

Мобильный демпинг

Стремясь избежать сокращения абонентской базы и, как следствие, доходов, сотовые операторы вводят новые антикризисные тарифные планы и расширяют спектр дополнительных услуг. При этом растут цены на уже существующие тарифы мобильной связи. По мнению аналитиков, причин для серьезной ребалансировки сил внутри «большой тройки» по количеству сотовых абонентов и выручке от услуг сотовой связи нет. И все же повышение цен может привести к переходу пользователей к операторам, сохраняющим тарифы на прежнем уровне.

О частичной коррекции перспективных планов развития в СФО уже заявили практически все операторы мобильной связи. В частности, в красноярском отделении компании «МегаФон» сообщили, что у них, «как и у правительства РФ, есть несколько прогнозируемых сценариев развития в обозримом будущем». По словам менеджера по связям с общественностью краевого отделения компании Романа Ушакова, каждый из разработанных сценариев обладает своими особенностями, зависящими от общего состояния экономики страны. При этом он отмечает, что корректировке могут подвергнуться многие направления деятельности компании. Однако раскрыть подробности планов компании господин Ушаков отказался.

В МТС занялись пересмотром своих операционных затрат, введены временные ограничения на расходы, не связанные с основной и инвестиционной деятельностью компании. На развитии бизнеса, убежден директор филиала ОАО «МТС» в Новосибирской области Сергей Бондин, экономить нельзя. «Рынок коммуникаций в России является высококонкурентным, и можно легко отстать в борьбе, не доинвестировав по отдельным статьям. Поэтому мы сфокусировали программу капвложений на стратегических проектах, таких как строительство сетей связи третьего поколения (3G), инвестиции в контент, в новые продукты и услуги. Компания продолжает развивать проекты, связанные с увеличением емкости сети и географии покрытия, поскольку они напрямую связаны с обслуживанием абонентов, и мы уверены, что будет отдача», — отмечает Сергей Бондин.

Менеджмент «Вымпелкома» делает ставку на биржевые котировки своих акций и пока о сокращении принятых инвестпрограмм не объявляет, но и глобальных нововведений не планирует.

Пока одни участники рынка ищут возможность сэкономить, другие заявляют о планах освоения новых рынков. На текущий год компания TELE2 запланировала ввод сетей в коммерческую эксплуатацию в Новосибирске и Томске. «Сети в этих городах мы разворачиваем довольно давно. В последних запусках мы уделяем огромное внимание изначально хорошему качеству связи и довольно большой территории покрытия, поэтому требуется определенное время для осуществления технических и организационных работ», — пояснил руководитель пресс-службы «TELE2 Россия» Сергей Андрияшкин. По его мнению, выход компании на новый рынок обострит конкуренцию с операторами «большой тройки». «На рынке сотовой связи в России TELE2 — единственная компания-дискаунтер. Там, куда приходим мы, цены уменьшаются, а нашими абонентами становятся не только абоненты других



В условиях кризиса клиенты сотовых компаний стали внимательнее к тарифной политике операторов связи ФОТО ОЛЬГИ КИРСАНОВОЙ

операторов, но и те, кто впервые смог воспользоваться услугами сотовых сетей. В качестве примера ссыла на исследование ComNews Research за прошлый год: стоимость фиксированной корзины мобильной связи в Новосибирске — 534 рубля, Томске — 389 рублей, а в Омске (где TELE2 обслуживает больше всех абонентов) — всего 354 рубля. В пору кризиса политика низких цен может быть серьезным фактором», — убежден господин Андрияшкин. По его словам, компания ожидает, что в течение 2009 года будет запущено в коммерческую эксплуатацию до 12 из 18 регионов. Объем инвестиций в 2009 году в разворачивание сетей в 17 регионах, на которые были получены лицензии в 2007 году, оценивается в \$65-90 миллионов (ОРЕХ) и \$142-167 миллионов (САРЕХ).

Сотовые операторы не сомневаются в том, что абоненты будут стараться оптимизировать расходы на связь и готовятся к этому. Операторы «большой тройки» уже представили свои линейки «антикризисных» планов. В феврале нынешнего года стартовало специальное антикризисное предложение от «Билайн» — услуга «Близкие люди» обеспечивает льготную стоимость общения внутри группы абонентов компании. Как пояснила пресс-секретарь красноярского филиала «Вымпелком» (предоставляет услуги под торговой маркой «Билайн» — «Б») Леонидия Матвеева, предложение разрабатывалось прежде всего в расчете на членов одной семьи, которые, пользуясь этим тарифным планом, могут серьезно сэкономить на звонках и даже при нулевом балансе находиться на связи. К «антикризисным» в компании относят тарифный план «Твои правила», построенный по принципу конструктора. За счет этого

абонент может сам определять необходимые ему тарифные опции и стоимость своих звонков в зависимости от их направления. «МегаФон» решил помочь в период экономических трудностей своим «многоговорящим» абонентам. Основные преимущества введенного тарифного плана компании «Твое время» — это отсутствие абонентской платы, отсутствие платы за соединение, прозрачность для подсчетов при планировании расходов на мобильную связь. В МТС в связи с кризисом пересмотрели тарифы на международный роуминг, снизив цены для массовых популярных направлений (Египет, Тунис, Таиланд, ряд европейских стран) на 10-60%. Начиная с декабря 2008 года специалистами компании разработан ряд антикризисных предложений, включающих пакеты бесплатных минут и SMS, а также специальную программу для корпоративных клиентов. Принципиально новым называют в МТС свой последний тариф «Супер Ноль». «Он максимально прозрачен, понятен потребителям и подразумевает бесплатные разговоры для абонентов внутри сети МТС «домашнего» региона со второй по 19 минуте разговора», — поясняет особенности тарифа Сергей Бондин. По его словам, главная задача этих предложений — сохранить привычный уровень общения без увеличения затрат абонента.

На роуминг, особенно внутрисетевой, в этом году делает ставку и менеджмент TELE2. «У нас хорошие позиции, с точки зрения международного роуминга: использование технологии callback позволяет предлагать существенно, иногда в несколько раз, более низкую цену на звонки, что может быть выгодно тем, кто отправляется на зарубежные курорты. Рассчитыва-

ем на хороший синергетический эффект и от внутрисетевого роуминга: Кемеровская область тесно связана с Новосибирской и Томской областями, запуск которых планируется в этом году», — поделился планами Сергей Андрияшкин.

Особые надежды компании возлагают на развитие сектора дополнительных услуг. За счет строительства сетей третьего поколения (3G) хорошие темпы роста доходов от предоставления услуги мобильного интернета по итогам прошлого года показала МТС. Количество уникальных пользователей 3G-сетей компании в Новосибирске, начиная с октября 2008 года, увеличилось на треть. В настоящее время более 70% интернет-трафика МТС в Новосибирской области проходит через сети «третьего поколения». И эта доля, по оценкам специалистов компании, будет возрастать по мере дальнейшего увеличения зоны покрытия, а также степени проникновения абонентского оборудования с поддержкой стандарта 3G. По словам Сергея Бондина, развитие инновационных проектов, в том числе новых услуг на базе 3G, является одной из ключевых задач для МТС в нынешнем году.

Доля выручки «МегаФона» от продажи дополнительных услуг в СФО уже сейчас превышает 20%. Еще выше эти значения в Красноярском крае — 29%. Роман Ушаков не сомневается, что в 2009 году спрос на дополнительные услуги в сибирских мегаполисах останется высоким. При этом, по его мнению, остается потенциал для роста. Например, не успели получить широкое распространение такие новые услуги, как мобильное телевидение и видеозвонки.

По мнению аналитика ИК «ФИНАМ» Татьяна Меньковой, сейчас все три федеральных оператора из новых услуг в первую очередь активно расширяют именно покрытие сетей 3G, а для «Вымпелкома» эта 3G стала единственной возможностью развивать полноценно сеть на Дальнем Востоке. «В настоящее время сеть третьего поколения у каждого из операторов насчитывает в покрытии лишь несколько регионов и до массового внедрения этой услуги еще далеко. Вторым препятствием для активного расширения услуг 3G является малый процент аппаратов, поддерживающих высокоскоростную передачу данных. Наконец, для большинства пользователей нет явного преимущества при использовании сетей передачи данных третьего поколения перед GPRS/EDGE сетями», — считает госпожа Менькова. Все эти трудности, по ее мнению, не позволяют пока утверждать однозначно, что 3G станет базой для дальнейшего роста удельной выручки с абонента, несмотря на очевидный факт роста ARPU при использовании передачи данных — виной всему малое распространение данного типа услуг среди абонентской базы всех без исключения операторов. «Вместе с