

17 февраля 2009 года

РЫНОК СОТОВОЙ СВЯЗИ УЗБЕКИСТАНА ИТОГИ 2008 ГОДА

- Все GSM-операторы Узбекистана осуществили запуск сети третьего поколения 3G
- «МТС» по-прежнему лидер сотового рынка Узбекистана по количеству абонентов
- Больше половины всех тарифных планов, представленных сотовыми операторами Узбекистана были запущены в 2008 году
- Абонентская база «UCell» увеличилась более чем в 4 раза
- ООО «Unitel» и СП ООО «Buzton» - конвергентные услуги под брендом «Билайн»
- Проникновение сотовой связи в Узбекистане может достичь 100% в 2012 году

Во всех расчетах данного отчета используются данные, предоставленные сотовыми операторами, компанией AC&M Consulting и Государственной Комиссией по Радиочастотам или собранные в других официальных источниках.

МТС-УЗБЕКИСТАН

За 2008 год количество абонентов «МТС-Узбекистан» увеличилось более чем в 2 раза. Если в начале года их было 2,8 миллиона, то к концу года эта цифра значительно превысила отметку в 5,6 миллионов. Компания в течении года предлагала своим абонентам новые тарифные планы и дополнительные услуги, расширяла дилерскую сеть, открывала новые офисы в регионах. Так в 2008 году были открыты новые офисы МТС в городах Нукус и Карши.

Компания обновила линейку тарифных планов (ТП) и на данный момент на сайте компании представлены 11 ТП для физических лиц, из которых более половины запущены в 2008 году – «Всегда на связи», «Семейный», «Свободный разговор», «Red night», «Maxi», «Добро пожаловать», «Классный», и 5 ТП для корпоративных клиентов, среди которых есть 3 новых – Корпорация «Базовый», Корпорация «2500» и Корпорация «5000». Компания первой в Республике запустила тариф, разработанный специально для детей и их родителей - «Классный».

Летом прошлого года «МТС-Узбекистан» стала генеральным спонсором трансляции Олимпийских игр из Пекина для зрителей Узбекистана. После Олимпиады специально для любителей спорта компанией была организована фотовыставка в Ташкенте и Самарканде.

В декабре 2008 года компания «МТС-Узбекистан» успешно осуществила запуск сети третьего поколения 3G* в Ташкенте и Самарканде. Отметим, что на сегодня, «МТС» – единственный сотовый оператор, запустивший 3G в коммерческую эксплуатацию в регионах страны. Стоимость запуска составила около 30 млн. долларов США. Теперь для абонентов компании стали доступны такие функции как «Видеозвонок» и услуга «Скоростной Интернет 3G».

Объем инвестиций в развитие компании на 2008 год составил более 150 млн. долларов США. В 2009 году планируется дальнейшее расширение сетей 2G и 3G, а также спектра услуг в сети третьего поколения: планируется запуск таких возможностей, как потоковая передача аудио/видео и мобильное телевидение.

* 3G (от англ. third generation — «третье поколение»), технологии мобильной связи третьего поколения — набор услуг, которые объединяют как высокоскоростной мобильный доступ с услугами сети Интернет (до 3,6Мб в секунду), так и технологию радиосвязи, которая создаёт канал пакетной передачи данных.



БИЛАЙН

На конец 2008 года абонентская база компании насчитывает более 3,6 млн. абонентов, что почти в 1,7 раз больше по сравнению с началом года. Одним из основных итогов деятельности компании «Билайн» в 2008 году стал запуск сети 3G и сопутствующих ей услуг.

Были введены в эксплуатацию 6 новых тарифных планов для физических лиц: «Первый сумовой», «Монстр общения», «Минута плюс», «Просто посекундный», «Удивительные вещи», «Детский» - теперь их 14. Компания является единственной в Узбекистане, предоставляющей ТП в национальной валюте («Первый сумовой»). Также была обновлена линейка тарифных планов для корпоративных клиентов, которых стало 8. Таким образом, на сайте компании представлены 22 тарифных плана.

Следует особо отметить интеграцию ООО «Unitel» и СП ООО «Buzton», основной целью которой для компании «Билайн» стало внедрение конвергентных услуг на базе совмещения возможностей фиксированной и мобильной связи и усиление маркетинговой работы за счет предоставления перекрестных продаж.

На протяжении 2008 года компания принимала активное участие в социальной жизни страны. В целях продвижения культуры общения «Билайн» запустил проект «Мобильный Этикет» во всех регионах РУз. В рамках проекта «Новые технологии детям» к беспроводному интернету от «Билайн» были подключены пять школ в удаленных районах страны. На протяжении прошлого года в развитие «Билайн» было инвестировано около 150 млн. долларов США.

Основными целями для компании на 2009 год стали: оптимизация существующих сетевых ресурсов для обеспечения качества связи, фокус на передаче некоторых централизованных функций в регионы, развитие конвергентных услуг на базе двух компаний «Unitel» и «Buzton» под одним брендом «Билайн».

UCell

К концу 2008 года компания ИП ООО «Coscom» (ТМ UCell) пришла весьма высокими результатами. В июне 2008 года широкой общественности был представлен новый бренд «UCell», появление которого сопровождалось активной рекламной поддержкой.

Расходы на ребрендинг и продвижение нового бренда составила 10 млн. долларов США. Это бренд компании «Telia Sonera», которая устанавливает подобные названия во всех странах своего присутствия – «KCell» в Казахстане, «AzerCell» в Азербайджане, «GeoCell» в Грузии и «MoldCell» в Молдавии.

По итогам 2008 года база абонентов компании «UCell» насчитывает почти 2,9 миллиона человек, увеличившись с начала года в 4,2 раза. В связи с ним компания победила в номинации «Прорыв года №1 в сфере мобильной связи» Национального конкурса торговых марок Узбекистана «Выбор года-2008», где ей были вручены медаль и сертификат о присуждении почетного звания.

Одним из ключевых этапов в развитии «UCell» стал запуск 3G в сентябре 2008 года в тестовую эксплуатацию в Ташкенте, Самарканде и позднее в Бухаре. Сегодня сеть работает в тестовом режиме. Таким образом, компания «UCell» первой среди операторов Узбекистана протестировала данную технологию на рынке страны. На введение 3G было затрачено порядка 20-30 млн. долларов США. Объем инвестиций компании в 2008 году составил около 200 млн. долларов США. Компания планирует ввести 3G в коммерческую эксплуатацию в феврале 2009 г.

На конец года на сайте компании были представлены 9 тарифных планов, 6 из которых – для корпоративных клиентов. Все они новые и были представлены в течении прошлого года. Надо сказать, что «UCell» стала первой компанией, выпустившей тариф специально для студентов. Среди успехов «UCell» по работе с корпоративными клиентами нужно отметить генеральное соглашение о сотрудничестве для поддержки развития предпринимательства в стране с Торгово-



промышленной палатой Республики Узбекистан. В соответствии с положениями соглашения «UCell» разработала специальный тарифный план для малого и среднего бизнеса «Тадбиркор».

Perfectum Mobile

«Perfectum Mobile» обслуживает на сегодняшний день свыше четверти миллиона абонентов, причем половина из них проживает в регионах Узбекистана. Абонентская база с начала года выросла на треть.

Сегодня на сайте компании представлены 4 тарифных плана категории Economic, 5 категории Business и 3 VIP плана. Все планы Business и VIP доступны для подключения клиентов, приобретающих статус «корпоративный». Планы Economic «Первый сетевой», «Легко», «Ночью дешевле» и специальный корпоративный план «Своя компания» были разработаны в 2008 году. Особенностью ТП «Первый Сетевой» является то, что все исходящие и входящие звонки внутри сети – бесплатны по всей зоне покрытия, а ТП «Ночью дешевле» - льготная тарификация в ночное и утреннее время не только голосового, но и Интернет трафиков.

«Perfectum Mobile» участвует в государственной программе по телефонизации объектов народного образования. «Perfectum Mobile» проводит большое количество социально значимых маркетинговых акций, направленных на доступность связи для жителей республики. Например, акция «Два телефона по цене одного» уникальна тем, что при подключении на любые тарифные планы все желающие могут получить сотовые телефоны в 2 раза дешевле их стоимости.

В числе уникальных услуг, впервые появившихся в Узбекистане благодаря сети «Perfectum Mobile», - «Мобильный Банк» и «Mobile VPN», позволяющие создавать свою локальную сеть среди организаций, желающих объединить свои филиалы и отделения по всей республике в единое информационное пространство путем мобильной передачи данных.

В 2008 году была внедрена услуга международного роуминга. Первой страной, где она стала доступна, является Кыргызстан. Приоритетной задачей на 2009 год для компании является дальнейшее расширение разнообразных дополнительных услуг, роуминг-партнеров и дистрибьюторской сети в отдаленных уголках республики. В этих целях уже сейчас решается вопрос развития сети на основе технологии CDMA 1x EVDO, которая позволит обеспечить мобильным интернет-пользователям еще более быстрый доступ в глобальную сеть и множество сервисов нового поколения. Мобильный Интернет в «Perfectum Mobile» по-прежнему отличается самыми низкими тарифами на рынке.

UzMobile

Количество абонентов компании «UzMobile» с начала 2008 года к его концу выросло в 2,5 раза. Теперь их более 23 тысяч. Стоит отметить, что компания является самой молодой среди сотовых операторов, она основана в 2004 году, а свои услуги

на территории столицы начала предоставлять лишь с мая 2008 года. За этот короткий период компании удалось реализовать комплекс мер, что и позволило расширить сеть и повысить качество предоставляемых услуг, в том числе беспроводного радиодоступа и мобильной связи в стандарте CDMA_450.

Тарифные планы для мобильных абонентов на сайте компании разделены на 2 группы. В первую группу – «Мобильный» входят 12 тарифов, предназначенных для физических лиц, за исключением плана «Корпоративный», предназначенного для юридических лиц. Планы «Ночной разговор» и «5555» являются новыми. Во вторую группу вошли планы, предназначенные только для юридических лиц и частных предпринимателей. Их 4, а группа называется «Корпоративный», как и один из тарифов первой группы. Вся группа тарифных планов была создана и представлена в июне 2008 года.

«UzMobile» проводил новогоднюю акцию «Телефоны за пол цены», похожую на акцию компании «Perfectum Mobile» с отличием в том, что покупать второй телефон для участия в акции не обязательно и подключаться необходимо на тарифные планы так называемой категории VIP.

Филиал «Узбектелеком Мобайл» «UzMobile» также выполняет государственные задачи по телефонизации объектов народного образования, обороны, медицинского назначения и почтовых отделений, расположенных в отдаленных регионах Республики Узбекистан.

Количество тарифных планов в разрезе мобильных операторов

Сотовые операторы	Количество ТП			Количество ТП, запущенных в 2008 году		
	Абонентам	Корпоративным клиентам	Всего	Абонентам	Корпоративным клиентам	Всего
МТС	11	5	16	7	1	8
Билайн	14	8	22	6	8	14
UCell	3	6	9	3	6	9
Perfectum Mobile	11	8	12*	3	1	4
UzMobile	10	3	13	2	3	5

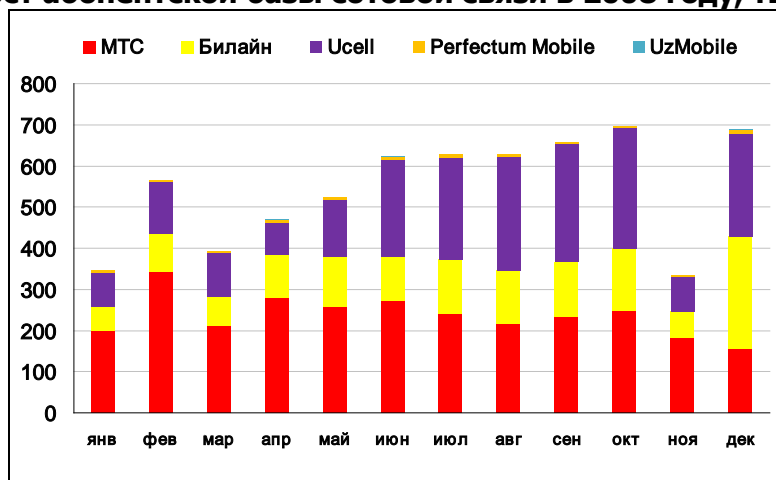
Источник: данные операторов, АЦ «Avesta Research»

МТС – лидер по привлечению новых абонентов в 2008 году

Число абонентов сотовой связи в Узбекистане на 1 января 2009 года составило 12,46 млн. человек. Так, если в начале 2008 года число абонентов сотовых компаний равнялось 5,89 млн. человек, то за год оно увеличилось в 2,12 раза. Тенденция увеличения количества абонентов более чем в 2 раза

наблюдается с 2005 года или уже на протяжении 4 лет подряд. Проникновение по республике составило около 46%, тогда как на начало года оно составляло 21,7%. По итогам года было привлечено 6 568,7 тыс. человек, 43,3% из которых приходятся на «МТС», 33,6% на «UCell» и 21,9% относятся к «Билайн». CDMA-операторы значительно отстают от тройки лидеров. «Perfectum Mobile» привлек 1,0% от общего количества подключившихся в 2008 году абонентов, «UzMobile» - 0,2%. Таким образом, компания «МТС» является лидером по данному показателю, опередив прошлогоднего лидера «Билайн» в два раза, а, ставший вторым, «UCell» на 0,6 млн. новых абонентов.

Прирост абонентской базы сотовой связи в 2008 году, тыс. чел.



Источник: данные сотовых операторов, «AC&M Consulting», АЦ «Avesta Research»

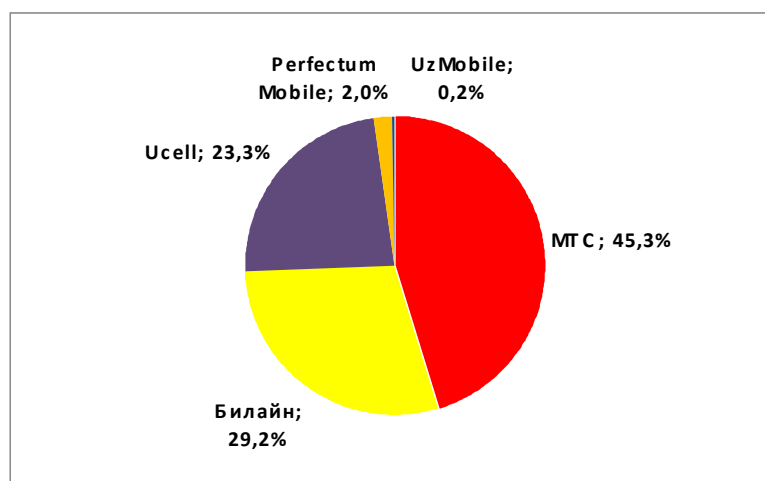
* Часть тарифных планов предоставлены для подключения как для корпоративных клиентов, так и для абонентов.

Самым удачным по количеству привлеченных абонентов для сотовых операторов стал третий квартал - они привлекли в сумме около 1,92 млн. новых клиентов, что составляет 29,2% от всего количества абонентов, подключившихся за 2008 год. Особого успеха добилась в этот период компания «UCell», привлекая 812 тыс. абонентов или 42% от общего числа новых пользователей. За четвертый квартал было привлечено на 100 тыс. больше абонентов, чем во втором. Среднемесячный прирост абонентской базы по итогам 2008 года по всем операторам составил около 0,55 млн. пользователей.

UCell набирает обороты

Доля лидеров рынка «МТС-Узбекистан» и «Билайн» снизилась на несколько процентных пунктов. Если в начале года «МТС-Узбекистан» занимала 47,6% общего числа абонентов, а «Билайн» – 37,3%, то к его окончанию картина значительно изменилась: «МТС-Узбекистан» – 45,4%, «Билайн» – 29,2%, а «UCell» – увеличили долю с 11,7% до 23,3%. Доля «Perfectum Mobile» уменьшилась с 3,2% до 2,0%, а «UzMobile» стабильно держится на отметке в 0,2%.

Доля рынка операторов сотовой связи на конец 2008 г.

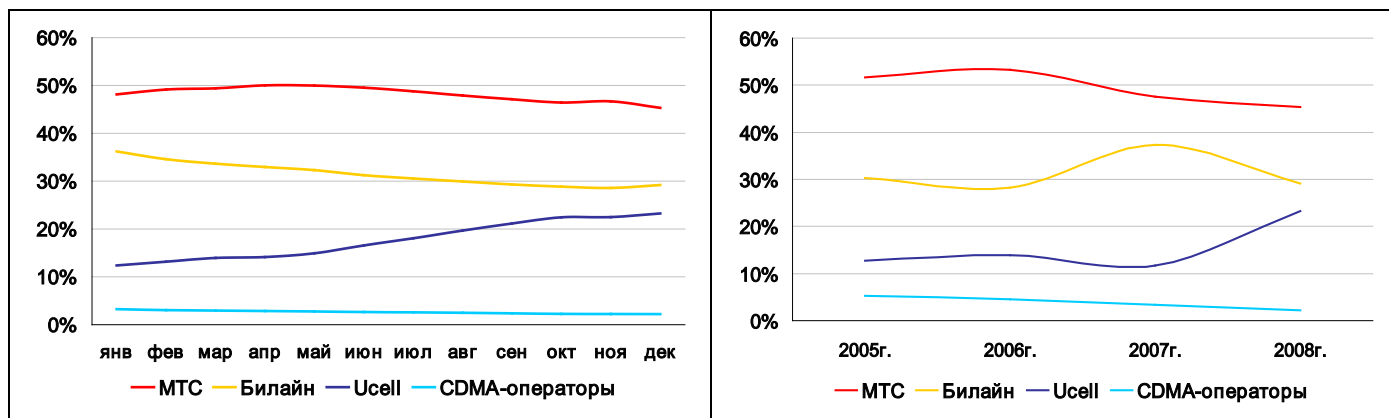


Источник: данные сотовых операторов, «AC&M Consulting», АЦ «Avesta Research»

В течении года доля «МТС-Узбекистан» волнообразно изменялась с ростом в первой половине года и снижением во второй, а доля «Билайн» снижалась постоянно в течении года. Причиной этого стал резкий рост абонентской базы «UCell», особенно во втором полугодии. В целом, за четыре последних года четко видна тенденция резкого роста доли того или иного оператора в год проведения ребрендинговой кампании, что говорит об эффективности реализованных мероприятий, включающий всевозможные виды наружной и эфирной рекламы, введение новых тарифных планов, акций, дополнительных услуг и т.д. Цифровое выражение прироста абонентской базы после ребрендинга у «Билайн» и «UCell» больше, чем у «МТС-Узбекистан» большей частью за счет меньшего числа абонентов у этих компаний на момент старта кампании.



Изменение доли рынка сотовых операторов



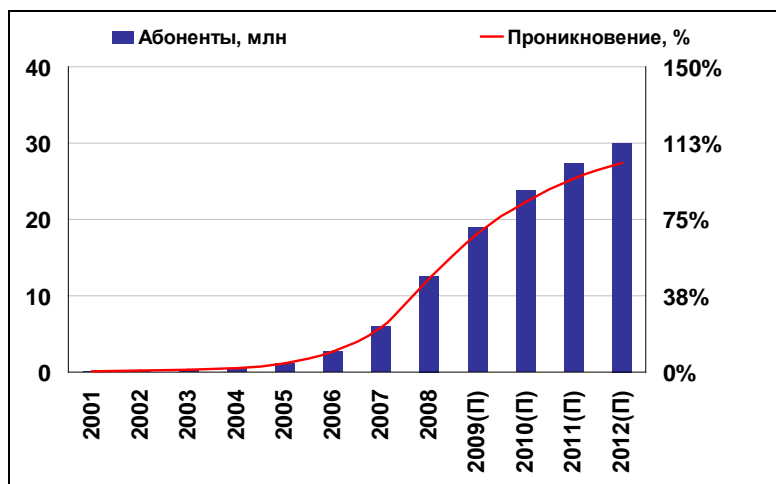
Источник: данные сотовых операторов, «AC&M Consulting», АЦ «Avesta Research»

Проникновение сотовой связи может достигнуть 100% в 2012 году

Учитывая, что проникновение сотовой связи на конец 2008 года составило около 46%, а количество абонентов не превысило 12,5 млн. человек, что несколько ниже предполагаемых ранее цифр, прогнозы АЦ «Avesta Research» были скорректированы. К концу 2010 года уровень проникновения сотовой связи достигнет отметки в 83,7% и составит 23,7 млн. абонентов, а 100%-ый рубеж будет преодолен в середине 2012 года.

2010 года уровень проникновения сотовой связи достигнет отметки в 83,7% и составит 23,7 млн. абонентов, а 100%-ый рубеж будет преодолен в середине 2012 года.

Прогноз развития рынка сотовой связи до 2012 года



Источник: данные сотовых операторов, «AC&M Consulting», ГКРЧ, Госкомстат, АЦ «Avesta Research»

Сколько «стоит» рынок?

В данном разделе и в следующих двух сравниваются финансовые и операционные показатели работы сотовых операторов в Узбекистане. Используются материалы годовых и квартальных отчетов головных компаний «МТС», «ВымпелКом» и «TeliaSonera». Некоторые данные по операторам не

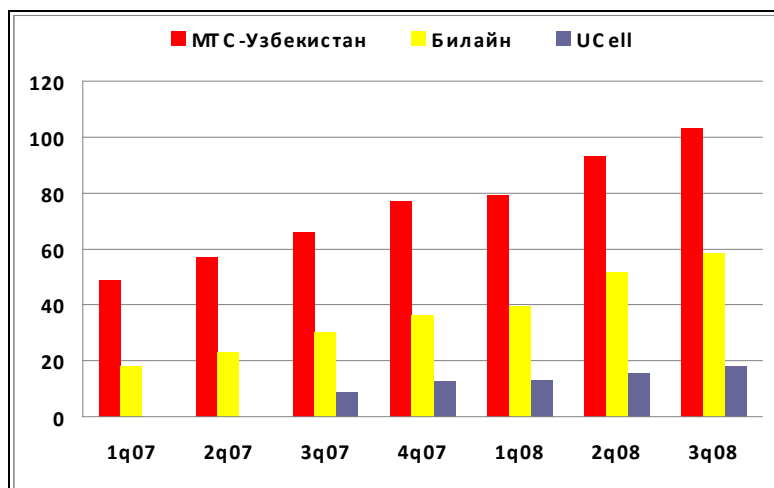
представлены, или представлены не в полном объеме. В части случаев динамика и направленность развития лидеров рынка приняты за ориентир для рынка в целом из-за отсутствия подтвержденной информации по остальным игрокам.

Выручка сотовых операторов неуклонно растет из квартала в квартал, однако если по итогам трех кварталов 2007 года доход «МТС-Узбекистан» составлял 2,4 дохода «Билайн», то за аналогичный период в 2008 году множитель снизился до 1,8. Выручка «МТС-Узбекистан» по итогам третьего квартала 2008 года впервые превысила 100 млн. долл. США. Выручка «Ucell»

достигла почти 18 млн. долл. США, она больше выручки этого же оператора в третьем квартале 2007 года в 2 раза. За первые три квартала 2008 года доход всех трех компаний превысил 470 млн. долл. США.

Стоит отметить, что, отвечая на вопросы АЦ «Avesta Research» представители компании «Билайн» заявили, что не обеспокоены снижением их доли по числу абонентов и ориентируются на значительно больший объем реальной выручки, которая может характеризовать высокое качество абонентской базы компании с низкой долей «мертвых душ» или неактивных абонентов.

Выручка GSM-операторов[▲] по итогам 3-х кварталов 2008 г. (млн. долл. США)



Источник: данные сотовых операторов, АЦ «Avesta Research»

ARPU[•]

Показатель ARPU у «МТС-Узбекистан» падает с третьего квартала 2007 года. Если тогда он составлял 10,3 долл. США, то по итогам третьего квартала 2008 года он снизился на 29,2% и равен 7,3 долл. США. У «Билайн» проследить определенной тенденции не

удалось, так как его ARPU постоянно варьируется: в третьем квартале 2007 года – 7,6 долл. США, в первом квартале 2008 года снизился до 5,8 долларов, а в третьем квартале этого же года поднялся до 6,5 долл. США.

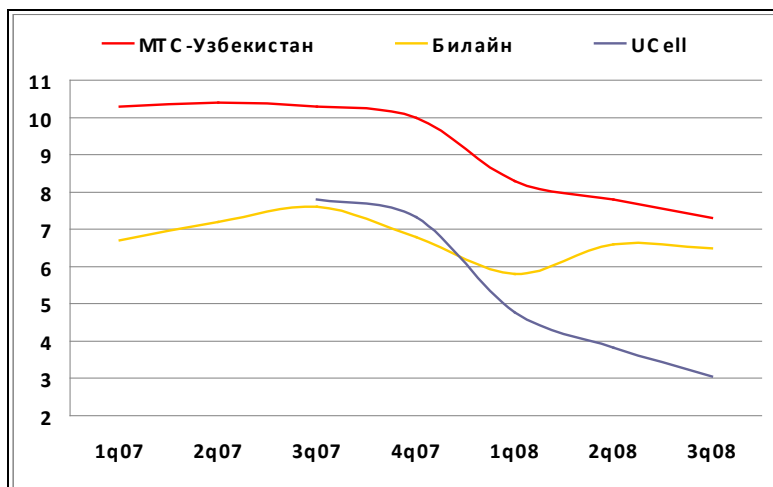
Данные ARPU компании «UCell» рассчитаны АЦ «Avesta Research» и являются приблизительными. Здесь наблюдается такая же тенденция, как и у компании «МТС-Узбекистан». Начиная с третьего квартала 2007 года, показатель ARPU упал в 2,5 раза: 7,8 долл. США против 3,1 в третьем квартале 2008 года. Это связано с тем, что наибольшее количество новых абонентов компаний подключаются к наиболее экономным тарифным планам, что сокращает среднюю выручку на одного абонента в целом по базе.

[▲] По «МТС-Узбекистан» и «Билайн» используется показатель «Revenues/Выручка», по «UCell» – показатель «Net sales»

[•] ARPU (Средняя ежемесячная выручка от продажи услуг в расчете на одного абонента) рассчитывается как отношение доходов от предоставления услуг за определенный период к среднему числу абонентов за период и числу месяцев в этом периоде



ARPU GSM-операторов по итогам 3-х кварталов 2008 г. (долл. США)



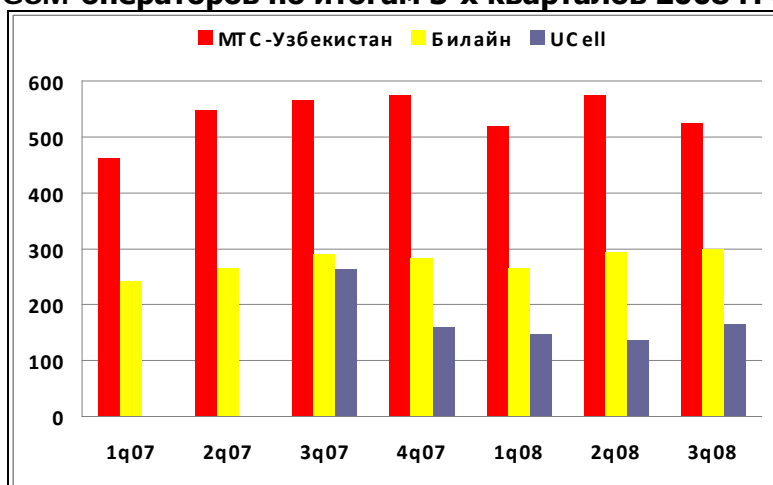
Источник: данные сотовых операторов, АЦ «Avesta Research»

MoU*

MoU компании «Билайн» хоть и упал в первом квартале, по отношению к итогам 4 квартала 2007 года, до 265 минут, но стабильно растет и уже в третьем квартале составил 299 минут. Сравнивая третьи кварталы 2007 и 2008 годов, видим незначительный прирост в 3%. С МТС дела обстоят иначе. По итогам 2007 года MoU постоянно рос и достиг 574 минут, но уже в первом квартале 2008 года упал до 520. Далее следует 575 минут во втором квартале и снова снижение в третьем квартале 2008 года до 525 минут. Сравнивая все те же третьи кварталы двух прошедших лет, наблюдаем снижение почти на 7%.

У «UCell» с третьего квартала 2007 года можно наблюдать значительное снижение показателя MOU до второго квартала 2008 года. Количество минут снизилось с 264 до 136, то есть почти в два раза. Однако уже в следующем квартале снова наметился рост – 166 минут. Отчасти этим можно объяснить значительную разницу в выручке сотовых операторов. Абоненты «UCell» хоть и активно растут в количестве, но тратят меньше времени на разговоры, чем клиенты двух других GSM компаний.

MoU GSM-операторов по итогам 3-х кварталов 2008 г. (мин.)



Источник: данные сотовых операторов, АЦ «Avesta Research»

* MoU (Средний ежемесячный трафик на одного абонента) вычисляется путем деления общего числа минут пользования связью за период на среднее число абонентов за период и далее на число месяцев.



Контактная информация

Аналитический Центр «Avesta Research»

Адрес: ул. Навои 36, Ташкент, 100011
Тел./факс: +998 (71) 244-33-63, 244-36-67
E-Mail: 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.