

15 → В бизнесе остались те, кто хотел им заниматься, благо криминальные разборки постепенно сошли на нет. «Как раз в это время среди предпринимателей появилось довольно много представителей новой молодежи, которые сразу после окончания вуза пытались создать свой бизнес. Рост экономики и общие оптимистичные ожидания начала 2000-х способствовали этому», — говорит Андрей Яковлев. Но этот период оказался недолгим. Новый рост силового давления на бизнес после «дела ЮКОСа», когда рейдерскими захватами стали заниматься уже не бандиты, как в 1990-е, а правоохранители, привел к тому, что желающих завести свой бизнес поубавилось, особенно среди молодежи, которая теперь в ответах на соцопросы мечтала не о своем деле, а о работе в госсекторе.

Эта тенденция продолжается и сегодня, считает господин Яковлев. По его словам, сейчас в бизнесе преобладают люди, которые начинали его в 2000-е годы еще молодыми, и это отражается на статистике, согласно которой возраст среднестатистического российского предпринимателя растет.

ИЗ ПРОШЛОГО В БУДУЩЕЕ «Перед тем как начать свой бизнес в 19 лет, я размышлял над тем, какие качества для этого нужны, — вспоминает Михаил Гончаров, основавший в 1998 году сеть ресторанов быстрого питания «Теремок». — Тогда пришел к выводу — и потом каждый раз находил подтверждения своим размышлениям, — что это ровно те качества, которые у тебя есть. Успеха в бизнесе добиваются совершенно разные люди: и жадные, и щедрые, и веселые, и хмурые, и трудолюбивые, и ленивые. Другой вопрос, как добиться успеха? А здесь без упорства, настойчивости и интеллекта не обойтись».

По словам владельца сети ресторанов «Евразия» и фитнес-клубов «Фитнес Хаус» Алексея Фурсова, открывшего свой первый общепит в 2001 году, для предпринимателя во все времена важно уметь чувствовать бизнес и «быть отцом, царем и богом» для людей, с которыми работаешь. «Если говорить о том, что поменялось, то, наверное, стоит сказать, что время дерзких и резких прошло и настало время осторожных и рассудительных», — уверен бизнесмен.

Марк Лернер, основавший в 2005 году группу компаний «Петрополь» (девелопмент, брокеридж, консалтинг), среди качеств, которые нужны были бизнесменам в то время, называет аналитичность, решительность. «Сегодня смелость нужна скорее, чтобы продолжать вести бизнес, — говорит он. — Бизнес-среда изменилась за последние годы. Очень сложно найти тех, кто держит слово, что раньше очень ценилось. Теперь каждый — хозяин своего слова: „захотел дал, захотел забрал обратно“. Те же, кто сегодня начинает свой бизнес, должны быть внимательны к деталям, осторожны и уметь просчитывать все риски».

Каков будет предприниматель в России еще через 30 лет, сегодня сказать трудно. Более половины респондентов (56%) опроса PwC, считают, что предстоящие три десятилетия российский бизнес будет, скорее всего, позитивно развиваться. Пятая часть опрошенных убеждена, что он обречен на деградацию, а еще столько же — что не изменится ровным счетом ничего. Причем, как замечают в PwC, больше всего скептиков среди бизнесменов из 1990-х. ■

ПРЕСЫЩЕННЫЕ СВЯЗЬЮ

ЗА ТРИДЦАТЬ ЛЕТ С МОМЕНТА ЗАРОЖДЕНИЯ РЫНОК СОТОВОЙ СВЯЗИ В РОССИИ УСПЕЛ ДОСТИЧЬ СТАДИИ ПЕРЕНАСЫЩЕНИЯ, И В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ СОТОВЫЕ ОПЕРАТОРЫ ЗАНЯТЫ ПОИСКОМ НОВЫХ ИСТОЧНИКОВ РОСТА. ПАНДЕМИЯ УСКОРИЛА ЭТОТ ПРОЦЕСС. АНЖЕЛИКА ТИХОНОВА

Золотая эра сотовой связи закончилась в 2012 году. Тогда операторы большой четверки (МТС, «Мегафон», «Билайн» и Tele2) одновременно зафиксировали падение базы абонентов. Спустя год было упразднено «мобильное рабство», это на какое-то время дало операторам возможность расширять базу за счет переманивания абонентов лучшими предложениями. Затем компании сделали ставку на MVNO (Mobile Virtual Network Operator) — виртуальных операторов сотовой связи, которые должны были «раскачать» стагнирующий сотовый рынок. Так, на базе Tele2 заработали, например, виртуальные операторы «Сбермобайл» (Сбербанк), «ТТК Мобайл» (РЖД), «Тинькофф Мобайл» (Тинькофф-банк) и другие. Самую большую абонентскую базу в области MVNO собрал благодаря Yota «Мегафон». На сети МТС заработал виртуальный оператор МГТС. Но и здесь, судя по оценке экспертов, грандиозных успехов не случилось. Пока доля виртуальных операторов, как сообщал ранее «Ъ», немногим больше 1%, и серьезного влияния они не оказывают.

Тем временем проникновение сотовой связи усиливается. По итогам 2019 года в Петербурге и Ленинградской области, согласно данным консалтингового агентства Advanced Communications & Media, оно выросло до 263%. Погоня за долей в подключениях новой выручки не приносит, как, впрочем, не увеличивают ее и снижение цен на услуги, безлимитные тарифы, пакетные предложения с увеличенным объемом услуг.

«Сегодня рынок очень конкурентный, — говорит Алексей Титов, директор по региональному развитию ПАО «Мегафон», — чтобы удерживать свою долю рынка, его игрокам нужно максимально точно прогнозировать тренды покупательского спроса и быстро подстраиваться под новые тенденции. Инициативы операторов направлены на то, чтобы клиент был удовлетворен обслуживанием, получал персональные предложения. При этом базовые потребности клиентов остаются прежними, и операторам необходимо обеспечивать покрытие сети и качество связи, высокий уровень сервиса».

Чтобы соответствовать запросам времени, операторы в последние годы активно осваивают IT, медиа и другие смежные рынки. Практически у всех есть специальные предложения для любителей музыки, цифровое ТВ, OTT-сервисы, финансовые сервисы, Big Data, интернет вещей (IoT). «Еще до пандемии мы обновили собственную бизнес-стратегию, которая ориентирована на создание полноценной экосистемы диджитал-продуктов вокруг потребностей клиента, — сообщают в петербургском филиале ПАО «МТС». — Например, у МТС у единственной компании есть все среды передачи ТВ-сигнала: кабельное ТВ, IPTV, спутниковое и OTT. Одной из частей этой системы становится



ОДНИМ ИЗ ПЛЮСОВ ПАНДЕМИИ СТАЛ ПЕРЕНОС НА ГОД ИСПОЛНЕНИЯ «ЗАКОНА ЯРОВОЙ», КОТОРЫЙ ОБЯЗЫВАЕТ ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ И ИНТЕРНЕТ-КОМПАНИИ ХРАНИТЬ ЗАПИСИ ТЕЛЕФОННЫХ РАЗГОВОРОВ, SMS И ИНТЕРНЕТ-ТРАФИКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ШЕСТЬ МЕСЯЦЕВ

создание и дистрибуция эксклюзивного контента, что позволит укрепить конкурентное преимущество».

В среднем все эти дополнительные услуги (Value Added Services, VAS), благодаря которым сотовые операторы пытаются выйти за пределы традиционного телекома, совокупно составляют, по оценкам AC&M Consulting, до 13% от мобильной сервисной выручки (без учета передачи данных в сетях мобильной связи). «В диджитал-среду переходят и бизнес, и частные клиенты. Как итог — растет потребность в высоких скоростях передачи данных, объемах трафика и качестве связи. Бизнесу жизненно необходимы цифровые инструменты для организации работы в новых условиях. В выигрыше тот, кто придерживается этой стратегии», — уверен господин Титов.

Впрочем, ощутимые коммерческие успехи VAS — все-таки дело будущего. Пока рынок телекома замедляет рост. Если в 2017-м и 2018-м рост, по оценке аналитического агентства «ТМТ Консалтинг», составил 2,7 и 3,3% соответственно, то в 2019 году — всего 2,1%, а общий объем рынка составил 1,73 трлн рублей. И основную долю доходов отрасли пока формирует сегмент мобильной связи — до 60%.

По оценке Леонида Делицына, аналитика ГК «Финам», по итогам 2020 года выручка МТС вырастет на 2% и составит 502 млрд рублей. «Однако на статус крупнейшего по выручке российского оператора связи может претендовать и „Рос-

телеком“, который и увеличил выручку, и ускорил темпы прироста благодаря поглощению Tele2 («Ростелеком» и Tele2 начали слияние в мае 2019 года, в мае 2020-го сделка была закрыта. — **BG**), — поясняет господин Делицын. — Выручка госоператора по МСФО в третьем квартале выросла на 13% по сравнению с аналогичным кварталом предыдущего года, до 135 млрд рублей, а за девять месяцев составила 383,9 млрд рублей. Сама компания ожидает рост выручки по итогам года на 9%. По мнению аналитика, в оптимистическом сценарии выручка «Мегафона» возрастет на 2% по сравнению с прошлым годом, до 340 млрд рублей. Выручка же российско-го подразделения VEON может снизиться на 4,4%, до 279 млрд рублей.

«Телекоммуникации — крупнейший сектор глобального ИКТ-рынка, на долю которого приходится 37,6% всей выручки хай-тека. Однако Gartner ожидает снижения выручки в секторе в целом по итогам года на 3,3%, до \$1,326 трлн. В 2021 году сектор будет восстанавливаться, но компенсирует падение не полностью», — отмечает господин Делицын.

УСКОРЕННЫЕ ПАНДЕМИЕЙ И без того непростую ситуацию в отрасли, несмотря на ожидаемый рост отдельных игроков, обострила пандемия. Потери сотовых операторов в период с марта по май 2020 года агентство Content Review оценило примерно в 30 млрд рублей. Хотя помимо минусов, связанных с потерей роуминговых доходов из-за закрытия границ и 30–50% рознич-