O'zbekiston axborot texnologiyalari

infoCOM.UZ

информационные технологии Узбекистана

N2 2009
Obuna indeksi 977, 979
Подписные индексы

ISSN 2010-9768

ushbu sonda
читайте в номере

O'zbekiston AKT yangiliklari

Всемирный мобильный конгресс MWC 2009

Новости МТС

Navro'z bayrami muborak!

Поздравляем с весенним праздником НАВРУЗ!

AvestaResearch

Итоги 2008 года

Рынок сотовой связи Узбекистана

Уважаемые читатели! Предлагаем вашему вниманию аналитический отчет «Рынок сотовой связи Узбекистана. Итоги 2008 года», который был представлен 19 февраля 2009 года аналитическим центром Avesta Research (авторы: Вазген Аванесов, аналитик АЦ Avesta Research и Карен Срапионов, старший аналитик Avesta Investment Group). Во вкладке также читайте комментарии в данному отчету.

«МТС-Узбекистан» (ИП «Уздунробита»)

За 2008 год количество абонентов «МТС-Узбекистан» увеличилось более чем в 2 раза. Если в начале года их было 2,8 млн., то к концу года эта цифра значительно превысила отметку в 5,6 млн. Компания в течение 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. 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.

ООО Unitel (приобретенная компания ОАО «ВымпелКом», предоставляющая услуги сотовой связи под торговой маркой «Билайн» на территории Узбекистана)

На конец 2008 года абонентская база компании насчитывает более 3,6 млн. абонентов, что почти в 1,7 раза 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. 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».

ИП ООО COSCOM (торговая марка UCell)

К концу 2008 года компания ИП ООО COSCOM (торговая марка UCell) пришла с 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 составили 10 млн. долларов. 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

Аналитический центр Avesta Research

Аналитический центр Avesta Research (АЦ Avesta Research) был создан в 2005 году на базе Аналитического департамента ЗАО Avesta Investment Group. В настоящее время АЦ Avesta Research входит в состав инвестиционной группы Avesta Investment Group.

Основной целью деятельности АЦ Avesta Research является предоставление профессиональной бизнес-аналитики по развитию фондового и товарных рынков, сферы услуг и недвижимости для различных местных и иностранных инвесторов, проведение маркетинговых исследований. АЦ Avesta Research имеет богатый опыт в проведении различных исследований.

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. Объем инвестиций компании в 2008 году составил около 200 млн. долларов. Компания планирует ввести 3G в коммерческую эксплуатацию в феврале 2009 года.

На конец года на сайте компании были представлены 9 тарифных планов, 6 из которых — для корпоративных клиентов. Все они новые и были представлены в течение 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 бизнеса и частного предпринимательства «Тадбиркор».

СП Rubicon Wireless Communication (сотовая сеть 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, 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.

Филиал «Узбектелеком Мобайл» АК «Узбектелеком» (торговая марка 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 «Кор-

Комментарии к отчету корреспонденту нашего издания дал Карен Срапионов, старший аналитик Avesta Investment Group.

— Чем характеризуется прошедший год для рынка сотовой связи Узбекистана?

— 2008 год можно назвать годом достижений. Абонентская база выросла более чем в два раза и достигла почти 12,5 млн. человек. Лидеры рынка — «МТС» и «Билайн» запустили сети 3G в коммерческую эксплуатацию. У компании UCell сеть 3G работала в тестовом режиме. Компания «МТС» по-прежнему лидер, хотя ее доля рынка сокращается. Следует также отметить, что компании активно разрабатывают и внедряют новые, все более выгодные тарифные планы — конкурентная борьба налицо.

— С чем связано замедление темпов роста абонентов сотовой связи? Что значит 100% проникновение и реальные показатели абонентов по «головам»?

— Замедление роста абонентской базы следует связать с естественным насыщением рынка сотовой связи — по итогам 2008 года проникновение сотовой связи достигло 46% — то есть значительная часть населения, для кого телефон является предметом необходимым, его уже имеет. После четырех лет двукратного роста абонентской базы это вполне естественная тенденция. 100% проникновение в 2012 году означает, что прогнозное количество абонентов сотовой связи и прогнозное количество жителей страны совпадает, то есть цифра является номинальной. Реальная же цифра будет другой, она будет ниже, но определить ее точно невозможно. Го-

»

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

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

поративный», 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.

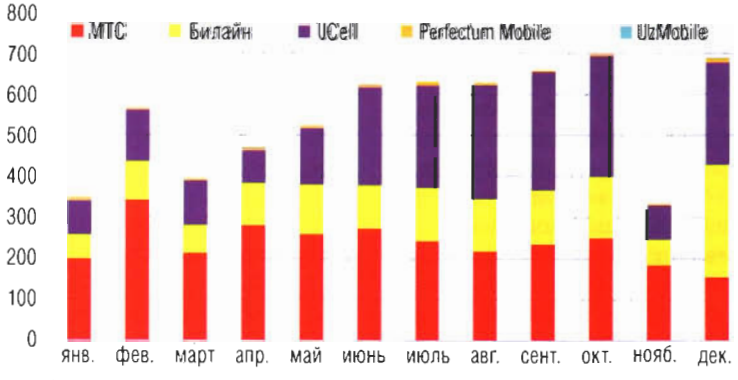
UzMobile проводил новогоднюю акцию «Телефоны за полцены», похожую на акцию компании Perfectum Mobile, с отличием в том, что покупать второй телефон для участия в акции не обязательно и подключаться необходимо на тарифные планы так называемой категории VIP. Филиал «Узбектелеком Мобайл» также выполняет государственные задачи по телефонизации объектов народного образования, обороны, медицинского назначения и почтовых отделений, расположенных в отдаленных регионах Республики Узбекистан.

«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.

Самым удачным по количеству привлеченных абонентов для сотовых операторов стал третий квартал. Было привлечено 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, привлекшая 812 тыс. абонентов, или 42% от общего числа новых пользователей. За четвертый квартал было привлечено на 100 тыс.

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



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

воря о неактивной абонентской базе, т.н. «мертвых душах», нужно сказать, что сотовые операторы по-разному считают эту цифру перед ее оглашением, например, «Билайн» считает трехмесячную абонентскую базу, у других операторов система подсчета иная.

– Насколько легко делать аналитику рынка сотовой связи в Узбекистане. Идут ли на контакты операторы сотовой связи, ГКРЧ и другие участники рынка?

– Аналитика сотового рынка в Узбекистане – достаточно кропотливый труд, нужно постоянно быть в курсе последних новостей, уметь оперировать специфичными показателями, а также иметь точные численные данные. Помощь в получении статистических данных оказывают государственные органы статистики и сами сотовые операторы. Хотелось бы выразить им за это особую благодарность и пожелать успехов!

– Зачем вообще делаются исследования? Что от этого имеют участники рынка, простые граждане, инвесторы и сама Avesta Research?

– Исследование сотового рынка началось осуществляться нашими аналитиками еще с самого начала создания компании, когда рынок находился в стадии активного роста. В этот период рынок представлял большой интерес для иностранных инвесторов, да и развитие относительно новых для нашей страны услуг связи как сотовая и ее перспективы развития вызывало интерес у большинства пользователей данного вида услуг связи. Для граждан Узбекистана и инвесторов исследование – это своего рода индекс или опорный показатель, который позволяет опре-

Прогноз развития рынка сотовой связи до 2012 года

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

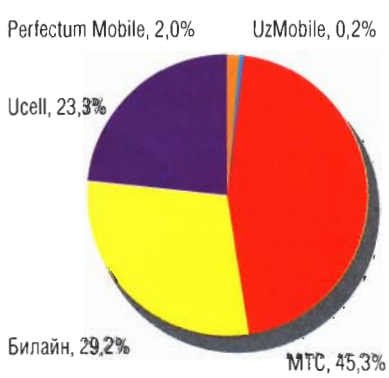
больше абонентов, чем во втором. Среднемесячный прирост абонентской базы по итогам 2008 года по всем операторам составил около 0,55 млн. пользователей.

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 увеличила 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%.

В течение года доля «МТС-Узбекистан» волнообразно изменялась с ростом в первой половине года и снижением во второй, а доля «Билайн» снижалась постоянно в течение 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, включающих 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» за счет меньшего числа абонентов у этих компаний на момент старта.

Доля рынка операторов сотовой связи на конец 2008 года



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% рубеж будет преодолен в середине 2012 года.

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

делить основные тенденции и направления рынка. Для одних — выбрать новые тарифные планы и воспользоваться дополнительными услугами или сравнить операторов, а для других — оценить объемы и динамику рынка. Из наших отчетов каждый может сделать свои выводы, кому следует доверять, куда вложить деньги, к какому оператору подключиться, исходя из своих личных соображений.

— Как давно вы делаете исследования сотового рынка Узбекистана? Какие из ваших прогнозов сбылись?

— Аналитикой рынка телекоммуникаций компания занимается со дня основания, что связано с тесным взаимодействием с участниками рынка во всех его областях и направлениях бизнеса. Мы имеем опыт проведения маркетинговых исследований по сотовой и фиксированной связи, видеоконференцсвязи, другим продуктам ИКТ, наша компания оказывала консультационные услуги по выпуску облигаций АК «Узбектелеком», являлась брокером по приобретению крупных пакетов акций телеком операторов и консультантом по слиянию активов компании Unitel, ныне представленных под брендом «Билайн». Таким образом, чтобы поддерживать свое положение на рынке и усиливать свои конкурентные позиции, необходимо постоянно мониторить рынок.

Касательно прогнозов — они основываются на анализе активности роста абонентской базы в разрезе операторов, детального подхода к постоянному мониторингу, применению статистических методов и других факторов. Думаю, лучшим показателем станет исполнение нашего прогноза по числу абонентов по итогам 2009 года.

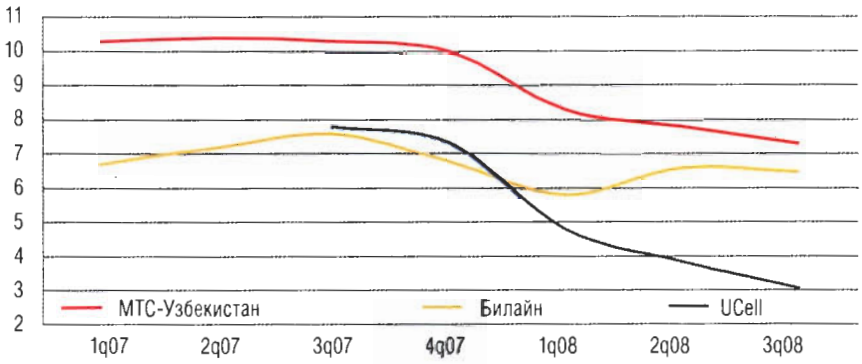
множитель снизился до 1,8. Выручка «МТС-Узбекистан» по итогам третьего квартала 2008 года впервые превысила 100 млн. долл. Выручка UCell достигла почти 18 млн. долл. США, она больше выручки этого же оператора в третьем квартале 2007 года в 2 раза. За первые три квартала 2008 года доход всех трех компаний 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

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

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

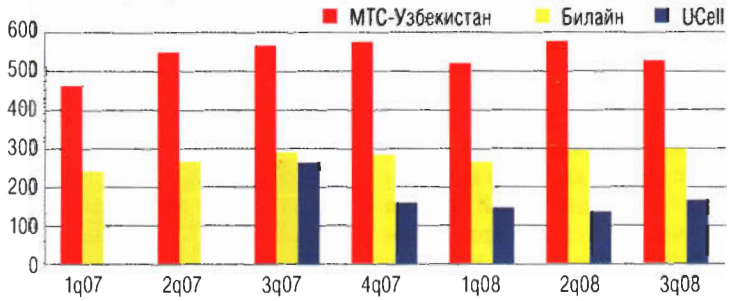


Источник: данные сотовых операторов, АЦ Avesta Research

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

Показатель ARPU у «МТС-Узбекистан» падает с третьего квартала 2007 года. Если тогда он составлял 10,3 долл., то по итогам третьего квартала 2008 года он снизился на 29,2% и равен 7,3 долл. У «Билайна» проследить определенной тенденции не удалось, так как его ARPU постоянно варьируется: в третьем квартале 2007 года — 7,6 долл., в первом квартале 2008 года снизился до 5,8 долл., а в третьем квартале этого же года поднялся до 6,5 долл. 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. 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.

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

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.