

Провайдеры Москвы на рынке телекоммуникационных услуг: конкурентный анализ

© А.В. Чернышева, А.А. Пьянов

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, 105005, Россия

Представлен конкурентный анализ провайдеров интернет-услуг в Москве, цель которого — выявление основных конкурентных преимуществ и недостатков каждого провайдера, а также определение их позиционирования на рынке услуг связи. На основе отзывов в социальных сетях выявлены и охарактеризованы главные показатели работы исследуемых компаний, такие как скорость и стабильность соединения, разнообразие тарифных планов, качество обслуживания и техническая поддержка. В соответствии с выявленными характеристиками создана типология операторов связи, включающая в себя следующие группы: крупнейшие провайдеры, провайдеры среднего размера, нишевые провайдеры. Основные критерии разделения — количество пользователей и частота упоминаний в медиа. Предложенная типология призвана обеспечить системность в понимании сферы услуг связи Москвы и показать возможности по их расширению.

Ключевые слова: связь, провайдеры, Интернет, телекоммуникационный рынок, услуги связи, конкурентный анализ

В современном мире связи и информационных технологий доступ к быстрому и надежному Интернету играет огромную роль. В Москве, как одном из крупнейших мировых мегаполисов, существует огромное количество провайдеров, предлагающих различные тарифы, скорость обслуживания и спектр предоставляемых услуг. Актуальность статьи заключается в том, что она позволяет получить полную информацию о рынке провайдерских услуг, используя созданную типологию. Это поможет как пользователям при выборе оператора, так и самим провайдерам в целях обеспечения понимания рынка и выбора максимально эффективных стратегий развития.

Телекоммуникационный рынок в России устойчиво растет, даже в период пандемии, когда снизилось количество визитов клиентов в салоны связи и сократился поток трудовых мигрантов, пользующихся услугами российских операторов связи, показатели роста доходов на рынке мобильной связи (рис. 1) практически не изменились [1].

Самоизоляция трансформировала быт многих россиян, прочно закрепив в их жизни дистанционные форматы работы, учебы, шопинга и других форм деятельности и досуга [2]. Наличие качественного и быстрого мобильного и домашнего Интернета в данном случае превратилось в необходимость, а выбор провайдера стал максимально ответственной задачей [3].

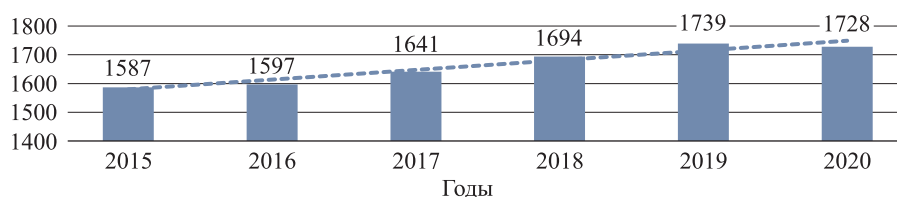


Рис. 1. Динамика доходов рынка мобильной связи в России, млрд руб.

Одним из важнейших факторов выбора провайдера является его имидж (или образ), который формируется как маркетинговым отделом оператора, так и самими пользователями через отзывы. Истории пользователей — это неиссякаемый источник информации, дающий возможность увидеть практически все достоинства и недостатки каждого провайдера [4]. Именно отзывы клиентов являются эмпирической базой проведенного авторами исследования.

Исследование осуществлялось в несколько этапов. На первом этапе была изучена специфика города Москвы в рамках предоставления услуг связи. В ходе второго этапа был проведен мониторинг социальных сетей и агрегаторов отзывов с целью создания базы данных для последующего анализа. В рамках третьего этапа были изучены отзывы пользователей каждого оператора, что позволило выявить их преимущества и недостатки. Четвертый этап был посвящен созданию типологии операторов связи на основе выявленных общих характеристик. Проведение пятого этапа исследования позволило предложить пути дальнейшего развития и совершенствования работы провайдеров на основе решения выявленных общих проблем, присущих операторам разных типов.

Таким образом, был выполнен комплексный анализ, который может стать основой для проведения новых исследований в данном направлении.

Специфика Московского региона в предоставлении услуг связи. Москва и Подмосковье являются самыми развитыми регионами России в сфере мобильной связи, что подтверждается наибольшим количеством радиоэлектронных средств (РЭС) стандарта LTE (рис. 2): Москва — 38 182 РЭС, Московская область — 29 539 РЭС [5].

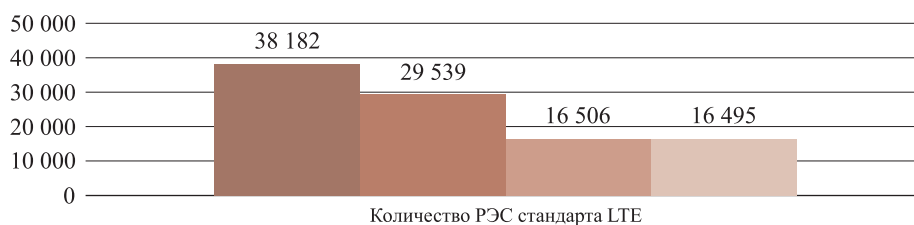


Рис. 2. Регионы — лидеры по количеству РЭС стандарта LTE:

■ — Москва; ■ — Московская область; ■ — Санкт-Петербург; ■ — Краснодарский край

Помимо этого, столичный регион остается лидером по скорости домашнего Интернета, превосходя средний уровень по стране почти вдвое (117 Мбит/с против 68 Мбит/с) [6]. Таким образом, особенностями Московского региона являются лучшее качество связи и наибольшая скорость передачи данных, что становится важнейшим критерием оценки конкурентоспособности провайдеров.

Если рассматривать экономическую сферу, можно отметить, что жители Москвы имеют более высокий уровень дохода по сравнению со средним по стране (рис. 3), это обуславливает высокую платежеспособность и возможность подключения более дорогих и качественных тарифов [7].

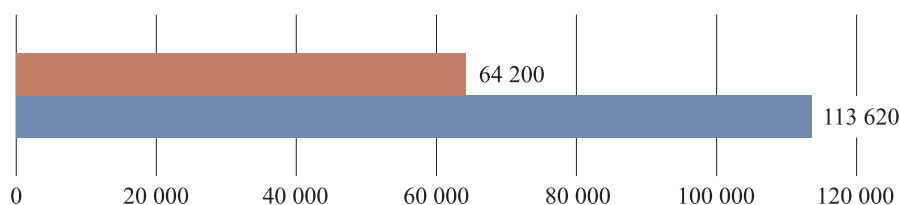


Рис. 3. Средняя заработная плата в Москве (■) и в целом по России (■)

Однако социальный, или демографический, аспект становится серьезной проблемой для провайдеров столичного региона. В силу большого количества пользователей в Москве может возникнуть перегрузка сети, что приведет к сбоям или «падениям» в работе Интернета [8]. В данном случае техническая поддержка и кол-центр становятся главными показателями качества работы провайдера в глазах клиента. Именно скорость возвращения Интернета и компетентность сотрудников во многом обеспечивают положительные отзывы о компании.

Таким образом, можно выделить три основные особенности сферы предоставления услуг связи в Москве:

- 1) наилучшее качество связи (выражается в субъективном понимании скорости и стабильности Интернета);
- 2) высокая платежеспособность населения;
- 3) наибольшая плотность населения.

Учет предложенных аспектов позволит выявить наиболее важные категории отзывов пользователей для последующего анализа конкурентной способности провайдеров Москвы.

Выборка исследования. В ходе исследования был проведен анализ практически всех провайдеров Москвы, включая как «большую четверку» операторов, работающих и в других регионах (МТС, Билайн, Мегафон, Tele2), так и локальные компании, обеспечивающие потребности жителей Московского региона (Rialcom, Stalnet, Veelan, Неторн и т. д.).

Проанализированы 115 отзывов, среди которых присутствуют положительные, нейтральные и отрицательные коннотации. Сбор комментариев осуществлялся в социальных сетях провайдеров и на сайтах-агрегаторах. Разделение выборки по полу и возрасту не предусмотрено, поскольку в большинстве случаев операторами пользуются семьи, включающие в себя множество пользователей. Самый «старый» (ранний) отзыв датирован 13 января 2022 г., а самый «новый» — 7 июля 2023 г.

Общий характер отзывов. Перейдем к анализу общих количественных данных для понимания наиболее частых проблем, вызывающих вопросы у пользователей.

Количественная информация представлена в виде тегов, присвоенных каждому отдельному отзыву. Теги разделены на 4 группы, среди которых:

1) качество связи (устойчивость интернет-соединения, мобильное ТВ, скорость Интернета, учет трафика, радиус покрытия);

2) качество обслуживания (сервис, расторжение договора, навязывание услуг, некомпетентные сотрудники, работа кол-центра, инсталлятор, долгое ожидание, персональный менеджер (качество), техподдержка, работа офисов, сайт компании, график работы офиса, личный кабинет);

3) стоимость (индексация, отсутствие индексации, расчетное обслуживание, начисления, смена тарифного плана, информирование о задолженности, квитанции);

4) дополнительные опции (ШПД (широкополосный доступ в Интернет), ИТВ (интерактивное телевидение — телевидение передается через Интернет), мобильная связь, скрытые условия, количество каналов, видеосервис, пиратский контент, удержание (клиент был поставлен на ожидание во время звонка оператору и не смог получить консультацию), отток (клиент собирается перейти к другому провайдеру), автоответчик, экосистемность, 20 каналов, наличие СмартТВ, проблемы с медным интернет-кабелем, услуга ТВ, КПП (проблемы с доступом к отделению провайдера из-за наличия контрольно-пропускного пункта).

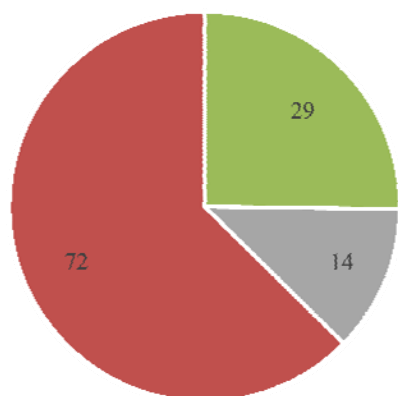


Рис. 4. Оценка характера отзывов:

■ — положительные; ■ — нейтральные;
■ — негативные

Особое внимание необходимо обратить на оценку характера отзывов (положительную, нейтральную, негативную), отображенную на рис. 4.

Следует отметить, что данная работа в основном исследует проблемы провайдеров, поскольку две трети полученных отзывов имеют негативный характер. Именно яркие негативные эмоции, как правило, побуждают клиента написать гневный комментарий, что отражено в данной диаграмме.

Количество каждого тега среди всех рассматриваемых отзывов приведено на рис. 5.



Рис. 5. Количество тегов

На основании полученной диаграммы можно выделить шесть наиболее популярных (часто встречающихся) в ответах тегов, а именно:

- ШПД (78 упоминаний);
- качество (76 упоминаний);
- скорость (58 упоминаний);
- кол-центр (50 упоминаний);
- техподдержка (50 упоминаний);
- некомпетентные сотрудники (47 упоминаний).

Можно с уверенностью отметить, что именно общение с работниками компании вызывает наибольший отклик у клиентов. Это совсем

не удивительно, так как обращения в техническую поддержку и звонки в кол-центр происходят при возникновении проблем, что само по себе неприятное происшествие. Кроме того, подтверждается гипотеза о важности скорости и качества сети.

Преимущества и недостатки провайдеров Москвы будут выявлены на основе всесторонней характеристики каждого оператора.

Ростелеком. Один из крупнейших провайдеров России, предоставляющий весь спектр услуг связи. Лидирующие позиции данного оператора и его масштабность обуславливают характер отзывов о нем. Пользователи довольны кол-центром, который работает круглосуточно: *«Я звонила по поводу антивируса, поддержка откликается моментально в любое время суток, даже в 12 ночи».*

Ростелеком имеет возможность содержать большую команду для оперативного реагирования на все проблемы пользователей, что практически полностью исключает глобальные сбои и долгое ожидание при звонках на «горячую» линию. Данная особенность присуща всем крупнейшим провайдерам, поэтому далее не будем останавливаться на ней.

Несмотря на отличную работу кол-центра, локальная техническая поддержка находится на достаточно низком уровне: *«Минус — работа техников (техническое обслуживание). Три раза вызывал их для дополнительного подключения, и все три раза безрезультатно».*

Данный феномен также может быть обусловлен размером компании, поскольку из-за огромного количества отделений и работников контроль над их деятельностью ослабевает, что неизбежно приводит к снижению качества обслуживания на локальном уровне. К тому же при наличии миллионов пользователей компании банально не хватает мастеров, которые подключают оборудование и решают конкретные проблемы. Так, клиенты сталкиваются с ошибками в виде подключения лишних функций и долгими ожиданиями.

Поглощение меньших провайдеров также вызывает недовольство у некоторых клиентов: *«Пришел “гигант” РОСТЕЛЕКОМ, поглотил “ОнЛайм”. В результате аннулировали все бонусы из личного кабинета и статус “Золотого партнера”».*

В этом случае отказ от преимуществ локального провайдера в виде более персонифицированного обслуживания вызывает негодование у клиента. Причины данного явления все те же: размер Ростелекома и количество пользователей. Корпорация не может уделить должное внимание каждому пользователю. Многие клиенты не хотят мириться с таким положением дел и уходят к конкурентам, которых, скорее всего, тоже поглотит один из лидеров рынка.

Глобальных сбоев или иных крупных технических проблем у данного провайдера не обнаружено.

МТС. Провайдер, входящий в «большую четверку», обслуживает более 88 млн клиентов. Данному оператору также свойственны

вышеперечисленные проблемы, однако к ним добавляются и несколько специфических.

Одной из основных претензий пользователей является наличие скрытых списаний средств со счета: *«МТС продает всем своим пользователям подключение точки доступа, называя эту опцию телефона своей и требуя за нее оплату»*.

Данный случай лишь один из многих, когда пользователю подключалась функция без его ведома. Важной особенностью этой ситуации является отсутствие информирования о списании средств до момента вхождения клиента в долг перед провайдером. Беззаботный пользователь в один момент получает сообщение о том, что оказался должником. Данный факт вызывает бурную негативную реакцию в комментариях и отзывах о компании.

Приведенная цитата также примечательна тем, что в ней упоминается платная функция точки доступа. Эта услуга долгое время была у всех операторов бесплатной, но в один момент за нее стали снимать деньги, что вызвало негодование у многих клиентов.

Среди плюсов можно выделить экосистему МТС, в которую входят не только услуги связи, но и, например, выдача заказанной техники: *«Пункт выдачи товара МТС тут точно есть, и он очень большой. Дешевле взять в рассрочку тут, чем купить в магазинах Москвы»*. Покрытие наибольшего количества потребностей клиента является отличной бизнес-моделью, повышающей вовлеченность пользователя и обеспечивающей обмен аудиторией. В данном случае клиент совершил выгодную покупку, и его восприятие всего бренда МТС улучшилось.

В отзывах о данном провайдере вскрылась еще одна проблема, вызванная большим размером компании: *«Девушка на линии после всех выяснений говорит, что это автоматика, система. Все в порядке. В течение недели могут приходить такие сообщения»*. Клиент получил сообщение о необходимости подтвердить паспортные данные в офисе. Данное требование он выполнил в тот же день, но, несмотря на это, ему продолжили приходить сообщения. Скорее всего проблема связана с несовершенством информационных потоков, из-за чего информация от отделения не дошла до главного офиса. Так, технические неполадки в крупной компании вкупе с отсутствием должного контроля могут вызывать проблемы у пользователя.

Билайн. Торговая марка компании ВымпелКом, под которой ее дочерние компании оказывают телекоммуникационные услуги, является одним из лидеров рынка. Данный провайдер также обладает проблемами и преимуществами остальных крупных операторов. Стоит отметить достаточно интересный случай одного из клиентов: *«Ладно, к “тарифищам”, “Овальчики ням”, “а мне так вкусно”, “я слива садовая” еще можно привыкнуть, но я не хочу разговаривать с консультантом “а вот что мне лучше подойдет, пчелка, жиробасик или дракончик”»*.

Автор недоумевает из-за странных ребяческих названий тарифов связи, показанных в рекламе. Данная проблема возникла, потому что PR-отдел Билайна неправильно определил потребности и желания пользователей.

Возвращаясь к специфике услуг связи в Москве, стоит выделить следующий отзыв: *«На даче очень плохо работает Билайн, особенно учитывая дожди, жару, ветер и прочие погодные радости»*. Здесь проявляется особенность, заключающаяся в хорошем покрытии и качестве сети в столичном регионе. Так, пользователи, которые выехали за город, удивляются низкой скорости Интернета, что вызывает негатив. Данная проблема является особенностью крупных провайдеров, поскольку только они предоставляют услуги мобильной связи.

Вернемся к отсутствию персонализации у крупнейших провайдеров, что проявляется в отзывах и к этому оператору: *«Главное заключается в том, что они не особо дорожат клиентами, даже если Вы у них обсуживаетесь полтора десятка лет, компания может с легкостью расторгнуть договор, потому что Вы им не нужны, и клиентами они особо не дорожат»*. Пользователи хотят уважительного и чуткого к себе отношения, что крайне тяжело достигается «мегамашинами» ведущих провайдеров.

Мегафон. Национальный российский оператор цифровых возможностей, занимающий лидирующие позиции на телекоммуникационном рынке в России и мире. Экосистемность, как было замечено ранее, важное преимущество крупнейших провайдеров: *«Недавно подключил бесплатный автоответчик “Ева” от МегаФона, который отвечает на звонки вместо тебя (в основном на СПАМ). Периодически читаю расшифровку диалога и мне очень нравится то, как Ева троллит звонящих»*. В данном случае пользователь получает удовольствие от прочтения ответов бота Мегафона на СПАМ-звонки. Лишь лидирующие операторы могут позволить себе разработки в сфере машинного обучения и создания виртуальных помощников, что выгодно отличает их на фоне меньших компаний.

Еще раз подтвердим высокие требования москвичей к скорости Интернета: *«20-е года на дворе, а в Бирюлево-Восточное, особенно в конце района, 4G на уровне середины 00-х годов, скорость не превышает 7 мегабит в секунду»*. Качественный Интернет стал неотъемлемой частью жизни столицы. Снижение скорости является большой проблемой, которая может спровоцировать переход к конкуренту.

Tele2. Международная телекоммуникационная компания. С 2013 г. владельцем Tele2 Россия является компания Ростелеком. Провайдер входит в «большую четверку». Данный оператор имеет достаточно настойчивую маркетинговую стратегию, которая вызывает недовольство у некоторых клиентов: *«Это ужас, уже 2 недели пытаюсь перейти от Теле2 со своим номером к другому оператору. Но Теле2 всячески»*

чинит препятствия, то данные абонента внесли неправильно, то отказывают из-за блокировки номера». Это лишь один из примеров навязывания своих услуг — препятствия при расторжении договора. Беспольный прием, так как он лишь раздражает клиента, вызывает у него негативные эмоции, но не приводит к положительному результату и не дает позитивного эффекта.

«Приходит СМС на вторую симку, которая чисто для звонков и работы, что кто-то хочет создать аккаунт в ВК. И через пару минут следом СМС о “предложении антиспама” за деньги, естественно». В приведенном случае описан пример недобросовестной рекламы, что рассмешило пользователя и заставило его задуматься о смене оператора. Это тоже бесполезная рекламная стратегия.

«На вопрос чем отличаются тарифы: мой архивный и их новый, сказала девушка, что ничем, только больше Интернета и ниже абонентская плата. Забыв упомянуть о главном — нет режима раздачи Интернета на другие устройства с телефона». История показывает потребность в полном описании тарифов при предложении, а также недовольство пользователей платной раздачей Интернета.

Дом.ру (ЭР-Телеком). Рассмотрим операторов, которые не входят в «большую четверку» (в нее входят Ростелеком (является владельцем Tele2), МТС, Билайн, Мегафон), хотя и остаются крупными игроками рынка. Дом.ру является частью холдинга ЭР-Телеком. Завершает сделку по приобретению «АКАДО Холдинг». Масштабные инвестиции стали частью стратегии компании по развитию на рынке Москвы и Московской области.

Одним из самых ярких комментариев стала история пользователя, сообщившего о подключении дорогостоящей услуги пенсионеру: *«Однажды засбоил у него Интернет. Позвонил он в поддержку. Пришли добрые молодцы из Дом.ру и наладил быт пенсионера. Ему вправили новый Wi-Fi (в аренду), новый (ТВ-бокс) при этом продолжили снимать аренду за старый Wi-Fi и за старый ТВ-бокс».*

Похожими историями делились многие пользователи как Дом.ру, так и других операторов. По мнению авторов статьи, такая ситуация сильно вредит имиджу компании, не принося никакой выгоды. Каждый провайдер обязан особенно чутко относиться к пожилым людям, подробно разъясняя им условия тарифа и цены. Отличным вариантом станет звонок родственникам, которые помогут выбрать наиболее выгодное предложение. Такая разъяснительная работа точно обеспечит приток положительных отзывов и, как следствие, улучшение имиджа провайдера.

Потребность в разъяснении услуг и повышении квалификации сотрудников подтверждается следующим комментарием: *«Зачем позиционировать эту услугу, брать за нее деньги и не оказывать ее? Это*

каким-то мошенничеством попахивает и введением в заблуждение». Пользователь недоволен качеством предоставленной услуги и некомпетентностью технической поддержки.

Акадо. Акадо — один из крупнейших операторов связи Московского региона, предлагающий комплексные телекоммуникационные услуги. Данная компания, судя по отзывам пользователей, значительно снизила качество предоставляемых услуг с 2022 г.: *«В начале качество предоставляемых услуг было великолепное в части стабильности и скорости домашнего Интернета. В последние 2 года качество услуг стало максимально отвратительным»*. Большое количество похожих отзывов размещено в социальных сетях и на сайтах-агрегаторах. Вероятно, данный оператор в начале своей деятельности смог обеспечить высокое качество сети, чем привлек большое число пользователей. Однако впоследствии провайдер не справился с возросшим масштабом обслуживания, что привело к усугублению проблем, присущих крупным игрокам рынка.

«Качество работы сотрудников поддержки оценил бы в 1,5 из 10 (оставил заявку на вызов мастера, в день визита никого, сказали, что заявки не было и что может вы что-то перепутали)». Компания потеряла контроль над локальными отделениями и сотрудниками, поэтому качество обслуживания упало. Несмотря на наличие ресурсов, оператор не может обеспечить развитие бренда и продолжает терять пользователей, растворяясь среди конкурентов и переходя в статус средних по размеру провайдеров. Таким образом, становится очевидной причина продажи компании провайдеру Дом.ру.

Алмател. Относительно новый оператор, образованный в октябре 2016 г. путем объединения ряда телекоммуникационных компаний. Этот оператор не является лидером рынка, но активно развивается, увеличивая клиентскую базу. Во время расширения могут проявляться крупные сбои и неполадки из-за отсутствия мощностей для обработки запросов аудитории: *«Да ну сколько можно? 12 раз за неделю перестают открываться сайты. Только за сегодня трижды. Да еще и работы в 4 утра у вас какие-то о которых опять не предупредили»*.

Существует множество похожих по содержанию отзывов, что обличает проблему несовершенства технологий и технической поддержки этого оператора. Кроме того, в комментариях указывается на проблемы с оборудованием: *«Интернет-кабель состоит из нескольких составных частей, соединенных между собой переходниками (8-10 переходников). При подписании Договора — Интернет-кабель был “цельный”»*.

Приведенный случай особенно удивителен, поскольку абсолютно неизвестна причина подключения кабеля, состоящего из многих частей. Так, случайное отключение одного из переходников может вызвать падение Интернета у пользователя. Постоянные отключения не только

нервируют клиента, но и дают основу для конспирологических теорий: *«Я пыталась записать проповедь Патриарха Кирилла, но кто-то из сотрудников техподдержки периодически отключал Интернет».*

Очевидно, что сотрудники компании не ставят перед собой цель помешать пользователю в его действиях, но в глазах клиента провайдер теряет доверие. Данный случай может привести к уходу к конкуренту и падению популярности провайдера.

Seven Sky (Истрателеком). Является крупным провайдером телевизионных и интернет-услуг в Москве и Подмосковье. Падения сети и низкая скорость Интернета — частые проблемы пользователей данного оператора: *«Последнее время Интернет нестабильно работает, с провалами и скачками, типа “то потухнет, то погаснет”».*

Несмотря на данные проблемы, пользователи остаются клиентами предложенного провайдера. Причины этого поведения могут быть следующие: отсутствие альтернатив, нежелание совершать дополнительные действия по расторжению договора и подключению нового провайдера, «вера в лучшее»: *«Домашним проводным с 2008 г. пользуемся вашим. Не хотелось бы менять. Думаем, лучше вас нет никого».*

Просветительская работа с клиентами данного типа поможет переманить их к конкуренту. Пользователь узнает о преимуществах и, возможно, решит сменить провайдера, который его не устраивает в некоторых аспектах: *«К сожалению, после почти 16 лет с вами, вы меня сегодня потеряли как клиента. Ограничение трафика в 2 Тб — это настоящее свинство».*

Так, отсутствие ограничения в трафике домашнего Интернета является хорошим конкурентным преимуществом крупных провайдеров.

NetByNet. С октября 2022 г. юридическое лицо ООО «Нэт Бай Нэт Холдинг» ликвидировано путем поглощения ПАО «МегаФон», торговая марка NetByNet и WiFire также ликвидирована. Проанализируем отзывы, чтобы понять реакцию пользователей на это событие: *«WiFire (бывшая NetByNet) после покупки Мегафоном превратилась в клоаку. Все мошеннические схемы, используемые Мегафоном, они перенесли в арсенал этого, когда-то достойного интернет-провайдера».*

Реакция пользователей либо нейтральная, либо отрицательная, так как небольшой уютный провайдер стал частью огромной обезличенной корпорации. Сложные описания тарифов и скрытые условия вызывают отторжение. Слияние также приводит к логистическим проблемам, которыми клиенты активно делятся: *«Провайдер принес мне сложности. Сейчас найдутся хейтеры и скажут: “Почему именно у них подключаете?”, ответ прост — потому что в этом доме есть только WiFire (NetByNet) и Мегафон».* В приведенной ситуации пользователю не могут подключить Интернет целый месяц. Самое интересное — отсутствие других провайдеров в доме клиента. Монополизация жилищных комплексов является частью стратегий некоторых небольших

операторов — данный феномен подробнее проанализируем далее. Кроме того, стоит отметить размытие восприятия бренда, при котором общее мнение о провайдере считается с трудом. Скорее всего, приведение всех поглощенных торговых марок к одному бренду станет более эффективной маркетинговой стратегией.

АВК. Существует на российском рынке телекоммуникаций с 2000 г. К настоящему времени клиентами стали более 12 000 абонентов, как организаций, так и физических лиц. Этот оператор является достаточно локальным, что лишь повышает интерес к его исследованию. Клиенты провайдера сталкиваются с проблемой при изменении тарифного плана: *«В марте 2022 года хотел перейти на тариф помощнее, договорились на конкретную дату, никто не пришел».*

Заметим, что проблема со сменой тарифа не упирается в некомпетентность конкретных мастеров, а имеет глобальный характер. Кол-центр также не может помочь клиенту, что превращается в перекидывание пользователя от отдела к отделу при любых проблемах или перебоях.

Отметим также проблемы с социальными сетями локальных провайдеров: *«Могут только банить в группе ВК и подтирать комментарии, но скрины то все помнят, как и Интернет!»* Это лишь одно из проявлений некомпетентной работы с информационными порталами провайдера. Вопрос о социальных сетях, мобильных приложениях и сайтах локальных провайдеров будет рассмотрен подробнее далее на конкретных примерах.

Global Telecom (ЕСК). Провайдер среднего размера, обладающий клиентами во многих регионах России. Открывает список операторов-монополистов в рамках жилищных комплексов: *«Подключили Ескнет только потому что у нас только один провайдер! Если есть выбор я не советую».* Суть данного кейса состоит в том, что провайдер договаривается со строительной компанией, что обеспечивает запрет на предоставление услуг компаний-конкурентов. Такая стратегия обеспечивает приток клиентов, но является нечестным методом ведения бизнеса [9].

В целом работа этой компании оценивается на достаточно высоком уровне. Пользователи недовольны услугой ТВ, но высоко оценивают техническую поддержку и персональное обслуживание с привилегиями: *«Я начинающий предприниматель. Благодаря команде “Глобал Телеком” мы подключили салон красоты и рядом кофейню “Зефир”. Пошли на встречу со стоимостью подключения».* Таким образом, подтверждается гипотеза о большей персонификации обслуживания у локальных операторов. Данный аспект выступает огромным плюсом, который побуждает клиентов оставлять положительные отзывы. Именно качественное общение работников компании с пользователями во многом обеспечивает приток хвалебных комментариев. Совершенствование кол-центров — возможность улучшения клиентского опыта для лидеров рынка.

Экотелеком (ЗАО «Альтаген»). Лицензированный федеральный оператор связи. Предоставляет полный комплекс телекоммуникационных услуг во вновь возводимом жилье, коттеджных поселках, жилье бизнес-класса и на объектах коммерческой недвижимости Москвы и Московской области. Судя по описанию, проблема монополизации присуща данному провайдеру, что подтверждается отзывами пользователей: *«Они чувствуют и знают, что выбора у нас нет, конкуренции никакой нет, и “забывают” на все».*

Пример показывает, что отсутствие возможности смены оператора становится катализатором выражения недовольства провайдером. Подобная монополизация может стать серьезным минусом, если качество услуг находится на низком уровне.

Экосистемность остается преимуществом провайдера, например, при предоставлении услуг интерактивного телевидения (ИТВ): *«Отличный баланс по ценам в плане выбора “голового” Интернета или с включенными стриминговыми сервисами».* Описанная ситуация показывает, что даже не самый крупный оператор имеет возможность к коллаборациям с видеосервисами.

Lovit. Оператор Москвы и Московской области, появившийся в 2017 г. Активно развивается и наращивает количество пользователей. Особенность — качественная техническая поддержка: *«В целом все отлично, мастер очень тактичный. Пришел, все рассказал, даже подождал сколько нужно».*

Этот аспект выгодно отличает Lovit от многих конкурентов. Однако рост количества пользователей приводит к недостатку работников, что выражается в долгом ожидании и очередях в кол-центре: *«Ваш звонок очень важен для нас. Ваша позиция в очереди — 58».* Получается, что данный оператор не может в полной мере удовлетворить потребности пользователей. Со временем ситуация будет еще сильнее усугубляться, если не произойдет массового набора персонала.

Rialcom. Телекоммуникационная компания, предоставляющая весь комплекс услуг связи на территории Москвы и Московской области. Компания является крупнейшим на юге Московской области альтернативным оператором связи и располагает наибольшей по протяженности современной оптоволоконной мультисервисной телекоммуникационной сетью.

Главной проблемой данного провайдера является низкая скорость ШПД, а также ее искусственное занижение: *«Отвратительный Интернет. Связь прекращает работать совсем, особенно ночью, когда у меня идет самая работа».* В результате локальный провайдер сталкивается с типичной проблемой — отсутствием должного технического обеспечения и пропускной способности сети, вследствие чего приходится идти на компромисс, занижая скорость. Поддержка не знает, как реагировать на претензии пользователей.

Отдельно выделим работу офиса компании: *«Вывеска висит, контора не работает, очень плохо, сами услуги работают отлично»*. Провайдер не может позволить себе содержание офиса связи для обращений клиентов, что совершенно не свойственно для крупных компаний и является их преимуществом.

Rinet. Зарегистрированная торговая марка ООО «КРОНИКС ПЛЮС», одного из старейших интернет-провайдеров Москвы. Компания начала работу на рынке телекоммуникаций в 1995 г. По отзывам пользователей, не замечено проблем с Интернетом. Основная претензия клиентов — изменение условий тарифа и повышение стоимости: *«Стоимость тарифа увеличивается каждые 3 месяца и по итогу стоимость тарифа уже на 50 % увеличилась, с 1 апреля опять увеличивается»*.

Стоит выделить отсутствие информационного обеспечения, которое упоминалось ранее. В этом случае проблема становится особенно острой для жителей центра Москвы, привыкших к качественным мобильным приложениям и личным кабинетам [10]: *«За столько лет и при таких ценах так и не смогли сделать нормальный личный кабинет, возможные тарифы для смены могут озвучить только по телефону»*. Данная проблема является общей для всех локальных операторов, поскольку они не имеют ресурсов для создания качественных цифровых информационных продуктов. Тогда как для крупных компаний это становится большим преимуществом.

Stalnet. Является одним из лидеров среди телекоммуникационных операторов Москвы, Электростали и округа Электросталь, Пушкинского района, поселка Софрино, Павловского Посада и Павлово-Посадского района. У провайдера бывают сбои, но не слишком часто.

Приведем пример сбоя продукта экосистемы: *«Весь день в Elizavetino не работает Смотрешка, у которой договор со Стальнетом»*.

Стоит отметить и хорошую техподдержку: *«Из плюсов очень хорошая поддержка, прям лучшие, вам бы такое начальство»*. Отзыв еще раз подтверждает гипотезу о более персонализированном обслуживании у локальных компаний.

Virgin Connect. Сейчас Virgin Connect предоставляет свои услуги более чем в 500 населенных пунктах в 67 регионах России. Главная проблема провайдера — падение Интернета и продолжительные сбои.

«Второй день нет интернета. Последнее время перебои все чаще и дольше, терпение мое лопнуло, меняю провайдера. Лучшие вообще не связываться».

Все социальные сети компании пестрят сообщениями о сбоях, при этом поддержка не помогает. Помимо этого, бот в кол-центре сильно нервнует пользователей: *«Робот в техподдержке просто перечисляет города и сообщает, что ведутся работы»*. Этот кейс показывает, что провайдерам надо тщательно работать над автоответчиками и создавать профессиональную команду поддержки.

Неторн. Основное направление деятельности компании — построение крупных корпоративных компьютерных сетей, предоставление организациям и частным лицам доступа к сети Интернет по выделенным линиям, размещение серверов, разработка и реализация проектов с использованием сети Интернет.

Одним из интереснейших инсайтов является работа офиса, а именно офисного кондиционера: *«Жители дома, где находится эта компания, страдают от шума кондиционеров. Они неисправны и очень сильно шумят».*

Операторам стоит обеспечивать офисы качественным оборудованием и не мешать окружающим, поскольку это может вызвать поток отрицательных отзывов.

Выделим также неудобную оплату как недостаток данного оператора: *«Есть проблема с оплатой через Сбербанк и несколько других банков».*

Качественный и клиентоориентированный оператор должен обеспечивать пользователей удобными способами оплаты, что обусловлено высоким качеством банковских услуг в России. Пользователи привыкли к высококлассному сервису и покинут оператора, если он не предложит должного обслуживания.

Таким образом, были рассмотрены отзывы на работу всех основных провайдеров Москвы, выделены основные преимущества и недостатки каждого из них.

Типология провайдеров Москвы. Приведенная в таблице типология провайдеров на основе выделенных в ходе исследования характерных особенностей поможет им скорректировать стратегию дальнейшего развития и совершенствования бренда. В данной работе основное внимание уделено именно анализу отзывов пользователей, однако при создании типологии использовались и другие показатели (например, размер компании).

В первую группу авторы выделили самых крупных операторов, а именно: Ростелеком, МТС, Билайн, Мегафон, Tele2, Дом.ру и Акадо. Для данной категории компаний характерны большой штат сотрудников и развитое техническое обеспечение. Сбои в работе происходят крайне редко, что практически полностью исключает претензии от пользователей по поводу отключений Интернета. При этом даже допущенные сбои быстро исправляются, поэтому они не влияют на клиентский опыт. Основным недостатком данных провайдеров является отсутствие персонифицированного подхода к пользователям, что вызывает поток критики. Именно качественная коммуникация с клиентами поможет операторам данной категории получить конкурентное преимущество для привлечения наибольшего количества клиентов.

Во вторую категорию внесены провайдеры «среднего» уровня, а именно: Алмател, Seven Sky, NetByNet, ЕСК, Экотелеком, Lovit.

Перечисленные компании обладают представительствами в нескольких городах и имеют среднюю клиентскую базу (менее 1 % от общего числа клиентов провайдерских услуг) [10]. Некоторые из провайдеров данной категории были поглощены крупнейшими игроками рынка. Особенность этой категории — стремление развиваться. Некоторые компании исторически закрепились в одном из сегментов рынка, другие монополизируют новые жилищные комплексы, что позволяет быстро нарастить аудиторию. Следует отметить, что оба подхода ведут к появлению технических проблем из-за расширения аудитории, с которыми эти провайдеры не всегда могут качественно справиться.

Третья категория — локальные провайдеры: Stalnet, Veelan, Virgin Connect, Неторн, Облтелеком. Выбранные операторы предоставляют услуги небольшому количеству пользователей, что дает преимущество в виде персонализации обслуживания. Пользователи отмечают достаточно качественную поддержку. Огромной ошибкой является добавление автоответчика на линию, так как это путает и сбивает клиентов. Главная проблема перечисленных провайдеров — это устаревшие и неудобные сайты и приложения или их отсутствие. Современный житель мегаполиса привык к удобным интерфейсам, плавным анимациям, визуальной красоте и скорости действия [11].

Созданная авторами статьи типология провайдеров Москвы представлена в таблице.

Типология провайдеров Москвы

Категория провайдеров	Особенности	Провайдеры
Крупнейшие	Качественные мобильные приложения и сайты. Отсутствие массовых сбоев. Низкий уровень технической поддержки	Ростелеком, МТС, Билайн, Мегафон, Tele2, Дом.ру и Акадо
Среднего размера	Удовлетворительные мобильные приложения и сайты. Частые массовые сбои. Низкий уровень технической поддержки	Алмател, Seven Sky, NetByNet, ЕСК, Экотелеком, Lovit
Нишевые	Неудобные мобильные приложения и сайты. Редкие массовые сбои. Персонализированная техническая поддержка	Stalnet, Veelan, Virgin Connect, Неторн, Облтелеком

Таким образом, провайдеры каждой категории имеют недостатки и преимущества. Использование самых успешных кейсов и отказ от неудачных практик конкурентов поможет оператору укрепить свои позиции на рынке. Эта типология призвана помочь определить верное место конкретной компании на потребительском рынке и найти точки роста для увеличения клиентской базы.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *ТМТ Рейтинг «Российский рынок телекоммуникаций: предварительные итоги 2022 года»*. URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2022/12/ТМТ-телеком-2022.pdf> (дата обращения 14.07.2023).
- [2] Куткина Н.А., Назарова Н.С. Формы и методы воздействия цифровых технологий на общество. *Социология*, 2021, № 6, с. 51–55.
- [3] Непорожнев А.С. Актуальные проблемы развития рынка связи после 2022 года. *Скиф*, 2023, № 5, с. 27–31.
- [4] Рождественская Е.Ю. Надежность качественных методов и качество данных. *INTER*, 2014, № 8, с. 16–28.
- [5] В 2019 году количество радиоэлектронных средств операторов «большой четверки» увеличилось на 13%. *Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций*. URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news71584.htm> (дата обращения 15.07.2023).
- [6] Recent Ookla Research. *Ookla*. URL: <https://www.ookla.com/analysis> (дата обращения 15.07.2023).
- [7] Емельянова Т.П., Тарасов С.В. Досуг в структуре жизнеспособности двух поколений москвичей. *Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование»*, 2021, № 4, с. 41–48.
- [8] Гранкина Т.Н. Тенденции развития связи в городе Москве. *Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1 «Экономика и управление»*, 2014, № 4, с. 86–90.
- [9] Петрищев М.В. Процесс конкуренции в условиях монополизации. *ПСЭ*, 2012, № 3, с. 86–89.
- [10] 14–17% абонентов крупнейших мобильных операторов стали умными пылесосами и шлагбаумами. *Ведомости*. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2023/03/24/967938-1417-abonentov-krupneishih-mobilnih-operatorov-stali-umnimi-pilesosami> (дата обращения 07.12.2023).
- [11] Лагутин Ю.В. Развитие научно-технологических инноваций в современном мегаполисе. *Известия СПбГЭУ*, 2022, № 4, с. 194–202.

Статья поступила в редакцию 06.02.2024

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Чернышева А.В., Пьянов А.А. Провайдеры Москвы на рынке телекоммуникационных услуг: конкурентный анализ. *Гуманитарный вестник*, 2024, вып. 1. <http://dx.doi.org/10.18698/2306-8477-2024-1-892>

Чернышева Анна Владимировна — канд. филос. наук, доцент, доцент кафедры «Социология и культурология» МГТУ им. Н.Э. Баумана. e-mail: chernysheva@bmstu.ru

Пьянов Алексей Алексеевич — студент кафедры «Социология и культурология» МГТУ им. Н.Э. Баумана. e-mail: ryanovaa@student.bmstu.ru

Moscow providers in the telecommunication services market: competitive analysis

© A.V. Chernysheva, A.A. Pyanov

Bauman Moscow State Technical University, Moscow, 105005, Russia

The paper presents a competitive analysis of the Internet service providers in Moscow. Its objective is to identify main competitive advantages and disadvantages of each provider, as well as to determine their positioning in the communication services market. Based on reviews in the social networks, key performance indicators of the companies under study are identified and characterized, including connection speed and stability, variety in tariff plans, quality of services and technical support. In accordance with the identified characteristics, the telecom operators typology is created, which includes the following groups: largest providers, medium-sized providers and niche providers. Main criteria in their identification are the number of users and periodicity in the media references. The proposed typology is intended to provide consistency in understanding the communication services market in Moscow and to show opportunities in their expansion.

Keywords: communication, providers, Internet, telecommunication market, communication services, competitive analysis

REFERENCES

- [1] TMT Reyting “Rossiyskiy rynek telekommunikatsiy: predvaritelnye itogi 2022 goda [TMT Rating “Russian telecommunications market: preliminary results of 2022”]. Available at: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2022/12/TMT-телеком-2022.pdf> (accessed July 14, 2023).
- [2] Kutkina N.A., Nazarova N.S. Formy i metody vozdeystviya tsifrovyykh tekhnologiy na obschestvo [Forms and methods of the impact of digital technologies on society]. *Sotsiologiya — Sociology*, 2021, no. 6, pp. 51–55.
- [3] Neporozhnev A.S. Aktualnye problemy razvitiya rynka svyazi posle 2022 goda [Actual problems of the development of the communications market after 2022]. *Skif*, 2023, no. 5 (81), pp. 27–31.
- [4] Rozhdestvenskaya E. Nadezhnost kachestvennykh metodov i kachestvo dannykh [Reliability of qualitative methods and data quality]. *INTER*, 2014, no. 8, pp. 16–28.
- [5] V 2019 godu kolichestvo radioelektronnykh sredstv operatorov “bolshoy chetverki” uvelichilos na 13% [In 2019, the number of radio-electronic equipment of the Big Four operators increased by 13%]. *Federalnaya sluzhba po nadzoru v sfere svyazi, informatsionnykh tekhnologiy i massovykh kommunikatsiy* [Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications]. Available at: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news71584.htm> (accessed July 15, 2023).
- [6] Recent Ookla Research. *Ookla*. Available at: <https://www.ookla.com/analysis> (accessed July 15, 2023).
- [7] Emelyanova T.P., Tarasov S.V. Dosug v strukture zhiznesposobnosti dvukh pokoleniy moskvichey [Leisure in the structure of viability of two generations of Muscovites]. *Vestnik RGGU. Seriya “Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie” — RSUH / RGGU BULLETIN, “Psychology. Pedagogics. Education” Series Bulletin*, 2021, no. 4, pp. 41–48.

- [8] Grankina T.N. Tendentsii razvitiya svyazi v gorode Moskve [Trends in the development of communications in City Moscow]. *Vestnik Moskovskogo universiteta imeni S.Yu. Vitte. Seriya 1 "Ekonomika i upravlenie" — Bulletin of Moscow Witte University. Series 1: Economics and Management*, 2014, no. 4 (10), pp. 86–90.
- [9] Petrishev M.V. Protsess konkurentsii v usloviyakh monopolizatsii [The process of competition in the context of monopolization]. *PSE — Problems of Modern Economics*, 2012, no. 3, pp. 86–89.
- [10] 14–17% abonentov krupneyshikh mobilnykh operatorov stali umnymi pylesosami i shlagbaumami [14–17 % of subscribers of the largest mobile operators became smart vacuum cleaners and barriers]. *Vedomosti*. Available at: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2023/03/24/967938-1417-abonentov-krupneishih-mobilnih-operatorov-stali-umnimi-pylesosami> (accessed December 7, 2023).
- [11] Lagutin Yu.V. Razvitie nauchno-tekhnicheskikh innovatsiy v sovremennom megapilose [Development of scientific and technological innovations in a modern metropolis]. *Izvestiya SPbGEU*, 2022, no. 4 (136), pp. 194–202.

Chernysheva A.V., Cand. Sc. (Philosophy), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Sociology and Cultural Studies, Bauman Moscow State Technical University. e-mail: chernysheva@bmstu.ru

Pyanov A.A., Student, Department of Sociology and Cultural Studies, Bauman Moscow State Technical University. e-mail: pyanovaa@student.bmstu.ru