



23 июля 2008

### РЫНОК СОТОВОЙ СВЯЗИ УЗБЕКИСТАНА: ИТОГИ I-ПОЛУГОДИЯ 2008 ГОДА

- Среднемесячный прирост в 2008 году составляет около 507 тыс. чел., против 264 тыс. чел. в 2007, что позволило увеличить абонентскую базу на 51,7%;
- МТС привлекла 51,5% всех абонентов в 2008 году, а Ucell впервые вышли на второе место по доле привлеченных абонентов – 25,2%;
- Доля Билайн за шесть месяцев сократилась на 6,5 п.п., а Ucell возросла на 4,9 п.п.;
- Прогноз числа абонентов на конец года – 13,3 млн. человек, проникновение – 48,8%. Рубеж в 100% проникновения связи будет преодолен в 2011 году.
- В 2008 году значительно вырастут расходы компаний на привлечение абонентов, однако, при этом, можно добиться снижения доли оттока абонентов;
- Ребрендинг COSCOM заставил остальных операторов усилить активность по внедрению новых тарифных планов и рекламной стратегии.

**За 12 месяцев абонентская база операторов выросла в 2,4 раза**

Число абонентов сотовой связи в Узбекистане на 1 июля 2008 года составило 8,93 млн. человек, что в 2,4 раз больше, чем год назад. При этом в начале года число клиентов сотовых компаний равнялось 5,89 млн. человек и за 6 месяцев выросло на 51,7%. Проникновение по республике составило около 32,7%.

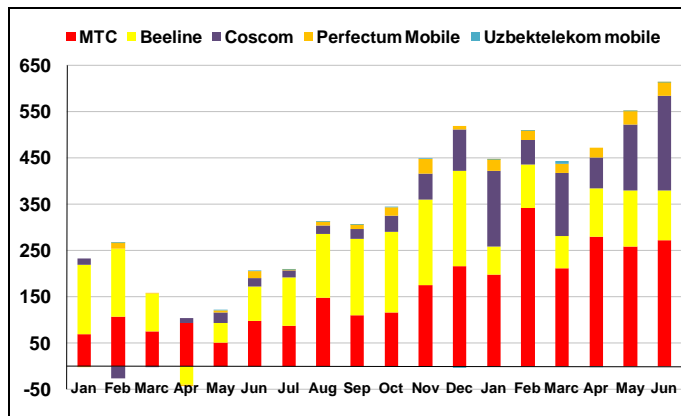
Темпы роста абонентской базы в 2008 году возросли по сравнению с 2007 годом, так, за 6 месяцев 2007 года прирост составлял 37,6%, а за весь год 2,14 раз. Среднемесячный показатель роста абонентской базы за 2007 год составил 264 тыс. человек (в декабре было оформлено 516,5 тыс. новых SIM-карт, а в апреле – 62,1 тыс. абонентов). В 2008 году темпы роста базы ещё более увеличились и среднемесячный показатель за полугодие составил уже около 507 тыс. человек с максимумом в июне (615,5 тыс. чел.) и минимумом в марте (443,2 тыс. чел.), который бы, для сравнения, оказался третьим наиболее удачным месяцем в 2007 году.

Анализируя структуру привлекаемых абонентов модно отметить преобладание доли Билайн в конце 2007 и начале 2008 годов, однако, в 2008 году существенно увеличили активность МТС и Ucell. МТС привлекла более 51,5% всех новых абонентов за 2008 год, а доля Ucell составила 25,2%, впервые опередив Билайн, доля которого составила 18,3%. Оставшиеся два оператора – Perfectum Mobile и UzMobile привлекли больше абонентов за период от общего объёма, чем их доля на рынке в целом, что в перспективе может привести к росту их доли при возможном ослаблении позиций лидеров. Рост доли Ucell объясняется масштабной рекламной акцией, введением новых тарифов и промоакциями, которые сопровождают процесс ребрендинга компании, которая вводит в Узбекистане свой сквозной бренд, аналогичный названиям компаний в других странах с присутствием TeliaSonera (Kcell, Turkcell, Azercell, Moldcell и др.).

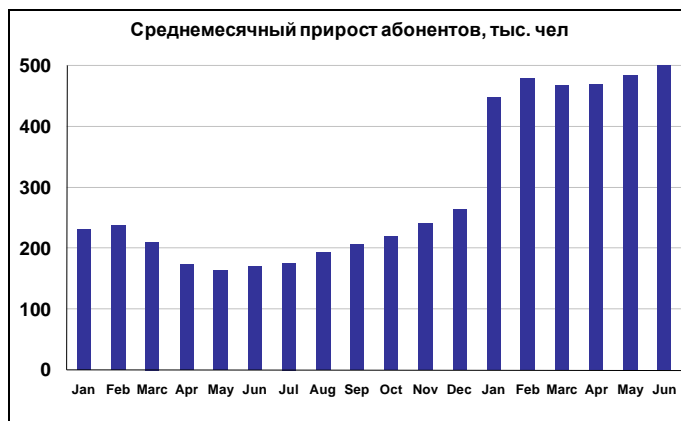
Билайн активно продвигает узконаправленные тарифы для своих клиентов с ориентацией на пользование роумингом, дополнительными услугами, отдельными видами связи, что может пока не так активно привлекать не столь «искушенных» и обеспеченных абонентов, однако имеет значительный потенциал с ростом потребностей в дополнительных услугах.

Важным фактором работы МТС является введение летом тарифного плана Welcome с бесплатной входящей связью, что несомненно привлечен значительной число абонентов и отразится на росте клиентской базы компании в период июля-сентября.

## Прирост абонентской базы сотовой связи, тыс. чел.



## Среднемесячный прирост абонентской базы сотовой связи



Источник: «AC&M Consulting», [www.gkrch.uz](http://www.gkrch.uz), АЦ «Avesta Research»

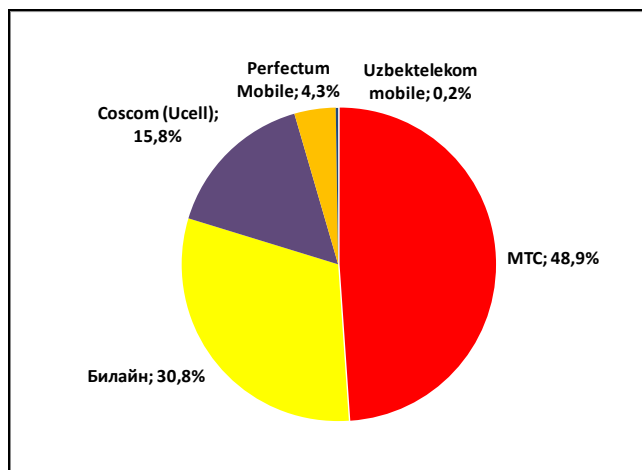
**Доля Ucell с начала года  
увеличилась на 4,9 п.п.**

Рассматривая структуру рынка, относительно долей компаний по числу клиентов, можно отметить преобладающую долю «МТС-Узбекистан» (48,9%). Доля компании впервые снизилась ниже 50% в октябре 2007 года и с тех пор изменяется в диапазоне 47,4-49,4%, увеличиваясь в 2008 году. Из диаграммы видно, что доли МТС и «Beeline» изменяются обратно пропорционально, что свидетельствует о жестком уровне конкуренции между компаниями. Доля Билайн достигла максимума в 37,3% по итогам 2007 года и начала снижаться в течении всех шести месяцев текущего года, составив на конец июня 30,8%. Доля остальных компаний, прежде всего Ucell, с начала года возросла с 15,1% до 20,3%. Из них доля Ucell составила около 15,8%, увеличившись с начала года на 4,9 п.п.

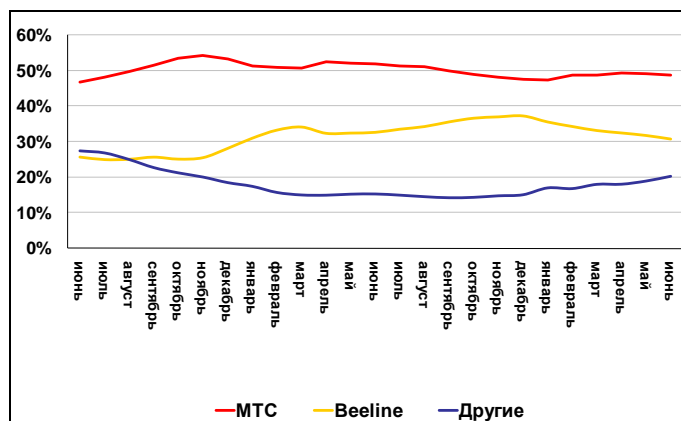
Стоит отметить, что активно увеличивает число абонентов UzMobile, и, хотя они не оказывают существенного влияния на рынок, планируют увеличить базу до конца года до 40-50 тыс. человек.



**Доля рынка операторов сотовой связи на конец июня 2008 г.**



**Изменение доли рынка сотовых операторов**



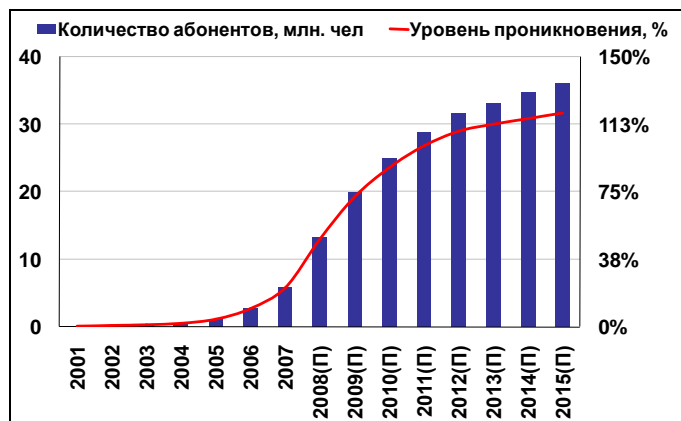
Источник: «AC&M Consulting», [www.gkrch.uz](http://www.gkrch.uz), АЦ «Avesta Research»

**Уровень в 100% будет преодолен в 2011 году.**

По расчетам АЦ «Avesta Research», число абонентов по итогам 2008 года достигнет 12,8-13,3 млн. человек, а проникновение сотовой связи составит 46,6-48,5%. На более длительный период наши прогнозы составляют 25 млн. абонентов к концу 2010 года и уровень

проникновения связи 88,6% и около 36 млн. человек и 118,7% к 2015 году. Уровень в 100% будет преодолен в 2011 году.

**Прогноз развития рынка сотовой связи до 2015 года**



Источник: «AC&M Consulting», [www.gkrch.uz](http://www.gkrch.uz), АЦ «Avesta Research»

Емкость рынка сотовой связи в Узбекистане за 2008 год по выручке оценивается нами на уровне \$770-820 млн.

Основные операционные показатели компаний показывают следующие тенденции:

- ◆ ARPU демонстрирует постоянное снижение и крупнейших компаний к концу года может достигнуть \$7 на абонента в месяц. Снижение данного показателя объясняется введением более дешевых тарифов и подключением широких слоев населения с более низкими доходами. К примеру, в первом квартале 2008 года ARPU компании МТС составил \$8,3 против \$10 в четвертом квартале 2007 года.;
- ◆ За счет снижения стоимости связи растет MOU, который составляет в среднем около 400 минут в месяц на абонента. При этом у компании МТС. Которая наиболее широко раскрывает результаты своей деятельности, он составил в среднем около 540 минут в 2007 году и 520 минут в первом квартале 2008 года;
- ◆ SAC увеличивается с усилением конкуренции между операторами. У компании МТС в 2007 году он составил в среднем \$4,3 при \$7 в первом квартале текущего года.;
- ◆ Отток абонентов по экспертным оценкам составляет около 15% абонентов. Стоит отметить, что МТС в первом квартале 2008 года с ростом затрат на привлечение абонентов резко сократило их отток – 2,8% против 13,5% на конец 2007 года. Возможно, это говорит о начале постепенного завершения этапа массового набора абонентской базы и операторам пора задуматься об увеличении инвестиций в их удержание в сети компании.

Мы ожидаем, что после прихода компании «TeliaSonera» на рынок Узбекистана и начала их ребрендинговой акции стоит ожидать существенного ужесточения конкуренции и снижением доли лидеров. Развитие COSCOM пошло в наиболее ожидаемом нами русле – TeliaSonera инвестирует средства в повышение качества сети и ввела новый бренд.

На ближайший год важнейшей целью сотовых операторов может стать скорейшее внедрение связи нового поколения и запуск 3G на территории Узбекистана. Такая мера позволит им опробовать данную услугу на относительно менее крупном рынке для последующего распространения на Украине и в России.

Компания, которая первой запустит 3G получит значительный маркетинговый выигрыш и привлечет наиболее обеспеченных абонентов, что, несомненно, скажется на дальнейшем развитии связи нового поколения и интенсивности применения клиентами услуг высокоскоростного доступа в интернет и прочих дополнительных услуг.



## Контактная информация

---

### Аналитический Центр «Avesta Research»

**Адрес:** ул. Навои 36, Ташкент, 100074  
**Тел./факс:** +998 (71) 244-33-63, 244-36-67  
**E-mail:** [info@research.uz](mailto:info@research.uz)  
**Web:** <http://www.research.uz>

Каждый аналитик, задействованный в написании данного обзора, подтверждает, что все положения отражают его собственное мнение в отношении финансовых инструментов или эмитентов. Вознаграждение аналитиков не связано напрямую или косвенно с мнениями или рекомендациями, изложенными в данном обзоре. Сотрудники АЦ «Avesta Research» не несут ответственности за операции третьих лиц, совершенные на основе мнений аналитиков, изложенных в данном обзоре. Мнение АЦ «Avesta Research» может не совпадать с мнением аналитика, изложенным в данном обзоре.

Информация, представленная в обзоре, основана на источниках, которые АЦ «Avesta Research» признает надежными, тем не менее, АЦ «Avesta Research» не несет ответственности за ее достоверность и полноту. Описания финансовых инструментов и эмитентов не претендуют на полноту. Прошлые показатели не являются гарантией своего повторения в будущем. Обзор не имеет отношения к инвестиционным целям или финансовой ситуации третьих лиц. Все мнения и рекомендации, основанные на представленной информации, соответствуют дате выхода обзора и могут быть изменены без уведомления. Обзор предоставляется исключительно в информационных целях и не является предложением купить или продать соответствующие финансовые инструменты. Инвесторы должны самостоятельно принимать инвестиционные решения, используя обзор лишь в качестве одного из средств, способствующих принятию взвешенных решений. Обзор подготовлен АЦ «Avesta Research» для распространения среди профессиональных участников рынка и институциональных инвесторов. Не являющиеся профессиональными участниками инвесторы должны искать возможность дополнительной консультации перед принятием инвестиционного решения. Обзор может содержать информацию и рекомендации касательно финансовых инструментов, недоступных для покупки или продажи непрофессиональными участниками рынка.

Дополнительная информация и сопроводительная документация может быть предоставлена по запросу.

© 2003-2007 АЦ «Avesta Research».