

# Мобильная связь в странах СНГ:

## Рыночная ситуация, влияние кризиса и перспективы

**Алексей Данилин, старший консультант**

**Третья Туркменская международная конференция по связи и информационным технологиям**

**1** **Общий анализ рыночной ситуации в странах СНГ**

**2** **Россия**

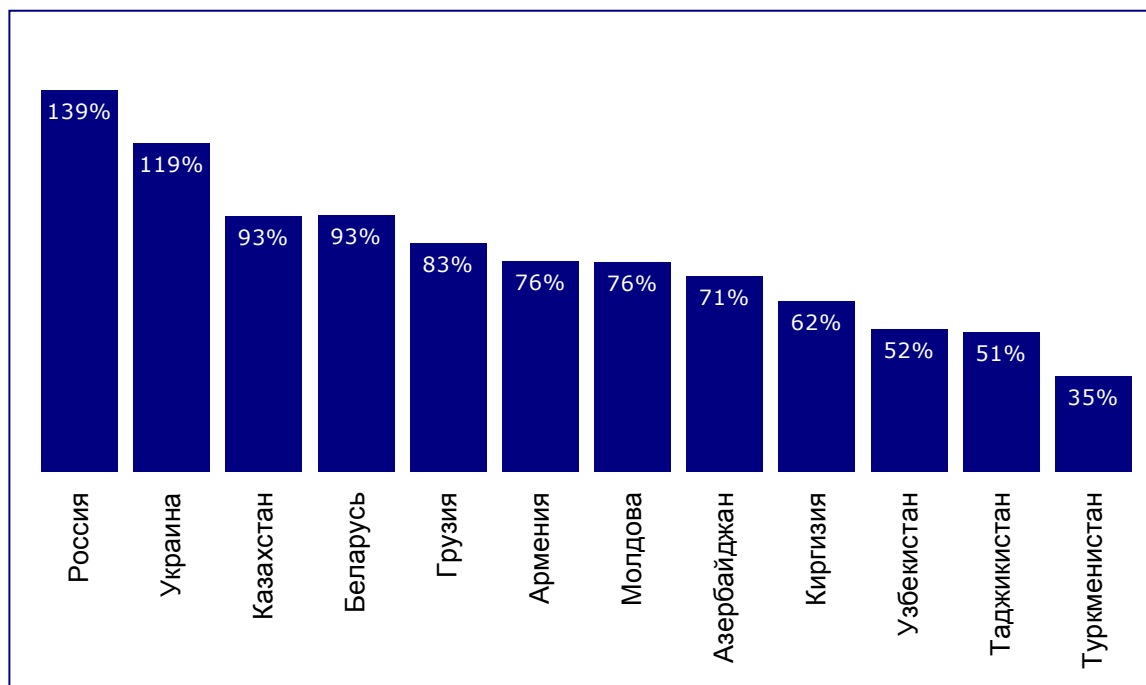
**3** **Украина**

**4** **Казахстан**

**5** **Узбекистан**

**6** **Основные выводы**

## Уровень проникновения сотовой связи в странах СНГ (% от численности населения), июнь 2009

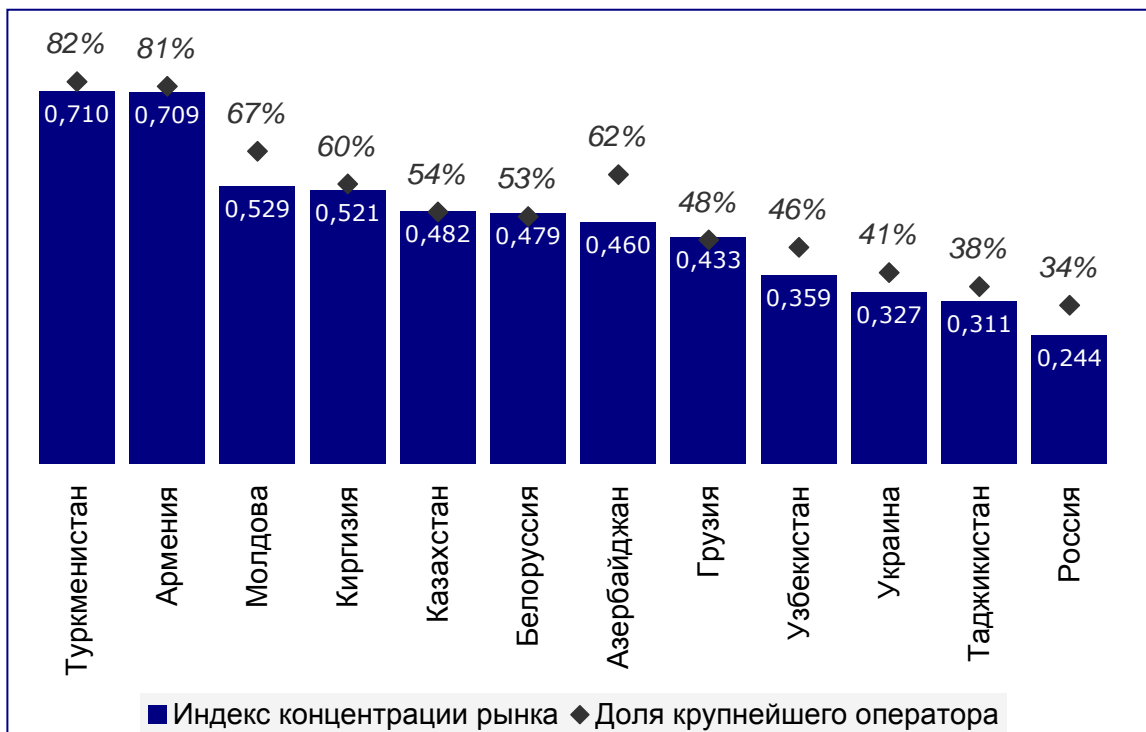


Самое низкое проникновение сотовой связи (отношение абонентов к общей численности населения) наблюдается в центрально-азиатских странах.

Эти же рынки являются наиболее быстрорастущими.

Лишь в двух странах СНГ – России и Украине, номинальный уровень проникновения превысил 100% от общей численности населения, что является следствием очень сильной конкуренции между операторами.

## Индекс концентрации рынка мобильной связи в странах СНГ, июнь 2009

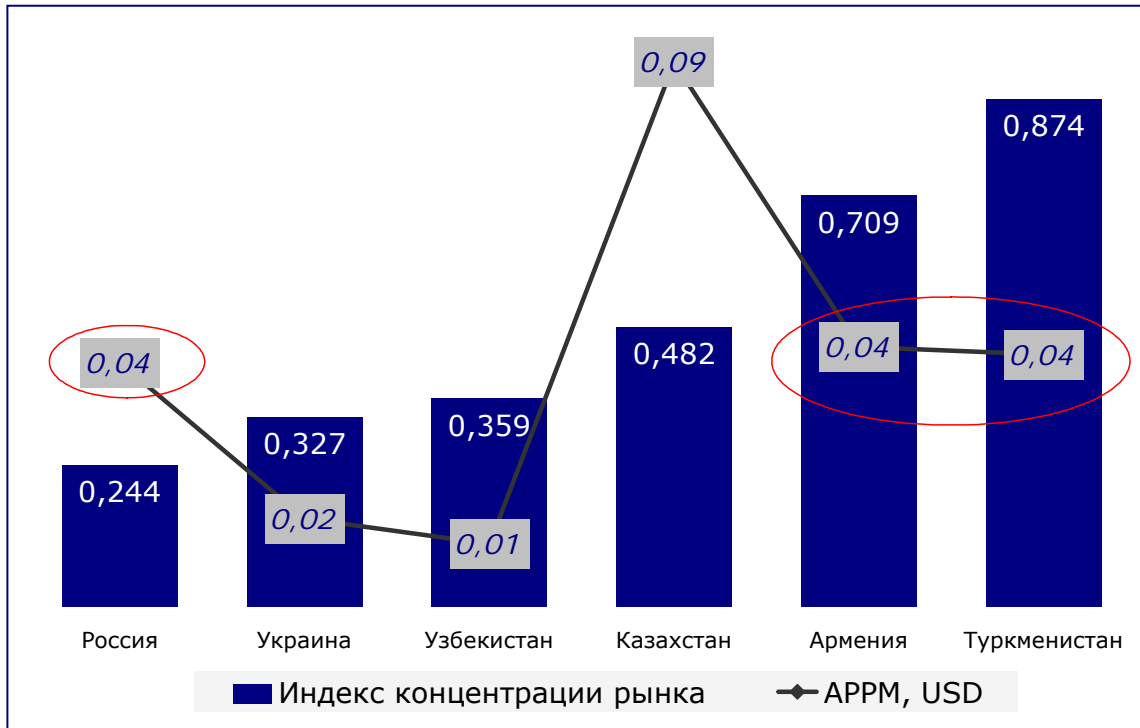


**Индекс концентрации рынка** (индекс Хирфендаля-Хиршмана) позволяет оценить уровень конкуренции (сумма квадратов рыночных долей всех участников рынка).

Чем **БОЛЬШЕ** индекс, тем **НИЖЕ** уровень конкуренции

Наихудшая конкурентная ситуация наблюдается в Туркменистане и Армении, где на рынке излишне доминирует ведущий оператор.

## Индекс концентрации рынка мобильной связи и стоимость одной минуты разговора (APPM) в странах СНГ, 1 полугодие 2009



Низкая конкуренция в большинстве случаев обуславливает более высокую стоимость услуг мобильной связи.

Низкий APPM (среднерасчетная стоимость минуты трафика) в Узбекистане и Украине обусловлен распространённостью бесплатного внутрисетевого трафика.

Жители Туркменистана и Армении платят за связь столько же, сколько россияне, несмотря на то, что в России доходы населения гораздо выше.

**1** Общий анализ рыночной ситуации в странах СНГ

**2** Россия: итоги развития рынка в 1 пол. 2009 г

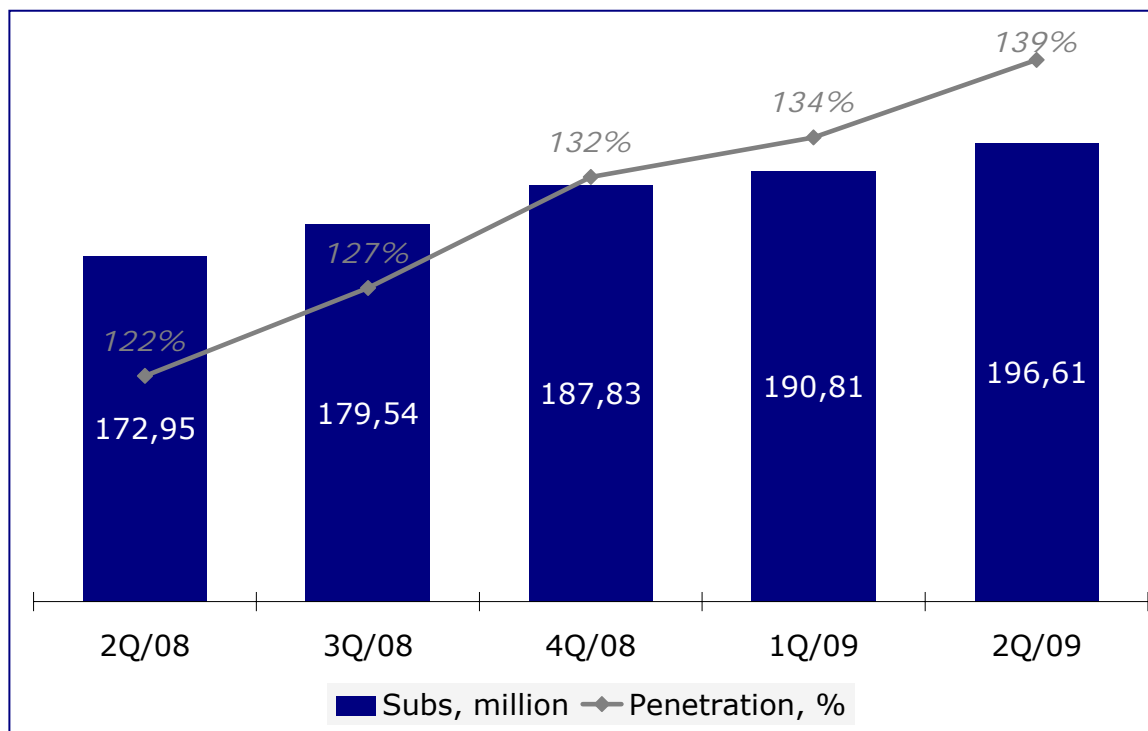
**3** Украина

**4** Казахстан

**5** Узбекистан

**6** Основные выводы

## Количество абонентов и уровень проникновения мобильной связи в России



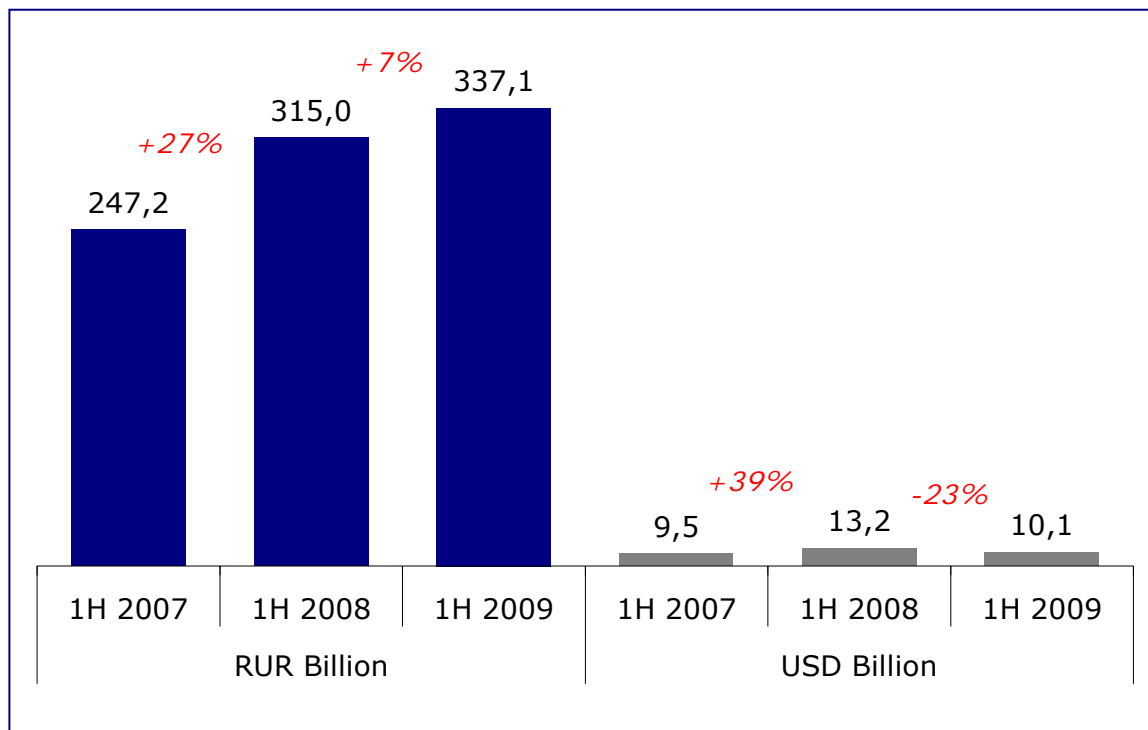
Несмотря на перенасыщенность рынка, численность абонентов неуклонно увеличивается.

**Основной фактор роста абонентской базы:** стимуляция подключений дешевых пакетов в ответ на возросшую экономию населения на услугах мобильной связи.



# COMNEWS **РОССИЯ: резкое замедление роста** RESEARCH **доходов от услуг мобильной связи**

## Доходы от услуг мобильной связи в России

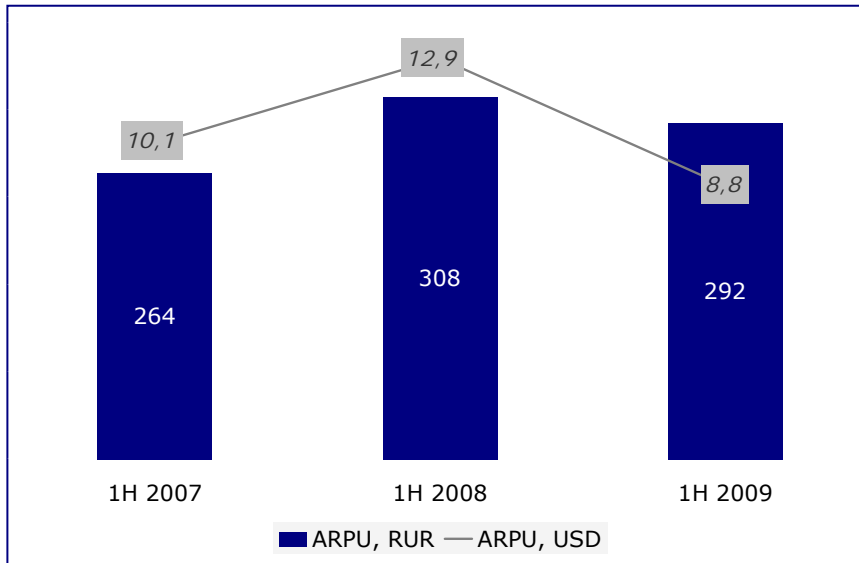


Рост доходов российских операторов в национальной валюте существенно замедлился.

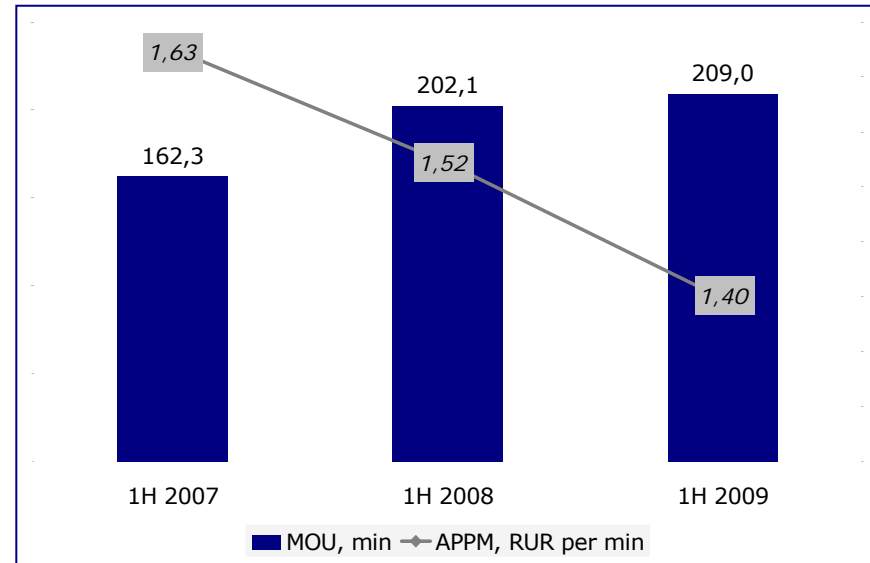
**Основной фактор замедления темпов роста:** оптимизация потребления услуг мобильной связи абонентами.



## ARPU мобильной связи в России



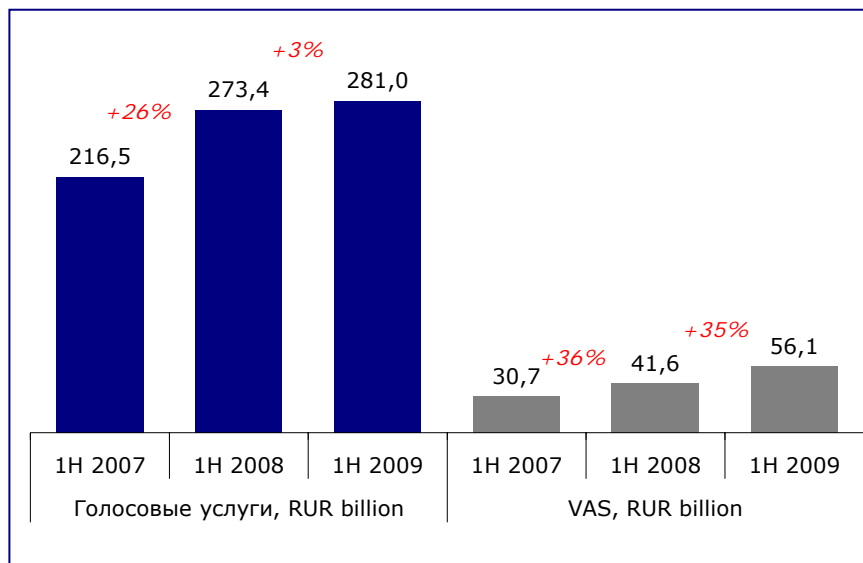
## MoU & AРРМ мобильной связи в России



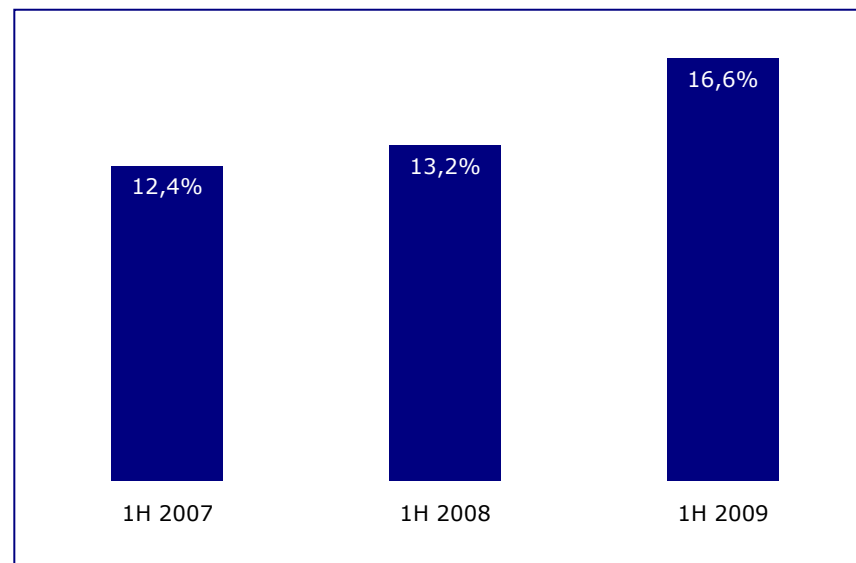
Рост среднемесячного дохода с 1 абонента (ARPU) в предкризисный период (+16 YoY в национальной валюте) сменился падением (-5% YoY в национальной валюте).

Несмотря на меры по стимуляции трафика, MoU (количество минут в расчете на 1 абонента) остался практически без изменений, в то время как AРРМ снизился на 8% YoY).

## Доходы от голосовых и дополнительных услуг мобильной связи в России, RUR



## Удельный вес доходов от дополнительных услуг в выручке мобильных операторов России, %



Доходы от VAS росли гораздо более высокими темпами, чем доходы от голосовых услуг, что обусловило резкий рост доли VAS в общей выручке операторов.

Основной фактор роста VAS – запуск UMTS-сетей ведущими операторами, стимулировавший рост интернет-трафика.

**1** Общий анализ рыночной ситуации в странах СНГ

**2** Россия

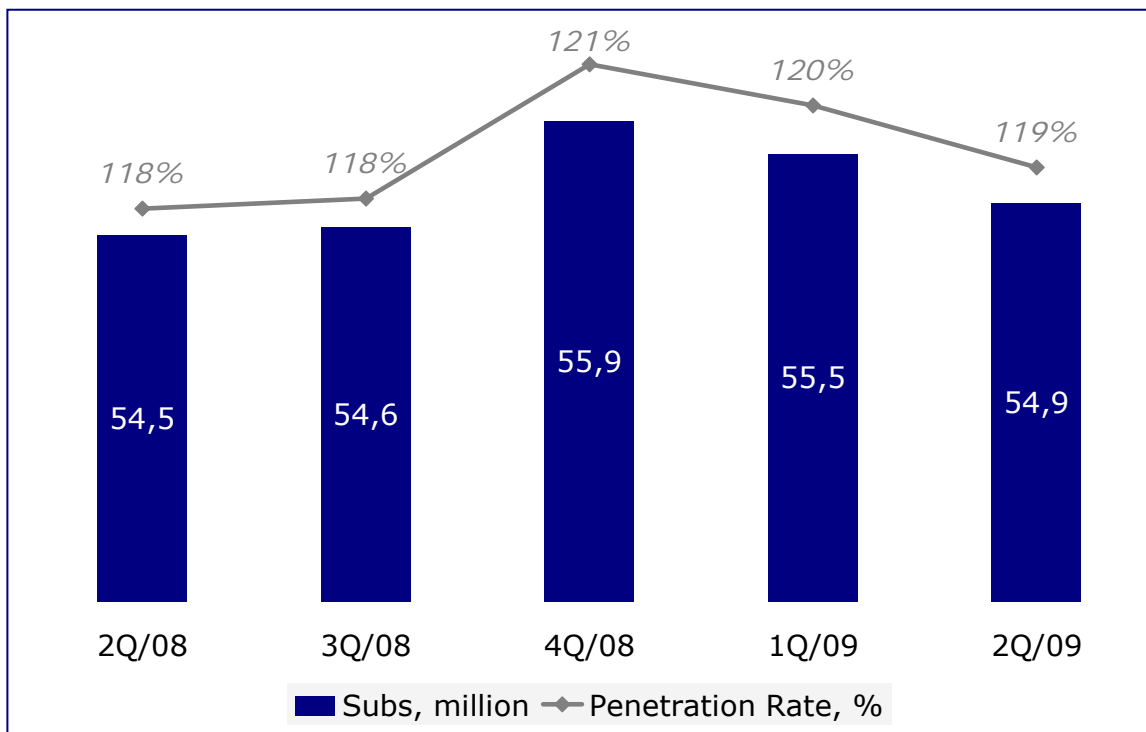
**3** Украина: итоги развития рынка в 1 пол. 2009 г

**4** Казахстан

**5** Узбекистан

**6** Основные выводы

## Количество абонентов и уровень проникновения мобильной связи в Украине

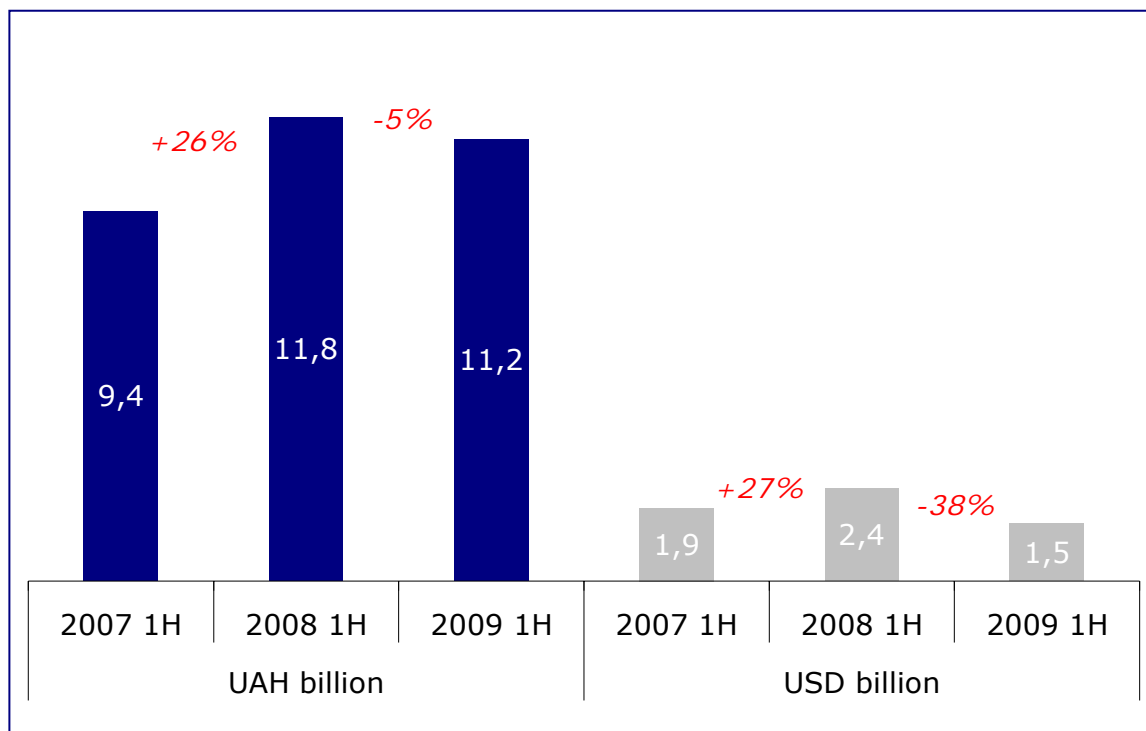


### Факторы снижения численности абонентов:

а) изменение учетной политики ведущим оператором страны («Киевстар»)

б) снижение темпов подключений прочими игроками рынка.

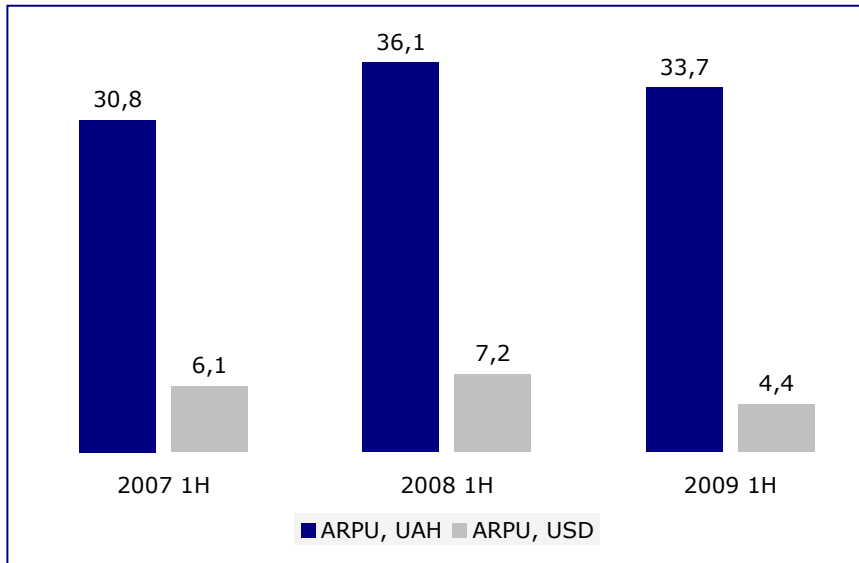
## Доходы от услуг мобильной связи в Украине



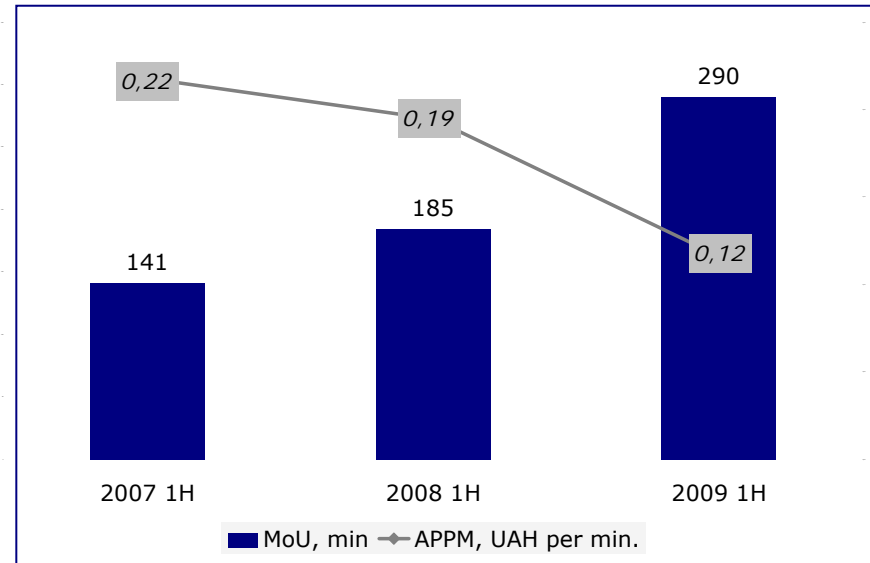
В основе падения доходов от услуг мобильной связи – **глубочайший экономический кризис** (падение ВВП на 20% YoY)

На доходы операторов, большинством из которых владеют иностранные инвесторы, болезненный эффект оказала девальвация национальной валюты (более чем на 40% YoY).

## ARPU мобильной связи в Украине



## MoU & APPM мобильной связи в Украине



Резкий рост трафика и MoU (+57% YoY) обусловлен мерами по стимуляции потребления услуг в условиях существенного обеднения населения.

Данные меры не остановили снижения ARPU и падения APPM – рост потребления происходил благодаря бесплатному внутрисетевому трафику.

VAS не стали компенсирующим фактором из-за отставания в развитии UMTS.

**1** Общий анализ рыночной ситуации в странах СНГ

**2** Россия

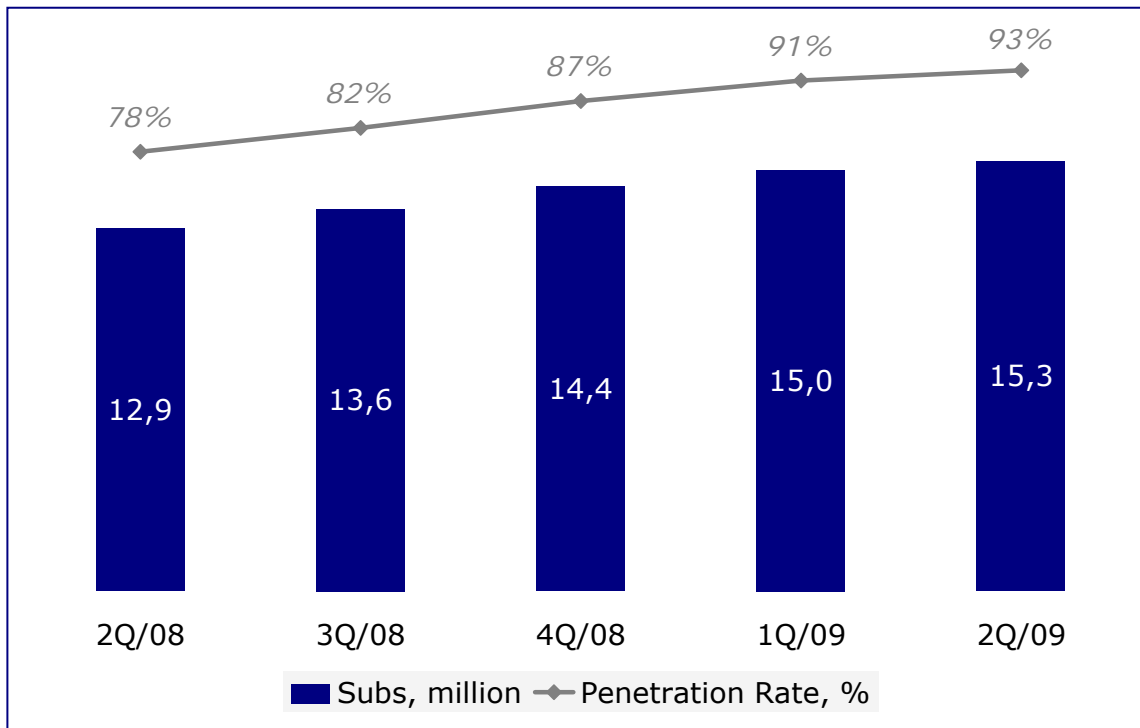
**3** Украина

**4** Казахстан: итоги развития рынка в 1 полугодии 2009 г

**5** Узбекистан

**6** Основные выводы

## Количество абонентов и уровень проникновения мобильной связи в Казахстане



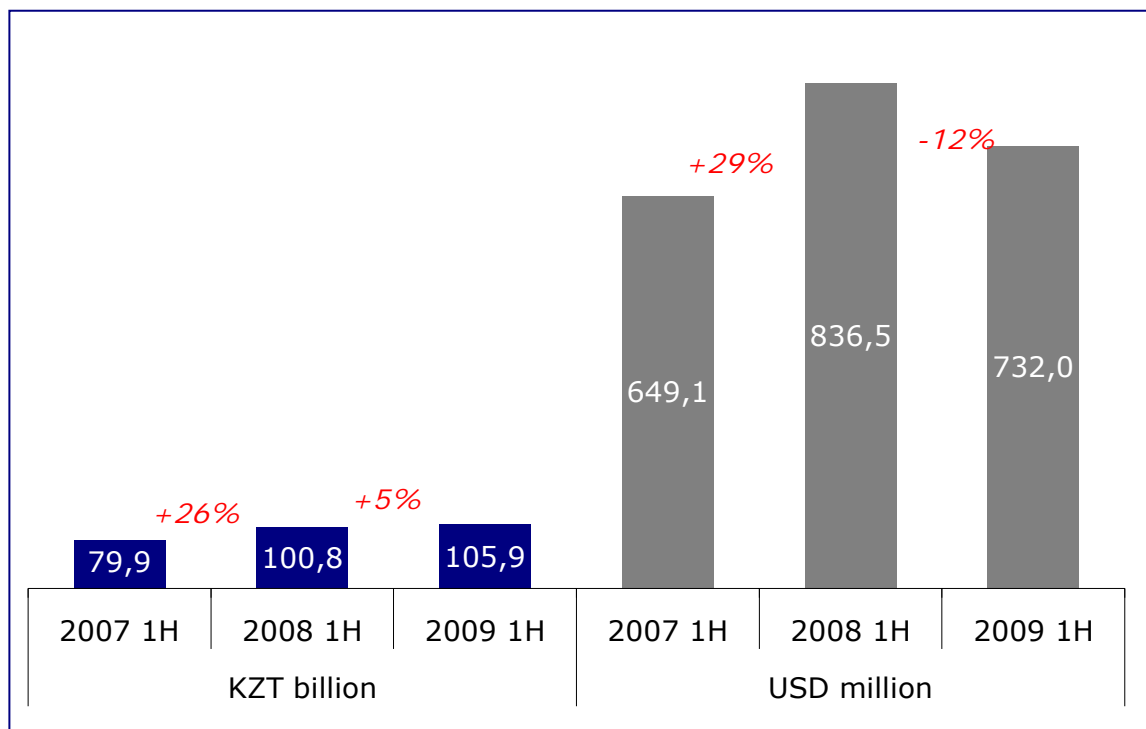
**Казахский рынок мобильной связи приблизился к порогу насыщения.**

Уровень проникновения мобильной связи вырос на 11 п.п. YoY, до 93% от общей численности населения.

Тем не менее, конкурентная ситуация в стране гораздо хуже, чем в России и Украине.



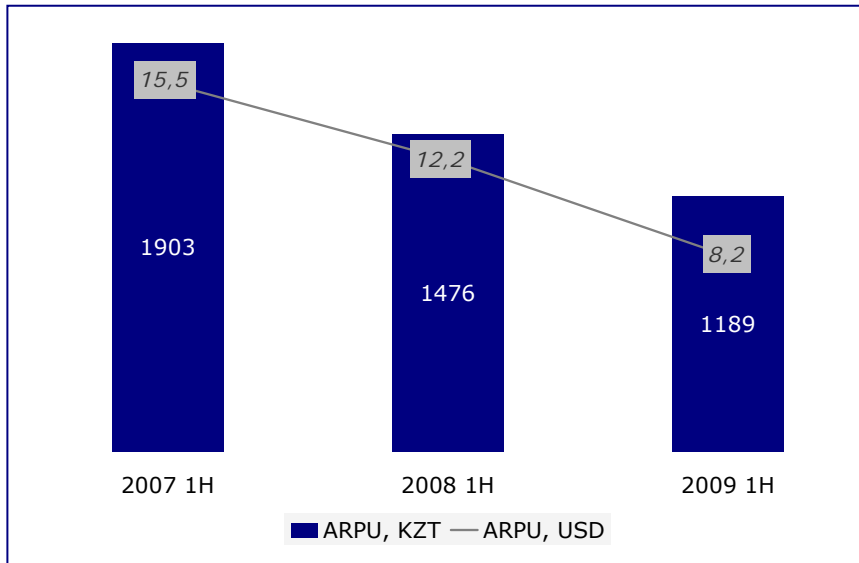
### Доходы от услуг мобильной связи в Казахстане



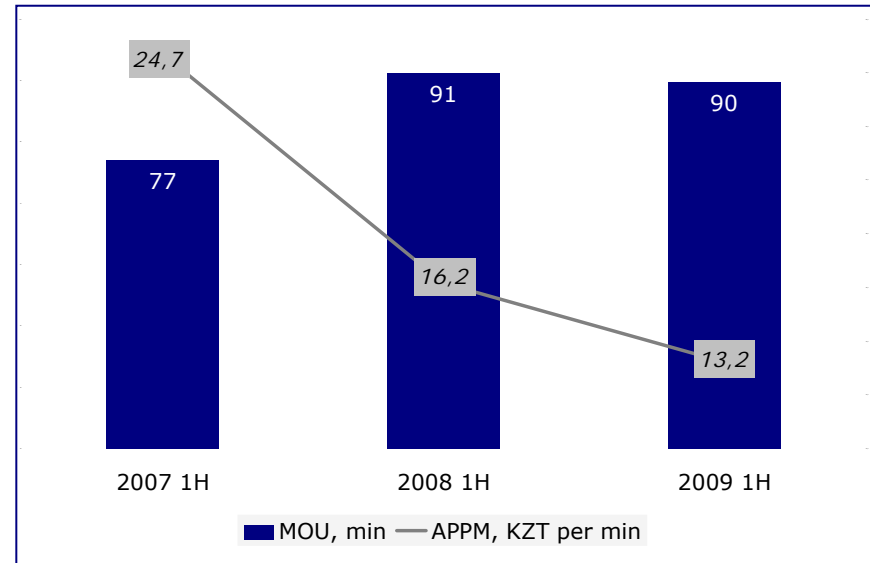
Рост абонентской базы (+18%) мало способствовал росту доходов операторов (+5% YoY) вследствие ухудшения качества абонентской базы.

Девальвация тенге негативно сказалась на динамике выручки операторов, находящихся в собственности иностранных инвесторов.

## ARPU мобильной связи в Казахстане



## MoU & APPM мобильной связи в Казахстане



Несмотря на существенное снижение APPM, стоимость услуг мобильной связи остается самой высокой в СНГ.

При этом показатель MoU – один из самых низких в регионе. В соседнем Узбекистане аналогичный показатель в пять раз выше.

Вследствие подключения «дешевых» абонентов, ARPU снизился на 20% в национальной валюте.

**1** Общий анализ рыночной ситуации в странах СНГ

**2** Россия

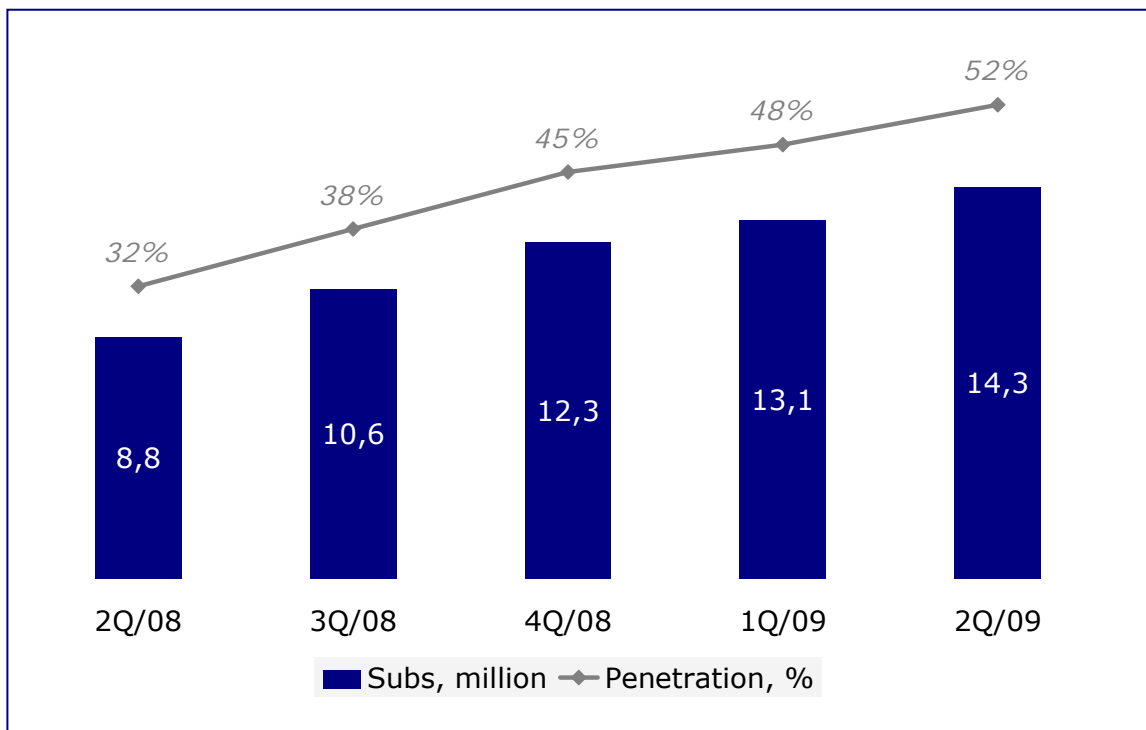
**3** Украина

**4** Казахстан

**5** Узбекистан: итоги развития рынка в 1 полугодии 2009 г

**6** Основные выводы

## Количество абонентов и уровень проникновения мобильной связи в Узбекистане

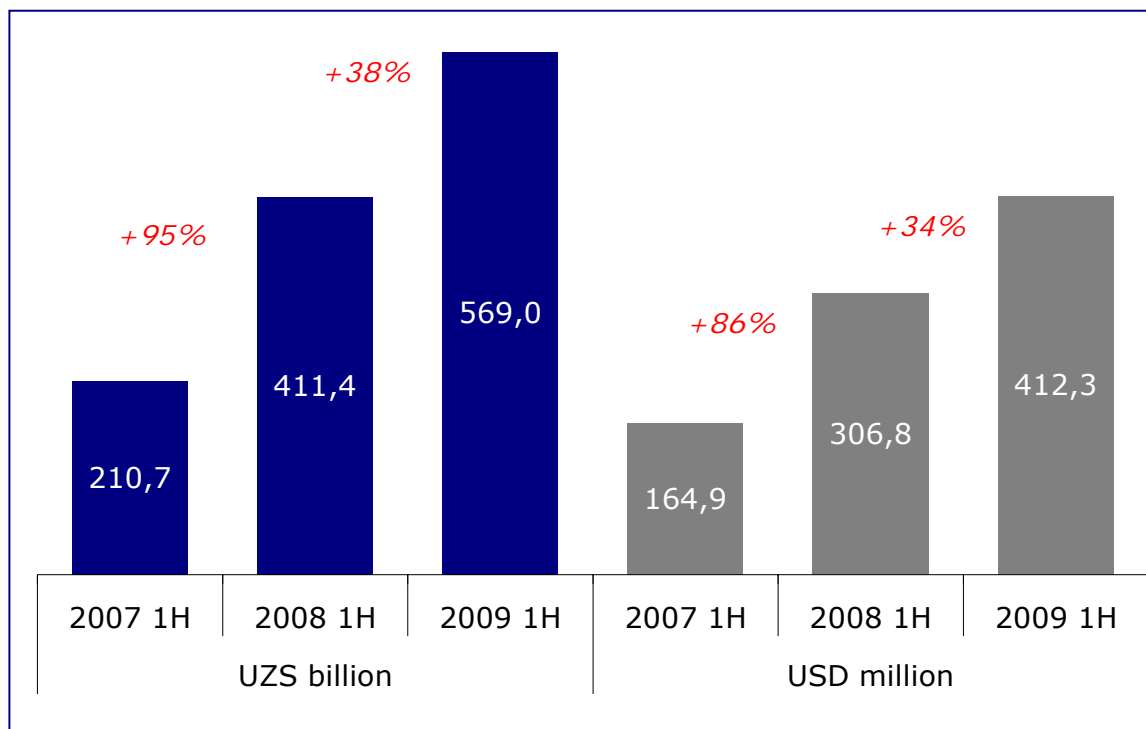


Узбекистан – один из самых быстрорастущих рынков в регионе.

Количество абонентов за год увеличилось на 62%.

Рынок Узбекистана далек от насыщения: услугами мобильной связи охвачено чуть более половины общей численности населения.

## Доходы от услуг мобильной связи в Узбекистане

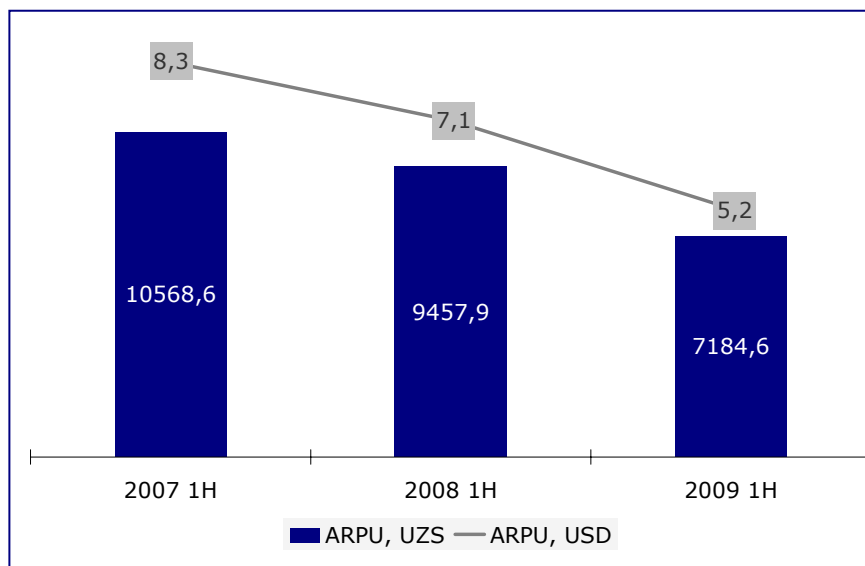


Вследствие низкой степени интеграции в мировую экономику, кризис в Узбекистане был менее острым, чем в других крупных странах СНГ.

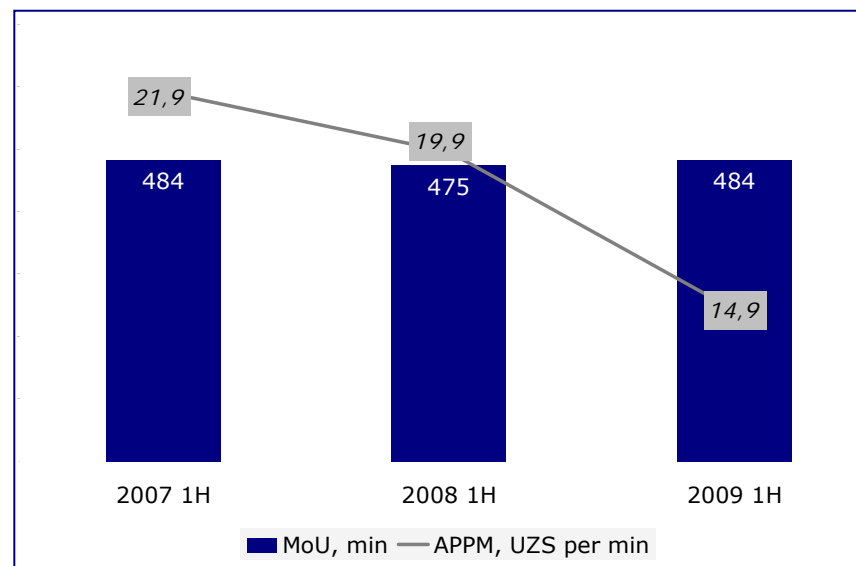
Значительный резерв для набора абонентской базы позволил сохранить высокие темпы роста доходов.

Сдерживание девальвационных процессов «спасло» выручку иностранных компаний.

## ARPU мобильной связи в Узбекистане



## MoU & APPM мобильной связи в Узбекистане



Ухудшение качественного состава абонентской базы обуславливает продолжающееся падение ARPU (-24% YoY в национальной валюте).

В Узбекистане – самый низкий APPM в странах СНГ. Это обусловлено широким распространением бесплатного внутрисетевого трафика.

В силу этого «средний» узбекский абонент говорит гораздо больше, чем где бы то ни было в Центральной Азии и СНГ.

**1** Общий анализ рыночной ситуации в странах СНГ

**2** Россия

**3** Украина

**4** Казахстан

**5** Узбекистан

**6** Основные выводы

Каждый из анализируемых рынков по-разному отреагировал на последствия глобального финансово-экономического кризиса. В наибольшей степени пострадала Украина, в наименьшей – Узбекистан.

В основе замедления роста доходов или их снижения лежит уменьшение наличных доходов населения и оптимизация потребления услуг связи абонентами.

Меры по стимуляции потребления голосовых услуг в целом имели малый эффект – рост происходил преимущественно за счет бесплатного трафика, с незначительным влиянием на динамику доходов.

На примере России видно, что наиболее эффективным компенсирующим фактором в условиях кризиса является распространение мобильного доступа в Интернет. Решающее значение этого сегмента сохранится и в среднесрочной перспективе.



# БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

Компания ComNews Research – консалтинговое подразделение  
Издательской группы ComNews, ведущее информационно-  
консалтинговое агентство в сфере ИКТ-бизнеса в странах СНГ.

**Алексей Данилин,**  
Старший консультант  
E-mail: [a.danilin@comnews.ru](mailto:a.danilin@comnews.ru)  
Тел.: +7 (495) 775-1720  
Моб. тел.: +7 915 015-9283

107140 Москва, ул. Верхняя Красносельская, д. 1, оф. 422