

нии «Теленет» в рамках акции «Толстый Интернет» и «Теленет» предлагали подключение к услуге доступа в Сеть со значительными скидками), запускали выгодные пакетные предложения для абонентов (в настоящее время действует акция «1 Ц – Интернет+Цифровое кабельное телевидение» от 415 рублей в месяц).

Начальник отдела по связям со СМИ Самарского филиала ОАО «Ростелеком» Елена Чистова также отмечает, что в 2011 году в массовом сегменте наблюдалась тенденция к снижению тарифов на услуги доступа в Интернет. «Основной фактор – это все более ужесточающаяся конкурентная ситуация, появление новых игроков на рынке, а также появление более легких в подключении вариантов доступа в Интернет», – сообщает эксперт. – Примером служат новые предложения услуг доступа в Интернет от Ростелеком, где за скорость доступа до 50 Мбит/сек абонент платит всего 303 рубль в месяц при отсутствии

ограничений по объему скачанного трафика. Заказывая услуги в комплексе, абонент дополнительно получает до 27% скидку на услуги IP-TV и до 120 минут внутрисетевых и международных вызовов в подарок.

Что же касается корпоративных клиентов, в их отношении у большинства провайдеров, как правило, действует особая ценовая политика. В частности, сообщает Наталья Васильева, компания «Теленет» делает упор на индивидуальный подход, предлагая организациям тарифы в зависимости от их потребностей и финансовых возможностей. А при необходимости компания и вовсе разрабатывает индивидуальные тарифные планы для корпоративных клиентов.

По словам Елены Чистовой, в 2011 году в корпоративном секторе преобладали предложения гибких тарифных планов и индивидуального подхода. Намечалась тенденция к снижению тарифов с одновременным увеличением объемов услуг.

### ПРЕКРАСНОЕ БУДУЩЕ

«Мы ожидаем, что в последствии одним из драйверов дальнейшего снижения может стать переход на более совершенные мобильные решения, в частности, использование сетей четвертого поколения и технологии LTE», – заявляет Анна Зайцева.

И по мнению Натальи Васильевой, вряд ли в ближайшее время можно говорить о росте цен на услуги интернет-провайдеров. Дмитрий Дорошенко также уверен, что сейчас, в условиях высокой конкуренции, потенциальный тренд останется актуальным. «В обозримом будущем повышение цен представляется маловероятным. Скорее, наоборот – привлекая новых абонентов, провайдеры предлагают все новые акционные предложения, в рамках которых на время снижают размер абонентской платы», – подкрепляет эксперт.

Считает маловероятным повышение тарифов на массовом рынке в крупных регионах с большим количеством действующих провайдеров и Елена Чистова. «В борьбе за абонента провайдеры стараются сделать услугу максимально привлекательной, обеспечить высокие скорости по минимальной цене. Это касается в первую очередь крупных федеральных провайдеров. Более мелкие локальные операторы придерживаются тактики повторения за лидером и вынуждены прибегать к таким же инструментам. Поэтому на данный момент на самарском рынке сложилась ситуация, когда большинство игроков предлагают тарифы со схожими характеристиками», – отмечает Елена Чистова. – В корпоративном секторе цены на услуги сети передачи данных имеют тенденцию к незначительному снижению либо стабилизации. Сейчас провайдеры активно продвигают пакетные предложения услуг, в которые будут включаться основные услуги связи в различных вариантах. Это может дать относительный рост общего счета за услуги связи, но при этом стоимость каждой из услуг может снижаться».

ИНТЕРНЕТ

## Мобильное ТВ

### Любимые программы - с экрана телефона

«Видео-портал» стал одним из самых популярных сервисов «МегаФон». Смотреть ТВ по телефону предпочитают более 90 000 абонентов в Поволжье\* - количество подписчиков услуги всего за год увеличилось в полтора раза.

Ирина БОНДАРОВА

«Видео-портал» - это альтернатива обычному ТВ, реализованная в мобильном формате. Подключив сервис, можно просматривать десятки информационных, развлекательных, познавательных, образовательных, музыкальных видеоканалов и сотни видеороликов с экрана своего телефона - где и когда удобно. В сравнении с телевидением он имеет очевидные преимущества. Во-первых, пользователи независимы от программы вещания и могут сами выбирать, что и когда смотреть. Во-вторых, в подписках «Видео-портала» есть программы, которые не идут на обычном ТВ.

Приложение «Видео-портал» разработано для пяти мобильных операционных систем: Windows Mobile Professional, Windows Mobile Standard, Symbian, iOS (iPhone и iPad), Android.

Подключив услугу, можно выбрать наиболее подходящий пакет программ. Так, «Базовый пакет» включает наибольшее количество информационных, развлекательных и музыкальных каналов. «Детский пакет» порадует самых маленьких зрителей – это сказки, отечественные и зарубежные мульт-

фильмы, «Ералаш» и т. д. «Первый Развлекательный» - лучшие комедийные шоу, юмористические программы и сериалы (Comedy Club, «Реальные пацаны», «Интерны» и т. д.). «Пакет Спорт» - не только футбол и хоккей, но также и экстремальный спорт, фитнес и даже покер и многое другое.

Чтобы попробовать «Базовый пакет» услуги, нужно ввести команду \*506# и нажать клавишу вызова. Абонентская плата – всего 8 рублей в день с НДС, мобильный трафик при этом входит в стоимость. Также можно зайти на сайт m.megafonpro.ru/vr, чтобы ознакомиться с перечнем каналов и подключить любой из предлагаемых пакетов.

\* Поволжский филиал ОАО «МегаФон» («МегаФон» в Поволжье) включает в себя субъекты РФ: Астраханскую, Волгоградскую, Оренбургскую, Пензенскую, Самарскую, Саратовскую, Ульяновскую области, а также Республики Башкортостан, Калмыкия, Марий Эл, Мордовия, Татарстан и Чувашскую Республику.

Подробнее – на сайте www.mega.ru, по телефону информационной службы 0500 (внутри сети) или 8 9271 110 500 (с любого телефона), реклама

СЕТЬ

## Сервис для меломана

### Сайт в помощь любителям музыки



Настоящий меломан, как правило, в курсе новостей, касающихся любимых исполнителей и групп. Но если интересных музыкантов много, а времени следить за их творчеством нет, то помогут специальные сервисы.

Семен ТРОФИМОВ

### В СПИСКАХ ЗНАЧИТСЯ

Конечно, можно самому регулярно проверять твиттеры и официальные странички любимых исполнителей, а также различные форумы. А можно получать уведомления по электронной почте, когда выходит новый альбом или сингл. Музыкальный информер (album-info.ru) предоставляет такую возможность. Чтобы воспользоваться сервисом мониторинга изменений в музыкальных дискографиях, нужно зарегистрироваться на сайте, указать свой e-mail и отметить исполнителей и группы, которые вас интересуют. Чтобы добавить исполнителя в свой каталог, нужно написать в специальном окне первые буквы имени исполнителя и выбрать его из выпадающего списка. Артикль при этом указывать не нужно. Кнопки «Сохранить» здесь нет, изменения вступают в силу автоматически.

### ПОДЕЛИТЬСЯ ИНФОРМАЦИЕЙ

Как сообщает создатель сайта, мониторинг дискографий ведется с 2009 года, в системе имеется более 16 тыс. релизов разного типа. Списки обновляются несколько раз в день. Команда сервиса предупреждает, что информация о релизах может появиться на сайте с некоторым отставанием от официального выхода. Особенно если это релизы малоизвестных исполнителей. В информации об альбоме или сингле входит следующая информация: внешний вид обложки, дата выхода, жанр, список композиций. Также на страничке имеются ссылки на ресурсы, которые помогут найти интересующий вас релиз.

Если вы еще не определились, приобрести ли новый альбом, можно почитать впечатления тех, кто уже ознакомился с ним. На сайте поощряется комментирование релизов. Самые интересные и емкие комментарии к альбомам, написанные пользователями сайта, администрация сайта публикует в разделе «Рейтинги». Кроме того, за хорошие комментарии пользователь может увеличить лимит доступных исполнителей в личном каталоге.

Также команда сайта приветствует в комментариях ссылки для скачивания релизов, «особенно если это будут ссылки, предоставленные самим исполнителем или правообладателем».

После добавления интересующих исполнителей можно сразу переходить в свой каталог релизов. Для этого нужно выбрать в меню раздел «Релизы». Там появятся уже имеющиеся в каталоге релизы. Можно сократить список исполнителей из вашего списка. Можно сократить список, выбрав название или имя в разделе «Мои исполнители» и вид релиза (Album, EP, Single, Promo, Live, Compilation и т.д.) в разделе «Все статусы».

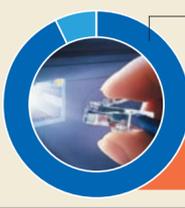
В каталог исполнителей впоследствии можно вносить изменения, удалять и добавлять имена и названия. Если интересующего исполнителя нет в списке, организаторы сервиса просят сообщить об этом через сервис обратной связи. Для этого нужно в свободной форме написать, кого именно из исполните-

лей вы хотели бы видеть на сайте, а команда музыкального информера рассмотрит возможность добавления его в базу.

Партнер Рубрики Программы «Азбука Потребителя»



## ДИНАМИКА РЫНКА УСЛУГ ИНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕРОВ



**93%** новых российских пользователей прожигает за пределами Москвы и Санкт-Петербурга

**НА 17% УВЕЛИЧИЛАСЬ В 2011 ГОДУ СРЕДНЯЯ МЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ**

Анна ЗАЙЦЕВА, аналитик УК «Финам Менеджмент»:

– Стоит подчеркнуть, что в последние годы на фоне бурного развития индустрии сохраняется тенденция к существенному снижению стоимости доступа. Естественно, рост проникновения, развитие технологий (в частности, динамичное развертывание ШПД), усиление конкуренции – становятся основными факторами дальнейшего снижения стоимости доступа. Мы не видим оснований для роста стоимости услуг провайдеров в дальнейшей перспективе.

Елена ЧИСТОВА, начальник отдела по связям со СМИ Самарского филиала ОАО «Ростелеком»:

– Основные факторы, влияющие на стоимость услуг, – это стоимость внешних ресурсов (не важно, собственные или приобретаемые) и затраты на строительство и развитие сети передачи данных, развернутой на территории обслуживания. В большинстве случаев размер тарифов не зависит от технологии предоставления услуг, а зависит лишь от характеристик тарифных планов.

Наталья ВАСИЛЬЕВА, заместитель генерального директора по стратегическому планированию группы компаний «Теленет»:

– Сегодня уже никого не удивит тарифами доступа в Интернет на скоростях до 100 Мбит/с при сохранении цен на прежнем уровне. В конкурентной борьбе за абонента на первый план выходит повышение качества услуги (рост скоростей) и качества сервиса, предоставление абонентам дополнительных бонусов и дополнительных услуг за те же деньги.

ПОИСК

## Скидка за бренд

### Насколько выгодно покупать телефон под лейблом оператора

«Большая тройка» операторов в последние годы активно развивает и регулярно дополняет собственные линейки телефонных аппаратов. Устройства под лейблами «МТС», «МегаФон» и «Билайн» продаются через розничные сети операторов и выделяются среди стройных рядов конкурентов ценой. Стоит ли руководствоваться только этим критерием при их выборе?

Илья КАЗАКОВ

### ОЧЕНЬ НЕДОРОГО

Выбор телефона под брендом оператора в целом не отличается от выбора телефона под любым известным лейблом. В то же время среди конкурентов предложения от операторов, как правило, выделяются низкой ценой, и покупателю важно понимать почему. Как правило, телефоны, которые предлагаются под брендом оператора связи, сделаны не ведущими производителями. Nokia, Samsung и другие заметные игроки нацелены на продажи телефонов под собственным именем, устройства этих производителей достаточно дорогие и не подходят для создания на их базе изначально нацеленного на дисконт предложения.

Но многочисленные компании-сборщики телефонов из Юго-Восточной Азии (преимущественно Китая и Тайваня), не обладающие собственными раскрученными лейблами, очень охотно продают партии своих устройств операторам для последующего брендирования. Чаще всего на корпусе таких устройств стоит только лейбл оператора, тогда как название производителя скрыто где-то в недрах устройства, под батареей.

Главным плюсом таких аппаратов для мобильных компаний является возможность настроить их под себя – в частности, установить собственные сервисы. Благодаря брендированию стоимость телефонов постоянно падает. Еще два года назад минимальная стоимость нового аппарата колебалась в районе 2 тыс. рублей. Но, как оказалось, это не предел. Современные доступные «экономки» взяли новый психологический рубеж – менее 1 тыс. рублей.

Например, в ассортименте «МегаФона» присутствует аппарат под названием МегаФон G2200, который стоит 899 рублей. С технической точки зрения, G2200, который в первой жизни является одноименным телефоном компании Huawei и относится к аппаратам из серии «проще некуда», помимо голосовой связи и обмена SMS-сообщениями, может похвастаться лишь будильником и достаточно емкой батареей в 700 мА/ч.

Немного интереснее выглядит предложение от Билайна – аппарат под названием Билайн А100, имеющий цветной экран, FM-радио, GPRS-интернет, MP3-плеер и даже фонарик, в комплекте со стереогарнитурой обойдется даже дешевле – в 850



На корпусе брендированных телефонов стоит лейбл оператора, а название производителя скрыто

рублей. Но, конечно, А100 сложно назвать устройством для выхода в Интернет – разрешение его 1,4 дюймового дисплея составляет всего 128x128 точек, и встроенный браузер способен корректно показывать лишь WAP-сайты.

МТС также не отстает от конкурентов и предлагает в этом сегменте телефон МТС 352. Цена аппарата – 840 рублей. Помимо цветного дисплея с параметрами, как и у А100, он также получил слот под карту памяти MicroSD (до 4 Гб), MP3-плеер, камеру VGA (0,3 Мп), FM радио с поддержкой RDS и фонарик.

МТС также не отстает от конкурентов и предлагает в этом сегменте телефон МТС 352. Цена аппарата – 840 рублей. Помимо цветного дисплея с параметрами, как и у А100, он также получил слот под карту памяти MicroSD емкостью до 8 Гб.

За чуть большую сумму (2990 рублей) «МегаФон» предлагает свое видение телефона в этом сегменте – U1270. Реальный производитель U1270 – китайская компания Huawei. Список технических характеристик этого аппарата включает в

себя поддержку 3G-сетей, экран диагональю в два дюйма, FM-радио, 15 Мб встроенной памяти, поддержку карт памяти объемом до 8 Мб, GPRS, Bluetooth, Java, а также две камеры – основную на 2 мегапикселя и фронтальную 0,3 мегапикселя.

МТС в этом сегменте предлагает телефон МТС Qwerty 655 Black. Его принципиальное отличие от конкурентов – наличие большого дисплея и, как следует из названия, Qwerty-клавиатуры. Телефон работает в сети 3G, но у него всего одна фронтальная камера в 2 мегапикселя и, соответственно, возможность совершать видеозвонки нет.

### УМНЫЕ УСТРОЙСТВА

На «смартфоне» fronte конкуренция еще более