

тем в долгосрочном периоде очевидно, что те операторы — а речь идет о независимых операторах, не входящих в «большую тройку», — которые не получили лицензий на 3G, будут испытывать значительное конкурентное давление. Единственное, что им останется, — это уход в нишу низкомаржинальных голосовых услуг, что фактически равносильно скорой смерти бизнеса», — убеждена Татьяна Менькова.

Впрочем, далеко не все компании стремятся первыми внедрять новинки на рынке, чтобы «снять сливки». «Что касается дополнительных услуг, в том числе «мобильного интернета», то мы, безусловно, их развиваем — но делаем это в соответствии с нашей внутренней политикой. Мы никогда не ставили своей целью быть лидерами в инновациях — это связано с большими рисками и требует слишком больших инвестиций в инфраструктуру, образование абонентов, коммуникацию. Однако мы всегда внимательно следим за работой наших коллег по цеху, анализируем результаты их работы и, если услуга становится востребованной, внедряем ее, но с более низкой ценой для абонента», — раскрыл стратегию компании господин Андрияшкин.

Участники рынка не сомневаются, что кризис приведет к усилению и без того острой конкуренции в сфере сотовой связи. «Кризис для любой компании — это возможность выявить скрытые резервы роста, и мы будем продолжать совершенствовать тарифные предложения, услуги, строить сеть и обеспечивать качественную связь. Сейчас важна скорость реакции — нужно успевать выводить новые предложения вслед за постоянно меняющейся ситуацией и порой опережать эти изменения», — отмечает Сергей Бондин. Между тем его коллеги полагают, что серьезных изменений на рынке мобильной связи ждать не стоит. «Массовые коммуникации — достаточно инертный рынок, в отличие от, например, рынка нефти. Здесь внешние волнения сказываются достаточно медленно. Кроме того, посмотрите: затраты на мобильную связь, стационарный телефон и интернет составляют у средней семьи менее 3%. А зависимость от средств связи большая. Современному человеку, однажды взявшему в руки мобильный телефон, очень сложно от него отказаться», — считает Леокадия Матвеева.

Несколько иного мнения на этот счет придерживаются эксперты. По оценкам

аналитиков, уже в 2009 году доля операторов, не входящих в «большую тройку», снизится по сравнению с 2008 годом за счет потери части абонентов. «При этом в течение всего 2009 года мы не видим причин для серьезной ребалансировки сил внутри «большой тройки» по количеству сотовых абонентов и выручке от услуг сотовой связи: первое место, согласно нашим прогнозам, будет занимать МТС, второе — «Вымпелком», а третье — «МегаФон». Впрочем, в текущем году у небольших игроков есть шанс увеличить свою рыночную долю. Лидеры рынка, скорее всего, пойдут на повышение цен, хотя бы для рефинансирования номинированных в долларах долгов, а потребители сейчас крайне чувствительны к цене, так что они могут переходить к операторам, сохраняющим тарифы на прежнем уровне», — сделала прогноз госпожа Менькова.

В текущем состоянии финансового рынка России основным риском для подавляющего большинства компаний, по оценкам экспертов, является риск невозможности рефинансировать долговые обязательства. При этом стоит отметить, что по сравнению с другими индустриями, «закредитованность» телекоммуникационных компаний находится на очень низком уровне.

Так, среди МРК самый большой в относительном выражении долг по состоянию на конец года был у ЮТК — 2,8х EBITDA 2008, на втором месте — «Сибирьтелеком» и УРСИ с одинаковым показателем 1,9х EBITDA 2008. Лучший показатель по уровню долга среди крупных публичных телекомов у МТС — 0,5х EBITDA 2008.

«Мы склонны считать, что существенным риском рефинансирования задолженности можно признать только для ЮТК. Для других же компаний, даже в случае стагнации роста выручки или падения рентабельности, кредитный риск не является ключевым — текущих уровней EBITDA даже при самом худшем варианте будет хватать как минимум на обслуживание долга даже в случае значительного роста процентных ставок.

Кроме того, нужно учитывать, что МРК являются стратегическими компаниями для государства, именно это и является официальной причиной неприватизации «Связьинвеста», и риск невозможности рефинансировать обязательства выглядит в этом свете очень призрачным», — уверена госпожа Менькова.

**Дмитрий Медведев,
Анна Гадалина**

Кризис — это возможность стать сильнее

Компания «Сибтелеком» (ООО «ПФ Сибтелеком») один из старейших поставщиков терминального оборудования для операторов стандарта CDMA в России и официальный дилер Sky Link в Новосибирске. Проблемы в экономике в целом уже заставили компанию скорректировать свою маркетинговую политику, однако генеральный директор «Сибтелекома» Владислав Паршаков уверен в перспективах выбранного направления.

— С какими итогами «Сибтелеком» встретил нынешний год?

— Финансовый кризис не стал для нас неожиданностью. Конечно, как и все, мы надеялись на лучшее, но были готовы к тому, что ситуация может резко измениться. Так что уже в начале прошлого года внесли определенные коррективы при формировании заказов у поставщиков оборудования. Так что, когда закупки модемов и телефонов у операторов стали снижаться, мы не понесли каких-то ощутимых потерь. Так что, в целом, результаты по прошлому году у нас получились неплохими. Сейчас все более или менее приходит в норму. Компании-операторы мобильной связи стандарта CDMA формируют бюджеты на этот год с учетом новых условий, но это просто новые условия — никакой паники или катастрофы нет. Думаю, что связь или, вернее сказать, общение — это та ценность, с которой люди сегодня готовы расстаться в последнюю очередь. Можно отказаться от походов в ресторан или переехать в более дешевый офис, но меньше общаться люди вряд ли станут.

— Тем не менее какие-то изменения в маркетинговую политику в этом году внести уже пришлось?

— Разумеется. Раньше мы старались предложить более широкую линейку, в которой были телефоны — дорогие смартфоны представительского класса с множеством функций, способные работать в двух стандартах и т.д.



Сейчас большим спросом пользуются модели попроще. Более того, люди стали вообще меньше покупать новые трубки, а больше экспериментировать с тарифами, пытаясь нащупать наиболее интересное для себя предложение. Поэтому новые тарифные планы, которые вышли в «Скайлинке» с февраля 2009 года, оказались весьма кстати. Так что сейчас для нашей компании стали более интересны услуги по подключению через авторизованный розничный салон связи, которые ранее для «Сибтелекома» были второстепенным направлением.

Ощутимый рост спроса мы видим и на услуги нашего авторизованного сервисного центра ООО «Сервис Сота», который находится в одном здании с розничным салоном по адресу: ул. Ольги Жилиной, д. 60. Абоненты приходят со старыми трубками, меняют панели, ремонтируют телефоны, программное обеспечение. Это важный сигнал — спрос сжимается, но сжатие это идет за счет отказа от вещей, в общем-то, факультативных. Мож-

но пользоваться ведь и старым аппаратом, чтобы попробовать новый тариф для сравнения с существующим. А вот отказа от услуг операторов в принципе не наблюдается.

— Вы прогнозируете дальнейшее снижение продаж новых модемов и телефонов у операторов?

— Думаю, что за счет дотаций акционеров — операторов мобильной связи на организацию акций и скидок на модемы и телефоны при покупке и подключении уровень продаж новых аппаратов должен сохраниться на хорошем уровне. Мы считаем, что подобные маркетинговые ходы верны на фоне общего кризиса и желания абонентов экономить. Хочется отметить акцию «Скайлинк» в Новосибирске — «коробочный вариант», когда модем, который стоил около 5 тыс. рублей, за счет подобной дотации стоит во время акции 2 тыс. рублей. Причем интересна и оригинальна идея предложения товара абоненту. Это специальная коробка — упаковка «Скайлинк», в которой находится и модем, и комплект подключения. Такие упаковки можно продавать в любых местах: от салона связи до супермаркета.

— Sky Link всегда ассоциировался у потенциальных клиентов со скоростным и сравнительно недорогим интернетом. Что эта сеть способна предложить сегодня? Что сегодня может быть ее уникальностью?

— Главное преимущество Sky Link — это действительно скоростная передача данных. Но это только технология, а уже как и для чего эту технологию использовать — вопрос прикладной. Высокая скорость передачи данных есть теперь и у операторов стандарта GSM. Нам кажется, что «Скайлинку» необходимо делать упор на какие-то социальные вещи, связанные опять же с общением. Например, установка вебкамер в домах, подъездах и коттеджах, в детском саду и т.д. Чтобы человек в любое время мог посмотреть, что происходит с его ребенком, квартирой или большим человеком, кото-

рый нуждается в уходе. Интересное направление — проверка узловых точек городских магистралей на предмет наличия пробок. Мы считаем, что такая социальная направленность может стать уникальностью «Скайлинк». Чтобы абонент выбрал этого оператора не только потому, что у него более интересный тариф, а потому, что у него есть такая необходимая для него социальная услуга, которой нет у других операторов стандарта GSM. Ведь существуют же сейчас и довольно популярны социальные интернет-сайты. Так почему же «Скайлинку» не стать «социальным» оператором и продвигаться на этой уникальности.

В любом случае, это только наши суждения и размышления, и они никак не связаны с политикой «Скайлинк».

— Недавно о своем желании приобрести Sky Link заявила компания «Ростелеком». Что это означает для абонентов этой сети?

— Уверен, что это очень позитивный сигнал. Формат CDMA очень перспективен, и его потенциал в России используется пока явно недостаточно. Должен признать, что сибирские абоненты CDMA пока не могут в полной мере оценить достоинства этого стандарта. В европейской части и на Урале, например, операторы стандарта CDMA уже могут обеспечить передачу данных на скорости до 3,2 мбит в секунду. Думаю, что в результате предполагаемой сделки это будет возможно и в Сибири. «Ростелеком» — это сильный и при этом профильный игрок, который способен дать Sky Link новый импульс для развития. Речь идет и о расширении зоны покрытия, и об улучшении качества связи, появлении нового контента.

Возможно, что это именно тот счастливый шанс, который нередко приходит к нам в облике временных трудностей. В конце концов, любые трудности и критические ситуации помогают нам глубже познать свои возможности, воспользоваться тем, чем раньше мы пренебрегали, помогают нам стать сильнее.