

<p>ПРЕДВАРИТЕЛЬНО УТВЕРЖДЕН</p> <p>Советом Директоров ЗАО «СМАРТС»</p> <p>Протокол № <u>169</u> от <u>26</u> мая 2007 г.</p> <p>Председатель Совета Директоров</p> <p><u>Резмант Г.В. Кирюшин</u></p>	<p>УТВЕРЖДЕН</p> <p>Годовым общим Собранием акционеров ЗАО «СМАРТС»</p> <p>Протокол собрания № <u>26</u> от <u>29</u> июня 2007 г.</p> <p>Председатель Собрания</p> <p><u>Резмант Г.В. Кирюшин</u></p>
---	--

**Годовой отчет
 ЗАО «СМАРТС»
 за 2006 г.**

Генеральный директор

ЗАО «СМАРТС»

Гирев (А.В. Гирев)

Финансовый директор

Абрамов (С.А. Абрамов)

Главный бухгалтер

Палаткина (М.А. Палаткина)

**Самара
 2007 г.**

Содержание

1	Информация о ЗАО «СМАРТС»	7
1.1	Полное наименование Общества	7
1.2	Юридический и почтовый адреса Общества.....	7
1.3	Дата и номер государственной регистрации Общества	7
1.4	Сведения об уставном капитале Общества.....	7
1.5	Сведения об акционерах.....	7
1.6	Аудитор общества	8
1.7	Реестродержатель Общества.....	8
1.8	Филиалы и представительства Общества	8
1.9	Лицензии Общества	9
1.10	Организационная структура ЗАО «СМАРТС»	10
1.11	Миссия ЗАО «СМАРТС».....	13
2	Общие положения	14
2.1	Общие сведения об отрасли	14
2.2	Доходы операторов связи и величина ARPU.....	19
2.3	Доходы от дополнительных услуг.....	20
3	Описание конкурентной среды.....	24
3.1	Состояние рынка СПС регионов присутствия ЗАО «СМАРТС».....	24
3.1.1	Состояние рынка СПС Самарской области на 31.12.2006 г.....	24
3.1.2	Состояние рынка СПС Ивановской области на 31.12.2006 г.....	30
3.1.3	Описание рынка СПС Республики Мордовия на 31.12.2006 г.....	33
3.1.4	Состояние рынка СПС Саратовской области на 31.12.2006 г.....	37
3.1.5	Состояние рынка СПС Республики Марий Эл на 31.12.2006 г.....	44
3.1.6	Состояние рынка СПС Республики Татарстан на 31.12.2006 г.....	48
3.1.7	Состояние рынка СПС Республики Калмыкия на 31.12.2006 г.....	55
3.1.8	Состояние рынка СПС Республики Башкортостан на 31.12.2006 г.....	60

3.1.9	Состояние рынка СПС Ульяновской области на 31.12.2006 г.....	64
3.2	Позиция по каналам распределения (дистрибутивность оператора в течение года)	67
3.3	Зона покрытия и качество связи.....	73
3.3.1	Зона покрытия.....	73
3.3.2	Качество связи.....	81
4	Маркетинговые коммуникации ЗАО «СМАРТС» в 2006 году	84
4.1	Виды маркетинговых коммуникаций и тенденции развития	84
4.2	Список стимулирующих и рекламных мероприятий, проводимых в 2006 г. ЗАО «СМАРТС»	85
4.3	Наиболее масштабные программы продвижения в 2006г.....	87
5	Финансовые результаты	91
5.1	Анализ показателей выручки от реализации	91
5.2	Показатель среднего дохода с одного абонента (ARPU)	94
5.3	Себестоимость.....	96
5.3.1	Расшифровка некоторых расходных статей ЗАО «СМАРТС» за 2006 г.	96
5.4	Финансовые результаты.....	97
5.5	Анализ дебиторской и кредиторской задолженностей	100
5.6	Капитальные вложения.....	103
5.7	Результаты деятельности ЗАО «СМАРТС»	104
6	Технические ресурсы ЗАО «СМАРТС»	105
7	Трудовые ресурсы ЗАО «СМАРТС»	109
7.1	Кадровая политика ЗАО «СМАРТС».....	109
7.2	Динамика численного состава	111
7.3	Затраты на персонал ЗАО «СМАРТС»	112
8	Перспективы развития ЗАО «СМАРТС»	114
9	Приоритетные направления развития ЗАО «СМАРТС»	116

10	Основные факторы риска, связанные с деятельностью	120
10.1	Отраслевые риски.....	120
10.2	Влияние развития регионов на деятельность	121
10.3	Валютные риски	122
10.4	Описание влияния инфляции	123
10.5	Правовые риски.....	123
10.6	Риски, связанные с деятельностью Общества	124
10.6.1	Риски, связанные с текущими судебными процессами относительно хозяйственной деятельности, в которых участвует ЗАО «СМАРТС»....	124
10.6.2	Риски, связанные с возможной ответственностью ЗАО «СМАРТС» по долгам третьих лиц, в том числе дочерних обществ ЗАО «СМАРТС» ...	124
10.6.3	Риски, связанные с отсутствием возможности продлить действие лицензий ЗАО «СМАРТС»	124
11	Корпоративные действия.....	125
11.1	Уставный капитал на 31.12.2006 г.	125
11.2	Изменение Уставного капитала Общества за отчетный период.....	125
11.3	Сведения о доходах по ценным бумагам Общества ...	125
11.4	Информация о проведении внеочередных общих собраний акционеров за 2006 год	125
11.5	Информация о деятельности Совета директоров Общества	126
11.5.1	Количественный и персональный состав Совета директоров за отчетный год.....	126
11.5.2	Изменения в составе Совета Директоров Общества.....	127
11.5.3	Число заседаний СД.....	127
11.5.4	Отчет совета директоров общества о результатах развития Общества по приоритетным направлениям его деятельности.....	127
11.5.5	Сведения о консолидации или дроблении размещенных акций.....	128
11.6	Информация об исполнительных органах Общества..	128

11.6.1	Критерии определения и размер вознаграждения лица, занимающего должность единоличного исполнительного органа	129
11.7	Информация о деятельности ревизионной комиссии Общества	129
11.8	Сведения о дочерних и зависимых организациях Общества, об участии Общества в других юридических лицах	133
11.8.1	ЗАО «СМАРТС» является учредителем следующих обществ:.....	133
11.8.2	В 2006 г. ЗАО «СМАРТС» выступило учредителем и приобрело акции следующих обществ:	134
11.9	Сведения об аффилированных лицах, с указанием принадлежащих им акций:	135
11.10	Сведения о совершенных Обществом в отчетном году сделках, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» крупными сделками, а также иных сделках, на совершение которых в соответствии с уставом общества распространяется порядок одобрения крупных сделок.....	137
11.11	Сведения о совершенных Обществом в отчетном году сделках признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имеется заинтересованность	137
11.12	Сведения об исках, предъявляемых к Обществу...	137
11.13	Информация о крупных коммерческих и некоммерческих организациях, в которых участвует Общество (ассоциации, союзы, объединения)	138
11.14	Сведения о соблюдении обществом Кодекса корпоративного поведения.....	141
12	Приложения.....	143
	Приложение 1 – Показатели исполнения бюджета ЗАО «СМАРТС»	143
	Приложение 2 – Расшифровка дебиторской и кредиторской задолженности ЗАО «СМАРТС» на 31.12.2006 г.	154

Приложение 3 – Годовая бухгалтерская отчетность ЗАО «СМАРТС»	156
---	-----

1 Информация о ЗАО «СМАРТС»

1.1 Полное наименование Общества

Полное фирменное наименование компании — Закрытое акционерное общество «Средневожская межрегиональная ассоциация радиотелекоммуникационных систем». Полное фирменное наименование Общества на английском языке – Closed joint-stock company «SMARTS». Сокращенное наименование – ЗАО «СМАРТС».

1.2 Юридический и почтовый адреса Общества

Юридический адрес: 443013, Россия, Самарская область, г. Самара, ул. Дачная, 2, корпус 2.

Почтовый адрес: 443013, Россия, Самарская область, г. Самара, ул. Дачная, 2, корпус 2.

Тел.: (846)2-79-58-12 Факс: (846)2-79-58-69.

Адрес электронной почты: smarts@samara-gsm.ru.

1.3 Дата и номер государственной регистрации Общества

ЗАО «СМАРТС» зарегистрировано 04 мая 1994 года в администрации г. Самары. Регистрационный номер: № 685.

1.4 Сведения об уставном капитале Общества

Уставный капитал общества составляет 600 000 000 (Шестьсот миллионов) рублей. Он состоит из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами: 4 000 (Четыре тысячи) штук обыкновенных именных акций номинальной стоимостью 150 000 (Сто пятьдесят тысяч) рублей.

1.5 Сведения об акционерах

Состав акционеров ЗАО «СМАРТС»: физические лица – 76,95%, юридические лица – 23,05% в уставном капитале Общества.

1.6 Аудитор общества

ЗАО «Аудиторская фирма «Учет».

Место нахождения: 443074, г. Самара, ул. Мориса Тореза, 101А, тел.: (846) 261 44 14.

Номер лицензии: № Е000108, выдана: 20.05.2002 г. Министерством Финансов России.

1.7 Реестродержатель Общества

Самарский филиал «РЕГ-ТАЙМ» ОАО «РЕЕСТР».

Место нахождения: 443096 г. Самара, ул. Клиническая 41, тел.: (846)270-79-10.

Номер лицензии: 10-000-1-00254; выдана: 13.09.2002 г. Федеральной комиссией по рынку ценных бумаг.

1.8 Филиалы и представительства Общества

Общество имеет следующие филиалы:

1 Филиал «СМАРТС-Самара-GSM» ЗАО «СМАРТС», расположенный по адресу: 443532, Самарская область, Волжский район, п. Верхняя Подстепновка, МУП «Волжсксельхозэнерго»;

2 Филиал «СМАРТС-Иваново-GSM» ЗАО «СМАРТС», расположенный по адресу: 153037, Россия, Ивановская область, город Иваново, улица 8 Марта, д. 32;

3 Филиал «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM» ЗАО «СМАРТС» в республике Марий-Эл, расположенный по адресу: 424020, Республика Марий-Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д. 8-В;

4 Филиал «СМАРТС-Казань-GSM» ЗАО «СМАРТС» в республике Татарстан, расположенный по адресу: 420066, Республика Татарстан, г. Казань, проспект Ибрагимова, 83 А;

5 Филиал «СМАРТС-Саранск-GSM» ЗАО «СМАРТС» в республике Мордовия, расположенный по адресу: 430000, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Большевикская, дом 60;

6 Филиал «СМАРТС-Саратов-GSM» ЗАО «СМАРТС», расположенный по адресу: 410033, г. Саратов, ул. Панфилова, д. 1;

7 Филиал «СМАРТС-Ульяновск-GSM» ЗАО «СМАРТС», расположенный по адресу: 432063, Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Л. Толстого, д. 54;

8 Филиал «СМАРТС-Уфа-GSM» ЗАО «СМАРТС» в республике Башкортостан, расположенный по адресу: 450044, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Первомайская, д. 8-А;

9 Филиал «СМАРТС-Элиста-GSM» ЗАО «СМАРТС» в республике Калмыкия, расположенный по адресу: 358000, Республика Калмыкия, г. Элиста, ул. Сусеева, д. 31.

1.9 Лицензии Общества

Таблица 1 – Лицензии ЗАО «СМАРТС»

Лицензия №	Дата выдачи	Срок действия до	Орган, выдавший лицензию	Виды деятельности
32101	27.06.2005	27.06.2010	Федеральная служба по надзору в сфере связи	Предоставление услуг подвижной радиотелефонной связи в сети связи общего пользования (сети стандарта GSM-900)
10008	28.04.1998	28.04.2008	Государственный комитет Российской Федерации по связи и информатизации	Предоставление услуг сотовой радиотелефонной связи в диапазоне 1800 МГц
8309	02.09.1997	02.09.2007	Государственный комитет Российской Федерации по связи и информатизации	Предоставление услуг подвижной радиотелефонной связи в сети связи общего пользования (сети стандарта GSM-900/1800)
36317	21.11.2005	21.11.2010	Федеральная служба по надзору в сфере связи	Предоставление услуг связи по предоставлению каналов связи

Лицензия №	Дата выдачи	Срок действия до	Орган, выдавший лицензию	Виды деятельности
42695	28.07.2006	28.07.2010	Федеральная служба по надзору в сфере связи	Предоставление услуг местной телефонной связи за исключением услуг местной телефонной связи с использованием таксофонов и средств коллективного доступа
44642	04.10.2006	04.10.2010	Федеральная служба по надзору в сфере связи	Предоставление услуг связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации
44643	27.12.2006	27.12.2011	Федеральная служба по надзору в сфере связи	Предоставление услуг связи по передаче данных за исключением услуг связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации
45455	17.11.2006	17.11.2011	Федеральная служба по надзору в сфере связи	Предоставление услуг внутризоновой связи
44641	04.10.2006	04.10.2011	Федеральная служба по надзору в сфере связи	Предоставление телематических услуг связи

1.10 Организационная структура ЗАО «СМАРТС»

Организационная структура управляющей компании (УК) ЗАО «СМАРТС» представлена на Рисунке 1. Непосредственно Генеральному директору подчиняются четыре департамента – технический, финансовый, коммерческий и департамент корпоративных отношений, а также четыре структурных подразделения: административно-хозяйственная группа, управление по специальным вопросам, юридический отдел и отдел по связям с общественностью.

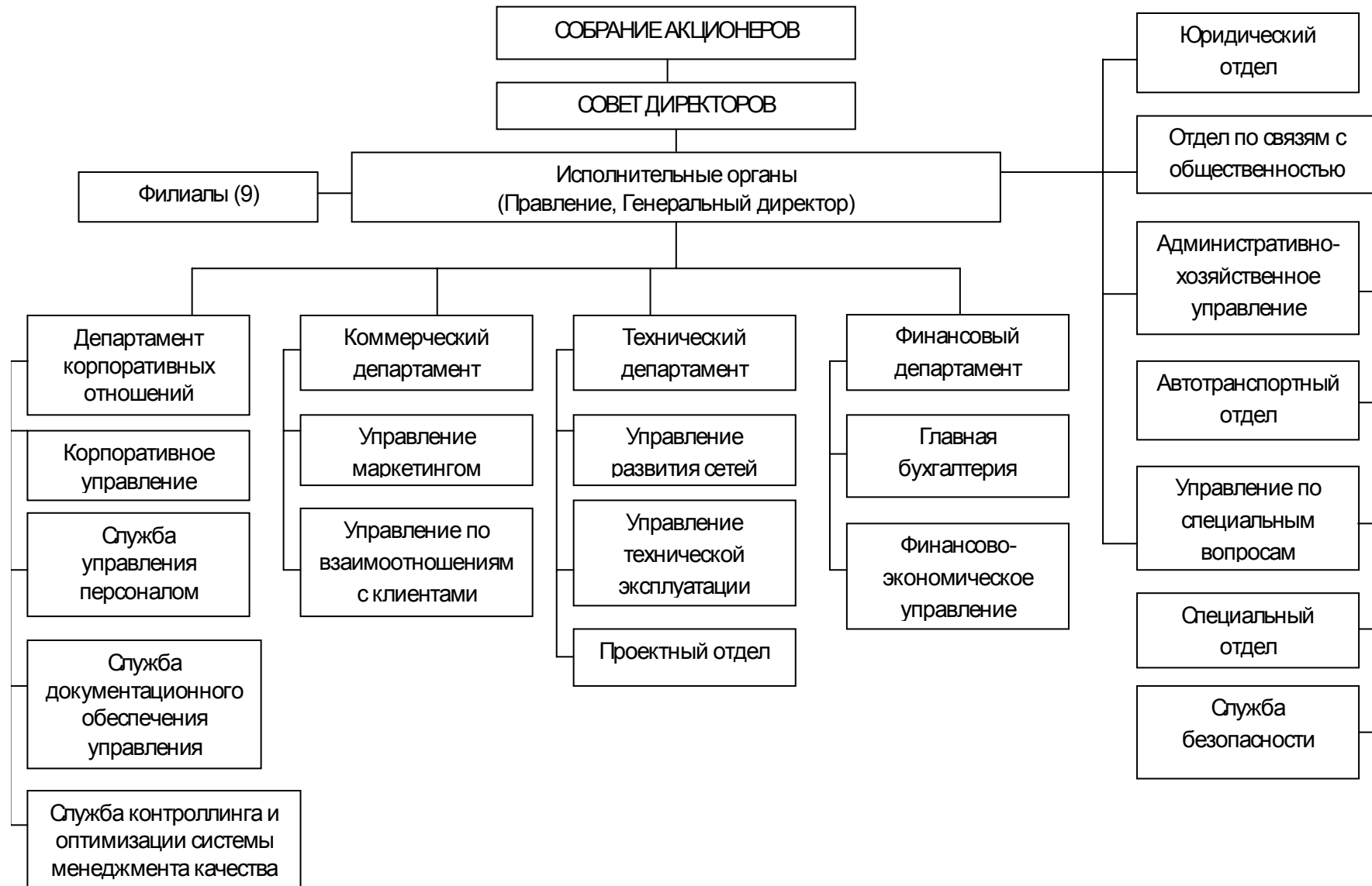


Рисунок 1 – Организационная структура Головного предприятия ЗАО «СМАРТС»

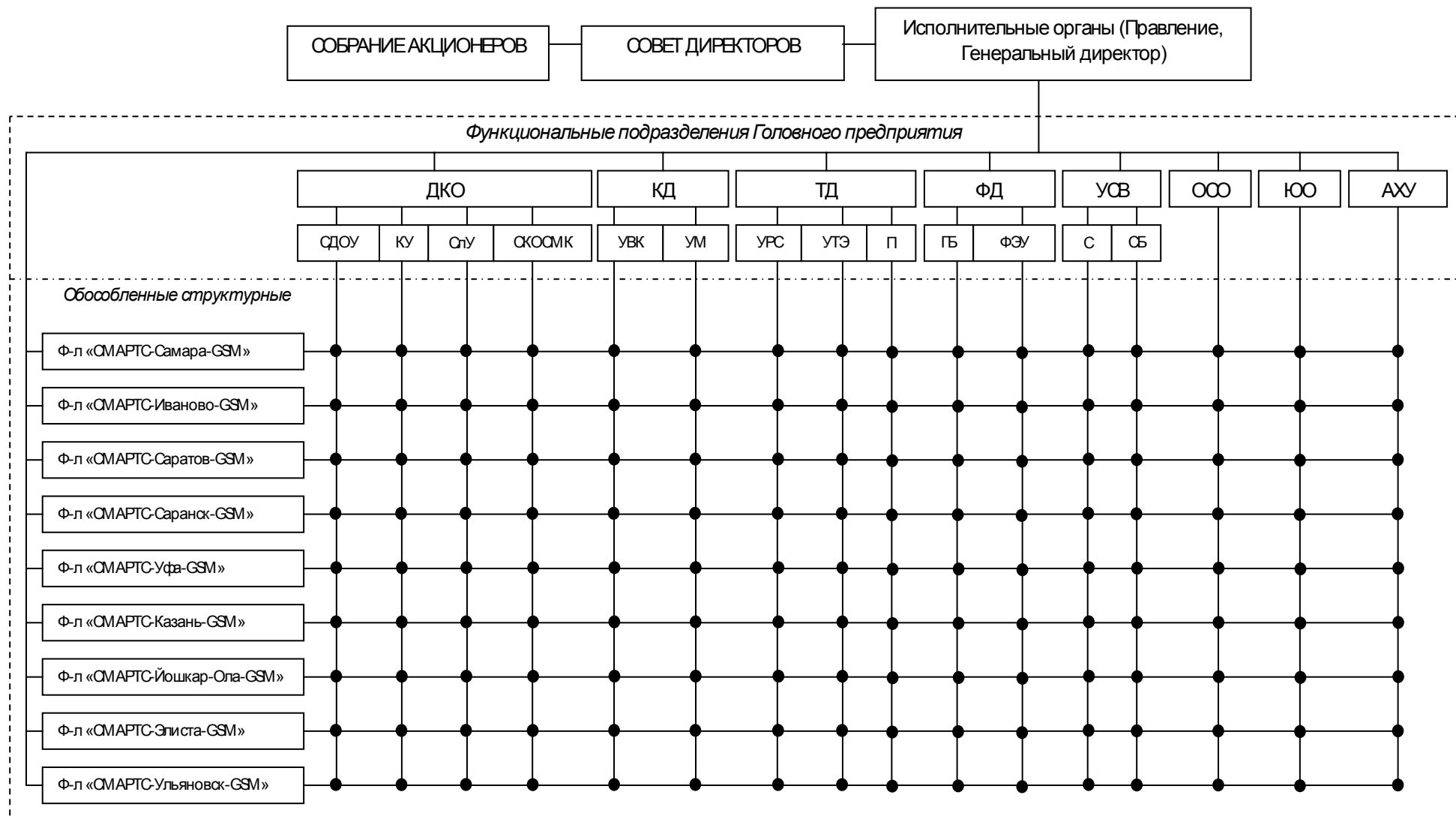


Рисунок 2 – Организационно-управленческая («матричная») структура ЗАО «СМАРТС»

В стратегическом плане одним из существенных конкурентных преимуществ ЗАО «СМАРТС» является возможность формирования и поддержания на высоком уровне квалифицированной команды. Человеческие ресурсы являются в настоящее время одной из самых больших ценностей Компании.

1.11 Миссия ЗАО «СМАРТС»

Мы видим свою миссию в том, чтобы, предоставляя передовые услуги связи, объединять людей, помогать им жить комфортно, реализовывать свои цели, получать радость от общения.

Мы добиваемся гармоничного сочетания интересов клиентов, сотрудников и акционеров.

Мы стремимся удовлетворить растущие потребности в услугах связи за счет:

- высокой квалификации сотрудников, постоянного повышения их профессионализма;
- отношений с обществом на основе полноправного, активного и гармоничного взаимодействия, посильного вклада в развитие культурных, общественных и других направлений жизни;
- стремления быть влиятельным участником рынка, строящим взаимоотношения на принципах:
 - доброжелательности и взаимоуважения – с потребителем;
 - надежности и открытости – с партнерами;
 - этичности – с конкурентом;
 - честного и открытого выполнения своих обязанностей – с государством.

Наш девиз: Работать на благо абонента, вместе с ним развиваться и процветать!

2 Общие положения

2.1 Общие сведения об отрасли

Численность абонентов сотовой подвижной связи (СПС) в Российской Федерации и уровень проникновения в последние годы демонстрировали впечатляющие темпы роста. Зачастую прогнозы аналитиков оказывались слишком пессимистическими – в реальности рост абонентской базы и уровень проникновения оказывались значительно выше.

При этом по последним тенденциям отмечается заметное падение темпов роста числа абонентов сотовых компаний.

По итогам 2006 г. в России в общей сложности насчитывалось 151,92 млн. абонентов сотовой связи, при этом российский сотовый рынок за прошедший год увеличился на 25,72 млн. абонентов или на 20,4%.

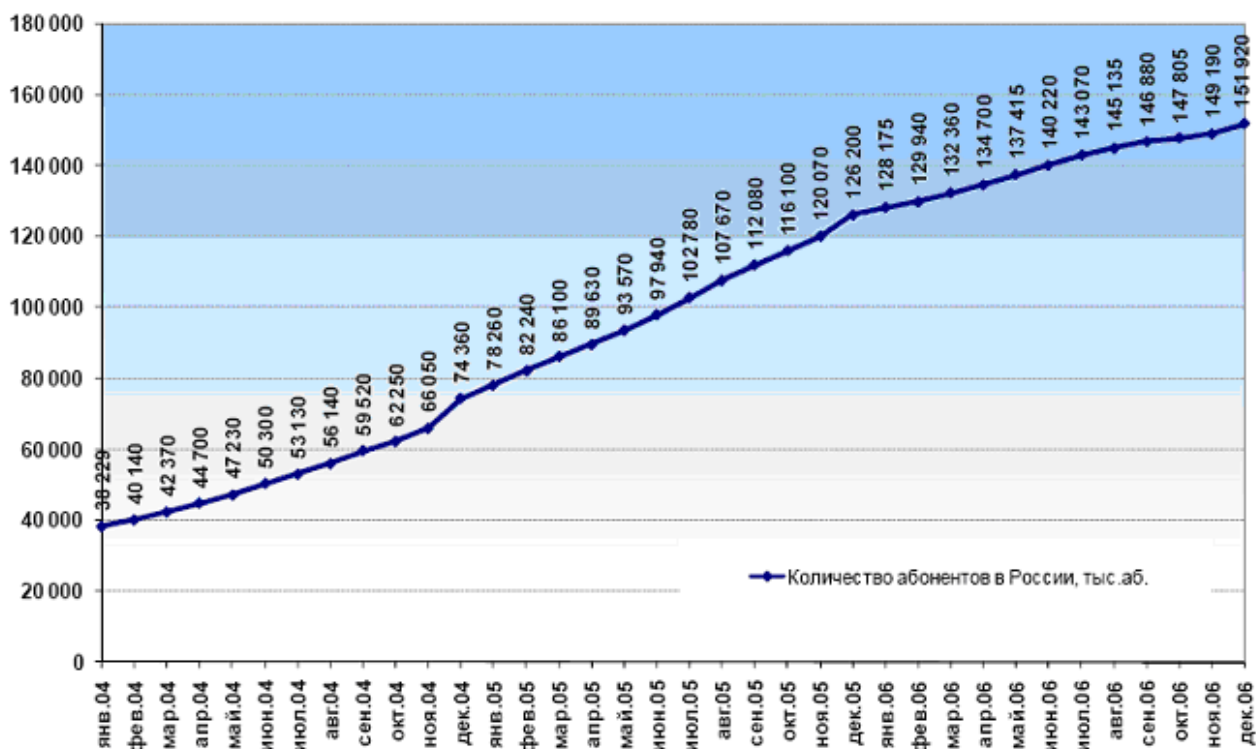


Рисунок 3 – Динамика изменения количества абонентов в России за 2004-2006 гг., тыс. абонентов

Источник: iKS-Consulting, ACM-Consulting

Степень проникновения сотовой связи в РФ к концу декабря 2006 г. достигла уровня 104,6% (прирост уровня проникновения в 2006 г. составил 17,6% пункта).

Динамика изменения уровня проникновения в России за 2004 – 2006 гг. представлена ниже (Рисунок 4).

Согласно данным аналитических агентств уже в августе 2006 г. число абонентов операторов СПС в России сравнялось с числом жителей страны, а в декабре число абонентов превысило количество жителей страны на 4,6%. Однако, данная статистика отражает число SIM-карт, проданных операторами, а реальное количество абонентов меньше.

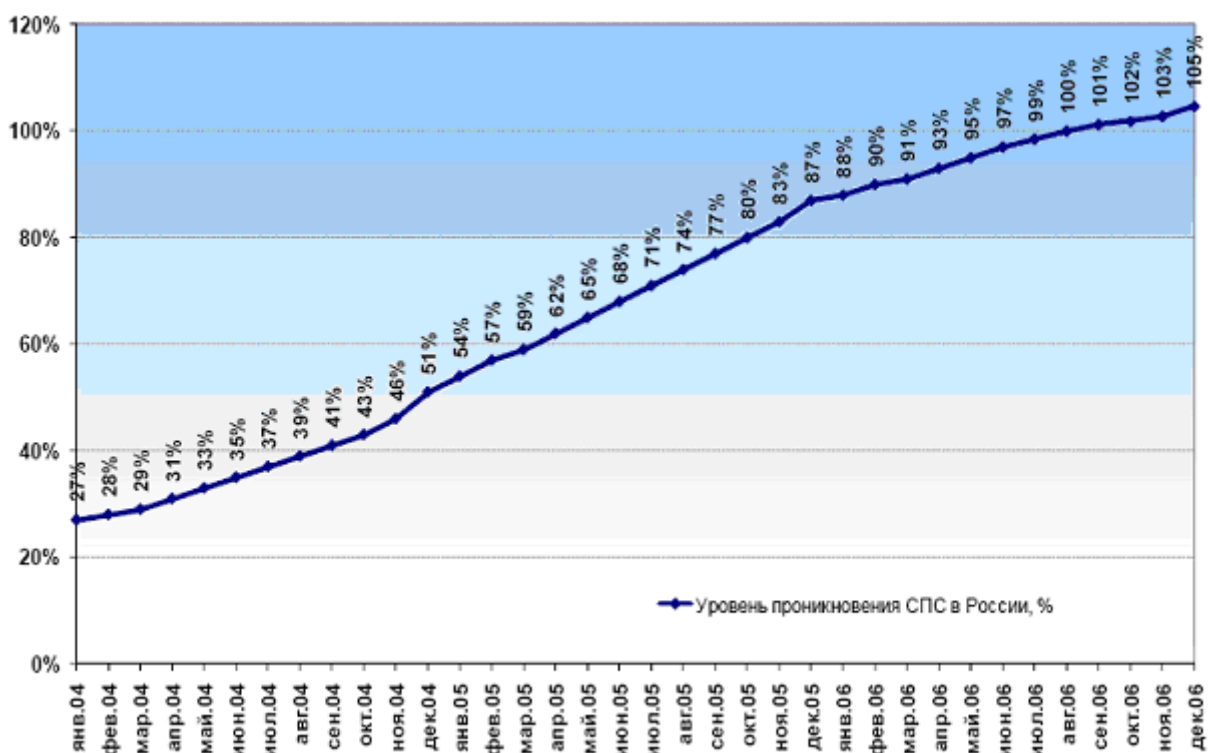


Рисунок 4 – Проникновение СПС в России, %

Источник: iKS-Consulting, ACM-Consulting

По оценке ACM-Consulting, фактически сотовой связью пользуется примерно 70% жителей страны. А продолжающееся расширение абонентской базы объясняется постоянными переходами абонентов от одного оператора к другому. В дальнейшем ожидается переориентация стратегий главных участников рынка с наращивания абонентской базы на удержание существующих абонентов.

Таблица 2 – Результаты деятельности крупнейших операторов мобильной связи РФ по итогам декабря 2006 г.

№ п/п	Оператор СПС	Количество абонентов в РФ, на 01.01.2007 г.
1	МТС	51 221 586
2	Билайн	48 141 263
3	МегаФон	29 604 469
4	TELE2	6 475 000
5	«Уралсвязьинформ»	4 411 987
6	СМАРТС	3 648 991
7	«Сибирьтелеком»	3 140 318
8	Нижегородская Сотовая Связь (дочерняя компания «Волгателеком»)	1 256 623
9	Сотовая Связь – МОТИВ	1 079 109
10	Новая Телефонная Компания	762 825

Источник: АСМ-Consulting

Абонентская база МТС в РФ на конец декабря 2006 г. выросла до 51,2 млн. абонентов (прирост за 2006 г. – около 7,00 млн.). Абонентская база «ВымпелКом» в РФ на конец декабря 2006 г. достигла 48,1 млн. абонентов (прирост за 12 месяцев 2006 г. – около 5,04 млн.). Абонентская база «МегаФон» на конец декабря 2006 г. составила 29,6 млн. абонентов (прирост за 2006 г. – около 6,84 млн.).

Абонентская база ГК СМАРТС на конец декабря 2006 г. выросла до 3,65 млн. абонентов (прирост за 12 месяцев 2006 г. – около 848 тыс. абонентов).

Наиболее высокие темпы прироста абонентской базы среди всех операторов продемонстрировала компания Tele2. За 12 месяцев 2006 г. количество абонентов этой компании выросло в 2 раза (107,5% прироста) и составило 6,5 млн. человек.

Первая в России сеть мобильной связи под маркой Tele2 была запущена в Иркутске 1 апреля 2003 г. В настоящий момент в России введены в эксплуатацию 12 сетей Tele2 GSM, включая Санкт-Петербург и Ленинградскую, Кемеровскую, Омскую, Иркутскую, Ростовскую, Смоленскую, Нижегородскую, Челябинскую, Курскую, Белгородскую и Воронежскую области. Осваивая российский рынок, компания придерживается принципа поэтапности и постепенно наращивает емкость сети, зону охвата, качество связи.

Распределение долей операторов СПС РФ в общем прироста абонентской базы по итогам 2006 г. представлено на диаграмме ниже (Рисунок 5).

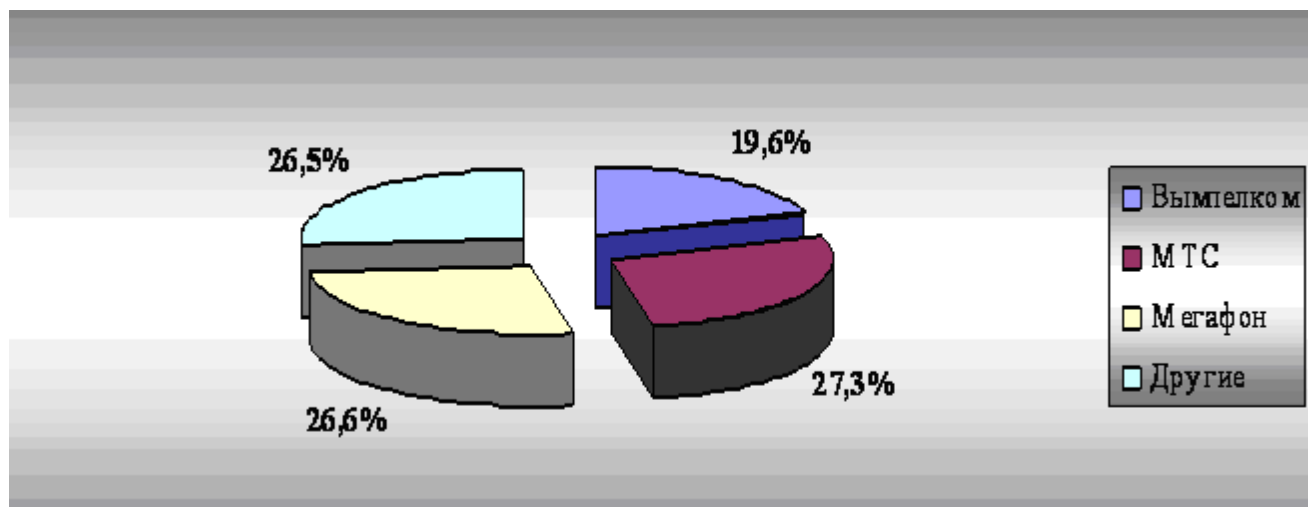


Рисунок 5 – Доли операторов СПС в приросте абонентской базы РФ за 2006 г.

Источник: АСМ-Consulting

Среди прочих операторов доля Группы СМАРТС составила приблизительно 3,3% от общего прироста абонентской базы РФ по итогам 2006 г.

По итогам 2006 г. вновь лидирующую позицию по значению доли в приросте абонентских баз заняла компания МТС – 27,3%, что на 0,4% выше значения 9-ти месяцев 2006 г. (26,9%) и на 7,1% пункта ниже показателя за 2005 г.

Билайн отстал от МТС по значению доли в приросте на 7,7%, в то время как по итогам 9 месяцев 2006 г. отставание составляло 5,9%. Сравнительно низкое значение доли в приросте у второго по величине оператора СПС РФ («Билайн») можно объяснить тем, что в октябре 2006 г., с учетом оттока неактивных абонентов, «ВымпелКом» показал отрицательный прирост своей абонентской базы (-369 тыс. абонентов), и впервые за весь период развития рынка сотовой связи в России у одного из операторов «большой тройки» ежемесячный прирост абонентской базы стал отрицательным.

За 2006 г. компания «МегаФон» добилась существенного увеличения своей доли в приросте новых абонентов (+0,9% пункта к итоговым показателя 9 месяцев 2006 г. и +8,8% пункта к

итоговым показателем 2005 г.), опередив компанию «ВымпелКом» по численному значению этого показателя – 26,6%.

Распределение рынка мобильной связи между операторами СПС РФ по итогам 12 месяцев 2006 г. представлено на диаграмме ниже (Рисунок 6).

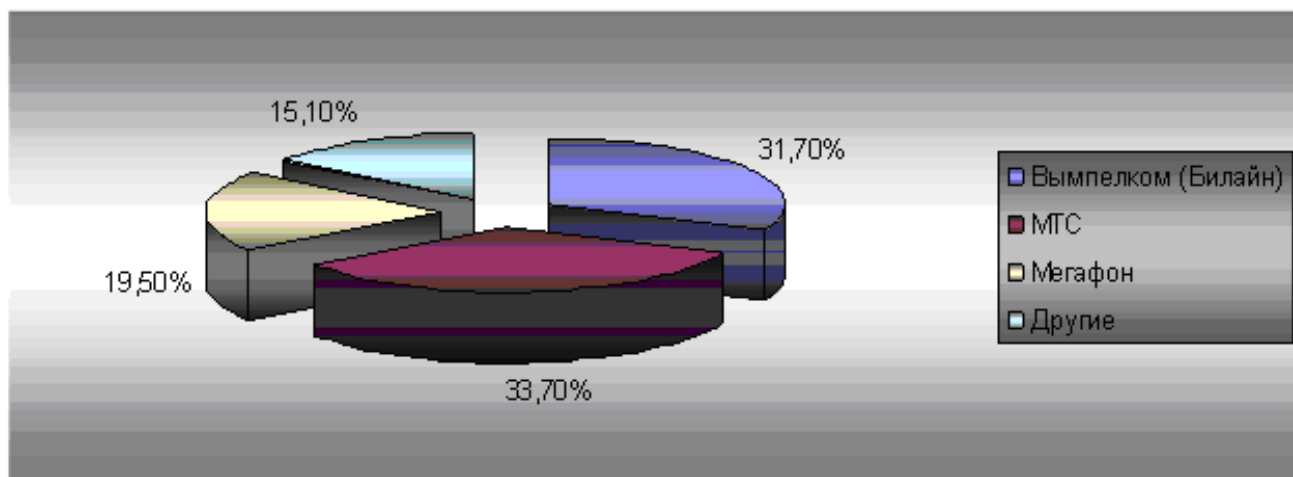


Рисунок 6 – Распределение рынка сотовой связи в России по итогам 2006 г.

Источник: АСМ-Consulting

По итогам 12 месяцев 2006 г. операторам большой тройки принадлежит 84,9% рынка сотовой связи в РФ.

Среди федеральных операторов динамику роста за анализируемый период показала только компания «МегаФон», которой удалось увеличить свою долю рынка до 19,5% против 18,1%, которые этот оператор занимал в декабре 2005 г.

Доли рынка МТС и «ВымпелКом» в 2006 г. имеют тенденцию снижения: МТС – до 33,7% (против 35,2%), а «ВымпелКом» – до 31,7% (против 34,3%, которые компания занимала по итогам 2005 г.). Снижение доли рынка МТС и «ВымпелКом» выглядит логичным. У этих операторов самые большие доли рынка, и поэтому им сложнее их поддерживать, чем другим компаниям. Для этого их доли в новых подключениях должны быть не меньше доли рынка, что сложно, когда она превышает 30%.

Наряду с компанией «МегаФон», доля рынка региональных компаний за 12 месяцев 2006 г. имеет положительную динамику (+2,6% пункта роста): с 12,5% в декабре 2005 г. до 15,1% в декабре 2006 г.

Таким образом, региональные операторы постепенно доказывают свою состоятельность в противостоянии операторам «большой тройки» – особенно следует отметить в данном случае операторов TELE2, «Урасвязьинформ» и ГК СМАРТС.

2.2 Доходы операторов связи и величина ARPU

Таблица 3 – Динамика ARPU

Год	ARPU
2002	20,5
2003	15,1
2004	11,9
2005	8,7
1 квартал 2006¹	6,6/6,6
2 квартал 2006	7,5/7,4
3 квартал 2006	8,6/8,6
4 квартал 2006	8,5/8,9

Источник: *www.iKS-Consulting.ru*

После стабилизации абонентской базы падение ARPU должно остановиться. Тем не менее, опыт других стран показывает, что после достижения рынком фазы зрелости, ARPU можно не только удержать на определенном уровне, но и стимулировать его рост. И данные за 1-4 квартал демонстрируют изменение тенденции падения ARPU на увеличение показателя.

Операторы предполагают применить следующие меры для стабилизации ARPU:

- стабилизация дохода от голосового трафика;
- удержание абонентов и повышение лояльности;
- увеличение дохода от дополнительных услуг.

¹ За 1-4 кварталы 2006 г. в таблице представлены данные об ARPU ОАО «МТС» / ОАО «ВымпелКом» по России. Источник: опубликованные финансовые результаты (по новой методологии, принятой сотовыми операторами, которая учитывает в выручке взаиморасчеты с операторами)

Как показывает опыт стран Запада, после относительной стабилизации рынка ключевым фактором его роста является повышение доходов от дополнительных услуг, развитие которых полностью зависит от активности операторов. Так, у компании Vodafone UK рост ARPU на 14% был вызван только за счет повышения доходов от дополнительных услуг. Таким образом, учитывая высокие показатели темпов роста данных сегментов рынка предоставления услуг сотовой связи, развитие сегмента дополнительных услуг должно стать ключевой задачей сотовых операторов.

Так, компания ОАО «ВымпелКом» (ТМ «Билайн») работает в направлении повышения ARPU, начиная с программы повышения лояльности своих клиентов. С этой целью был запущен обновленный бренд компании, который должен привести в некоторой степени к стимулированию потребительской активности. В ближайшее время клиентам представят новые продукты, которые, по расчетам менеджмента компании, должны повысить ARPU.

Для обеспечения стабильного роста ARPU абонента сети ЗАО «СМАРТС» планируется расширять спектр дополнительных услуг, разрабатывать и внедрять новые тарифные предложения, позволяющие абонентам получать местные услуги связи на территории обслуживания в своем регионе более привлекательные по ценовым характеристикам, чем у операторов «большой тройки». Тарифные предложения будут учитывать специфику, национальные особенности и уровень жизни населения в каждом отдельно взятом регионе присутствия.

ОАО «МегаФон» для повышения ARPU будет предпринимать меры для увеличения трафика абонентов, как за счет передачи голоса, так и дополнительных услуг.

Таким образом, можно сделать вывод, что падение ARPU в обозримом будущем все-таки прекратится за счет внедрения новых услуг, а при условии роста покупательной способности населения возможно и увеличение данного показателя.

2.3 Доходы от дополнительных услуг

В 2005 г. дополнительные услуги (ДУ, или VAS – Value Added Services) принесли сотовым операторам 13,1% всех доходов.

По итогам 1 полугодия 2006 г. объем российского рынка дополнительных услуг составил 882,3 млн. долл. США. Их доля в общих доходах от услуг связи российских сотовых операторов выросла до 14,2%. По сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, в 1 полугодии 2006 г. дополнительные услуги принесли операторам на 36% больше доходов.

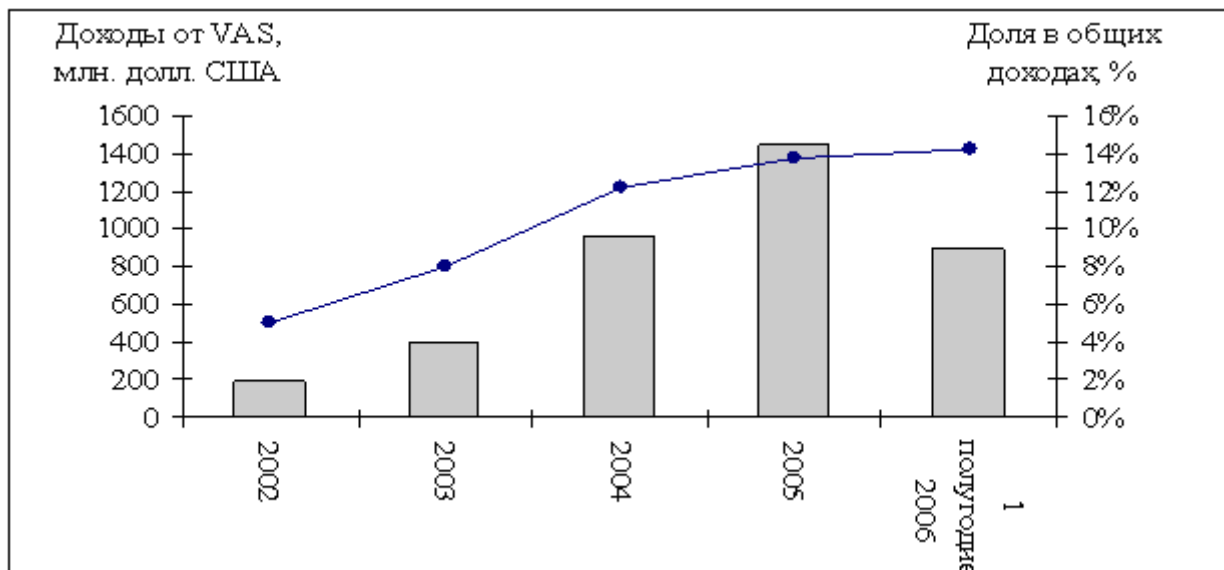


Рисунок 7 – Доходы от VAS в РФ, 2002-2006 гг.

Источник: ComNews Research

Как и прежде, основным генератором доходов от дополнительных услуг являются SMS и MMS (Рисунок 7).

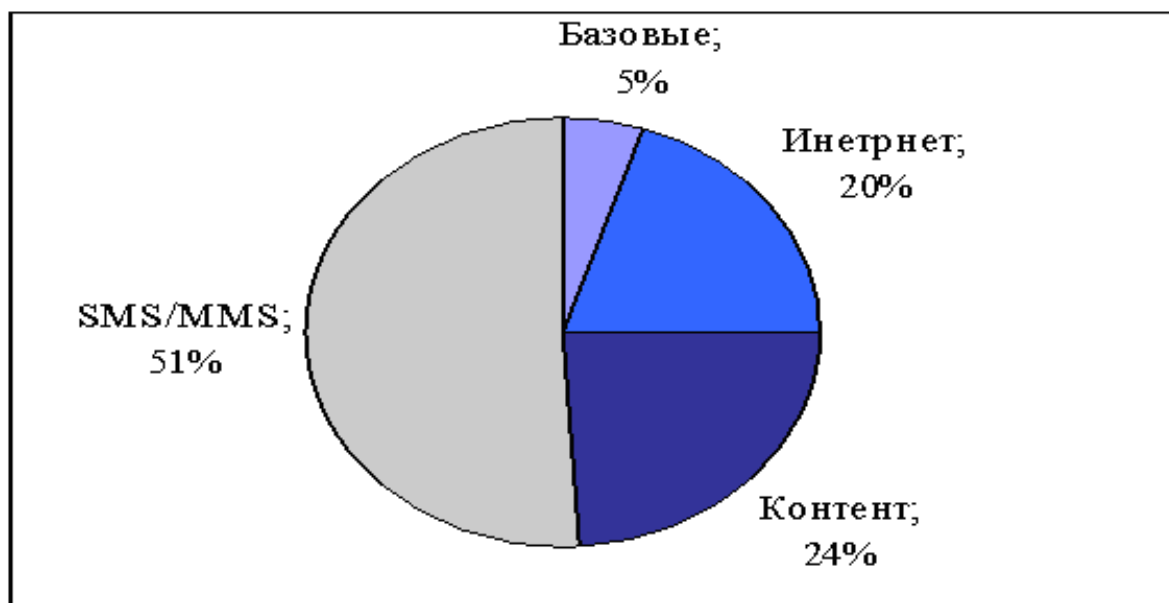


Рисунок 8 – Структура доходов от дополнительных услуг в РФ в 1 полугодии 2006 г.

Источник: ComNews Research

С 2001 по 2004 гг. рынок мобильного контента в среднем рос на 160% в год. Операторы сотовой связи планировали двукратный прирост этого сегмента рынка за период с 2005 по 2007 гг., но итоги 2005 г. оказались ниже самых пессимистичных оценок – 340 млн. долл. США вместо прогнозируемых 550 – 600 млн. долл. США, рост на 20%. В 1 полугодии 2006 г. прирост контент-услуг составил 58% по сравнению с аналогичным периодом 2005 г. Объем рынка составил 210 млн. долл. США. По прогнозам ComNews Research², по итогам 2006 г. рынок мобильного контента в России вырастет до 470 млн. долл. США, а к 2010 г. превысит 1 млрд. долл. США.

² Исследовательская компания, специализирующаяся на изучении рынка телекоммуникационной отрасли.

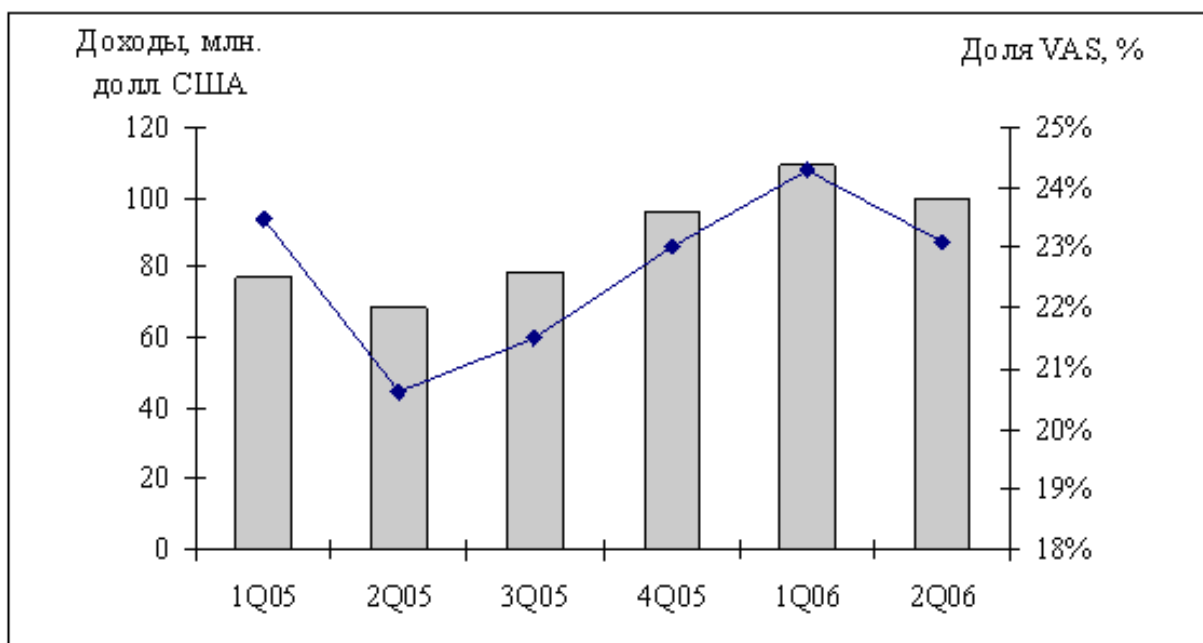


Рисунок 9 – Доходы от VAS (мобильного контента) в 2005-2006 гг. (Q – квартал)

Источник: ComNews Research

Темпы прироста мобильного Интернета и передачи данных в 1 полугодии 2006 г. по сравнению с аналогичным периодом 2005 г. составили 73%, и его объем достиг 176 млн. долл. США. Сегмент мобильного Интернета в целом растет быстрее, чем рынок традиционного доступа в Интернет. Этому способствовал резкий рост количества GPRS-пользователей, которых в настоящий момент в стране насчитывается уже более 16 млн. (из них 8,5 млн. – активные пользователи).

По прогнозам ComNews Research, по итогам 2006 г. рынок мобильного интернета в России вырастет до 380 млн. долл. США, а его доля в общих доходах от VAS – до 25%.

3 Описание конкурентной среды

3.1 Состояние рынка СПС регионов присутствия ЗАО «СМАРТС»

3.1.1 Состояние рынка СПС Самарской области на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой связи в Самарской области на конец 2006 г. представлен следующими операторами СПС:

- ЗАО «СМАРТС» (филиал «СМАРТС-Самара-GSM») с 1996 года (ТМ «СМАРТС»);
- региональное отделение компании ОАО «МТС» с 2004 года, (ТМ «МТС»);
- региональное отделение компании ОАО «ВымпелКом» с 2001 года в стандарте GSM, (ТМ «Билайн»);
- региональное отделение компании ОАО «МСС-Поволжье» с 2001 года, (ТМ «МегаФон»).

Кроме операторов стандарта GSM, в регионе действует региональное отделение компании ОАО «ВолгаТелеком», предоставляющие услуги связи в стандарте NMT-450 под ТМ «СТРИЖ» (с 2004 года).

Распределение долей рынка операторов сотовой связи Самарской области представлено в таблице 4.

Таблица 4 – Распределение рынка СПС Самарской области между операторами по итогам 2006 года

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM – 900/1800	929 378	23,3%
«МегаФон «	GSM – 900/1800	1 375 092	34,5%
«Билайн»	GSM-900/1800	677 039	17,0%
«МТС»	GSM-1800	894 536	22,4%
Другие (СТРИЖ)	DAMPS, NMT-450	111 129	2,8%

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
ВСЕГО		3 987 174	100,0%

Источник: данные J'Son&Partners и собственные данные ЗАО «СМАРТС»

Проникновение сотовой связи в Самарском регионе выше среднего по России, и по данному показателю область является одним из лидеров среди регионов Поволжья. Согласно статистическим данным аналитического агентства J'Son&Partners и оценке ЗАО «СМАРТС», по итогам 2006 года уровень проникновения сотовой связи в Самарской области достиг 123,1%, увеличившись по сравнению с декабрем 2005 года на 21,1% (проникновение на конец 2005 года – 102,0%).

Превышение 100% рубежа по уровню проникновения означает, что сотовый рынок региона высокоразвит и вступил в стадию насыщения, в частности, имеется значительная абонентская база, сформирован устойчивый спрос не только на базовую (голосовую) услугу сотовой связи, но и на дополнительные услуги.

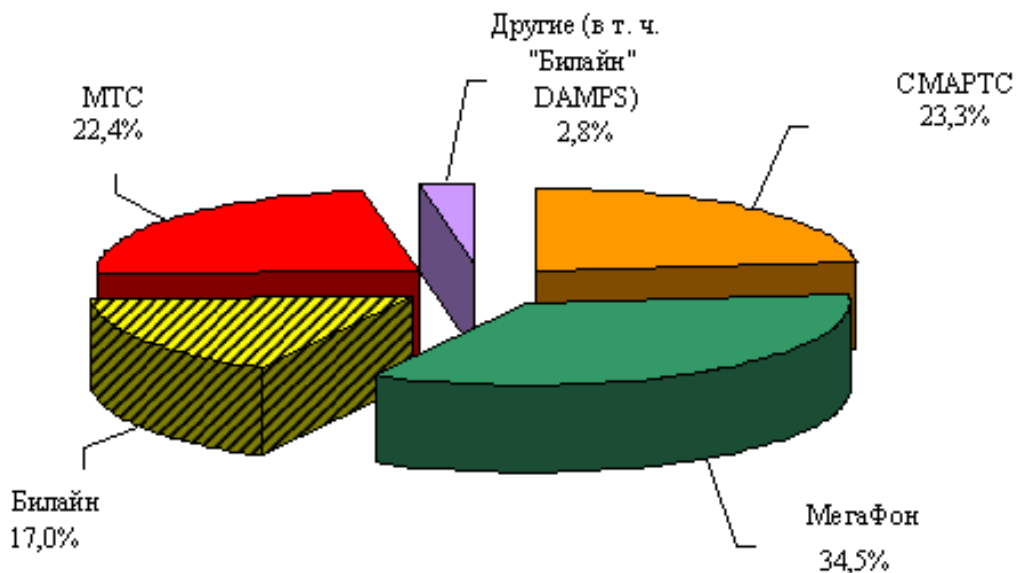


Рисунок 10 – Распределение абонентов Самарской области между операторами по итогам 2006 года

Общая абонентская база операторов сотовой связи в Самарской области за 2006 год приросла на 20,6% (или на 681 тыс. чел.) и на конец отчетного периода, преодолев 3,5 млн. рубеж, достигла 3 987 тыс. чел. Для сравнения – за 2005 год число коммерческих абонентов операторов СПС в регионе увеличилось на 1 290 тыс.чел., или на 64%.

Таким образом, можно считать, что на протяжении 2005-2006 г.г участники СПС Самарской области старались набрать максимальное число «новых» абонентов, что стимулировало количественный рост рынка. Однако высокий уровень проникновения сотовой связи позволяет говорить о том, что в дальнейшем количество абонентов будет прирастать небольшими темпами, и, в основном, будет иметь место «переток» менее лояльных абонентов от одного оператора к другому в зависимости от проводимых акций.

Таблица 5 – Динамика рынка сотовой связи Самарской области по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
«СМАРТС»	654 750	929 378	41,9%	274 628	19,8%	23,3%
«МегаФон»	1 096 986	1 375 092	25,4%	278 106	33,2%	34,5%
«Билайн»	667 979	677 039	1,4%	9 060	20,2%	17,0%
«МТС»	773 996	894 536	15,6%	120 540	23,4%	22,4%
Другие (в т.ч. «Билайн» DAMPS, «СТРИЖ»)	112 055	111 129	-0,8%	-926	3,4%	2,8%
ВСЕГО	3 305 766	3 987 174	20,6%	681 408	100,0%	100,0%

Источник: данные J'Son&Partners и собственные данные ЗАО «СМАРТС»

По итогам 2006 года доли операторов СПС Самарской области в объеме прироста новых абонентов распределились следующим образом: 40,8% – МегаФон, 40,3% – СМАРТС; 17,7% – МТС; 1,3% – Билайн.

Лидерство компании ОАО «МСС-Поволжье» («МегаФон») по значению доли в приросте принесло незначительное увеличение доли рынка: компания за 2006 год увеличила долю присутствия на рынке на 1,3% (с 33,2% до 34,5%). Вместе с этим оператор «МегаФон» продолжает оставаться лидером Самарского рынка СПС по числу абонентов. ОАО «МСС-Поволжье» обладает лицензией на предоставление услуг мобильной связи стандарта GSM 900/1800 на укрупненный Поволжский регион. В Самарской области сеть «МегаФон» была запущена в коммерческую эксплуатацию 2 ноября 2001 года. В зону покрытия сети входят большинство крупных населенных пунктов и основные автомагистрали.

Второй по общероссийскому объему абонентской базы оператор – компания ОАО «ВымпелКом» (ТМ «Билайн») – за 2006 год в Самарской области увеличил число своих пользователей всего на 9 060 абонентов (или на 1,4%). Низкое значение прироста у оператора по итогам прошедшего года в Самарском регионе соответствует общероссийской статистике оператора, который на протяжении II полугодия 2006 года учитывал «техническим отток» абонентов в приросте своей абонентской базы. В Самарской области в течение 8-ми из 12-ти месяцев 2006 года Билайн показывал отрицательный прирост коммерческих абонентов («технический отток неактивных абонентов» у оператора был существенно выше новых подключений). В качестве основных причин в компании называют следующие: во-первых, в отток были списаны те, кто сменил номер, но остался абонентом оператора, перейдя на новый тариф «Проще говоря»; во-вторых, были списаны абоненты, подключившиеся в ноябре 2005 года в рамках акции «мобильные вампиры»: в течение нескольких месяцев они могли говорить по ночам бесплатно, а затем акция была свернута; третья причина – ужесточение контроля за качеством абонентской базы.

Оператор ОАО «Билайн-Самара» начал предоставлять услуги сотовой связи в стандарте TDMA/IS-136 с 1995 года. Зона охвата включает в себя города Самара, Тольятти, Жигулевск, Новокуйбышевск, Чапаевск, Безенчук, Кинель, Сызрань. В 2001-2002 годах компания снизила активность на рынке сотовой связи, что было вызвано отвлечением ресурсов на строительство сети GSM. В 2002 году доля акций ОАО «ВымпелКом-Р» (в настоящий момент ОАО «ВымпелКом») в ОАО «Билайн-Самара» была доведена до 51%, что позволило в ноябре 2002 года начать коммерческую эксплуатацию сети GSM-900/1800 под федеральным брэндом

«Билайн». А в июле 2004 года ОАО «Вымпелком» выкупил оставшиеся 49 %, получив полный контроль над компанией.

В феврале 2004 г. услуги сотовой связи в Самарской области стала предоставлять компания ОАО «МТС». К концу 2006 года компании удалось увеличить число своих пользователей до 890 000 абонентов. За прошедший год доля рынка оператора МТС в Самарской области снизилось до 22,4% (минус 1,0%).

ЗАО «Сотел» оказывает услуги в стандарте CDMA. С 2004 г. компания принадлежит ОАО «ВолгаТелеком» и работает под ТМ «Стриж», но, несмотря на активную рекламу, компания занимает небольшую долю рынка и практически не увеличивает абонентскую базу.

В отношении распределения коммерческих абонентов между участниками рынка СПС Самарской области произошли существенные изменения в тройке лидеров. Так, на конец 2006 года второе место по объему абонентской базы в регионе перешло к компании СМАРТС, которая по итогам 2005 года занимала лишь четвертое место после тройки «федеральных операторов».

Компания ЗАО «СМАРТС» предоставляет коммерческие услуги сотовой связи с 1-го апреля 1996 года и с самого начала демонстрирует высокие темпы развития. За прошедший 2006 год абонентская база компании СМАРТС в Самарском регионе возросла на 42%, что позволило оператору увеличить свою долю рынка на 3,5% и занять 23,3% рынка СПС.

В 2006 г в целях оптимизации структуры управления ЗАО «СМАРТС» произошло объединение Самарского и Тольяттинского филиалов в единую структуру, что обеспечивает стопроцентное радиопокрытие территории крупных населенных пунктов Самарской области, федеральных трасс, сел и поселков.

Таблица 6 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Самара-GSM»

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	174 192	282 769	372 008	654 750	929 378
Прирост КА, аб.	–	108 577	89 239	282 742	274 628
Темп прироста КА, %	–	62,3%	31,6%	76,0%	41,9%

По итогам 2006 года компании «СМАРТС» в Самарской области за счет повышения лояльности абонентов и сокращения «оттока» удалось сохранить объем прироста абонентской базы на уровне 2005 года.

Таблица 7 – Подключения и расторжения «СМАРТС-Самара-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:	458 648	370 806	-19,2%
Post-paid абоненты	64 843	79 283	22,3%
Pre-paid абоненты	393 805	291 523	-26,0%
Расторжения, в т.ч.:	175 906	96 177	-45,3%
Post-paid абоненты	81 916	15 416	-81,2%
Pre-paid абоненты	93 991	80 762	-14,1%
Абсолютный прирост	282 742	274 628	-2,9%

В течение 2006 года филиалом «СМАРТС-Самара-GSM» совместно с Тольяттинским отделением было подключено 370 806 абонентов, что на 19,2% меньше чем в 2005 году. Снижение числа новых подключений связано с наступающим насыщением рынка СПС в регионе.

В структуре подключений за 2006 год произошло перераспределение притока новых абонентов с pre-paid на post-paid сервис. Доля pre-paid в подключениях снизилась с 86% в 2005 году до 79% в 2006 году. Если в I полугодии 2006 года основные подключения абонентов приходились на pre-paid ТПО³ «Витамин С» и «Лидер Отличный», то, начиная с августа месяца, наибольшей популярностью пользовался post-paid тарифного плана обслуживания (ТПО) «Удача», активно продвигаемый в рамках новой коммерческой стратегии компании – «Первый семейный оператор».

³ ТПО – тарифный план обслуживания.

Снижение числа расторгнутых договоров в 2006 году на 45,3% относительно 2005 года связано с грамотной маркетинговой политикой оператора в части привлечения post-paid абонентов, отличающихся большей лояльностью, а также внедрением новой схемы дилерского вознаграждения (в зависимости от начислений абонентов), направленной на привлечение качественных абонентов.

Новые базовые станции и новые тарифные планы, инновационные услуги и тарифные опции – всё это позволило увеличить абонентскую базу и долю рынка, укрепив тем самым существующие позиции ЗАО «СМАРТС» на рынке сотовой связи в Самарской области.

3.1.2 Состояние рынка СПС Ивановской области на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой связи Ивановской области на конец 2006 г. представлен следующими операторами сотовой связи:

- филиал «СМАРТС-Иваново-GSM» с 1999 года (ТМ «СМАРТС»);
- Филиал ОАО «Мобильные ТелеСистемы» в г. Иваново с 2001 года (ТМ «МТС»);
- Ивановский филиал ОАО «ВымпелКом» с 2002 года (ТМ «Билайн»);
- Ивановский филиал ЗАО «Мобиком Центр» с 2004 года (ТМ «МегаФон»).

Помимо федеральных операторов, услуги сотовой связи в Ивановской области оказывает Верхневолжский филиал ОАО «ЦентрТелеком» (подразделение «Ивтелеком» – CDMA, подразделение «Яртелеком» – NMT-450 (ТМ «Сотел»)).

Таблица 8 – Распределение рынка СПС Ивановской области между операторами по итогам 2006 года

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM 900/1800	170 026	11,4%
«МегаФон»	GSM 900/1800	107 106	8,6%

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«Билайн»	GSM 900/1800	487 763	45,3%
«МТС»	GSM 1800	351 125	34,2%
Прочие	CDMA, NMT-450	3 474	0,5%
ВСЕГО		1 119 494	100,0%

Ивановский филиал ЗАО «СМАРТС» 11 октября 1999 г. первым в Ивановской области начал коммерческую эксплуатацию сети GSM. В 2001-2002 гг. в Ивановской области развернули сеть сотовой связи федеральные операторы – ТМ «МТС» (дата ввода сети – 18 декабря 2001 г.) и ТМ «Билайн» (4 июня 2002 г.).

Несмотря на ужесточение конкуренции, в течение последних трех лет Ивановский филиал удерживал позиции третьего по величине оператора Ивановской области благодаря высокой узнаваемости компании, широкой дилерской сети, конкурентоспособным тарифным планам.

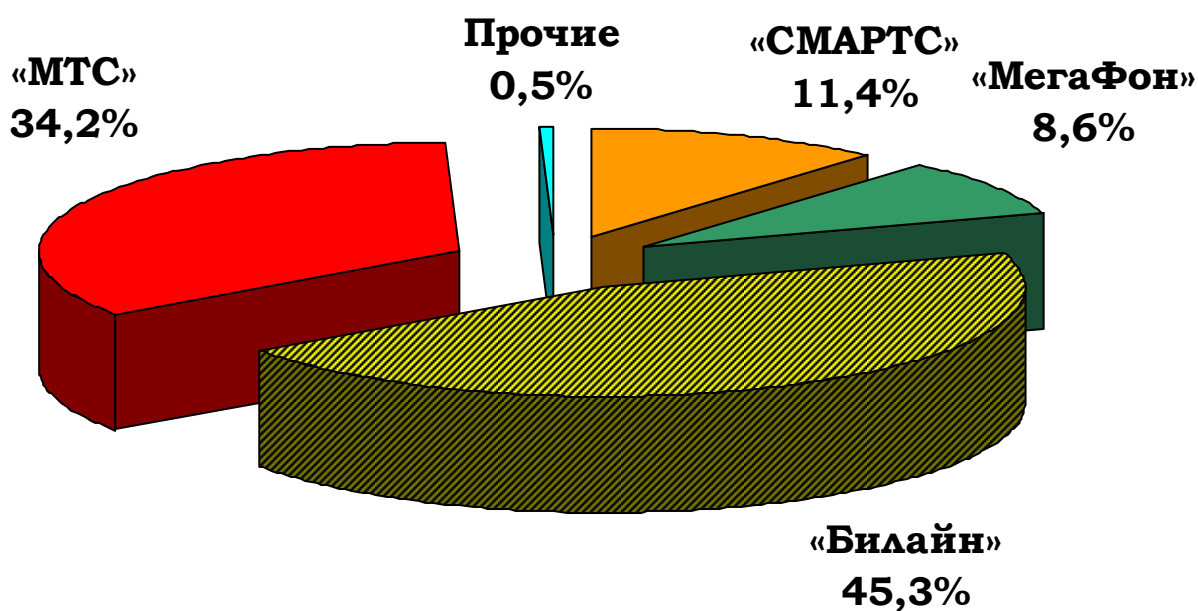


Рисунок 11 – Распределение абонентов Ивановской области между операторами по итогам 2006 года

Рынок сотовой связи Ивановской области следует считать бурно развивающимся. По данным Ассоциации GSM уровень проникновения сотовой связи в Ивановской области за 2006 год увеличился на 19,6% и составил 100,4% (за 2005 г. проникновение выросло с 41,8% до 80,8%), что привело к увеличению общего

числа пользователей сотовой связи с 929 тыс. человек до 1 120 тыс. человек.

Таблица 9 – Динамика рынка сотовой связи Ивановской области по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
«СМАРТС»	106 097	170 026	60,3%	63 929	13,8%	11,4%
«МегаФон»	79 898	107 106	34,1%	27 208	2,6%	8,6%
«ВымпелКом»	420 486	487 763	16,0%	67 277	43,8%	45,3%
«МТС»	317 950	351 125	10,4%	33 175	38,7%	34,2%
Прочие	4 374	3 474	-20,1%	-873	1,1%	0,5%
ВСЕГО	928 805	1 119 494	20,5%	190 689	100,0%	100,0%

Сотовый рынок Ивановской области является сформировавшимся и стабильно развивающимся, присутствуют все операторы «Большой тройки» (МТС, Билайн, МегаФон), и выход новых конкурентов не предвидится. Доля рынка операторов распределилась следующим образом:

- филиал «СМАРТС-Иваново-GSM» снизил свою долю на 2,4% по причине технических ограничений по коммутационной емкости;
- ОАО «МегаФон», активно развивая сеть, увеличил свою долю на 6%;
- доля ОАО «ВымпелКом» (ТМ «Билайн»), лидера по приросту абонентов в 2006 г., увеличилась на 1,5%;
- доля ОАО «МТС» снизилась на 4,5%.

Таблица 10 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Иваново-GSM»

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	37 129	41 963	66 429	106 097	170 026
Прирост КА, аб.	21 545	4 834	24 466	39 668	63 929
Темп прироста КА, %	-	13,0%	58,3%	59,7%	60,3%

Таблица 11 – Подключения и расторжения филиала «СМАРТС-Иваново-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:	101 679	83 159	-18,2%
Post-paid абоненты	64 666	69 904	8,1%
Pre-paid абоненты	37 013	13 255	-64,2%
Расторжения, в т.ч.:	62 011	19 230	-69,0%
Post-paid абоненты	32 361	12 413	-61,6%
Pre-paid абоненты	29 650	6 817	-77,0%
Абсолютный прирост	39 668	63 929	61,2%

Анализируя данные таблицы 11, можно отметить значительное увеличение абсолютного прироста абонентов в 2006 году на 61,2% по сравнению с прошлым годом, до 63 929 абонентов. Такой высокий показатель объясняется повышением лояльности абонентов, что привело к снижению числа расторжений на 69% (до 19 230 абонентов). Количество подключений снизилось на 18,2%, что соответствует общероссийским тенденциям и объясняется насыщением рынка.

Итоги 2006 года демонстрируют перспективность деятельности филиала ЗАО «СМАРТС» в Ивановской области – несмотря на острую конкуренцию и достоинства «федеральных» брэндов, темп прироста абонентской базы оператора составил 60,3%, что на 0,6% выше чем, в 2005 г.

3.1.3 Описание рынка СПС Республики Мордовия на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой связи в Республике Мордовия на конец 2006 г. представлен следующими операторами СПС:

- филиал ЗАО «СМАРТС» – «СМАРТС-Саранск-GSM» с 2002 года (ТМ «СМАРТС»);
- филиал ОАО «МТС» в Республике Мордовия с 2004 года (ТМ «МТС»);

- ОАО «ВымпелКом» с 2003 года (ТМ «Билайн»);
- ЗАО «Волжский-GSM» с 1998 года (ТМ «МегаФон»);
- ЗАО «РТКОМ» с 2002 г.
- ЗАО «Сотовая Связь Мордовии» (ЗАО «ССМ») с 1999 года (ТМ «Сотел»).

Таблица 12 – Распределение рынка СПС Республики Мордовия между операторами по итогам 2006 года

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM 1800	24 834	4,4%
«РТКОМ»	GSM 1800	15 734	2,8%
«МегаФон»	GSM 900/1800	224 207	39,4%
«Билайн»	GSM 900/1800	215 426	37,9%
«МТС»	GSM 1800	87 343	15,4%
Прочие	NMT-450,AMPS	1 366	0,1%
ВСЕГО		568 910	100,0%

В начале октября 2002 г. начал работу филиал ЗАО «СМАРТС» в г. Саранск. Абонентская база компании составила на конец 2006 года 24 834 абонентов.

ЗАО «РТКОМ» с 1999 г. оказывает услуги в стандарте AMPS/DAMPS и с февраля 2004 г. в стандарте GSM 1800. Абонентская база ЗАО «РТКОМ» составила на конец 2006г. 15 734 абонентов.

Основным игроком на рынке сотовой связи Республики Мордовия является ЗАО «Волжский GSM», функционирующий под торговой маркой «Мегафон». Коммерческую эксплуатацию сети GSM компания начала в августе 1998 г. Абонентская база компании на конец 2006 г. достигла 224 207 абонентов

В декабре 2003 г. в коммерческую эксплуатацию введена сеть ЗАО «ВымпелКом», торговая марка «Билайн». Абонентская база предприятия на конец 2006 г. составила 215 426 абонентов.

ОАО «МТС» оказывает услуги в данном регионе с декабря 2004 г. Количество абонентов компании на конец 2006 года – 87 343 абонентов.

ЗАО «Сотовая связь Мордовии» оказывает услуги в стандарте NMT-450. ЗАО «ССМ» не увеличивает абонентскую базу в последнее время.

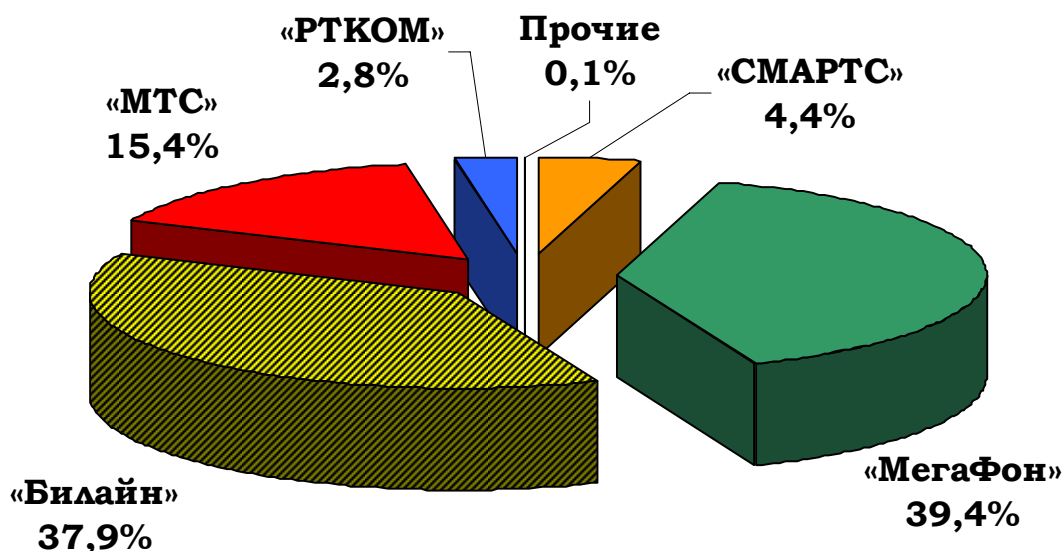


Рисунок 12 – Распределение абонентов Республики Мордовия между операторами по итогам 2006 года

Рынок сотовой связи Республики Мордовия следует считать развивающимся. По данным Ассоциации GSM, уровень проникновения сотовой связи в Республики Мордовия за 2006 год увеличился на 9,43% и составил 63,2% (за 2005 г. увеличился с 28,7% до 53,8%). Это соответствует росту числа абонентов сотовой связи на 85 тыс. (с 484 тыс. человек до 569 тыс. человек).

Таблица 13 – Динамика рынка сотовой связи в Республике Мордовия по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
«СМАРТС»	19 163	24 834	29,6%	5 671	4,0%	4,4%

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
«РТКОМ»	10 005	15 734	57,3%	5 729	2,1%	2,8%
«МегаФон»	190 861	224 207	17,5%	33 346	39,4%	39,4%
«Билайн»	195 267	215 426	10,3%	20 159	40,3%	37,9%
«МТС»	67 218	87 343	29,9%	20 125	13,9%	15,4%
Прочие	1 599	1 366	-14,6%	-233	0,3%	0,1%
ВСЕГО	484 113	568 910	17,5%	84 797	100,0%	100,0%

Сотовый рынок Республики Мордовия является стабильно развивающимся, присутствуют все операторы «Большой тройки» (МТС, Билайн, МегаФон) и выход новых конкурентов не предвидится. Доли рынка операторов распределились следующим образом:

- высокая коммерческая активность позволила Саранскому филиалу ЗАО «СМАРТС» увеличить свою долю на 0,4%, доведя ее до 4,4%;
- «МегаФон» не смог увеличить свою долю рынка, она осталась на уровне 2005 года – 39,4%;
- доля ЗАО «РТКОМ» увеличилась на 0,7%, достигнув 2,8%;
- доля «Билайн» в 2006 г. снизилась на 2,4% и составила 37,9%;
- доля «МТС» увеличилась на 1,5% – до 15,4%.

Динамика изменения абонентской базы филиала «СМАРТС-Саранск-GSM» представлена в Таблице 14.

Таблица 14 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Саранск-GSM»

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	3 396	13 406	17 119	19 163	24 834
Прирост КА, аб.	-	10 010	3 713	2 044	5 671
Темп прироста КА, %	-	294,8%	27,7%	11,9%	29,6%

Таблица 15 – Подключения и расторжения «СМАРТС-Саранск-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:	28 095	6 614	-76,5%
Post-paid абоненты	1 989	1 867	-6,1%
Pre-paid абоненты	26 106	4 747	-81,8%
Расторжения, в т.ч.:	26 051	943	-96,4%
Post-paid абоненты	3 006	68	-97,7%
Pre-paid абоненты	23 045	875	-96,2%
Абсолютный прирост	2 044	5 671	177,4%

Анализируя данные таблицы 15, можно отметить увеличение абсолютного прироста абонентов в 2006 году на 177,4%, по сравнению с прошлым годом, до 5 671 абонентов. Такой высокий показатель объясняется повышением лояльности абонентов, что привело к снижению числа расторжений на 96% до 943 абонентов. Количество подключений снизилось на 76,5%, что соответствует общероссийским тенденциям и объясняется постепенным насыщением рынка. Однако необходимо обратить внимание, что значительный рост показателя также вызван его невысоким уровнем в предыдущем периоде.

3.1.4 Состояние рынка СПС Саратовской области на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой связи в Саратовской области на конец 2006 г. представлен следующими операторами СПС:

- филиал «СМАРТС-Саратов-GSM» с октября 2002 года (ТМ «СМАРТС»);
- ОАО «МТС» с августа 2003 года (ТМ «МТС»);
- ОАО «ВымпелКом» с февраля 2002 года (ТМ «Билайн»);
- ОАО «МСС-Поволжье» с августа 1999 года (ТМ «МегаФон»);

- ЗАО «Саратов-Мобайл» с 1995 года – стандарт DAMPS, с июля 2004 года – стандарт GSM-1800 (ТМ «On-gsm»);
- ЗАО «Сотовая Связь Саратова» (ЗАО «ССС» ТМ «Сотел») с 1994 года;
- ЗАО «Народный телефон Саратова» с 1995 года.

Распределение долей рынка операторов сотовой связи Саратовской области представлено в Таблице 16.

Таблица 16 – Распределение рынка СПС Саратовской области между операторами по итогам 2006 года

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM 1800	139 549	6,2%
«МегаФон»	GSM-900/1800	667 875	29,8%
«Билайн»	GSM-900/1800	913 991	40,7%
«МТС»	GSM-900/1800	325 208	14,5%
«Саратов-Мобайл»	GSM 1800	111 954	5,0%
Другие (в том числе «Саратов-Мобайл» DAMPS)	DAMPS, CDMA	86 109	3,8%
ВСЕГО		2 244 686	100,0%

Источник: данные J'Son&Partners и собственные данные ЗАО «СМАРТС»

Рынок сотовой связи Саратовской области развивается быстрыми темпами. На сегодняшний день сотовой связью покрыты все муниципальные образования региона. Однако, несмотря на наличие 7-ми операторов, проникновение в регионе уступает среднему по России показателю, и на 01.01.2007г., составляет 84,1%, увеличившись по сравнению с декабрем 2005 года на 13,3% (проникновение на конец 2005 года – 70,8%).

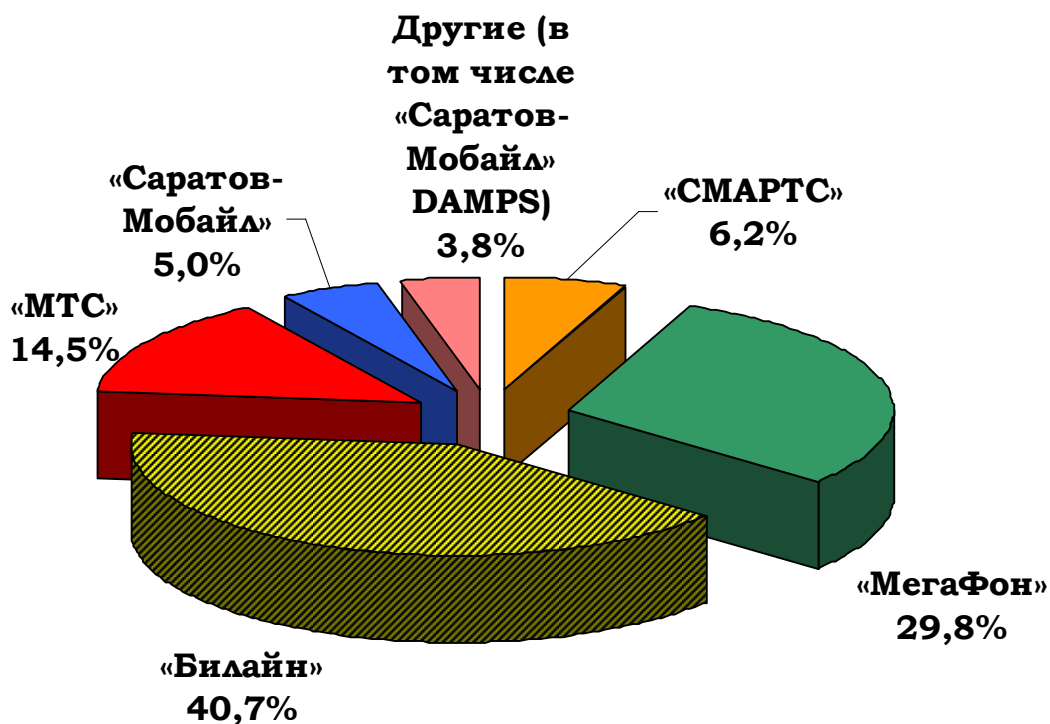


Рисунок 13 – Распределение абонентов Саратовской области между операторами по итогам 2006 года

Общая абонентская база операторов сотовой связи в Саратовской области за 2006 год увеличилась на 18,8% или на 356 тыс. чел. и на конец отчетного периода достигла 2 245 тыс. чел. При этом за 2005 год число пользователей мобильной связи в регионе возросло на 77,6%, или на 825 тыс. чел.

Таблица 17 – Динамика рынка сотовой связи Саратовской области по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
«СМАРТС»	88 641	139 549	57,4%	50 908	4,7%	6,2%
«МегаФон»	475 847	667 875	40,4%	192 028	25,2%	29,8%
«Билайн»	855 167	913 991	6,9%	58 824	45,3%	40,7%
«МТС»	291 515	325 208	11,6%	33 693	15,4%	14,5%
ЗАО «Саратов-Мобайл»	90 000	111 954	24,4%	21 954	4,8%	5,0%

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
Другие (в том числе «Саратов-Мобайл» DAMPS)	87 714	86 109	-1,8%	-1 605	4,6%	3,8%
ВСЕГО	1 888 884	2 244 686	18,8%	355 802	100,0%	100,0%

Источник: данные J'Son&Partners и собственные данные ЗАО «СМАРТС»

По итогам 2006 года доли операторов СПС Саратовской области в объеме прироста новых абонентов распределились следующим образом: 54,0% – МегаФон; 16,5% – Билай; 14,3% – филиал «СМАРТС-Саратов-GSM»; 9,5% – МТС; и 6,2% – «Саратов-Мобайл».

ОАО «МСС-Поволжье» первоначально в 1995 году было зарегистрировано под юридическим именем ОАО «Мобильные системы связи-Саратов» (торговая марка «GSM-Саратов»). С 1 декабря 2000 года компания выступает под торговой маркой «МегаФон». В зону покрытия входят гг. Саратов, Энгельс, Балаково и практически все районы Саратовской области.

Лидерство компании ОАО «МСС-Поволжье» («МегаФон») по доле в приросте обеспечило рост доли рынка компании за 2006 года на 4,6% (с 25,2% до 29,8%). Активному продвижению услуг данного оператора в регионе способствует позиционирование себя под лозунгом «Новые технологии, новая скорость» (пакетная передача данных на базе технологии EDGE, услуга индивидуального сигнала ожидания ответа). Кроме того, компания большое внимание уделяет работе с корпоративным сектором своей абонентской базы (в Саратовской области создан VIP-офис для дополнительного удобства в обслуживании корпоративных клиентов). К концу года абонентская база компании «МегаФон» в Саратовской области приблизилась к отметке в 668 тыс. абонентов

Региональное отделение компании ОАО «ВымпелКом» в Саратове начало подключение абонентов в январе 2002 года. За пять лет активной работы компания набрала более 900 000 абонентов, и на данный момент занимает 40,7 % рынка среди

операторов сотовой связи Саратовской области. Несмотря на то, что за прошедший год доля рынка оператора «Билайн» в Саратовской области снизилась на 4,6% (с 45,3% до 40,7%), компания остается лидером рынка в регионе. В зону покрытия «Билайн» входят все районные центры Саратовской области. Помимо Саратова и Энгельса, связь доступна во всех 38 районных центрах.

Филиал ОАО «МТС» в г. Саратов начал подключение в августе 2003 г. в стандарте GSM-900/1800. Сотовой связью покрыты гг. Саратов, Энгельс и некоторые районы области. На конец 2006 г. у компании 325 208 абонентов (темп прироста – 11,6%).

В отношении распределения коммерческих абонентов между участниками рынка существенных изменений в тройке лидеров не произошло. Так, на конец 2006 года первое место по объему абонентской базы в Саратовской области принадлежит региональному отделению компании ОАО «ВымпелКом» – 40,7%, второе место за собой сохранила компания ОАО «МСС-Поволжье» («МегаФон») – 29,8% и замыкаем тройку лидеров оператор МТС – 14,5% (снижение на 0,9% относительно 2005 года).

Анализируя тенденции развития рынка СПС Саратовской области в 2006 году, необходимо отметить, что в начале 2006 года в коммерческую эксплуатацию была запущена сеть SkyLink стандарта IMT-MS-450 на базе компании «Саратовская Система Сотовой Связи» (СССС), ранее работавшей в стандарте NMT-450. Среди основных целей и задач, которые были обозначены руководством оператора SkyLink на ближайшую перспективу, являются: подключение не менее 10 тыс. абонентов в Саратовской области и постепенное расширение зоны охвата.

Кроме того, в сентябре 2006 года Межрегиональная компания связи «ВолгаТелеком» завершила сделку с компанией «Восток Мобайл Волга» по приобретению 50% акций сотового оператора ЗАО «Саратов-Мобайл», доведя принадлежащий ей пакет до 100%. Благодаря этой сделке (в рамках которой «ВолгаТелеком» также довел свою долю до 100% в компаниях ЗАО «Пенза Мобайл» и ЗАО «Чувашия Мобайл») теперь у «ВолгаТелеком» появилась возможность консолидировать свои дочерние компании и запустить проект создания единого сотового оператора на базе ЗАО «Нижегородская Сотовая Связь».

ЗАО «Саратов-Мобайл» предоставляет услуги сотовой радиотелефонной связи в стандарте DAMPS/AMPS с 1995 года. С

июля 2004 г. под торговой маркой «On-gsm» введена в коммерческую эксплуатацию сеть GSM-1800. Общее количество обслуживаемых абонентов (стандарта DAMPS и GSM-1800) по итогам 2006 года составило 125 976 чел., основной прирост абонентской базы в прошедшем году обеспечивался за счет наращивания числа абонентов стандарта GSM-1800.

Филиал ЗАО «СМАРТС» в г. Саратов начал подключение абонентов в IV квартале 2002 года. В зону уверенного приема входят гг. Саратов, Энгельс, Маркс, Балаково, районы области. В 2006 году с целью улучшения качества связи проводилось строительство базовых станций, модернизировалось оборудование 12 базовых станций, произведен монтаж контроллера Nortel.

Несмотря на высокую конкуренцию на рынке СПС Саратовской области, обусловленную присутствием всех федеральных операторов «большой тройки» и наличие местных сотовых компаний, филиал «СМАРТС-Саратов-GSM» за 2006 год увеличил свою долю рынка на 1,5% (с 4,7% до 6,2%).

Абонентская база компании СМАРТС в Саратовской области на конец 2006 года составляет 139 549 абонентов (темп прироста сложился на уровне 57,4%).

Динамика изменения абонентской базы филиала «СМАРТС-Саратов-GSM» приведена в таблице 18.

Таблица 18 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Саратов-GSM»

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	470	19 340	35 688	88 641	139 549
Прирост КА, аб.	470	18 870	16 348	52 953	50 908
Темп прироста КА, %	–	4014,9%	84,5%	148,4%	57,4%

За прошедший 2006 год число абонентов филиала «СМАРТС-Саратов-GSM» увеличилось на 50 908 чел., что практически соответствует размеру абсолютного прироста в 2005 году.

Среди маркетинговых инициатив, направленных на прирост абонентской базы и сохранение доходности в отчетном периоде, можно отметить продвижение ТПО «Витамин С», ТПО «ТОП-Лидер», ТПО «Удача», а также в рамках работы по увеличению корпоративного сектора и повышению его лояльности были

проведены акции на ТПО «Корпоративная группа» и ТПО «Безлимитный», введен новый ТПО «Корпоративный».

Таблица 19 – Подключения и расторжения филиала «СМАРТС-Саратов-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:	73 801	59 421	-19,5%
Post-paid абоненты	14 469	12 993	-10,2%
Pre-paid абоненты	59 332	46 428	-21,7%
Расторжения, в т.ч.:	20 847	8 513	-59,2%
Post-paid абоненты	0	491	-
Pre-paid абоненты	20 847	8 022	-61,5%
Абсолютный прирост	52 953	50 908	-3,9%

В 2006 году филиалом «СМАРТС-Саратов-GSM» подключено 59 421 абонентов, что на 14 380 аб. ниже фактических данных 2005 года. Вместе с тем, возможность прироста абонентской базы филиала в начале 2006 года была ограничена переносом на конец I полугодия сроков поставки оборудования для расширения коммутатора.

В сложившейся ситуации компания СМАРТС строила свою коммерческую деятельность на сохранении имеющейся абонентской базы, повышении ее лояльности, что обеспечило снижение числа расторгнутых договоров (на 59,2% меньше, чем в 2005 году). Кроме того, привлечение качественных абонентов было достигнуто путем пересмотра схемы выплаты вознаграждения дилеров (размер вознаграждения был поставлен в зависимость от объема начислений подключенных абонентов).

Таким образом, новые базовые станции, новые тарифные планы и повышение качества абонентской базы – всё это позволило увеличить абонентскую базу и долю рынка филиала «СМАРТС-Саратов-GSM», укрепив тем самым существующие позиции на рынке сотовой связи.

В планах филиала «СМАРТС-Саратов-GSM» на следующий год – продвижение СМАРТС как семейного оператора, дальнейшее увеличение абонентской базы, а также доведение зоны покрытия до 100% территории региона и проведение работ по улучшению качества связи.

Учитывая тот факт, что сотовый рынок Саратовской области является сформировавшимся, стабильно развивающимся, на котором присутствуют все операторы «большой тройки» и выход новых конкурентов не предвидится, то ожидается, что на протяжении 2007 года компания СМАРТС продолжит увеличивать свое присутствие в регионе.

3.1.5 Состояние рынка СПС Республики Марий Эл на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой связи Республики Марий Эл на конец 2006 г. представлен следующими операторами:

- «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM» с февраля 2003 г. (филиал ЗАО «СМАРТС» в Республике Марий Эл);
- «Элайн GSM» с июля 2001 г. (марийский филиал ОАО «ВолгаТелеком»);
- «МегаФон» с декабря 2003 г.;
- «Билайн» (ОАО «ВымпелКом») с декабря 2003 г.;
- «МТС» с декабря 2004 г.;
- «МарМобайл» с января 1996 г.

Абонентская база операторов и распределение их долей на рынке сотовой связи Республики Марий Эл представлено в таблице 20.

Таблица 20 – Распределение рынка СПС Республики Марий Эл между операторами по итогам 2006 г.

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM 1800	25 693	2,9%
«Элайн GSM»	GSM 900	440 159	50,3%
«Билайн»	GSM 900	266 896	30,5%
«МегаФон»	GSM 900	69 618	8,0%
«МТС»	GSM 900	60 944	7,0%
«МарМобайл»	AMPS	11 675	1,3%
ВСЕГО		874 985	100,0%

Источник: данные Json&Partners и данные ЗАО «СМАРТС»

Проникновение мобильной телефонии в регионе в конце 2006 г. сложилось на уровне 120,6%, увеличившись за год на 32,8%. Показатель превышает 100%, что говорит о том, что пользователи мобильной связью в регионе приобретают SIM-карты нескольких операторов. Рынок сотовой связи в республике Марий Эл является насыщенным, и теперь операторы будут акцентировать свои усилия на удержании имеющихся клиентов, разрабатывая различные программы лояльности.

Распределение долей рынка сотовой связи Республики Марий Эл между его участниками представлено на рисунке 14.

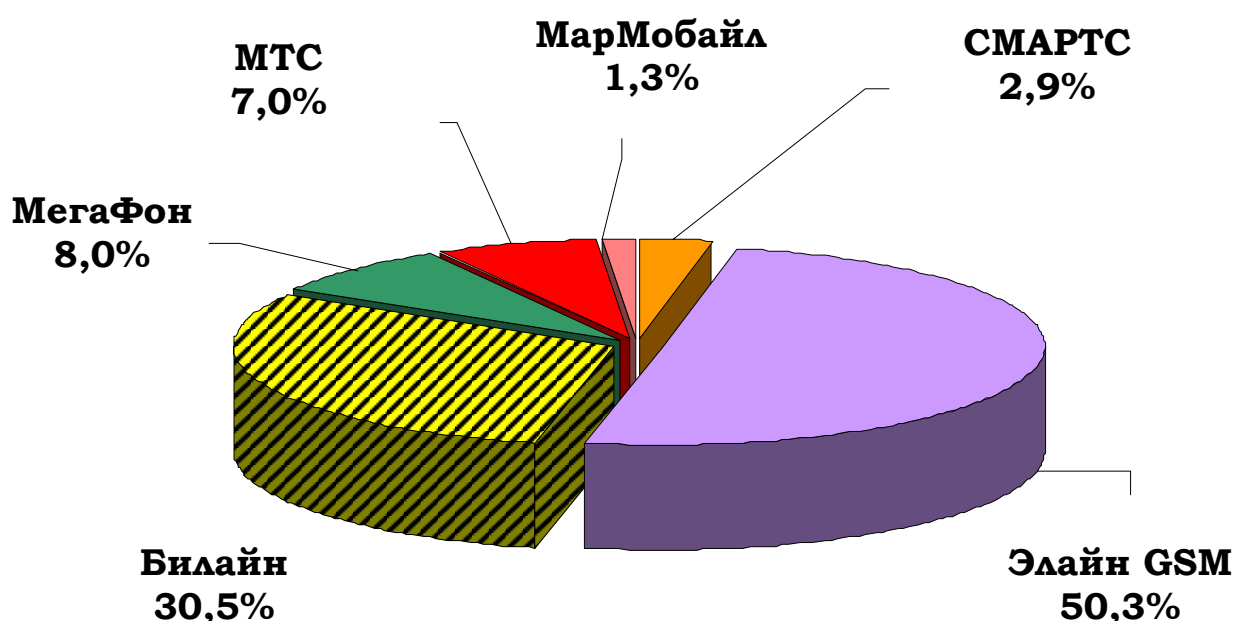


Рисунок 14 – Доля операторов в общем объеме абонентской базы в Республике Марий Эл по итогам 2006 г.

Динамика основных показателей абонентской базы всех участников рынка сотовой связи в республике Марий Эл представлена в таблице 21.

Таблица 21 – Динамика рынка сотовой связи в республике Марий Эл области по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г., аб.	КА 2006 г., аб.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г., %	Доля рынка 2006 г., %
«СМАРТС»	12 040	25 693	113,4%	13 653	1,9%	2,9%

Оператор СПС	КА 2005г., аб.	КА 2006 г., аб.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.,%	Доля рынка 2006 г.,%
«Элайн GSM»	288 007	440 159	52,8%	152 152	45,0%	50,3%
«Билайн»	231 893	266 896	15,1%	35 003	36,3%	30,5%
«МегаФон»	52 620	69 618	32,3%	16 998	8,2%	8,0%
«МТС»	46 838	60 944	30,1%	14 106	7,3%	7,0%
«МарМобайл»	7 972	11 675	46,5%	3 703	1,3%	1,3%
ВСЕГО	639 370	874 985	36,9%	235 615	100,0%	100,0%

Общее количество абонентов сотовой связи в республике Марий Эл на конец 2006 г. составляет 874 985 человек. Таким образом, относительно 2005 г. число пользователей мобильной связи в регионе увеличилось на 36,9%.

Лидером рынка сотовой связи республики Марий Эл является компания ОАО «Элайн GSM» (дочерняя компания ОАО «ВолгаТелеком»). По данным ЗАО «СМАРТС», абонентская база оператора насчитывает более 440 тыс. чел., при этом доля рынка оператора на конец 2006 года составляет 50,3%.

В отчетном периоде компания продемонстрировала положительные результаты привлечения новых клиентов. Прирост абонентской базы «Элайн GSM» относительно 2005 г. составил 52,8%, доли рынка – 5,3%.

В 2006 году «Билайн GSM» удалось увеличить свою абонентскую базу до 266,9 тыс. абонентов. Несмотря на рост абонентской базы относительно 2005 г. на 15,1%, доля рынка компании в отчетном периоде упала на 5,8% и составила 30,5%.

Третьим по объему абонентской базы оператором по итогам 2006 г. в республике является МегаФон. Его абонентская база относительно 2005 года увеличилась на 32,3%, составив на конец отчетного периода 69,6 тыс. абонентов.

Аналогично Билайн, прирост новых абонентов оказался недостаточным для увеличения доли рынка, и на конец 2006 г. доля компании на рынке сотовых услуг Марий Эл составила 8,0%, сократившись за год на 0,2%.

Оператор МТС в 2006 г. увеличил свою абонентскую базу до 60,9 тыс. аб., т.е. на 30,1%. Доля рынка компании сократилась на 0,3% до 7,0%.

Филиал «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM» работает в Марий Эл с февраля 2003 года. Сегодня сетью компании покрыты все крупные города и районы региона. В зоне действия сигнала компании проживает более половины населения республики.

На конец 2006 года оператор насчитывает более 25 тыс. абонентов в регионе, таким образом, за год работы филиалу ЗАО «СМАРТС» удалось увеличить количество своих абонентов на 113,4%. Следует отметить, что у компании наибольший относительный прирост своей абонентской базы среди всех участников рынка мобильной связи региона.

Доля ЗАО «СМАРТС» на рынке сотовой связи Марий Эл на конец отчетного периода составила 2,9%. Несмотря на сильную борьбу участников регионального рынка в условиях его насыщения, филиалу ЗАО «СМАРТС» в 2006 году удалось увеличить свою долю на 1,0%, что свидетельствует о конкурентоспособности оператора и активном развитии своей деятельности.

Динамика абонентской базы «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM» с 2003 года и темпы подключений/расторжений новых абонентов в разрезе post-paid и pre-paid обслуживания представлены в таблицах 22 и 23.

Таблица 22 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM»

Показатель	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	9 124	9 066	12 040	25 693
Прирост КА, аб.	-	-58	2 974	13 653
Темп прироста КА, %	-	-0,6%	32,8%	113,4%

Темп прироста коммерческих абонентов филиала ЗАО «СМАРТС» в 2006 году увеличился. Если в 2005 году прирост абонентов составлял 32,8%, то в 2006 г. он увеличился до 113,4%.

Таблица 23 – Подключения и расторжения «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
------------	---------	---------	--------------

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:	12 134	16 064	32,4%
Post-paid абоненты	9 754	15 230	56,1%
Pre-paid абоненты	2 380	834	-65,0%
Расторжения, в т.ч.:	9 159	2 411	-73,7%
Post-paid абоненты	4 916	1 785	-63,7%
Pre-paid абоненты	4 244	627	-85,2%
Абсолютный прирост	2 974	13 653	359,1%

В 2006 г. наблюдался рост подключений абонентов на post-paid сервис, что связано в первую очередь с вводом в отчетном периоде нового тарифного предложения «Удача». Тариф предусматривает привлекательную для абонентов стоимость всего спектра услуг в рамках данного предложения, а также возможность подключения льготного, «удачного» номера.

Объем подключений «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM» в 2006 году составил 16 064 абонентов, что на 32,4% превысило показатель 2005 года. Отток абонентов в отчетном периоде составил 2 411 человек, т.е. на 73,7% ниже, чем в предыдущем году.

Рост подключений и снижение расторжений относительно предыдущего периода привел к увеличению абсолютного прироста абонентской базы оператора на 359,0%.

3.1.6 Состояние рынка СПС Республики Татарстан на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой подвижной связи республики Татарстан в 2006 году представлен следующими компаниями:

- «СМАРТС-Казань-GSM» (филиал ЗАО «СМАРТС», стандарт GSM-1800);
- ОАО «МСС-Поволжье» (торговая марка «МегаФон», стандарт GSM-900/1800);
- ОАО «ВымпелКом» (торговая марка «Билайн», стандарт GSM-900/1800);
- ОАО «МТС» (торговая марка «МТС», стандарт GSM-900/1800) с сентября 2003 г.;

- ОАО «Татинком-Т» (стандарт DAMPS, GSM-1800);
- ЗАО «МетроТелКазань» (стандарт CDMA);
- ЗАО «СТелС» (торговая марка «СОТЕЛ», стандарт NMT-450i).

ЗАО «СМАРТС» представлен на рынке Республики Татарстан филиалом «СМАРТС-Казань-GSM» и отделением филиала в г. Набережные Челны, оказывающими услуги СПС в стандарте GSM-1800 с февраля 2003 и декабря 2002 года, соответственно.

На рынке Татарстана компания «МегаФон» начала работу в феврале 2003 года. В республике работает Отделение ОАО «МСС-Поволжье», учредителем которого является ОАО «МегаФон».

Коммерческий запуск сети ОАО «ВымпелКом» состоялся в августе 2002 года.

В апреле 2003 года ОАО «Мобильные ТелеСистемы» (МТС) приобрело контрольный пакет акций компании ОАО «ТАИФ-Телком», первого оператора сотовой связи стандарта GSM 900/1800 на территории Республики Татарстан. Компания «ТАИФ-Телком» была создана в ноябре 1998 года. В сентябре 2003 года сеть начала работать под маркой «МТС», а в феврале 2006 года решением общего собрания акционеров МТС было принято решение о реорганизации в форме присоединения ОАО «ТАИФ-ТЕЛКОМ» к ОАО «МТС».

Компания ОАО «Татинком-Т» является единственным оператором в регионе, осуществляющим строительство и развитие сетей двух стандартов – DAMPS и GSM-1800. Услуги СПС в стандарте DAMPS компания предоставляет с 1994 года, сеть стандарта GSM начала свою работу осенью 2003 г.

Компания ЗАО «МетроТелКазань» создана в ноябре 1998 года для предоставления услуг местной телефонной связи с использованием средств радиодоступа в стандарте CDMA на территории Республики Татарстан. Начало коммерческой эксплуатации – IV квартал 1999 года.

ЗАО «СТелС» – региональный оператор федеральной сотовой сети стандарта NMT-450 и представитель федеральной сети «СОТЕЛ» на рынке мобильной связи Татарстана. Дата начала коммерческой эксплуатации – сентябрь 1997 года. Компания

предоставляет услуги сотовой радиотелефонной связи в диапазоне 450 МГц на территории Республики Татарстан.

В таблице 24 представлены данные по распределению рынка СПС между операторами по состоянию на декабрь 2006 г.

Таблица 24 – Распределение рынка СПС Республики Татарстан между операторами по итогам 2006 года

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM 1800	175 406	5,1%
«МегаФон»	GSM-900/1800	544 844	15,7%
«Билайн»	GSM-900/1800	1 150 226	33,2%
«МТС»	GSM-900/1800	1 187 523	34,3%
«Татинком-Т»	GSM 1800	367 421	10,6%
Другие (в том числе «Татинком-Т» DAMPS)	DAMPS, NMT-450i, CDMA	36 870	1,1%
ВСЕГО		3 462 290	100,0%

Источник: данные J'Son&Partners и собственные данные ЗАО «СМАРТС»

Рынок сотовой связи Республики Татарстан считается высоко конкурентным по причине присутствия в регионе всех операторов «большой тройки», а также местных компаний с длительной историей развития.

Согласно статистическим данным аналитического агентства J'Son&Partners и оценке ЗАО «СМАРТС», по итогам 2006 года уровень проникновения мобильной связи в Республике Татарстан достиг отметки в 91,6%, увеличившись по сравнению с декабрем 2005 года на 16% (проникновение на конец 2005 года – 75,6%).

На рисунке 15 представлена графическая интерпретация распределения абонентов сотовой связи Республики Татарстан между операторами связи на конец 2006 года.

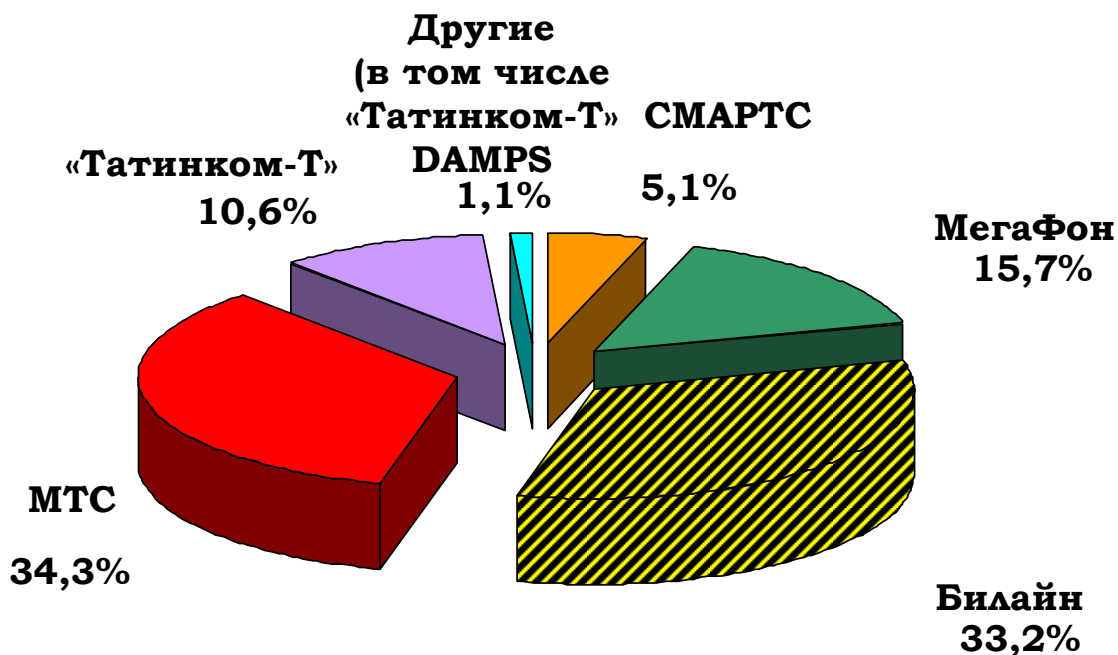


Рисунок 15 – Распределение абонентов Республики Татарстан между операторами по итогам 2006 года

Общая абонентская база операторов сотовой связи в республике в 2006 году возросла на 21,1%, или на 604 тыс. чел., достигнув почти 3 400 тыс. абонентов. Темпы значительно упали по сравнению с 2005 г., когда число пользователей мобильной связи в регионе возросло на 65,2% (или на 1 128 тыс. абонентов) по сравнению с 2004 г.

Таблица 25 – Динамика рынка сотовой связи Республики Татарстан по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
«СМАРТС»	103 938	175 406	68,8%	71 468	3,6%	5,1%
«МегаФон»	323 060	544 844	68,7%	221 784	11,3%	15,7%
«Билайн»	1 059 405	1 150 226	8,6%	90 821	37,1%	33,2%
«МТС»	1 110 753	1 187 523	6,9%	76 770	38,9%	34,3%
«Татинком-Т»	224 018	367 421	64,0%	143 403	7,8%	10,6%

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
Другие (в том числе «Татинком-Т» DAMPS)	36 870	36 870	0,0%	0	1,3%	1,1%
ВСЕГО	2 858 044	3 462 290	21,1%	604 246	100,0%	100,0%

Источник: данные J'Son&Partners и собственные данные ЗАО «СМАРТС»

Общий чистый прирост пользователей услуг сотовой связи за 2006 год распределится между операторами республики следующим образом: 36,7% – МегаФон; 23,7% – «Татинком-Т»; 15,0% – Билайн; 12,7% – МТС; 11,8% – СМАРТС.

Не смотря на снижение долей рынка основных лидеров, они не уступили своих позиций: по итогам 2006 года ОАО «ТАИФ-Телком» (МТС), лидирующее на протяжении всего времени, не уступила свои позиции региональному отделению компании «ВымпелКом» (ТМ «Билайн»).

Таким образом, основная доля абонентской базы по итогам 2006 года в Республике Татарстан принадлежит компании МТС (34,3%), на втором месте находится региональное отделение компании «ВымпелКом» (33,2%), а замыкает тройку лидеров компания «Мегафон» (15,7%).

Среди операторов «большой тройки» только «МегаФон» продемонстрировал рост своей доли рынка за 2006 год на 4,4% (с 11,3% до 15,7%). Генеральной линией развития компании является обеспечение высокого качества связи. В настоящее время компания «МегаФон» обеспечивает связью 38 районов республики из 43. Оператор «МегаФон» первым в Республике предложил услуги на базе технологии EDGE. Кроме того, компания «МегаФон» предоставляет более 1000 дополнительных услуг.

Одной из приоритетных задач «Мегафон» в сфере технического развития является подготовка к внедрению сетей мобильной связи третьего поколения – 3G. Уже сегодня в этом направлении ведутся активные работы. Около 70% всех базовых станций модернизировано и поддерживает технологию EDGE. В 2007 году все необходимое оборудование будет поддерживать

EDGE – это первый шаг на пути внедрения 3G. В рамках заявленной стратегии перехода к сетям 3G оператор осуществляет активное строительство собственной оптово-волоконной инфраструктуры, что позволит увеличить емкость сети, надежность связи и скорость передачи данных.

Операторы МТС и Билайн, которым принадлежит около 70% рынка СПС в Республике Татарстан, за 2006 год потеряли 4,6% и 3,8% пункта доли рынка соответственно. При этом можно отметить, что постепенное снижение численного значения доли рынка у лидеров – МТС и Билайн – в Республике Татарстан говорит о том, что при работе на рынке трех сильных федеральных операторов и нескольких региональных компаний, нормальным показателем считается удержание одним лидером не более 30% рынка.

Успешному продвижению стандарта GSM компании ОАО «Татинком-Т» (рост абонентской базы на 64,0% за 2006 год) способствовало введение единого (среди дочерних GSM-операторов, контролируемых компанией «ВолгаТелеком») продуктового брэнда «ОН», ориентированного на молодежную аудиторию. В 2006 году доля рынка компании увеличилась на 2,8% (с 7,8% до 10,6%).

Несмотря на острую конкурентную борьбу в преддверии наступающего насыщения рынка, по итогам 2006 года компания ЗАО «СМАРТС» увеличила свое присутствие в регионе на 1,5% (с 3,6% до 5,1%).

Прирост абонентской базы компании СМАРТС в Республике Татарстан на протяжении 2006 года обеспечивался во многом за счет отделения филиала в г. Набережные Челны, в котором были сняты технические ограничения. Прирост числа коммерческих абонентов филиала «СМАРТС-Казань-GSM» за 2006 год составил 71 469 аб., или 68,8%.

Зона уверенного приема «СМАРТС-Казань-GSM» обеспечена в городах Казань, Набережные Челны, Чистополь, Альметьевск, Нижнекамск, Зеленодольск, Елабуга, Нурлат, Мензелинск и других населенных пунктах республики.

Высокие требования компания СМАРТС предъявляет не только к качеству связи, но и к уровню абонентского обслуживания. Стать абонентом, оплатить услуги СМАРТС можно и в абонентских отделах Казани, Набережных Челнах,

Альметьевске, и Нижнекамске, и более чем в 560 дилерских точках, расположенных на всей территории республики

Услугами «Первого семейного оператора связи» по итогам 2006 года предпочитают пользоваться более 175 тысяч жителей Татарстана.

Таблица 26 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Казань-GSM»

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	215	21 883	35 880	103 937	175 406
Прирост КА, аб.	215	21 668	13 997	68 057	71 469
Темп прироста КА, %	–	10 078,1%	64,0%	189,7%	68,8%

Среди лучших товарных предложений компании СМАРТС в Республике Татарстан в 2006 году можно считать активное продвижение ТПО «Витамин С» и ТПО «ТОП-Лидер». Кроме того, в период подготовки к введению принципа «платит звонящий» (СРР – Calling Party Pays), с июня 2006 года была отменена тарификация входящих вызовов. При этом конкурентным преимуществом данного тарифного плана обслуживания (ТПО) по сравнению с ТПО «Проще говоря» (ТМ «Билайн») было отсутствие платы за соединение.

Популярным среди жителей республики в 2006 году стал семейный тарифный план «Удача», представленный в рамках новой коммерческой стратегии сотовой компании. Одно из главных преимуществ нового коммерческого предложения – индивидуальные скидки, максимальные для всей семьи, удовлетворяющие практически любым запросам абонентов.

Также в 2006 году, СМАРТС вывел на рынок Республики Татарстан два новых сегментированных тарифных плана, учитывающих национальные интересы жителей и их вероисповедание: «Азан» и «Звонница».

Таблица 27 – Подключения и расторжения «СМАРТС-Казань-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:	104 965	88 242	-15,9%
Post-paid абоненты	24 101	18 182	-24,6%
Pre-paid абоненты	80 864	70 059	-13,4%

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Расторжения, в т.ч.:	36 907	16 773	-54,6%
Post-paid абоненты	20 560	1 052	-94,9%
Pre-paid абоненты	16 347	15 722	-3,8%
Абсолютный прирост	68 058	71 468	5,0%

За 2006 год число новых подключений к сети СМАРТС в Республике Татарстан составило 88 242 аб., что на 15,9% ниже фактического уровня 2005 года.

В условиях наступающего насыщения рынка СПС Республики Татарстан снижение числа подключений является закономерным процессом. При этом для сохранения приростов абонентской базы важным моментом является активная реализация политики удержания абонентов через программы лояльности и предложения абонентам новейших дополнительных услуг.

По итогам 2006 года общее число расторжений снизилось на 54,6%, что позволило обеспечить чистый прирост абоненткой базы филиала «СМАРТС-Казань-GSM» в размере, превышающим факт прошлого года на 5,0%.

В 2006 году активно велось строительство сети СМАРТС в Республике Татарстан и в ближайшее время планируется смонтировать новые базовые станции в Казани и Набережных Челнах. Это значительно увеличит зону покрытия, расширит пропускную ёмкость сети и, в совокупности с грамотной политикой, будет способствовать дальнейшему росту абонентской базы компании.

3.1.7 Состояние рынка СПС Республики Калмыкия на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой связи Республики Калмыкия на конец 2006 г. представлен следующими операторами:

- «СМАРТС-Элиста-GSM» с 2003 г. (филиал ЗАО «СМАРТС» в Республике Калмыкия);
- «Билайн» с 2003 г. (филиал ОАО ВымпелКом»);
- «МегаФон» с 2002 г. (ОАО «МСС-Поволжье»);
- «МТС» с 2004 г.

Республика Калмыкия характеризуется достаточно высоким уровнем проникновения сотовой связи. На 01.01.2007г. проникновение в регионе составляет 111,3%. Показатель превышает 100%, что говорит о том, что пользователи мобильной связью в регионе приобретают SIM-карты нескольких операторов. Рынок сотовой связи в республике Калмыкия является насыщенным, и теперь операторы будут акцентировать свои усилия на удержании имеющихся клиентов, разрабатывая различные программы лояльности.

Распределение долей операторов на рынке сотовой связи Республики Калмыкия представлено в таблице 28.

Таблица 28 – Распределение рынка СПС Республики Калмыкия между операторами по итогам 2006 года

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM 1800	10 334	3,2%
«Билайн»	GSM 900	182 259	56,0%
«МегаФон»	GSM 900/1800	76 058	23,4%
«МТС»	GSM 900	56 508	17,3%
«Сотовая связь Калмыкии»	NMT-450	250	0,1%
ВСЕГО		325 409	100,0%

Источник: данные Json&Partners и данные ЗАО «СМАРТС»

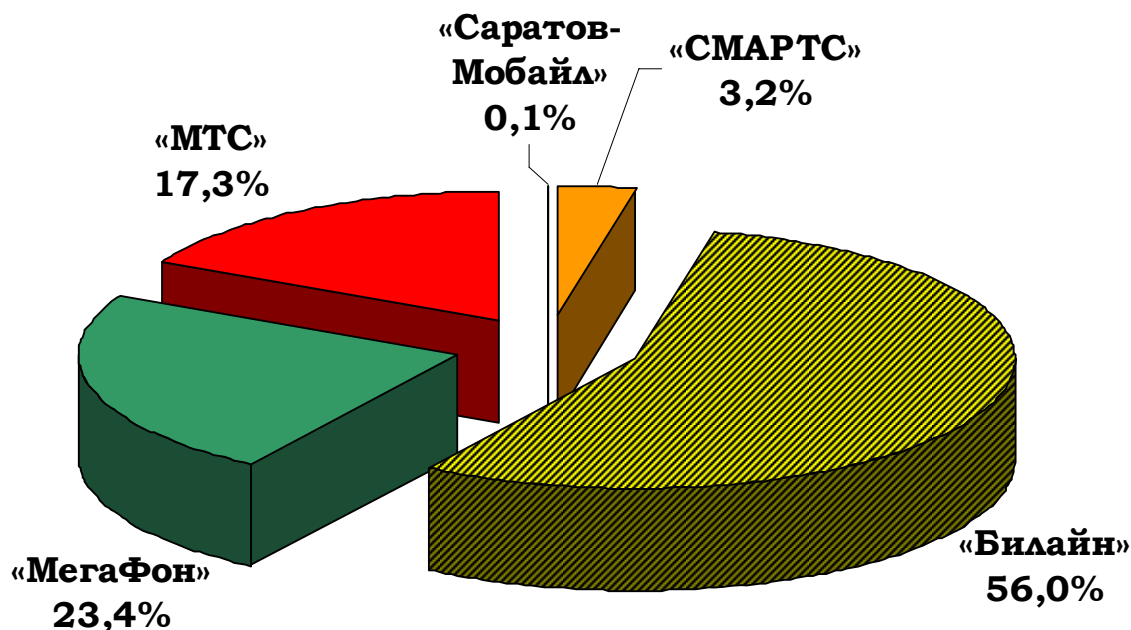


Рисунок 16 – Доля операторов в общем объеме абонентской базы в Республике Калмыкия по итогам 2006 г.

Динамика основных показателей абонентской базы всех участников рынка сотовой связи в республике Калмыкия представлена в Таблице 2.

Таблица 29 – Динамика рынка сотовой связи республики Калмыкия по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г., Аб.	КА 2006 г., аб.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г., %	Доля рынка 2006 г., %
«СМАРТС»	8 440	10 334	22,4%	1 894	2,7%	3,2%
«Билайн»	208 801	182 259	-12,7%	-26 542	67,7%	56,0%
«Мегафон»	49 499	76 058	53,7%	26 559	16,0%	23,4%
«МТС»	41 435	56 508	36,4%	15 073	13,5%	17,3%
«Сотовая связь Калмыкии»	250	250	0,0%	0	0,1%	0,1%
Всего	308 425	325 409	5,5%	16 984	100,0%	100,0%

Общее количество абонентов сотовой связи в республике по итогам 2006 года превысило 325 тыс. чел., т.е. относительно 2005 года увеличилось на 5,5%.

Лидером рынка сотовой связи республики Калмыкия попрежнему является «Билайн» (ОАО «ВымпелКом»). Абонентская база оператора насчитывает более 182 тыс. абонентов, при этом его доля рынка на конец 2006 года составляет 56,0%.

Несмотря на лидирующие позиции «Билайна», в 2006 г. наблюдается отток абонентов на 26,5 тыс. чел и снижение доли рынка на 11,7%. Снижение количества абонентов «Билайн GSM» связано как с «чисткой» абонентской базы, так и с переходом абонентов к конкурентам.

В 2006 году «Мегафон» удалось увеличить количество своих абонентов на 53,7%, таким образом, на конец отчетного периода в регионе более 76 тыс. абонентов оператора. Доля рынка оператора составила 23,4%, увеличившись за 2006 г. на 7,4%.

Третьим по объему абонентской базы оператором в регионе является оператор «МТС». Его абонентская база относительно 2005 года увеличилась на 36,4%, составив 56,5 тыс. абонентов. Доля рынка компании в 2006 году выросла на 3,8% и на конец периода составила 17,3%.

Абонентская база оператора «Сотовая связь Калмыкия», работающего в стандарте NMT-450. в 2006 г. не изменилась. Оператор по-прежнему занимает 0,1% доли рынка.

Филиал «СМАРТС-Элиста-GSM» работает в Калмыкии с 2003 года. Сегодня сетью компании охвачены все крупные районы республики. В зоне действия сигнала «СМАРТС-Элиста-GSM» проживает более половины населения республики.

На конец 2006 года оператор насчитывает более 10 тыс. абонентов в регионе, таким образом, за год работы филиалу ЗАО «СМАРТС» удалось увеличить количество своих абонентов на 22,4%.

Доля «СМАРТС» на рынке сотовой связи региона на конец отчетного периода составила 3,2%. Несмотря на сильную борьбу участников регионального рынка в условиях его насыщения, «СМАРТС-Элиста-GSM» в 2006 году удалось увеличить свою долю на 0,5%, что свидетельствует о конкурентоспособности оператора и активном развитии своей деятельности.

Динамика абонентской базы «СМАРТС-Элиста-GSM» с 2003 года и темпы подключений (расторжений) представлены в таблицах 30 и 31.

Таблица 30 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Элиста-GSM»

Показатель	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	1 407	1 470	8 440	10 334
Прирост КА, аб.	-	63	6 970	1 894
Темп прироста КА, %	-	4,5%	474,1%	22,4%

Показатель прироста коммерческих абонентов филиала ЗАО «СМАРТС» в 2006 году ниже, чем в 2005 году, что объясняется насыщением рынка Калмыкии. Прирост абонентов обеспечивается за счет их перехода от конкурентов.

Таблица 31 – Подключения и расторжения «СМАРТС-Элиста-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:			
Post-paid абоненты	9 211	2 381	-74,2%
Pre-paid абоненты	0	0	-
Расторжения, в т.ч.:			
Post-paid абоненты	2 241	487	-78,3%
Pre-paid абоненты	0	0	-
Абсолютный прирост	6 970	1 894	-72,8%

Объем новых подключений «СМАРТС-Элиста-GSM» в 2006 году составляет 2 381 абонентов. Отток абонентов в отчетном периоде составил 487 абонентов, что на 78,3% меньше, чем в предыдущем году.

Следует отметить, что тарифные предложения оператора пользуются популярностью, поскольку учитывают все потребности своих клиентов. Во второй половине 2006 г. оператор ввел новый тариф «Удача», предполагающий низкую стоимость минуты, систему персональных скидок, а также скидки на междугородние вызовы, звонки в сети других операторов мобильной и стационарной связи.

В условиях насыщенного рынка сотовой связи Калмыкии филиал «СМАРТС-Элиста-GSM» в 2006 г. разрабатывал программу лояльности, что обеспечило оператору не только удержание абонентов, но и увеличение доли рынка.

3.1.8 Состояние рынка СПС Республики Башкортостан на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой связи в Республике Башкортостан на конец 2006 г. представлен следующими операторами СПС:

- «СМАРТС-Уфа-GSM» с апреля 2003 года (филиал ЗАО «СМАРТС» в республике Башкортостан, ТМ «СМАРТС»);
- ООО «БМ-Телеком» с 1998 года (ТМ «МТС»);
- ОАО «ВымпелКом» с 2002 года (ТМ «Билайн»);
- ОАО «МСС-Поволжье» с марта 2002 года (ТМ «МегаФон»);
- ЗАО «БашСел» с 1998 года (ТМ «БашСел GSM»);
- ОАО «Сотовая Связь Башкортостана» (ОАО «ССБ») с 1993 года (ТМ «Сотел»).

Распределение рынка сотовой связи Республики Башкортостан представлено в таблице 32 и на рисунке 17.

Таблица 32 – Распределение рынка СПС Республики Башкортостан между операторами по итогам 2006 года

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM1800	149 120	3,9%
«Билайн»	GSM-900/1800	1 217 235	32,0%
«БашСел»	DAMPS, GSM1800	80 964	2,1%
«МТС»	GSM-900/1800	1 534 598	40,4%
«ССБ»	NMT-450	34 790	0,9%
«Мегафон»	GSM-900/1800	782 939	20,7%
ВСЕГО		3 799 646	100,0%

Источник: данные Json&Partners и данные ЗАО «СМАРТС»

На конец отчетного периода проникновение мобильной телефонии в регионе сложилось на уровне 92,6%, увеличившись за год на 22,7%.

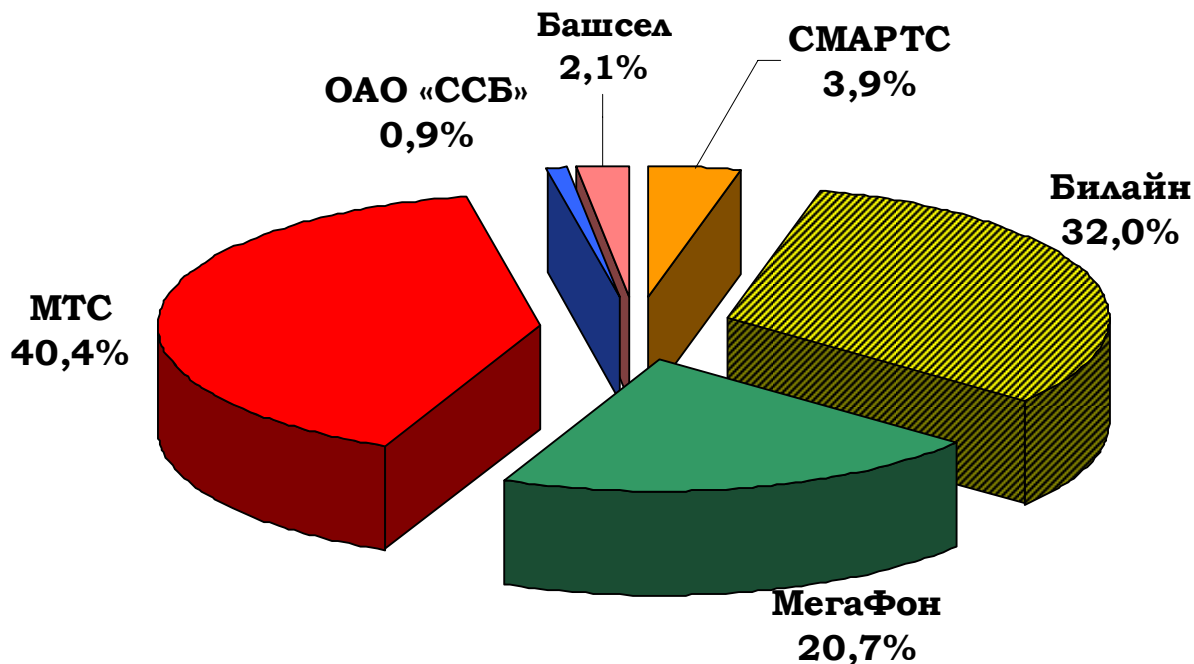


Рисунок 17 – Доля операторов в общем объеме абонентской базы в Республике Башкортостан по итогам 2006 г.

Динамика основных показателей абонентской базы всех участников рынка сотовой связи в республике Башкортостан представлена в таблице 33.

Таблица 33 – Динамика рынка сотовой связи Республики Башкортостан по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г., аб.	КА 2006 г., аб.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г., %	Доля рынка 2006 г., %
«СМАРТС»	53 822	149 120	177,1%	95 298	1,9%	3,9%
«МТС»	1 306 731	1 534 598	17,4%	227 867	45,6%	40,4%
«Билайн»	925 838	1 217 235	31,5%	291 397	32,3%	32,0%
«Мегафон»	513 478	782 939	52,5%	269 461	17,9%	20,7%
«БашСел»	49 000	80 964	65,2%	31 964	1,6%	2,1%
«ССБ»	17 984	34 790	93,5%	16 806	0,6%	0,9%
Другие	1 334	0	-100,0%	-1 334	0,1%	0,0%

Оператор СПС	КА 2005г., аб.	КА 2006 г., аб.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.,%	Доля рынка 2006 г.,%
ВСЕГО	2 868 187	3 799 646	32,5%	931 459	100,0%	100,0%

Общее количество абонентов сотовой связи в республике Башкортостан перешагнуло отметку в 3,7 млн. человек, т.е. относительно 2005 года увеличилось на 32,5%.

Лидером рынка сотовой связи республики Башкортостан на конец 2006 г. является компания ООО «БМ-Телеком» (МТС). Абонентская база оператора насчитывает более 1,5 млн. чел., при этом его доля на рынке региона соответствует 40,4%.

Объем прироста абонентов МТС относительно 2005 г. сократился на 74% и составил лишь 227 867 аб.

Несмотря на рост абонентской базы относительно 2005 г. на 17,4%, доля рынка МТС в отчетном периоде упала на 5,2%.

В 2006 году «ВымпелКом» удалось увеличить свою абонентскую базу на 31,5%, таким образом, на конец отчетного периода в регионе более 1,2 млн. абонентов оператора. Аналогично МТС, прирост новых абонентов «ВымпелКом» оказался недостаточным для увеличения доли рынка, и на конец 2006 г. доля компании на рынке сотовых услуг Башкортостана составила 32,0%, сократившись за год на 0,3%.

Третьим по объему абонентской базы оператором по итогам 2006 г. в республике является «Мегафон» (ОАО «МСС-Поволжье»). Его абонентская база относительно 2005 года увеличилась на 52,5%, составив на конец отчетного периода около 800 тыс. аб. Доля рынка компании в 2006 году выросла на 2,7% и на конец периода составила 20,6%. Прирост абонентской базы «Мегафон» увеличился в отчетном периоде лишь на 22 тыс. чел. или 9%.

Оператор сотовой связи «БашСел» в 2006 г. увеличил свою абонентскую базу до 80, 9 тыс. аб., т.е. на 65,2%. Доля рынка компании выросла до 2,1%, за отчетный период она увеличилась на 0,4%.

Прирост новых абонентов «БашСел» в 2006 г. составил 31 964 аб., что на 18% больше, чем в 2005 г.

Филиал «СМАРТС-Уфа-GSM» работает в Башкортостане с апреля 2003 года. Сегодня сетью компании охвачены практически все города региона. В зоне действия сигнала «СМАРТС-Уфа-GSM» проживает более половины населения республики.

На конец 2006 года оператор насчитывает около 150 тыс. абонентов в регионе, таким образом, за год работы уфимскому филиалу ЗАО «СМАРТС» удалось увеличить количество своих абонентов на 177,1%. Следует отметить, что у компании наибольший относительный прирост своей абонентской базы среди всех участников рынка мобильной связи региона.

Доля «СМАРТС-Уфа-GSM» на рынке сотовой связи республики Башкортостан на конец отчетного периода составила 3,9%. Несмотря на сильную борьбу участников регионального рынка в условиях его насыщения, филиалу ЗАО «СМАРТС» в 2006 году удалось увеличить свою долю на 2,0%, что свидетельствует о конкурентоспособности оператора и активном развитии своей деятельности.

Динамика абонентской базы «СМАРТС-Уфа-GSM» с 2003 года и темпы подключений/расторжений новых абонентов в разрезе post-paid и pre-paid обслуживания представлены в таблицах 34 и 35.

Таблица 34 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Уфа-GSM»

Показатель	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	7 133	19 602	53 822	149 120
Прирост КА, аб.	-	12 469	34 220	95 298
Темп прироста КА, %	-	174,8%	174,6%	177,1%

Таблица 35 – Подключения и расторжения «СМАРТС-Уфа-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:	53 776	114 406	112,7%
Post-paid абоненты	11 137	21 925	96,9%
Pre-paid абоненты	42 639	92 481	116,9%
Расторжения, в т.ч.:	19 556	19 108	-2,3%
Post-paid абоненты	2 434	946	-61,1%
Pre-paid абоненты	17 122	18 162	6,1%

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Абсолютный прирост	34 220	95 298	178,5%

Объем новых подключений «СМАРТС-Уфа-GSM» в 2006 году составляет 114 406 аб., что на 112,7% превышает показатель 2005 года. Отток абонентов в отчетном периоде составил 19 108 аб., т.е. на 2,3% ниже, чем в предыдущем году.

Превышение количества подключений абонентов над количеством расторгнутых договоров привело к увеличению абсолютного прироста абонентской базы оператора относительно 2005 г. на 178,5%.

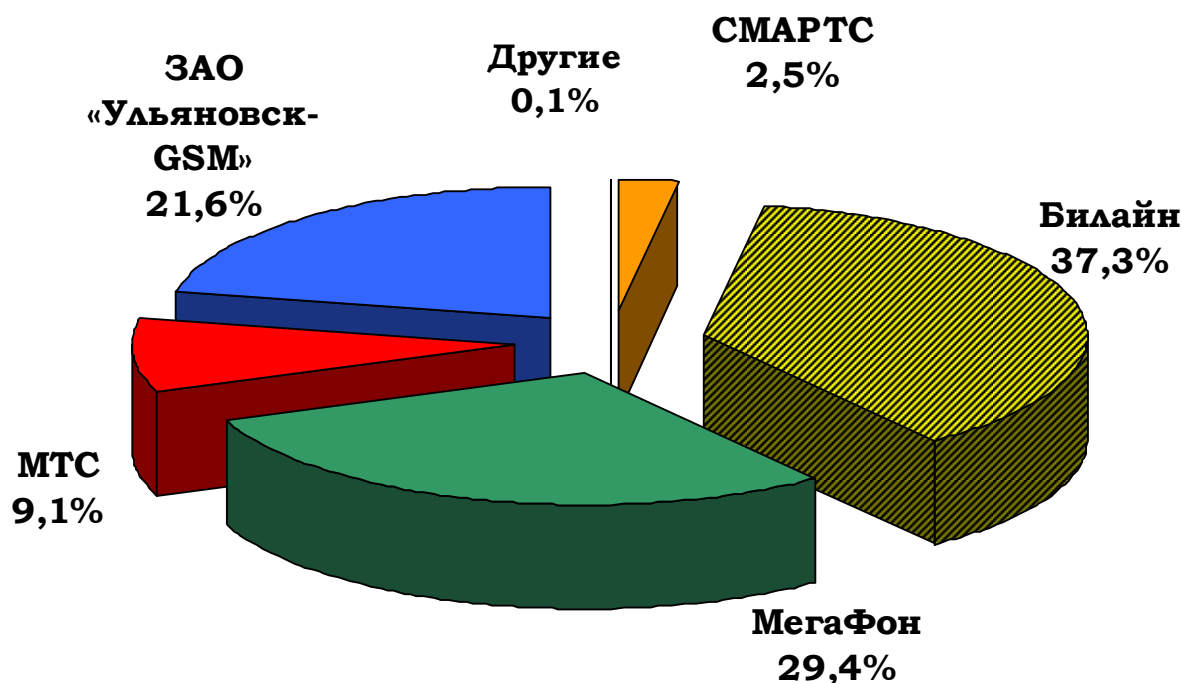
3.1.9 Состояние рынка СПС Ульяновской области на 31.12.2006 г.

Рынок сотовой связи Ульяновской области на конец декабря 2006 года представлен следующими операторами:

- Филиал «СМАРТС-Ульяновск-GSM» ЗАО «СМАРТС» в Ульяновской обл. услуги предоставляет с мая 2004 года (торговая марка «СМАРТС», стандарт GSM-1800);
- ЗАО «Ульяновск-GSM» (зависимое предприятие ЗАО «СМАРТС») с июля 1999 года (торговая марка «Ульяновск-GSM», стандарт GSM-900);
- ОАО «МСС-Поволжье» с октября 2002 года (торговая марка «МегаФон», стандарт GSM-900/1800);
- ОАО «ВымпелКом» с декабря 2002 года (стандарт GSM-900/1800, торговая марка «Билайн»);
- ОАО «Мобильные Теле Системы» вышло на рынок последним в ноябре 2004 года (торговая марка «МТС-Ульяновск», стандарт GSM-1800)
- ЗАО «УСС» с июля 1995 года (торговая марка «СОТЕЛ-Ульяновск», стандарт NMT-450);
- ЗАО «Вариант-Информ» с 1997 года (торговая марка «Вариант-Ульяновск», AMPS-800).

Таблица 36 – Распределение рынка СПС Ульяновской области между операторами по итогам 2006 года

Оператор СПС	Стандарт связи	КА на 31.12.2006 г.	Доля рынка на 31.12.2006 г.
«СМАРТС»	GSM 1800	27 800	2,5%
«Ульяновск-GSM»	GSM 900/1800	242 262	21,6%
«МегаФон»	GSM 900/1800	329 525	29,4%
«Билайн»	GSM 900/1800	417 560	37,3%
«МТС»	GSM 1800	101 445	9,1%
Другие	NMT-450	1 071	0,1%
ВСЕГО		1 119 663	100,0%

**Рисунок 18 – Распределение абонентов Ульяновской области между операторам по итогам 2006 года**

2006 год в Ульяновской области может быть охарактеризован высокой степенью активности, связанной с борьбой операторов за увеличение доли рынка.

На конец 2006 года на рынке СПС Ульяновской области действуют семь операторов сотовой связи. Из них пять в стандарте GSM, один в стандарте NMT-450 и один в стандарте AMPS-800. Несмотря на такое количество операторов на рынке Ульяновской области, проникновение сотовой связи в области уступает среднему по России показателю, и по итогам 2006 года составляет 81,3%. Распределение абонентов по операторам

Ульяновской области по итогам 2006 года представлено на рисунке 18 и в таблице 37.

Таблица 37 – Динамика рынка сотовой связи Ульяновской области по итогам 2005-2006 гг.

Оператор СПС	КА 2005г.	КА 2006 г.	Темп прироста, %	Прирост, аб.	Доля рынка 2005 г.	Доля рынка 2006 г.
«СМАРТС-	13 435	27 800	106,9%	14 365	1,5%	2,5%
«Ульяновск- GSM»	173 133	242 262	39,9%	69 129	19,7%	21,6%
«МегаФон»	246 286	329 525	33,8%	83 239	28,0%	29,4%
«Билайн»	366 990	417 560	13,8%	50 570	41,8%	37,3%
«МТС»	69 464	101 445	46,0%	31 981	7,9%	9,1%
Другие	9 241	1 071	-88,4%	-8 170	1,1%	0,1%
ВСЕГО	878 549	1 119 663	27,4%	241 114	100,0%	100,0%

Сотовый рынок Ульяновской области является сформировавшимся и стабильно развивающимся, присутствуют все операторы «Большой тройки» (МТС, Билайн, МегаФон) и выход новых конкурентов не предвидится. Несмотря на незначительные изменения долей рынка операторов на конец года, смены лидера в регионе не произошло:

- доля ОАО «ВымпелКом» (ТМ «Билайн»), лидера по числу абонентов в 2006 г. снизилась на 4,5%, составив 37,3% на конец года;
- «МегаФон», активно развивая сеть, увеличил свою долю на 1,4%, заняв 29,4% рынка в регионе;
- доля ЗАО «Ульяновск-GSM» увеличилась на 1,9% и составила 21,6%;
- доля «МТС» увеличилась на 1,2%, составив 9,1%.
- Ульяновскому филиалу ЗАО «СМАРТС» удалось увеличить свою долю на 1%, доведя ее до 2,5%.

Таблица 38 – Динамика роста абонентской базы «СМАРТС-Ульяновск-GSM»

Показатель	2004 г.	2005 г.	2006 г.
КА на конец периода, аб.	981	13 435	27 800
Прирост КА, аб.	-	12 454	14 365
Темп прироста КА, %	-	1369,5%	106,9%

Таблица 39 – Подключения и расторжения «СМАРТС-Ульяновск-GSM»

Показатель	2005 г.	2006 г.	Изменение, %
Подключения, в т.ч.:	16 727	16 292	-2,6%
Post-paid абоненты	4 626	8 600	85,9%
Pre-paid абоненты	12 101	7 692	-36,4%
Расторжения, в т.ч.:	4 273	1 927	-54,9%
Post-paid абоненты	1 812	519	-71,4%
Pre-paid абоненты	2 461	1 408	-42,8%
Абсолютный прирост	12 454	14 365	15,3%

Анализируя данные таблицы 38 можно отметить увеличение абсолютного прироста в 2006 году на 15,3%, по сравнению с прошлым годом, до 14 365 абонентов. Такой высокий показатель объясняется повышением лояльности абонентов, что привело к снижению числа расторжений на 55% до 1 927 абонентов. Количество подключений снизилось на 2,6%, что соответствует общероссийским тенденциям и объясняется насыщением рынка.

Итоги 2006 года демонстрируют перспективность деятельности филиала ЗАО «СМАРТС» в Ульяновской области – несмотря на острую конкуренцию, достоинства «федеральных» брендов, темп прироста абонентской базы составил 106,9%.

3.2 Позиция по каналам распределения (дистрибутивность оператора в течение года)

В 2006 году отмечен значительный рост дилерской сети ЗАО «СМАРТС» как за счет открытия новых торговых точек существующих дилеров, так и за счет выхода на рынок новых игроков. Общее количество торговых точек за 2006 год возросло на 21,7% и на конец года составляет 2477 точек:

- по Самарской площадке количество точек возросло на 4% и достигло 773 шт. при снижении количества дилеров на 17%;
- в Иваново количество точек возросло на 21% и достигло 153 шт. при уменьшении количества дилеров на 4%;
- по Саратову количество точек возросло на 17% и достигло 319 шт., при этом количество дилеров осталось на прежнем уровне;
- в Ульяновске количество точек возросло на 77% и достигло 94 шт. при уменьшении количества дилеров на 7%;
- в Республике Марий-Эл уменьшилось количество точек на 4% (до 68 шт.), при этом количество дилеров уменьшилось на 23%;
- в Саранске количество точек возросло на 20% и достигло 64 шт., при этом количество дилеров увеличилось на 9%;
- в Республике Татарстан количество точек возросло на 17% и достигло 560 шт. при уменьшении количества дилеров на 10%;
- в Республике Башкортостан количество точек возросло на 75% и достигло 424 шт., при этом количество дилеров не изменилось;
- в Республике Калмыкия количество точек возросло на 10% и достигло 22 шт. при уменьшении количества дилеров на 11%.

Таблица 40 – Количество торговых точек в 2005-2006гг. по регионам, шт.

Регион	2005 г.	2006 г.	Изменение	% прироста
Самарская область	722	773	51	7%
Ивановская область	126	153	27	21%
Саратовская область	272	319	47	17%
Ульяновская область	53	94	41	77%

Регион	2005 г.	2006 г.	Изменение	% прироста
Республика Марий Эл	71	68	-3	-4%
Республика Мордовия	53	64	11	20%
Республика Татарстан	476	560	84	17%
Республика Башкортостан	242	424	182	75%
Республика Калмыкия	20	22	2	10%
Итого	2 035	2 477	442	21%

Развитие дилерской сети в 2006г. происходило главным образом за счет открытия новых торговых точек крупными региональными дилерами, такими как «Евросеть», «Связной», «Dixis», «Беталинк», «УльтраСтар», «Divizion» и «Телефон.Ру».

Активное развитие крупных региональных дилеров сопровождалось вытеснением с рынка более мелких и средних игроков, не способных конкурировать с крупными дилерами, что в свою очередь привело к сокращению количества дилеров в 2006 на 6% относительно 2005г.

Следует отметить широкое развитие дилерских точек в районных городах и центрах, где нет абонентских отделов, дилерские точки выполняют практически полностью функции абонентского обслуживания.

Количество подключений через дилерскую сеть за 2006 год уменьшилось на 2% по сравнению с 2005г. и достигло уровня 757 385 подключений.

Основной причиной снижения объема подключений послужило вступление в силу с 01.01.2006 «Правил оказания услуг местной, внутризоновой, междугородней телефонной связи», согласно которым был отменен порядок продажи препейд-комплектов посредством договора оферты, который позволял реализовывать препейд-комплекты через крупные торговые сети (крупные супермаркеты, торговые центры, АЗС и т.д.).

В 2006г. в дилерской сети проводились следующие мероприятия, направленные на повышение эффективности работы дилерской сети:

- 1 С 15.03.2006 введена «Методика обоснования и расчета экономической эффективности при подключении абонентов в дилерских точках».

Результат: повышение эффективности взаимодействия с дилерской сетью и определение экономически выгодных схем сотрудничества с дилерами.

- 2 С 17.03.2006 произведена доработка программы УРМД (Удаленное Рабочее Место Дилера) в части приема наличных платежей от препейд абонентов.

Результат: У pre-paid абонентов появилась возможность оплачивать услуги связи компании СМАРТС не только картами оплаты, но и наличными платежами.

- 3 С 01.05.2006 введение новой схемы вознаграждения дилеров в филиале «СМАРТС-Самара-GSM», предусматривающей выплату вознаграждения дилерам в следующем порядке:

- по итогам первого отчетного месяца – 100% от суммы минимального авансового платежа и 50% от сумм сверх минимального платежа;
- по итогам второго месяца 50% от платежей абонентов;
- по итогам третьего месяца 50% от платежей абонентов.

Итоговое вознаграждение не превышает 300 руб. При этом предусмотрена система удержаний: если в течение 90 дней начисления абонента не превысили размера ранее выплаченного вознаграждения, то с дилера удерживается разница между ранее выплаченным вознаграждением и начислениями абонентов.

Результат: Увеличение количества подключений и повышение эффективности работы дилерской сети.

- 4 С 01.06.2006 открыт ТПО «D-C» и «D-C902» для обслуживания торгового персонала дилерских точек.

Результат: Повышение лояльности торгового персонала дилерских точек к компании СМАРТС.

- 5 С 05.06.2006 в филиалах «СМАРТС-Саратов-GSM» и «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM» введены новые схемы

вознаграждения дилеров, в зависимости от начислений привлекаемых абонентов.

Результат: Сокращение статьи коммерческих затрат и увеличение эффективности подключений через дилерскую сеть.

6 С 07.06.2006 в филиале «СМАРТС-Саранск-GSM» введена новая схема вознаграждения дилеров, в зависимости от начислений привлекаемых абонентов.

Результат: Сокращение статьи коммерческих затрат и увеличение эффективности подключений.

7 С 01.08.2006 в филиалах «СМАРТС-Ульяновск-GSM» и «СМАРТС-Уфа-GSM» введены новые схемы вознаграждения дилеров, в зависимости от начислений привлекаемых абонентов.

Результат: Сокращение статьи коммерческих затрат и увеличение эффективности подключений.

8 С 15.08.2006 введен в действие «Договор на оказание услуг по привлечению новых абонентов», позволяющий привлекать post-paid абонентов через Агентов – физических лиц.

Результат: Увеличение количества подключений, путем совершенствование методов привлечения абонентов.

9 С 15.08.2006 введена новая версия процесса №34 «Мониторинг дилерского обслуживания», изменения коснулись введения «Акта проверки дилерских точек», на основании которого по итогам каждого отчетного месяца составляется сводный отчет о состоянии торговых точек дилеров, с указанием выявленных нарушений.

Результат: Совершенствование системы контроля эффективности над работой дилерской сети.

10 С 17.08.2006 введены в действие новые редакции абонентских договоров для обслуживания физических и юридических лиц.

Результат: Упрощение порядка оформления абонентских договоров.

11 С 01.11.2006 с компанией Евросеть заключено дополнительное соглашение о введении единой схемы

вознаграждения за подключение абонентов к сети СМАРТС. Данная схема вознаграждения действует во всех филиалах ЗАО «СМАРТС».

Результат: Повышение лояльности компании Евросеть и увеличение количества подключений к сети СМАРТС.

12 С 01.11.2006 в филиале «СМАРТС-Казань-GSM» введена новая схема вознаграждения дилеров, в зависимости от начислений привлекаемых абонентов.

Результат: Сокращение статьи коммерческих затрат и увеличение эффективности подключений.

13 С 01.12.2006 в филиалах «СМАРТС-Ульяновск-GSM», «СМАРТС-Саранск-GSM», «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM» и «СМАРТС-Элиста-GSM» введена новая схема вознаграждения продавцов-консультантов дилерских точек за подключение абонентов к сети СМАРТС.

Результат: Увеличение количества подключений к сети СМАРТС.

14 С 08.12.2006 разработано и введено в действие «Положение о мерчендайзинге», регламентирующее процесс проведения проверки торговых точек дилеров.

Результат: Повышение качества обслуживания абонентов.

15 С 20.12.2006 с компанией ЗАО «Евросеть» подписан агентский договор по реализации совместного проекта MVNO – виртуальный оператор.

Результат: ожидаемое увеличение количества активных абонентов и валовой выручки предприятия в 2007г.

3.3 Зона покрытия и качество связи

3.3.1 Зона покрытия



Рисунок 19 – Карта зоны покрытия Самарской области

© ФГУП «Средневожжское агро-селекционное предприятие», 2005 г.
 Любая часть карты (плана) не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельца авторских прав.

РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ



Рисунок 21 – Карта зоны покрытия Республики Мордовия

САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

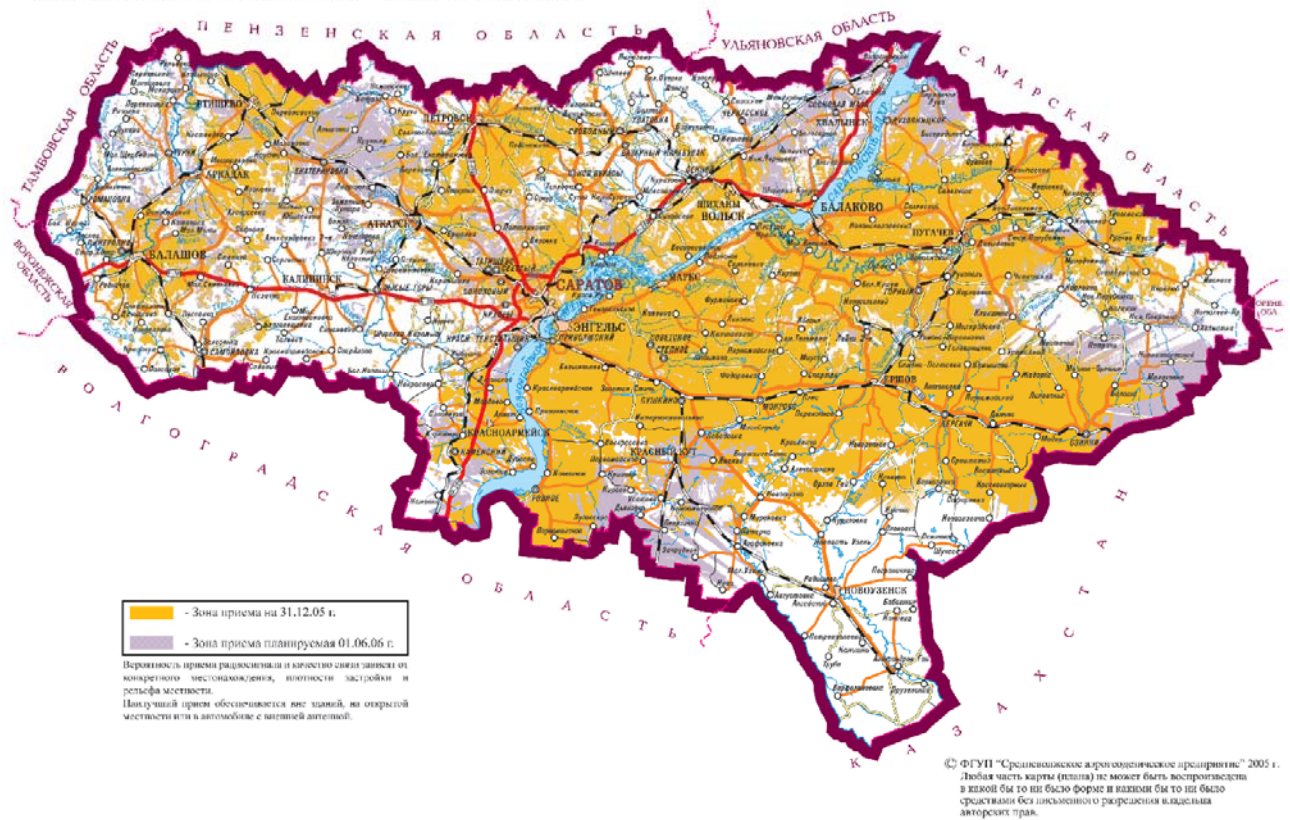


Рисунок 22 – Карта зоны покрытия Саратовской области

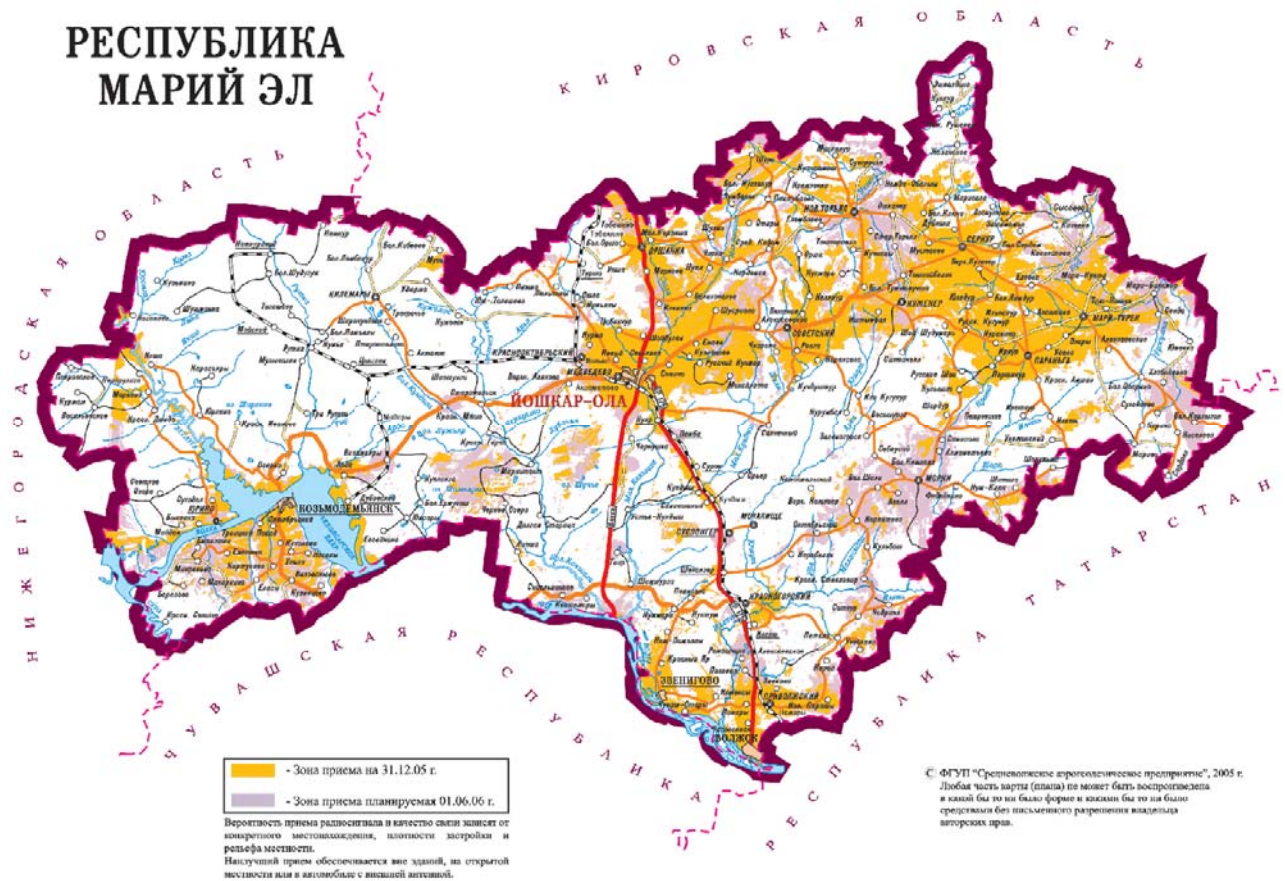


Рисунок 23- Карта зоны покрытия Республики Марий Эл

РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН



Рисунок 24 – Карта зоны покрытия Республики Татарстан

РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ

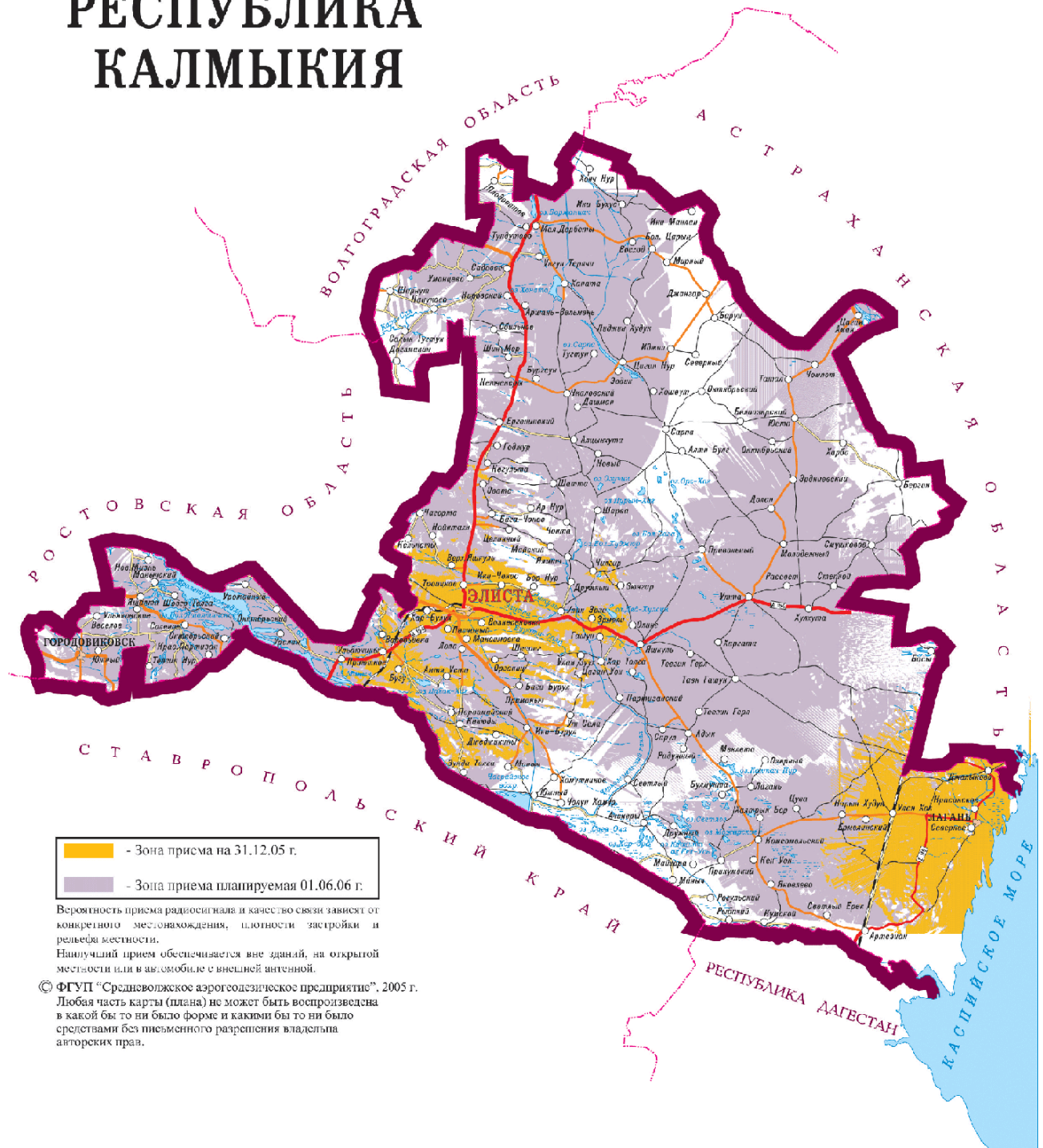


Рисунок 25 – Карта зоны покрытия Республики Калмыкия

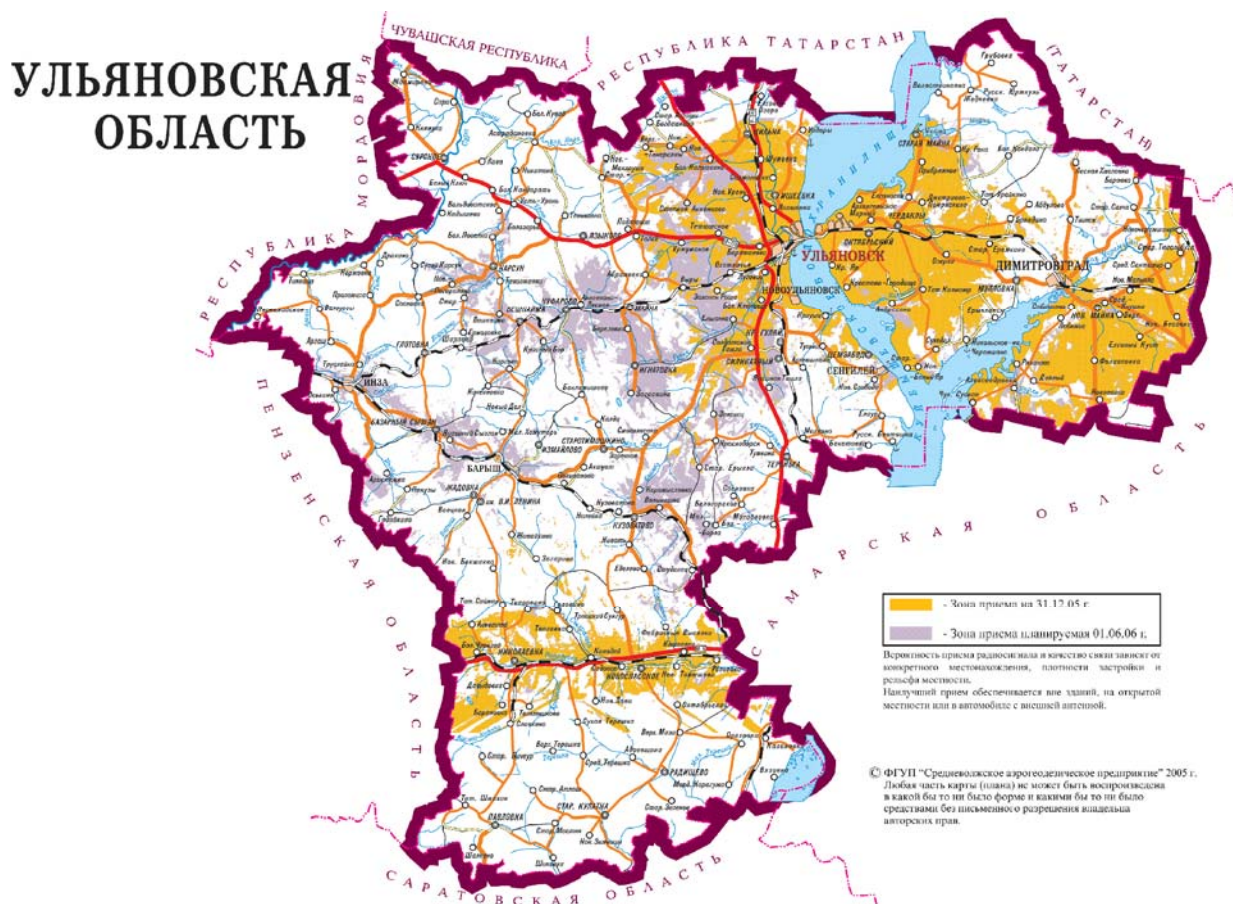


Рисунок 27- Карта зоны покрытия Ульяновской области

3.3.2 Качество связи

В ЗАО «СМАРТС» с 2002 года функционирует созданная Система менеджмента качества (СМК).

Цели создания и сертификации Системы менеджмента качества:

- 1 Дополнительное конкурентное преимущество компании;
- 2 Увеличение доверия и лояльности абонента;
- 3 Увеличение стоимости компании;
- 4 Увеличение инвестиционной привлекательности;
- 5 Повышение уровня управляемости компанией;
- 6 Оказание качественного и стабильного уровня услуг связи, соответствующего требованиям международного стандарта Р ИСО 9001:2001.

В 2005 году ЗАО «СМАРТС» сертифицировало Систему менеджмента качества и получило сертификат соответствия требованиям международного стандарта ГОСТ Р ИСО 9000:2001 в Головном подразделении ЗАО «СМАРТС» и филиале «СМАРТС-Самара-GSM».

В 2006 году Центром сертификации систем качества «Интерэкомс» был проведен инспекционный контроль СМК головного предприятия ЗАО «СМАРТС» и филиала «СМАРТС-Самара-GSM» и проведены работы по расширению действий области сертификации с учетом филиалов ЗАО «СМАРТ». В рамках этой работы был проведен выборочный инспекционный контроль филиалов:

- «СМАРТС-Иваново-GSM»;
- «СМАРТС-Саранск-GSM»;
- «СМАРТС-Саратов-GSM».

По результатам проведенной работы было принято решение: «Подтвердить действие сертификата на систему менеджмента качества и расширить область сертификации, распространив ее на все филиалы ЗАО «СМАРТС».

Одним из обязательных требований создания СМК является внедрение процессного подхода на предприятии.

На 31.12.2006 года в ЗАО «СМАРТС» разработано, утверждено и функционирует 38 процессов из них 4 процесса мониторинга:

- 1 Процесс № 6 Мониторинг производства услуг GSM 900/1800 ЗАО «СМАРТС»;
- 2 Процесс № 19 «Мониторинг обслуживания абонентов»;
- 3 Процесс № 34 «Мониторинг дилерского обслуживания»;
- 4 Процесс № 15 «Мониторинг услуг на базе новых технологий ЗАО «СМАРТС».

Результаты мониторингов используются для принятия управленческих решений и систематически рассматриваются на заседаниях Совета по качеству, председателем которого является Генеральный директор ЗАО «СМАРТС».

Для оценки качества произведенных услуг связи в компании используется утверждённый Генеральным директором процесс № 6 «Мониторинг производства услуг GSM 900/1800 ЗАО «СМАРТС».

в котором показатели качества произведенных услуг сравниваются с нормативными значениями, установленными федеральными, отраслевыми нормативными документами и международными рекомендациями. Нормативный показатель производства услуг, принятый в компании, составляет 90 %.

Результаты процесса № 6 «Мониторинг производства услуг GSM 900/1800 ЗАО «СМАРТС» учитываются при:

- новом строительстве и дооборудовании (расширении) сети;
- повышении качества производимых услуг;
- продаже услуг;
- текущем премировании сотрудников и подразделений головного предприятия и филиалов.

В 2006 году было разработано 7 новых процессов:

- 1 Процесс № 46 «Управление стоимостью компании»;
- 2 Процесс № 13 «Управление займами»;
- 3 Процесс № 48 «Организация взаимодействия и взаиморасчетов ЗАО «СМАРТС» с операторами связи»;
- 4 Процесс № 5 «Нумерация – анализ фактического состояния, прогнозирование потребности, заказ, получение, оплата, прописка на сетях, использование»;
- 5 Процесс № 20 «Порядок работы с АСУ «Обращение абонентов»;
- 6 Процесс № 49 «Управление затратами»;
- 7 Процесс № 45 «Анализ отклонений между начислениями и поступлениями денежных средств в филиалах».

4 Маркетинговые коммуникации ЗАО «СМАРТС» в 2006 году

4.1 Виды маркетинговых коммуникаций и тенденции развития

В настоящее время ЗАО «СМАРТС» использует следующие каналы маркетинговых коммуникаций:

- 1 Реклама (наружная реклама, печатные СМИ, радио, ТВ, Интернет, реклама на транспорте, реклама на местах продаж, почтовая рассылка, sms-рассылка, Call-center).
- 2 Стимулирование сбыта (промо-акции, сувениры).
- 3 PR-мероприятия (статьи в газетах, журналах, на сайте, мероприятия в районах области и в городе, спонсорство).
- 4 Персональные коммуникации.

В течение 2006 года наиболее используемые средства рекламы – наружная реклама, радио, ТВ. Структура основных затрат на рекламу представлена в Таблице 41.

Таблица 41 – Динамика структуры затрат на рекламу

Рекламоноситель	за 2004г.	за 2005г.	За 2006г.
ТВ	8 145 686	11 441 548	13 841 650
Радио	16 141 853	17 949 903	15 312 068
Пресса	3 328 889	3 524 856	2 031 226
Наружная реклама и реклама на транспорте	21 992 808	29 626 131	33 971 856
Полиграфия	4 611 375	3 831 093	4 429 265
Сувениры	2 866 222	1 944 927	3 851 897
Промо-акции			4 866 305
Прочее (копирайтинг, Интернет)			6 545 718
ИТОГО	57 086 833	68 318 458	84 849 985

Структура затрат на рекламу предприятия за 2004 – 2006 гг. отображена на рисунке 28.

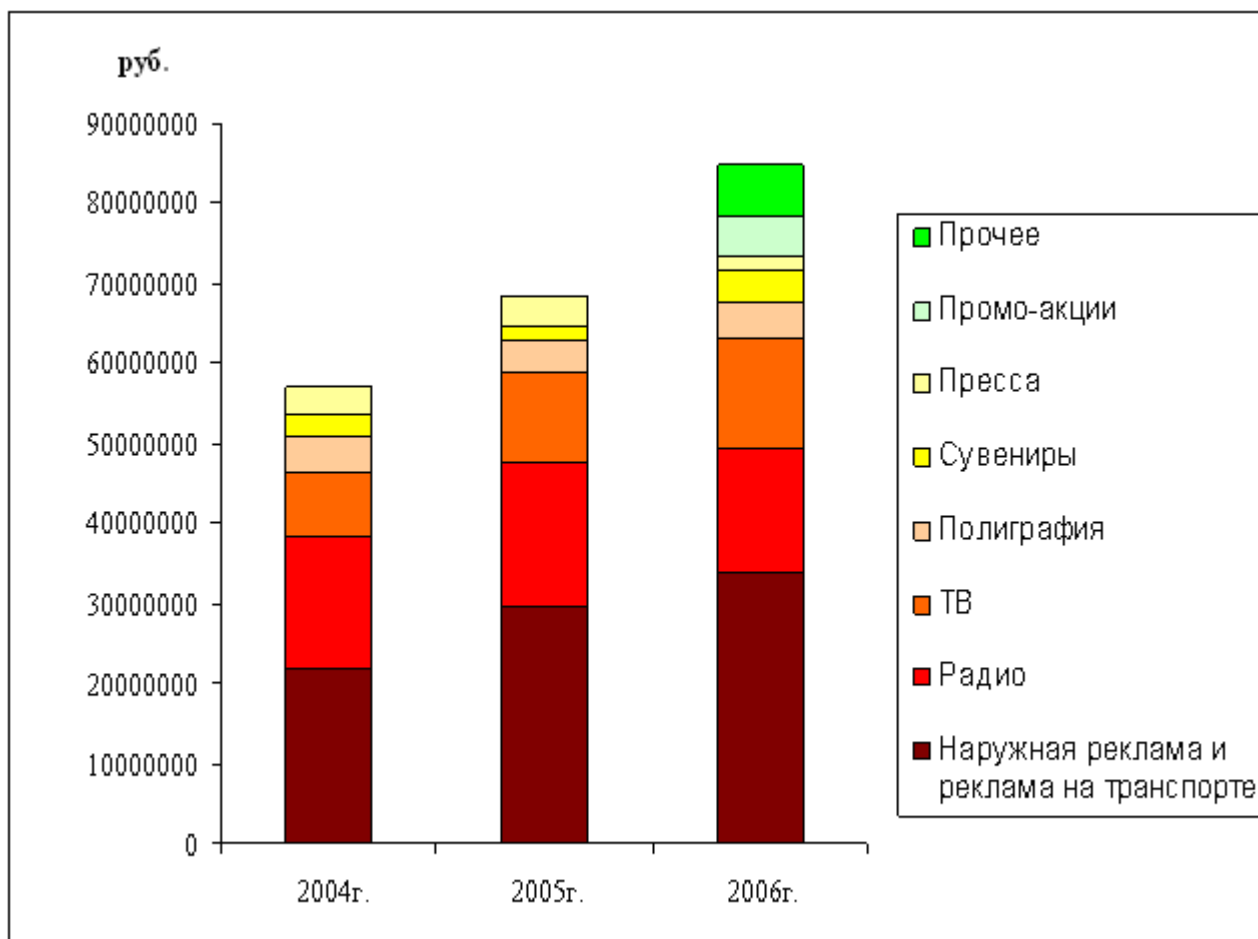


Рисунок 28 – Распределение затрат по рекламоносителям в 2004 – 2006 гг. по ЗАО «СМАРТС»

4.2 Список стимулирующих и рекламных мероприятий, проводимых в 2006 г. ЗАО «СМАРТС»

Основные мероприятия в разбивке по месяцам проведения описаны в таблице 42.

Таблица 42 – Список стимулирующих и рекламных мероприятий, проводимых в 2006 г.

Месяц	Акция	Филиалы
Январь	Продвижение ТПО «Витамин-С»	все филиалы, кроме г. Й-Ола и г. Элиста
	Продвижение ТПО «Топ-Лидер»	все филиалы
	Продвижение услуг на базе GPRS	все филиалы

Месяц	Акция	Филиалы
	ТПО «Лидер-Отличный» (все вход с 00.00-08.00 – 0 руб.; – исход. внутрисетев. 0,45руб./мин. в будни с 20.00 до 08.00) ТПО «Привет» (Исход внутрисетев. вызовы 0,45руб./мин. в будни с 20.00 до 08.00) ТПО «Топ-Лидер» (Исход внутрисетев. вызовы 0,45руб./мин. в будни с 20.00 до 08.00)	Самарская область
	ТПО «ТОП-Лидер» на IN Comvers (все местные исходящие 0,80руб./мин.) ТПО «ТОП-Лидер» на IN Alcatel (все местные исходящие 0,80руб./мин.) ТПО «Единый» (все местные исходящие 0,80 руб./мин.)	Республика Башкортостан
Февраль	Запуск бонусной программы для prepaid абонентов.	все филиалы
	Продвижение услуг GPRS	
	Продвижение ТПО «Витамин С»	
Март	Вывод нового корпоративного ТПО	все филиалы
	Проведение акции: «Стоимость подключения на prepaid-тарифы в абон. отделах 100 руб., на счете 150 руб.»	все филиалы
	Изменение тарифов на услуги GPRS	все филиалы
Апрель	Маркетинговая акция: «При подключении в абон. отделах 2 часа бесплатного трафика в подарок»	Республика Калмыкия
Май	Снижение мг/мн вызовов для корпоративных клиентов	Самарская область
	Акция на ТПО «Витамин-С» – исход. внутрисетевые 0,25 руб./мин	Республика Татарстан
	Изменение параметров ТПО «Топ-Лидер» – увеличение стоимости вызовов до 0,90 руб./мин	Республика Башкортостан
	Снижение стоимости внутризональных вызовов	Саратовская область
	Подключение на ТПО «Студенческая весна» по студ. билетам	Самарская область
Июнь	Льготное подключение в абонентском отделе г. Балаково	Саратовская область
	Вывод ТПО «Витамин-С»	Республики Марий Эл и Калмыкия
Июль	Акция, направленная на информирование об отсутствии платы за соединение, как конкурентное преимущество компании	все филиалы

Месяц	Акция	Филиалы
	В соответствии с вступившим в силу «Законом о связи», все входящие звонки на всех тарифных планах бесплатно	все филиалы
Август	Позиционирование СМАРТС, как «Первого семейного оператора»	Все филиалы
	Вывод нового ТПО «Удача» с абсолютно новой структурой, построенной по принципу конструктора	Все филиалы
Сентябрь	Продвижение ТПО «Удача»	Все филиалы
Октябрь	Продвижение ТПО «Удача»	Все филиалы
	Изменена редакция ТПО «Безлимитный» и ТПО «Корпоративная группа»	Саратовская область
	Вывод ТПО «Редкая Удача»	Все филиалы
Ноябрь	Продвижение ТПО «Редкая Удача»	Все филиалы
	Вывод нишевых ТПО «Земляки» , «Звонница», «ДМБ»	Самарская и Саратовская области, Республики Татарстан и Башкортостан
Декабрь	Продвижение ТПО «Удача», «Редкая Удача»	Все филиалы
	Новогоднее предложение – предоставление на тарифных планах линейки «Удача» дополнительных скидок и дополнительных «удачных» номеров, подключение платное и на ограниченный период.	Все филиалы

4.3 Наиболее масштабные программы продвижения в 2006г.

Введение и продвижение ТПО «Витамин-С»

Срок проведения

Декабрь 2005г. – февраль 2006г.

Суть акции и цели

Тарифный план на pre-paid платформе (в республиках Марий Эл и Калмыкии на postpaid), без обязательных платежей,

привлекательными тарифами на внутрисетевые звонки и низкой стоимостью исходящих звонков на телефонную сеть общего пользования (ТФОП). Основными целями введения этого тарифа являются: увеличение абонентской базы компании, улучшение финансовых показателей, увеличение доли рынка.

Затраты на проведение акции (январь-февраль 2006г.)

Были использованы все основные каналы продвижения – наружная реклама (щиты 3х6, перетяги, брэндмауэры, призматроны, пилоны), реклама на радио, реклама на ТВ, печатные СМИ. Также широко использовались промо-акции, реклама в сети Интернет, POSM. Сумма затрат на продвижение по филиалам ЗАО «СМАРТС» в период основного продвижения тарифа январь-февраль 2006г. составила около 11 500 000 руб. (без НДС).

Итоги акции

На протяжении 2006 года на этот тарифный план осуществлено 260 528 подключений, что составило около 40% от всех подключений за 2006 год, в небольшом объеме подключения на этот тарифный план продолжают и в настоящий момент. По состоянию на конец 2006 года на этом тарифном плане обслуживалось 25% от всех абонентов компании. Средняя стоимость минуты на этом тарифном плане составляет 0,94 рубля с учетом НДС, начисления на этом тарифном плане за 2006 год составили 225 584 846 рублей. На основании достигнутых результатов, можно сделать вывод, что внедрение этого тарифного плана можно признать успешным и поставленные цели достигнутыми.

Введение и продвижение ТПО «Удача»

Срок проведения

Август-октябрь 2006г.

Суть акции и цели

Ввод совершенно нового по структуре ТПО, с эксклюзивными предложениями по определенным направлениям. Суть тарифа – принцип конструктора, когда каждый абонент с помощью подключения одной из 5 бесплатных скидок, может оптимизировать свои затраты на мобильную связь по интересующим его направлениям. Для увеличения лояльности и

удержания абонента, через полгода обслуживания на этом тарифе абоненту предоставляется возможность подключить вторую бесплатную скидку. При активировании скидки, абонент получает возможность воспользоваться услугами связи на привлекательных, не имеющими аналогов у конкурентов условиях (бесплатные исходящие на «удачные» номера), что отличает этот тарифный план от других предложений на рынке.

Вывод этого тарифного плана сопровождался активной информационной поддержкой, основанной на новом позиционировании компании, как «Первым семейным операторе».

Основной целью вывода тарифа было увеличение абонентской базы за счет предоставления привлекательных условий на этапе внедрения ТПО, с последующим увеличением параметров тарифного плана, увеличение доли рынка, выполнение запланированных показателей, стимулирование увеличения внутрисетевого трафика.

Затраты на проведение акции (август-октябрь 2006г.)

Были использованы все основные каналы продвижения – наружная реклама (щиты 3х6, перетяги, брэндмауэры, призматроны, пилоны), реклама на радио, реклама на ТВ, печатные СМИ. Также широко использовались промо-акции, реклама в сети Интернет, POSM. Сумма затрат на продвижение по филиалам ЗАО «СМАРТС», в период основного продвижения тарифа август (вторая половина) – октябрь 2006г., составила порядка 14 500 000 руб. (без НДС).

Итоги акции

С августа по декабрь 2006 года на этот тарифный план осуществлено 61 716 подключений. В декабре 2006 года на ТПО «Удача» приходилось около 23% от всех подключений. По состоянию на конец 2006 года на этом тарифном плане обслуживалось 8% всех абонентов компании. На конец 2006 года средняя стоимость минуты на этом тарифном плане составляет 0,37 рубля с учетом НДС, что вызвано большой долей внутрисетевого платного и бесплатного трафика в объеме общего трафика и соответствует запланированным значениям на этом этапе развития ТПО. Начисления на этом тарифном плане за 4 месяца 2006 год составили 37 968 001 рублей.

В 1-ом квартале 2007 года, на основании принятой стратегии развития ТПО «Удача», параметры тарифного плана будут

пересмотрены в сторону повышения с целью увеличения финансовых показателей.

Результаты внедрения ТПО «Удача» в 2006 году были достигнуты при соблюдении выбранной стратегии и соответствовали поставленным целям, на основании чего можно признать вывод нового ТПО «Удача» успешным, а цели достигнутыми.

5 Финансовые результаты

5.1 Анализ показателей выручки от реализации

Выручка ЗАО «СМАРТС» от реализации в 2006 г. составила 2 934 486 тыс. руб., что на 449 082 тыс. руб. или 18,1% выше общего дохода компании в прошлом году.

Таблица 43 – Динамика выручки ЗАО «СМАРТС», тыс. руб.

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Выручка, тыс. руб.	1 553 085	1 977 373	2 314 441	2 485 404	2 934 486



Рисунок 29 – Динамика выручки от реализации ЗАО «СМАРТС» (в тыс. руб.).

В таблице 44 представлена структура выручки ЗАО «СМАРТС» и ее изменение относительно 2005 г.

Таблица 44 – Структура выручки ЗАО «СМАРТС» от услуг связи, тыс. руб. ⁴

Показатели	2005 г.	Удел. доля в общей выр., %	2006 г.	Удел. доля в общей выр., %	Абсол. измен., тыс. руб.	Относ. измен., %
ВЫРУЧКА ОТ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, тыс. руб., в т.ч.	2 485 404		2 934 486		449 082	18,1%
Услуги связи	1 917 165	77,1%	2 437 862	83,1%	520 697	27,2%
Услуги связи post.абонентам	982 502	39,5%	973 983	33,2%	-8 519	-0,9%
Услуги связи ргр.абонентам	591 437	23,8%	906 797	30,9%	315 360	53,3%
Роуминг гостевой	36 317	1,5%	27 309	0,9%	-9 008	-24,8%
Роуминг транзитный	271 333	10,9%	216 153	7,4%	-55 180	-20,3%
Услуги по обработке tar-файлов	10 033	0,4%	9 562	0,3%	-471	-4,7%
Входящий трафик от операторов сотовой связи	0	0,0%	210 215	7,2%	210 215	-
Входящий трафик от операторов стационарной связи	0	0,0%	60 863	2,1%	60 863	-

⁴ Данные управленческой отчетности

Показатели	2005 г.	Удел. доля в общей выр., %	2006 г.	Удел. доля в общей выр., %	Абсол. измен., тыс. руб.	Относ. измен., %
Прочая выручка от услуг связи	25 543	1,0%	32 980	1,1%	7 437	29,1%
Эксплуатация БС GSM 1800 (взаимод-е)	98 727	4,0%	108 275	3,7%	9 548	9,7%
Выручка от передачи оборудования в лизинг компаниям группы	298 432	12,0%	297 112	10,1%	-1 320	-0,4%
Торговля картами группе компаний	81 033	3,3%	16 392	0,6%	-64 641	-79,8%
Прочая выручка	90 047	3,6%	74 845	2,6%	-15 202	-16,9%

Выручка от услуг связи в 2006 г. составила 2 437 862 тыс. руб., что на 27,2% больше, чем в 2005 г. Прирост величины реализации в отчетном периоде обусловлен ростом выручки от pre-paid абонентов и появлению новых доходных статей, связанных с межоператорским взаимодействием.

Доля выручки от услуг связи в общем объеме дохода предприятия в отчетном периоде составляет 83,1%, что на 6,0% больше, чем в 2005 году.

За услуги связи post-paid абонентов ЗАО «СМАРТС» в 2006 г. получило 973 983 тыс. рублей. Относительно прошлого года значительных изменений по данной доходной статье не произошло.

В 2006 г. наблюдается рост выручки за услуги, оказываемые pre-paid абонентам, на 53,3% относительно показателя прошлого года, т. е. до 906 797 тыс. руб.

В 2006 году изменилась структура дохода компании от абонентов: если в 2005 году доля выручки от post-paid абонентов в

общем объеме составляла 39,5%, то в отчетном периоде ее доля сократилась до 33,2%. Доля выручки от pre-paid абонентов, напротив, увеличилась с 23,8% до 30,9%.

Выручка от гостевого роуминга по отношению к факту 2005г. снизилась на 24,8% или 9 008 тыс. руб. Падение выручки объясняется тем, что зоны льготного роуминга федерального масштаба у федеральных операторов более привлекательны для абонентов, чем зоны льготного роуминга в пределах региона.

В связи с введением поправок к статье 54 «О связи» и появлением принципа «платит звонящий» (СРР), в структуре выручки появились две новые статьи доходов, предусматривающие начисление по входящему трафику от операторов сотовой и стационарной связи. Объем реализации по этим статьям в 2006 г. составил 271 078 тыс. руб. или 9,2% от общего объема выручки ЗАО «СМАРТС» в отчетном периоде.

Выручка компании по договорам о присоединении сети GSM-1800 в 2006 г. увеличилась на 9,7%, а по договорам лизинга сократилась на 0,4%.

Увеличение доходов ЗАО «СМАРТС» в 2006 г. достигалось за счет активной работы компании, направленной как на привлечение, так и на удержание абонентов, разработки новых дополнительных услуг и программ лояльности, повышения качества связи и обслуживания абонентов.

5.2 Показатель среднего дохода с одного абонента (ARPU)

Таблица 45 – Средний доход (ARPU) абонентов ЗАО «СМАРТС» (в долл. США)

Показатель	Ед. изм.	2005 г.	2006 ⁵ г.	Изменение, %
ARPU	\$	6,0	4,9*	-18,6%
ARPU абонентов post-paid	\$	8,9	6,2	-30,0%
ARPU абонентов	\$	3,9	3,2	-17,4%

⁵ ARPU с 2006 г. рассчитывается с учетом выручки от межсетевое взаимодействия (входящий трафик от операторов СПС и стационарной связи)

Показатель	Ед. изм.	2005 г.	2006 ⁵ г.	Изменение, %
pre-paid				

Как видно из таблицы 45 показатель ARPU и в 2006 г. демонстрировал падение по сравнению с 2005г. Однако темп снижения в 2006 году гораздо ниже, чем был в 2005 году, когда значение показателя ARPU снизилось на 42,3%.

Снижение величины дохода объясняется наибольшим приростом абонентских баз в связи с активным продвижением услуг компании в рамках новой концепции «Первый семейный оператор», сопровождавшейся снижением доходности тарифных планов ЗАО «СМАРТС». Снижение составило 1,1 долл. США или 18,6%.

По итогам 2006 года наблюдается снижение рассматриваемого показателя как по pre-paid, так и по post-paid абонентам. Это произошло вследствие увеличения уровня проникновения в регионах присутствия ЗАО «СМАРТС» и привлечения менее платежеспособных абонентов из более массового сегмента за счет маркетинговых акций со снижением стоимости сотовой связи для абонентов.

Кроме того, на уменьшении показателя ARPU post-paid и pre-paid в 2006 году относительно 2005 года оказало влияние отмена платы за входящие вызовы в связи с введением с 01.07.2006 года изменений в законе «О связи» («принцип СРР»)

В Таблице 46 представлены динамика данных по показателю ARPU ЗАО «СМАРТС» в сравнении с показателями «федеральных» операторов.

Таблица 46 – Сравнение среднего дохода (ARPU) абонентов ЗАО «СМАРТС» с федеральными операторами

Оператор	I-2005	II-2005	III-2005	IV-2005	I-2006	II-2006	III-2006	IV-2006
СМАРТС	6,4	6,4	6,3	5,2	4,9	4,7	4,7	4,8
МТС	9,1	9,3	8,9	7,2	6,2	7,5	8,6	8,5
Билайн	7,2	7,6	7,7	7,0	6,6	7,4	8,6	8,9
МегаФон	10,3	10,9	10,9	11,0	10,0	11,1	13,1	13,3

Источник: ИАА «СОТОВИК», презентации федеральных операторов

На протяжении 2006 года ARPU федеральных операторов демонстрировал поквартальный рост. В качестве причин увеличения дохода с одного абонента у МТС и Билайн в III квартале 2006 года называют переход на рублевую тарификацию с повышенным курсом, вывод новых тарифных линеек с удорожанием стоимости исходящего трафика, а также сезонный рост роумингового трафика.

В отношении дальнейшей динамики показателя ARPU ожидается, что в связи с замедлением развития российского рынка (уровень проникновения по итогам 2006 года – 104,6%) не будет и стремительного снижения тарифов. Снижение ARPU, характерное для нескольких последних лет – это результат активных ценовых войн и огромного прироста абонентских баз. Одним из путей преодоления тенденции снижения доходности абонентов для сотовых операторов является создание конвергентной (фиксировано-мобильной) телекоммуникационной инфраструктуры связи и передачи данных.

5.3 Себестоимость

Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг ЗАО «СМАРТС» (с учетом коммерческих и управленческих расходов) по итогам 2006 года составила 2 717 539 тыс. руб., что ниже планового значения 2 944 675 тыс. руб. на 7,7%. Таким образом, экономия затрат составила 227 136 тыс. руб.

Таблица 47 – Динамика себестоимости продаж с учетом коммерческих и управленческих расходов ЗАО «СМАРТС» (в тыс. руб.)

Показатель	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Себестоимость продаж	1 733 237	2 118 845	2 478 918	2 717 539
темп прироста, %	-	22%	17%	10%

5.3.1 Расшифровка некоторых расходных статей ЗАО «СМАРТС» за 2006 г.

Постатейные данные по фактическим затратам за 2006 год приведены в Таблице 65 Приложения 1 (в сравнении с 2005 годом и планом на 2006 год).

5.4 Финансовые результаты

Чистая прибыль ЗАО «СМАРТС» по итогам 2006 г. составила 28 090 тыс. руб., что ниже уровня 2005 года (153 894 тыс. руб.) на 125 806 тыс. руб.

Таблица 48 – Динамика изменения чистой прибыли предприятия (тыс. руб.)

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Чистая прибыль, тыс. руб.	201 800	160 276	60 191	153 894	28 090

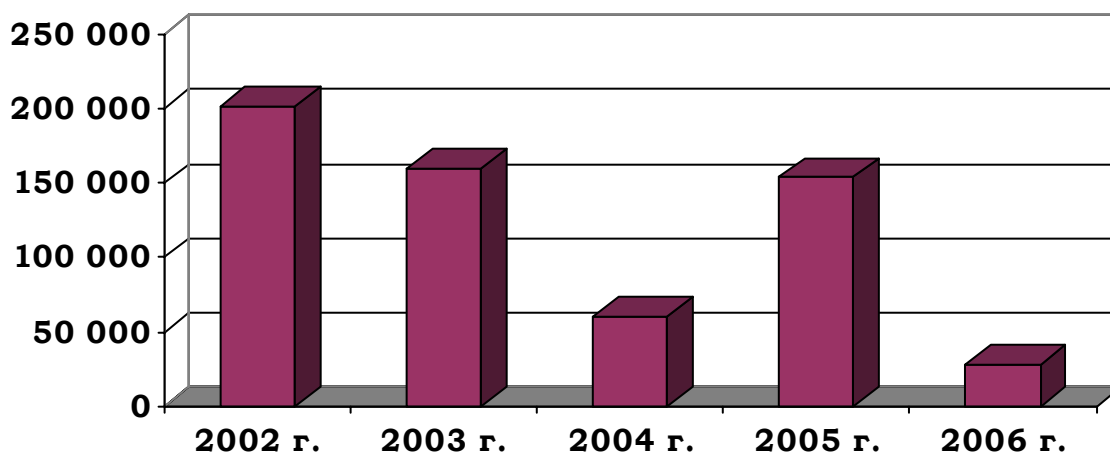


Рисунок 30 – Динамика изменения чистой прибыли ЗАО «СМАРТС» (тыс. руб.)

Снижение уровня чистой прибыли в 2006 г. не является следствием снижения рентабельности продаж (эффективности основной деятельности компании), оно вызвано отрицательным сальдо от прочей деятельности ЗАО «СМАРТС» (превышением прочих расходов над прочими доходами). Напротив, прибыль от продаж ЗАО «СМАРТС» по итогам 2006 г. составила 216 947 тыс. руб., тогда как по итогам 2005 г. лишь 6 486 тыс. руб. (т.е. на 210 461 тыс. руб. больше).

Таблица 49 – Основные экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности ЗАО «СМАРТС» 2005-2006 г. ⁶

№ п.п.	Показатель	2005 г.	2006 г.	Темп прироста, %
1	Выручка от продажи, тыс. руб.	2 485 404	2 934 486	18,1%
	в т.ч. выручка от услуг связи	1 917 165	2 422 754	26,4%
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	2 478 917	2 717 539	9,6%
3	Чистая прибыль, тыс. руб.	153 895	28 090	-81,7%
4	Рентабельность продаж, %	0,26%	7,39%	7,13%
5	Рентабельность основной деятельности, %	2,75%	2,02%	-26,4%
6	ЕБИТДА, тыс. руб.	1 311 061	1 386 955	5,8%
7	Маржа ЕБИТДА, %	53%	47%	-10,4%
8	ARPU, руб. (среднегодовой)	6,0	4,9 ⁷	-18,6%
9	SAC, руб.	13,4	12,5	-6,7%
10	MOU, мин.	154,8	135,5	-12,5%

Рост выручки от продаж и рентабельности продаж характеризуют ЗАО «СМАРТС» как динамично развивающееся предприятие. При этом, более низкий темп роста себестоимости продаж 2006 г. по отношению к 2005 г. (в сравнении с темпом роста выручки) свидетельствует об эффективном использовании ограниченных ресурсов ЗАО «СМАРТС» – затраты растут медленнее доходов.

Темп прироста выручки от продажи (18,1%) в 2006 году почти в 2 раза опережает темп прироста себестоимости продаж с учетом коммерческих и управленческих расходов (9,6%)

⁶ Данные управленческой отчетности

⁷ ARPU с 2006 г. рассчитывается с учетом выручки от межсетевое взаимодействия (входящий трафик от операторов СПС и стационарной связи)

относительно уровня 2005 года, что привело к росту рентабельности продаж с 0,26% в 2005 г. до 7,39% в 2006 г.

Прирост себестоимости сравним с официальным уровнем инфляции (9%) .

Снижение рентабельности основной деятельности в 2006 г. до 2,02% относительно 2005 г. вызвано превышением прочих расходов над прочими доходами на 157 561 тыс. руб. (в т.ч. 59 904 тыс. руб. – % по кредитам). Данный факт вызван активной инвестиционной деятельностью Компании, вкладывающей значительные (собственные и заемные) денежные средства в развитие производственной инфраструктуры.

Рост показателя EBITDA на 5,8% относительно уровня 2005 г. является положительной тенденцией, однако темпы его роста отстают от темпов роста выручки, что говорит о снижении эффективности операционной деятельности ЗАО «СМАРТС».

Значение показателя Маржа EBITDA в 2006г. составило 47%, что незначительно ниже, чем в 2005 г. и показывает, что компания имеет высокий доход от операционной деятельности без осуществления вложений в капитал. Этот показатель деятельности компании находится на уровне конкурентов сотового рынка.

Таблица 50 – Динамика изменения Собственного капитала ЗАО «СМАРТС» (в тыс. руб.)

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Собственный капитал, тыс. руб.	755 055	900 635	986 601	1 152 452	1 188 211

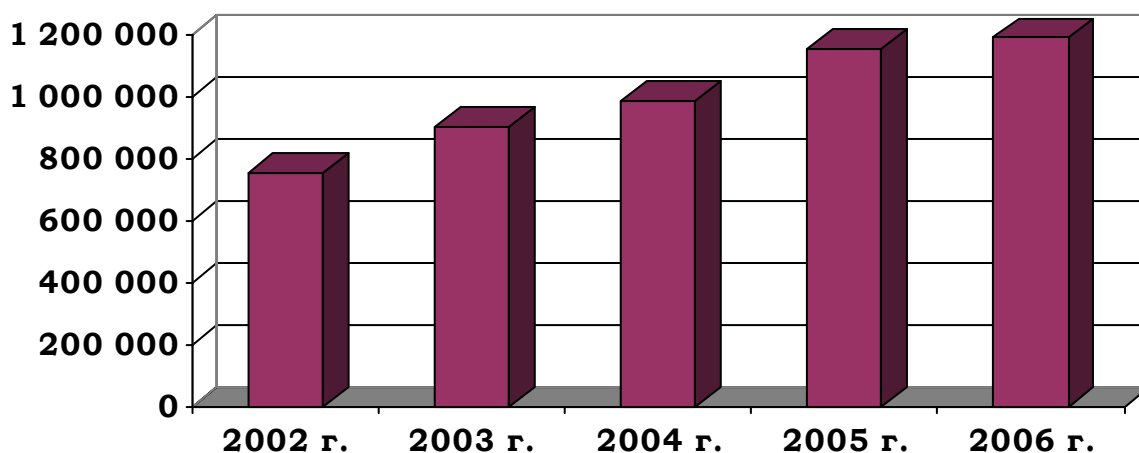


Рисунок 31 – Динамика собственного капитала ЗАО «СМАРТС», тыс. руб.

Структура собственного капитала изменилась за счет прироста нераспределенной прибыли 2006 г. и сокращения резерва по сомнительным долгам, образованного в соответствии с законодательством.

5.5 Анализ дебиторской и кредиторской задолженностей

Дебиторская задолженность в 2006 г. сократилась относительно 2005 г. на 26,5% с 1 944 765 тыс. руб. до 1 466 352 тыс. руб. соответственно.

Кредиторская задолженность увеличилась на 33,3% с 632 669 тыс. руб. в 2005 г. до 843 187 тыс. руб. в 2006г. (т.е. на 210 518 тыс. руб.).

Таблица 51 – Динамика изменения дебиторской задолженности абонентов

Дата	Общая сумма ДЗ (аванс + кредит), руб.	Аванс, руб.	Кредит, руб.
1 января 2006 г.	46 639 949	38 313 648	8 326 301
1 апреля 2006 г.	45 345 176	42 981 048	2 364 128
1 июля 2006 г.	43 096 812	41 254 872	1 841 940
1 октября 2006 г.	41 945 582	40 091 790	1 853 792
1 января 2007 г.	35 421 095	34 543 644	877 451

На начало 2006 года сумма абонентской ДЗ составила 46 639 949 руб., на конец 2006 года – 35 421 095 руб. Таким образом, ДЗ снизилась по сравнению с 2005 годом на 11 218 854 руб., что составляет 24 %.

Снижение абонентской ДЗ достигнуто за счет списания задолженности за истечением срока исковой давности, а также списания ничтожной дебиторской задолженности в соответствии с Методикой по работе с абонентской ДЗ.

Таблица 52 – Филиалы (суммы списанной абонентской ДЗ)

СМАРТС-Самара-GSM	13 720 321 руб.
СМАРТС-Саратов-GSM	1 594 008 руб.
СМАРТС-Саранск-GSM	583 143 руб.
СМАРТС-Иваново-GSM	1 209 202 руб.
СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM	210 375 руб.
СМАРТС-Казань-GSM	364 071 руб.
СМАРТС-Ульяновск-GSM	16 552 руб.
СМАРТС-Уфа-GSM	646 367 руб.
СМАРТС-Элиста-GSM	84 756 руб.

Итого списано за 2006 год абонентской ДЗ на сумму 18 428 795 руб.

Без учета списания наблюдается *рост абонентской дебиторской задолженности.*

Причины роста абонентской ДЗ:

Январь – рост количества МГ/МН-разговоров, активное использование услуг GPRS, SMS, MMS в праздничные дни.

Февраль – снижение абонентской ДЗ.

Март – рост абонентской ДЗ авансового метода обслуживания в связи с проведением акции по изменению порога отключения услуг до минус 100 руб. в период с 10.03.06-31.03.06г.

Апрель – снижение абонентской ДЗ.

Май – снижение абонентской ДЗ.

Июнь – рост абонентской ДЗ авансового метода обслуживания в связи с проведением акции по изменению порога отключения услуг до минус 100 руб. в период с 20.06.06-20.07.06г.

Июль – рост абонентской ДЗ авансового метода обслуживания в связи с проведением акции по изменению порога отключения услуг до минус 100 руб. в период с 20.06.06-20.07.06г.

Август – сезонный рост роуминговых разговоров; несвоевременная загрузка роуминговых разговоров в связи с переходом на новую версию CBOSS Roam.

Сентябрь – сезонный рост роуминговых разговоров; в связи с несвоевременным заведением договоров возникновение отброшенных разговоров и как следствие задолженности на сумму 25 935 руб. (Набережные Челны); в филиале «СМАРТС-Иваново-GSM» была введена предтарификация sms, в связи с чем, при балансе абонента меньшей стоимости запроса, услуга абоненту не оказывалась, но тарифицировалась в полном объеме – в результате возникла абонентская ДЗ на сумму 93 288 руб.

Октябрь – несвоевременная оплата абонентами кредитного метода обслуживания 20 798 руб.; в связи с несвоевременным заведением договоров возникновение отброшенных разговоров и как следствие задолженности на сумму 43 956 руб. (Уфа).

Ноябрь – сбои в работе сервера оценки разговоров 25-27 ноября 2006г. – рост абонентской ДЗ на 776 947 руб.; задолженность дилера в филиале «СМАРТС-Ульяновск-GSM» 42 156 руб.

Декабрь – рост абонентской ДЗ авансового метода обслуживания в связи с проведением акции по изменению порога отключения услуг до минус 100 руб. в период с 29.12.06-10.01.07г.

Кроме того, рост абонентской ДЗ связан с возросшим интересом абонентов к интерактивным сервисам, их высокой стоимостью и невозможностью существующими техническими средствами осуществлять проверку денежных средств на счете перед предоставлением данного типа услуг. Сумма абонентской ДЗ по интерактивным сервисам составляет 7 309 015 руб. (данные ориентировочные, так как не существует программных средств для выгрузки точной информации).

Общая сумма текущей и просроченной дебиторской задолженности, образовавшейся и погашенной абонентами в течение 2006 года, составила 5 834 222 руб.

5.6 Капитальные вложения

В 2006 г. ЗАО «СМАРТС» осуществило капитальные вложения и финансовые инвестиции на 1 415 212 тыс.руб. При этом объём капитальных вложений и финансовых инвестиций в 2006 г. оказался ниже планируемого на 450 138 тыс.руб. (или на 24%) и ниже фактического за 2005 г. на 477 964 (или на 25%). Бюджет капитальных вложений и инвестиций не выполнен в основном из-за невыполнения плана по поставке производственного оборудования (соответственно – плана по строительству сети). Причина невыполнения плана по поставке оборудования заключается в ограниченных возможностях у предприятия привлекать внешние финансовые ресурсы в объёме необходимом для финансирования поставок оборудования.

Таблица 53 – Капитальные вложения ЗАО «СМАРТС», тыс. руб.

Наименование показателя	2005 г.	2006 г.	Отклонение, тыс.руб.	Темп прироста, %
Капитальные вложения, всего	1 198 176	767 435	-430 741	-35,9%
Инвестиции в объекты недвижимости	23 962	404	-23 558	-98,3%
Оборудование для офиса	12 296	10 914	-1 382	-11,2%
Транспортные средства	9 459	1 860	-7 599	-80,3%
Производственное оборудование	952 603	653 445	-299 158	-31,4%
Строительство сети	190 585	98 669	-91 916	-48,2%
Строительство офиса	9 189	2 144	-7 045	-76,7%

Таблица 54 – Динамика изменения объемов капитальных вложений и финансовых инвестиций ЗАО «СМАРТС» (в тыс. руб.)

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004г.	2005 г.	2006 г.
Объем КВ, тыс. руб.	1 015 472	1 486 018	2 737 056	1 893 176	1 415 212

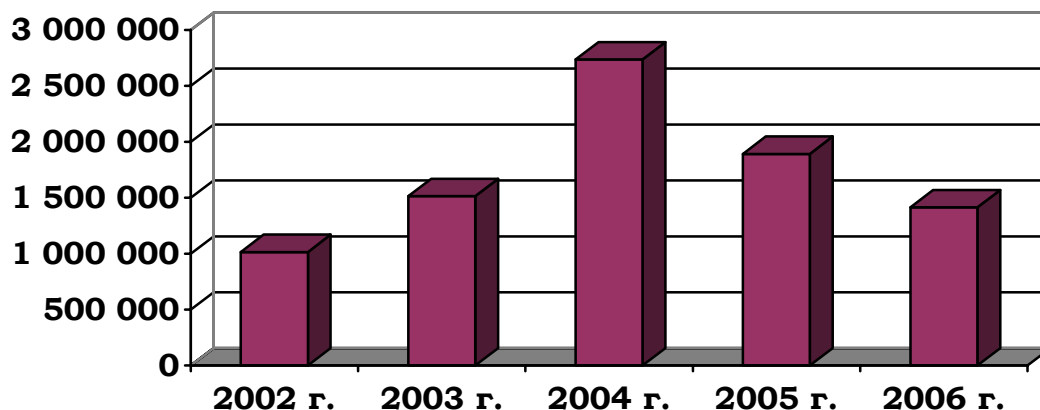


Рисунок 32 – Динамика изменения объемов капитальных вложений и финансовых инвестиций ЗАО «СМАРТС», тыс. руб.

На диаграмме видно, что основной объем капитальных вложений пришелся на 2004 г. В последующие годы (в т.ч. в 2006 г.) наблюдается сокращение объемов капитальных вложений, которое обусловлено достижением стратегических целей компании по развитию инфраструктуры сетей подвижной радиотелефонной связи в регионах присутствия ЗАО «СМАРТС».

5.7 Результаты деятельности ЗАО «СМАРТС»

Результаты деятельности за 2006 г. (см. п. 5.4.) характеризуют ЗАО «СМАРТС» как стабильно развивающуюся, рентабельную, платежеспособную компанию, эффективно использующую собственные и привлеченные средства.

6 Технические ресурсы ЗАО «СМАРТС»

Сеть подвижной связи стандарта GSM900/1800 ЗАО «СМАРТС» функционирует на территории 13-ти субъектов РФ (Ивановская, Самарская, Саратовская, Ульяновская, Волгоградская, Астраханская, Пензенская области, Республики Чувашия, Башкортостан, Калмыкия, Марий Эл, Мордовия, Татарстан).

Суммарная коммутационная емкость ЗАО «СМАРТС» на конец 2006 года составляет 1 946 000 номеров. Подсистема коммутации построена на оборудовании производства Alcatel, Siemens, ZTE, Nortel, Italtel.

Подсистема базовых станций состоит из 5 774 TRX и 34 контроллеров базовых станций производства Alcatel, Siemens, Nortel, ZTE, IP Access.

Региональные транспортные сети предприятий группы компаний СМАРТС построены на радиорелейных, медных, волоконно-оптических линиях связи (ВОЛС) и на системах радиодоступа «точка – многоточка».

Региональные РРА построены на оборудовании Flexihopper (Nokia, Финляндия), SRA L/XD (Siemens, Италия) с использованием частотных диапазонов 7,25 – 7,55 ГГц, 7,9 – 8,4 ГГц, 12,75 – 13,25 ГГц, 17.7 – 19.7 ГГц.

ВОЛС и медные линии связи построены на оборудовании PDH и SDH систем:

- FlexGain FOM4/16 (Натекс (Россия));
- Транспорт 32x30 / 32xE1x2 / 16x30 / 32x30x4 (ЗАО «Русская телефонная компания»);
- DMF 16x2 (Nokia (Финляндия)).

Для обеспечения высокой пропускной способности сетей связи на ВОЛС используется и продолжает внедряться технология SDH. В эксплуатации находятся оптические системы передачи SDH на основе оборудования:

- mSDM-1E (RAD, ECI (Израиль));

- SMA-1/4 UC, SMA 1664 (Marconi (Германия));
- WaveStar ADM 16/1, Metropolis AM1 plus, Metropolis AMS (Lucent Technologies (США)).

Для связи элементов системы базовых станций широко используются системы беспроводного доступа типа «точка – много точек» MDMS (Marconi (Великобритания)).

Интеллектуальные услуги абонентам ЗАО «СМАРТС», в т.ч. услуги Pre-paid, предоставляются на базе IN платформы Беркут, Comverse и Alcatel (по технологии Camel phase II) общей емкостью 2 300 000 абонентов. За 2006 год ресурсы IN платформы увеличились на 87%.

Действующая схема организации внутризоновой связи ЗАО «СМАРТС» построена на радиорелейных линиях связи PDH-иерархии с применением оборудования компаний Nokia, Siemens, Микран.

В настоящее время межрегиональные линии связи ЗАО «СМАРТС» по собственным каналам организованы на участках Самара – Ульяновск, Самара – Пенза, Самара – Саратов, Чебоксары – Йошкар-Ола – Казань, Ярославль – Иваново. В основном магистральные каналы арендуются у ОАО «Ростелеком», ЗАО «ТрансТелеком», ЗАО «ВолгаТелеком», «СамараТелеком», «Конверсия-Связь», «БС-Телеком», ОАО ЮТК «Электросвязь», ОАО Эквант». Услуга IP VPN была внедрена на участке Самара – Краснодар. Использование IP VPN позволило отказаться от услуги аренды потоков E1 и перейти на оплату «за пропущенный трафик».

Установка оборудования Vmux (голосовых шлюзов) позволило использовать существующие МКЦС наиболее эффективно. Установка данного оборудования на участке Самара – Астрахань позволило перевести весь разнородный межрегиональный трафик на «IP – транспорт», тем самым расширяя пропускную способность сети без затрат на дополнительную аренду. Данные мероприятия были использованы частично на участках Казань – Набережные Челны и Самара – Уфа.

Использование существующих маршрутизаторов в регионах (где используется оборудование Siemens) для передачи GPRS трафика (Gb) в сторону SGSN (г.Самара) позволило использовать наиболее эффективно существующие магистральные линии связи. Окончательный переход OMC-R Alcatel с соединения X.25 – X.25

на IP-транспорт также позволило использовать транспортный ресурс более экономично.

Задействованные технические ресурсы в сравнении с 2005 годом приведены в таблице 55.

Таблица 55 – Задействованные технические ресурсы

ЗАО «СМАРТС»

Ресурс		Факт 2005 г	Факт 2006г	Темп роста, %
NSS	Монтиро- ванная емкость	1 668 768	1 946 000	16,6%
BSS	BC 900 (кол-во)	188	210	11,7%
	BC 1800 (кол-во)	709	773	9,0%
Ресурс нумерации	ABC	285 600	305 600	7,0%
	DEF	2 100 000	2 300 000	9,5%

ЗАО «СМАРТС» взаимодействует со следующими внешними операторами связи:

- с операторами мобильной связи – «МегаФон», «Билайн», «МТС» и другими региональными операторами СПС;
- с операторами зоновой связи – «ВолгаТелеком», «Центртелеком», «ЮТК», «БашИнформСвязь», «Таттелеком» и другими. Взаимодействие осуществляется в части присоединения сети и пропуска трафика;
- для обеспечения абонентов междугородной и международной связью ЗАО «СМАРТС» взаимодействует с «Ростелеком», «МТТ», «ГолденТелеком» (Совинтел) и другими;
- с «ТрансТелеКом», «Эквант», «РТК – Ком», «СамараТелеком» ЗАО «СМАРТС» взаимодействует с

целью пользования услугами IP VPN и услугами Интернет.

7 Трудовые ресурсы ЗАО «СМАРТС»

7.1 Кадровая политика ЗАО «СМАРТС»

Результатом кадровой стратегии является реализация потребности компании в наличии профессионального, устойчиво функционирующего и мотивированного персонала.

Штатное расписание ЗАО «СМАРТС», согласно Уставу Общества утверждено Генеральным директором. Изменение численности персонала производится посредством:

- организационного аудита и оптимизации организационно-управленческой структуры Общества;
- создания системы оценки и контроля напряженности и производительности труда;
- оптимизации численности, планирования потребности Общества в кадрах (поквартально), контроля за своевременным штатным заполнением.

В 2006 году Корпоративным центром сертификации персонала был реализован План обучения персонала компании, в котором обучено:

- внутреннее обучение – 299 человек;
- внешнее обучение – 257 человек.

Также проведена программа по кадровому аудиту, оценке (аттестация) сотрудников и карьерное планирование, в рамках которого участвовало:

- в психологическом тестировании -274 человека;
- в аттестации – 117 человек;
- в социологическом исследовании – 32 человека;
- в кадровом аудите – 32 человека.

Кроме того, осуществляются следующие мероприятия:

- Формирование и поддержка Корпоративной системы подготовки кадров.
- Развитие профессиональных компетенций через систему должностного делегирования полномочий и распределения обязанностей, организационные формы и механизм реализации управленческих решений.
- Развитие системы оценки компетентности сотрудников компании на основе Внутрифирменных профессиональных стандартов и разработки аттестационных вопросников и тестов.
- Работа с кадровым резервом, включающая в себя:
 - формирование и реализацию резерва функционирования и резерва развития Общества;
 - реализацию комплекса мер, направленных на формирование списка (банка) ценных и перспективных специалистов;
 - формирование и реализацию мобильного резерва Общества;
 - регулярную оценку баланса внутреннего и внешнего резерва.
- Развитие систем оплаты труда, стимулирующих рост производительности труда и снижение непроизводительных потерь в рамках Положения об оплате высокопроизводительного труда.
- Стимулирование ответственности и инициативы, направленной на повышение производительности труда и качества работ, на развитие инновационной деятельности персонала.
- Стимулирование непрерывного повышения квалификации через систему наставничества (Положение об Адаптации, Приказ о стажировках).
- Развитие социального партнерства наемных работников, работодателя и собственников Общества.

Укрепление социальной причастности персонала к корпоративной стратегии.

- Внедрение Кодекса корпоративной этики.
- Реализация механизмов представления высокопрофессиональных сотрудников к общественной оценке и признанию.
- Реализация программ заботы о семье и здоровье сотрудников.
- Реализована программа культурно-массовых мероприятий сотрудников компании.
- Обеспечения дополнительного медицинского страхования и страхования от несчастных случаев сотрудников.

7.2 Динамика численного состава

Персонал ЗАО «СМАРТС» является носителем лучших традиций успешного бизнеса организации, основанного на непрерывном повышении объема и качества услуг. Опираясь на профессиональный, устойчиво функционирующий, мотивированный и ориентированный на постоянное развитие персонал, Общество создает и поддерживает благоприятные условия для непрерывного наращивания кадрового потенциала предприятия с целью эффективной реализации производственно-технологической и маркетинговой стратегий. Общество поддерживает, стимулирует, обеспечивает рост профессиональной компетентности и высокоэффективного труда каждой профессиональной группы и каждого сотрудника для успешной реализации конкурентных преимуществ Общества.

Таблица 56 – Численность работников ЗАО «СМАРТС», чел.

Подразделение	2005	2006	Отклонение от 2005, %
ЗАО «СМАРТС» в т.ч.	1654	1533	-7%
в т.ч. по категориям персонала			
коммерческий персонал	705	617	-12%

Подразделение	2005	2006	Отклонение от 2005, %
технический персонал	338	338	0%
управленческий и вспомогательный персонал	611	578	-5%
в т.ч. по обособленным структурным подразделениям			
Головное подразделение	323	334	3%
Филиал «СМАРТС-Самара-GSM»	575	452	-21%
Филиал «СМАРТС-Иваново-GSM»	147	136	-7%
Филиал «СМАРТС-Йошкар-Ола-GSM»	74	74	0%
Филиал «СМАРТС-Саранск-GSM»	77	72	-6%
Филиал «СМАРТС-Саратов-GSM»	112	115	3%
Филиал «СМАРТС-Казань-GSM»	159	152	-4%
Филиал «СМАРТС-Ульяновск-GSM»	56	67	20%
Филиал «СМАРТС-Уфа-GSM»	95	100	5%
Филиал «СМАРТС-Элиста-GSM»	36	31	-14%

Фактическая среднесписочная численность за 2006 год составила 1533 человек, что ниже чем в 2005 году на 121 чел. (7 %). В структуре персонала на 2006 год доля коммерческого персонала составляет 40%, технического персонала – 22%, управленческого и вспомогательного персонала – 38%. Проведена оптимизация численности персонала, что позволило сократить штат ЗАО «СМАРТС» на 121 человек за 2006 год.

7.3 Затраты на персонал ЗАО «СМАРТС»

Таблица 57 – Затраты на персонал ЗАО «СМАРТС»

Статьи затрат	2005	2006	Прирост, %
ФОТ, тыс. руб.	259 406	287 189	11%

Статьи затрат	2005	2006	Прирост, %
Социальные программы, тыс. руб.	4 780	4 813	1%
Обучение, тыс. руб.	4 271	5 776	35%
Охрана труда, тыс. руб.	901	1 105	23%
Командировочные расходы, тыс. руб.	8 106	12 460	54%
Средняя заработная плата в месяц, тыс.руб.	13,07	15,61	19%
Производительность труда за месяц, тыс. руб.	125	160	27%
Отношение ФОТ к выручке, тыс. руб.	10,9%	9,8%	

Расходы на оплату труда увеличились на 11%. Средняя заработная плата сотрудников увеличилась в 2006 году по сравнению с 2005 годом на 2 542 руб. или на 19%. Затраты на социальные программы увеличились на 33 тыс.руб. (1%). Затраты на обучение персонала увеличились на 1 505 тыс.руб. (35%). Производительность труда за год повысилась на 27% и достигла в 2006 году уровня 160 тыс.руб. в месяц. Доля ФОТ в себестоимости снизилась и составила 9,8% за 2006 год.

8 Перспективы развития ЗАО «СМАРТС»

ЗАО «СМАРТС» в 2007 году продолжит дальнейшее развитие сети в Поволжском и Центральном регионе.

Рынок сотовой связи России близок к насыщению, основное количество потенциальных абонентов сосредоточено в тех регионах, где проникновение сотовой связи еще не достигло 100%. В остальных регионах увеличение количества КА планируется за счет переориентации абонентов других операторов.

Прирост абонентской базы на конец 2007 года по ЗАО «СМАРТС» составит 44,3% по сравнению с аналогичными показателями на конец 2006 года. Снижение темпа роста вызвано большой степенью проникновения сотовой связи. Выполнение запланированных показателей будет достигаться за счет удержания уже имеющихся абонентов и введения новых услуг.

Направления стратегии по достижению запланированных показателей:

- Выполнение запланированных показателей в 2007 году будет достигаться за счет увеличения АКА и ARPU абонентов;
- Основным направлением деятельности в 2007 году будет получение выручки за счет увеличения объема внутрисетевого трафика. Борьба с перекосом трафика в пользу конкурентов будет вестись путем увеличения стоимости трафика по этим направлениям;
- Для достижения запланированных показателей, особое внимание будет уделяться установлению тесных взаимоотношений с абонентами с целью увеличения их лояльности и уменьшения оттоков абонентов;
- При выводе новых ТПО и установлении тарифов, в 2007 году будет применяться следующий принцип: стоимость трафика для абонента не может быть ниже стоимости трафика для компании с учетом межоператорских взаиморасчетов (исключения могут

быть в филиалах с высокой долей рынка, при постоянном мониторинге структуры трафика);

- Основным направлением ценообразования будет следование за рынком и вывод уникальных предложений по определенным направлениям (МГ и МН, внутрисетевые тарифы, тарифы внутри ТПО, тарифы на дополнительные услуги);
- Особое внимание в 2007 году будет уделяться мониторингу структуры трафика абонентов для исключения перекосов трафика в пользу конкурентов. На основании анализа полученной информации будут приниматься решения по определению параметров тарифных планов.

Приоритетной задачей на 2007 год станет дальнейшее развитие альтернативной системы приема платежей в пользу компании СМАРТС, путем привлечения внешних платежных систем и банковских систем.

Стратегия развития ЗАО «СМАРТС» направлена на сохранение и усиление позиций Компании на рынке сотовой связи. Компания намерена и дальше наращивать абонентскую базу, неуклонно расширяя спектр услуг и повышая их качество, предлагая новые услуги и программы, направленные на укрепление лояльности абонентов. Основным конкурентным преимуществом компании в данном направлении являются услуги на базе технологий EDGE, GPRS, SMS, MMS, в рамках взаимодействия с крупнейшими федеральными и местными контент-провайдерами.

9 Приоритетные направления развития ЗАО «СМАРТС»

В 2006 году кардинально изменилась коммерческая стратегия компании. Согласно стратегическим целям и задачам компании потенциальным рынком услуг связи ЗАО «СМАРТС» является все население региона без дискриминации потенциальных потребителей. После проведения во 2 квартале 2006 года комплексного анализа (анализ дальнего и ближнего окружения, анализ конкурентов, SWOT-анализ), были сделаны выводы, что наибольшее влияние на СМАРТС оказывает жёсткая конкуренция на рынке сотовой связи. Таким образом, определяющей была выбрана стратегия использования маркетинговых возможностей в конкурентной среде, которую мы опишем в данном разделе.

ЗАО «СМАРТС» не является лидером на рынке и не имеет возможности на данный момент быстро реализовать преимущества в маркетинге, т.к. для этого требуется:

- определенная репутация ТМ, которая ниже, чем у конкурентов;
- более качественная услуга, тогда как качество примерно одинаково;
- технологическое лидерство, которое невозможно по причине меньших, чем у конкурентов, ресурсов;
- создание уникальных распределительных мощностей в условиях, когда операторы «большой тройки» имеют более тесные связи с дилерами;
- преимущество в издержках (достижение которого возможно только через определённый срок). Данное преимущество как необходимый шаг для обеспечения более низких цен также не даст конкурентного преимущества, т.к. конкуренты имеют большой запас прочности и могут выдержать ценовые войны, а, кроме того, информирование абонентов о данном преимуществе недостаточное.

Таким образом, первым стратегическим направлением компании был выбран отказ от претензии на лидерство (формальное уклонение от прямой конкуренции) и выбор стратегии фокусировки. Это, однако, означает не уход с массового рынка, а всего лишь концентрацию усилий на целевых сегментах и достижимых целях. Основным устойчивым конкурентным преимуществом компании является тот факт, что по сравнению с другими ССПС ЗАО «СМАРТС» имеет два основных отличия: долгое время работы на рынке и региональное происхождение, и конкуренты уже не смогут изменить эти параметры.

При использовании этих устойчивых конкурентных преимуществ и создании новой компания в 2006 году руководствовалась тремя принципами:

- 1 Концентрация ресурсов там, где они принесут максимальный эффект, маневрирование ресурсами. СМАРТС не имеет смысла повторять действия конкурентов при внедрении новых товарных предложений. Все ресурсы были направлены на удовлетворение потребностей целевых сегментов. При этом поддерживающей рекламой передавались сообщения о том, что СМАРТС не отстаёт в технологическом плане и абонентам выгоднее быть в СМАРТС.
- 2 Перехватывание инициативы. Небольшие размеры компании и быстрое принятие и реализация решений позволяли осуществлять переход внутри самой компании СМАРТС от стратегии реагирования к активной стратегии – предвидеть действия конкурентов и тенденции во внешней среде, действуя на опережение в выбранных сегментах.
- 3 Обеспечение гибкого планирования. Бюджетирование, стратегическое и тактическое планирования должны осуществляться так, чтобы предвидеть перемены во внешней среде и возможную реакцию конкурентов. С точки зрения бюджетирования – это переход к гибкому бюджетированию в части коммерческой деятельности. В части маркетинга был сделан переход от формирования годового плана маркетинговых мероприятий (ПММ) единого для всех предприятий к ПММ на 6 месяцев состоящего из двух частей: общей (определяемой Управляющей компанией (УК) ЗАО «СМАРТС») и региональной (определяемой совместно УК

и конкретным региональным предприятием). Кроме того, для обеспечения реальности планов Коммерческим департаментом ежеквартально осуществлялось прогнозирование (корректировка прогнозов) основных показателей доходной части с их последующим утверждением у руководства компании.

В условиях насыщения рынка сотовой связи удержание существующих абонентов становится более важной задачей, чем привлечение новых. На первый план выходят программы лояльности, благодаря которым чем больше и дольше обслуживается абонент, тем выгоднее становятся для него условия обслуживания. Это является вторым стратегическим направлением. Мы предполагаем, что борьба сместится из области тарифов и рекламы к качественному обслуживанию абонентов. ЗАО «СМАРТС» должно сосредоточить основные усилия на уменьшении оттока абонентов, уделяя особое внимание высокодоходному сегменту. Управление оттоком стало одной из самых приоритетных задач компании, т.к. рынок приближается к зрелой фазе развития.

В конечном итоге мы стремимся к созданию достаточно стабильной абонентской базы, положительно воспринимающей нашу компанию и удовлетворенную качеством и ассортиментом услуг. Переход к другим операторам становится экономически и психологически неприемлемым для абонентов.

Исходя из этого компанией выбрано позиционирование на рынке в качестве «Первого Семейного Оператора» как оператора, нацеленного на долговременное сотрудничество с клиентами (см. далее).

Во 2 квартале 2006 год была проведена подробная сегментация существующей абонентской базы, выявлены основные сегменты, их поведенческие модели, особенности пользования услугами компании. Это отразилось во всех звеньях маркетинговой смеси (стратегии продукта, ценообразовании, продажах и продвижении), которые стали ориентироваться на определенный сегмент.

Проведенное сегментирование дало нам представление о нашей абонентской базе. Основной объединяющей чертой всех сегментов является семья: и по интересам, и по кругу общения. Вместе с тем, следует отметить, что семейный аспект практически не разработан федеральными операторами. И если

позиционирование федеральных операторов нацелено на активное привлечение абонентской базы, то позиционирование себя как семейного оператора может быть идеальным для реализации программ лояльности абонентов. Этому способствуют и основные конкурентные преимущества компании: долгое время работы на рынке – это стабильность, прочность, надежность, долговечность – качества, необходимые каждой семье. Региональное происхождение (в большей степени для Самарской области, Поволжья) – более психологический, эмоциональный аспект, что-то свое, родное.

В части продукта концепция стала ориентироваться на основной продукт, предназначенный для всех членов семьи, с различными льготами внутри семьи, а также на дополнительный продукт, учитывающий систему ценностей каждого члена семьи. Основными продуктами 2006 года были новые ТПО «Удача», «Витамин-С», «Редкая Удача» и нишевые ТПО «Земляки» и «ДМБ». Стратегия ТПО (фактически голосовых услуг) делится на стратегию продукта и стратегию цены. Под продуктом подразумевается в первую очередь качество предоставляемых услуг, поэтому стратегия продукта должна определять оптимизацию и строительство сети для их предоставления. Строительство и оптимизация сети осуществляются совместно коммерческими и техническими специалистами УК и филиалов. Строительство и перенос БС осуществляются в порядке следования приоритетов:

- 1 Качественное (100%) покрытие крупных населённых пунктов.
- 2 Последовательное покрытие трасс, соединяющих уже закрытые населённые пункты.
- 3 Качественное (100%) покрытие небольших населённых пунктов, в порядке убывания их коммерческой привлекательности (потенциальной абонентской базы).

При этом в филиалах, где недостаточное покрытие в области услуги СМАРТС позиционировались, как выгодные для городских жителей.

10 Основные факторы риска, связанные с деятельностью

10.1 Отраслевые риски

Ухудшение ситуации в отрасли может быть вызвано:

- ростом конкуренции с компаниями, оказывающими другие услуги связи (проводной связи, Интернета и т.д.);
- снижением спроса на услуги связи со стороны потребителей, вызванным снижением их доходов в результате ухудшения социально-экономической ситуации в стране и соответствующем регионе (страновые и региональные риски);
- ростом конкуренции внутри отрасли мобильной связи, вследствие экспансии на рынок мобильной связи российских и иностранных операторов связи, в том числе операторов конкурирующих стандартов.

Росту конкуренции внутри отрасли мобильной связи могут способствовать:

- снятие ограничений на развитие в России стандарта CDMA, в случае получения стандартом CDMA (IS-95) статуса мобильного и снятия ограничений на выдачу новых лицензий. Однако чтобы конкурировать с GSM потребуются большие инвестиции в строительство новых сетей, в то время как сети GSM будут уже иметь полное покрытие лицензионных территорий;
- развитие услуг 3G в России – в настоящий момент еще не решен вопрос о механизме выдачи лицензии на этот стандарт.

В целях снижения рисков, компания проводит мониторинг и анализ действий конкурентов в части реализации товарной, ценовой политики, политики распределения и политики продвижения. На основании полученной информации проводится корректировка маркетинговой стратегии и вносятся изменения в бизнес-план компании.

Вероятность роста цен на сырье и услуги, потребляемые ЗАО «СМАРТС», очень мала, т.к. по мере развития телекоммуникационного рынка в РФ цены на сырье и услуги по всем операторам имеют тенденцию к снижению.

Вероятность снижения цен на услуги связи, предоставляемые Компанией, в связи с ростом конкуренции существует и учитывается при планировании деятельности Компании. При снижении цен на услуги ЗАО «СМАРТС» планирует сохранить темпы роста выручки за счет роста продаж и обеспечить адекватное сокращение затрат.

10.2 Влияние развития регионов на деятельность

Регион, в котором предприятие зарегистрировано в качестве налогоплательщика и осуществляет основную деятельность, – Самарская область. По итогам 2006 г. основная часть выручки от услуг связи (около 60%) ЗАО «СМАРТС» поступила от предоставления услуг в Самарской области.

Макроэкономические показатели Самарской области отличаются стабильным ростом. Область относится к числу наиболее развитых регионов РФ. Из регионов ПФО только в Республике Татарстан, Нижегородской области и Республике Башкортостан инвестиционные риски ниже, чем в Самарской области.

Отрасль связи в области характеризуется высокой динамичностью развития и постоянным ростом объема услуг.

Ухудшение экономической ситуации в России и отдельных регионах страны, где осуществляет свою деятельность Компания (прежде всего, в Самарской области), может произойти в случае существенных изменений макроэкономической ситуации в РФ в целом, что может повлечь за собой сокращение объемов производства продукции (услуг), снижение доходов населения и, как следствие, платежеспособного спроса со стороны потребителей на услуги ЗАО «СМАРТС». Такое развитие событий может привести к сокращению прироста выручки от услуг связи, предоставляемых предприятием, и приостановке реализации инвестиционной программы ЗАО «СМАРТС».

Вероятность военных конфликтов, введение чрезвычайного положения в стране и в регионах деятельности Компании крайне мала.

Географические особенности регионов деятельности Компании не оказывают существенного влияния на деятельность Компании.

Риски, связанные с опасностью возникновения стихийных бедствий и возможностью прекращения транспортного сообщения, минимальны.

10.3 Валютные риски

Изменение валютных курсов оказывает влияние на стоимость приобретаемого Компанией импортного оборудования связи и на величину внереализационных доходов от курсовых разниц, возникающих при оплате поставленного оборудования. На настоящий момент, в связи со стабилизацией инфляционных процессов в России и укреплением курса рубля, изменение валютных курсов не оказывает существенного влияния на результаты деятельности компании.

В то же время способность Правительства и ЦБ РФ поддерживать стабильный курс рубля зависит от многих политических и экономических факторов. Эти факторы включают способность финансировать бюджетный дефицит без обращения к эмиссии денежных знаков, контролирование уровня инфляции и поддержание достаточных резервов иностранной валюты для поддержания курса рубля.

В случае отрицательного влияния колебаний валютного курса на деятельность Компании, ЗАО «СМАРТС» планирует:

- снижение доли валютных обязательств путем ориентации на поставщиков, расчеты с которыми осуществляются в рублях РФ;
- увеличение оборачиваемости активов, номинированных в рублях с целью обеспечения роста рублевых доходов.

В целом, финансово-экономические показатели деятельности Компании непосредственно не связаны с колебаниями курса каких-либо иностранных валют; следовательно, изменения валютного курса не представляют значительного риска для Компании.

10.4 Описание влияния инфляции

Риск влияния инфляции может возникнуть в случае, когда получаемые денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности денег быстрее, чем растут номинально. Рост инфляции может повлиять как на увеличение затрат предприятия (себестоимости), так и на рост выручки, вызванный увеличением тарифов для абонентов. В случае возникновения необходимости существенного повышения тарифов, исчисляемых в рублях, ЗАО «СМАРТС» уделит приоритетное внимание сохранению и увеличению абонентской базы путем расширения предоставляемых услуг, улучшения их качества и других мер. Кроме того, в этом случае ЗАО «СМАРТС» планирует уделить особое внимание повышению оборачиваемости активов, а также контролю за ростом себестоимости предоставляемых услуг.

Учитывая позитивные тенденции в макроэкономическом развитии РФ и отсутствие прогнозов значительного роста инфляции (превышающего 15% в год) на ближайшие годы в РФ, инфляционные риски, по мнению специалистов ЗАО «СМАРТС», не являются существенными.

10.5 Правовые риски

Основная деятельность ЗАО «СМАРТС» подвержена тем же правовым рискам, что и деятельность всех хозяйствующих субъектов РФ.

- 1 Риски изменения валютного регулирования, налогового законодательства, правил таможенного контроля связаны с риском увеличения налоговых ставок, таможенных платежей, которые могут повлечь за собой некоторое изменение финансовых результатов деятельности Компании. В то же время эти риски не могут рассматриваться как существенные.
- 2 Риски, связанные с изменениями требований по лицензированию основной деятельности, могут привести к необходимости корректировки производственных и инвестиционных программ, однако на настоящем этапе не представляются существенными.
- 3 Риски, связанные с изменением судебной практики, также не могут рассматриваться как существенные.

В целом, правовые риски не могут оказать существенного воздействия на результаты деятельности Компании

10.6 Риски, связанные с деятельностью Общества

10.6.1 Риски, связанные с текущими судебными процессами относительно хозяйственной деятельности, в которых участвует ЗАО «СМАРТС»

Основные судебные процессы связаны с риском смены собственников компании, при недружественном поглощении рейдерами. Считаем, что по окончании 2006 года риск рейдерской атаки уменьшен, но еще не ликвидирован полностью.

10.6.2 Риски, связанные с возможной ответственностью ЗАО «СМАРТС» по долгам третьих лиц, в том числе дочерних обществ ЗАО «СМАРТС»

Риски, связанные с возможной ответственностью компании по долгам третьих лиц, в том числе дочерних обществ компании, отсутствуют.

10.6.3 Риски, связанные с отсутствием возможности продлить действие лицензий ЗАО «СМАРТС»

В случае отказа в продлении лицензии, компания не сможет вести основную деятельность по предоставлению услуг связи, что лишит компанию основной статьи получения доходов. Однако, учитывая многолетний опыт работы предприятия в сфере услуг связи и неукоснительное выполнение всех требований к владельцу лицензии предъявляемых для поддержания лицензии, отказ в продлении лицензии маловероятен.

11 Корпоративные действия

11.1 Уставный капитал на 31.12.2006 г.

Уставный капитал на 31.12.2006 г. – 600 000 000 (Шестьсот миллионов) рублей.

11.2 Изменение Уставного капитала Общества за отчетный период

Изменений не было.

11.3 Сведения о доходах по ценным бумагам Общества

По итогам 2006 года ЗАО «СМАРТС» получило доход в виде начисленных дивидендов от дочерних и зависимых предприятий в размере 136 064 тыс. руб., в т.ч. за 2005 год:

- от ЗАО «Волгоград-GSM» в сумме 68 466 тыс. руб.;
- от ЗАО «Ульяновск-GSM» в сумме 1 011 тыс. руб.

А также промежуточные дивиденды за 2006 год от следующих предприятий:

- ЗАО «Астрахань GSM» за 1 кв. 2006 года – 7 280 тыс. руб.;
- ЗАО «Пенза-GSM» за 1 кв. 2006 года – 12 740 тыс. руб.;
- ЗАО «Шупашкар-GSM» за 1 кв. 2006 года – 910 тыс. руб.;
- ЗАО «Волгоград-GSM» за 1 полугодие 2006 года – 45 657 тыс. руб.

11.4 Информация о проведении внеочередных общих собраний акционеров за 2006 год

В 2006 году проведено одно внеочередное общее собрание акционеров (от 12.10.2006 г.).

ВОСА 12 октября 2006 г., Протокол №25.

Инициатор созыва внеочередного общего собрания:

Совет директоров

Рассмотренные вопросы:

- Об отмене решения ВОСА ЗАО «СМАРТС» от 27.10.2005г. (протокол №23) об изменении типа акционерного общества «СМАРТС» с закрытого на открытое акционерное общество и об утверждении устава открытого акционерного общества «СМАРТС».
- Об утверждении Устава ЗАО «СМАРТС» в новой 5-ой редакции.

Принятые решения (протокол №25 от 12.10.2006):

- Отменить решения ВОСА ЗАО «СМАРТС» от 27.10.2005г. (протокол №23) об изменении типа акционерного общества «СМАРТС» с закрытого на открытое акционерное общество и об утверждении устава открытого акционерного общества «СМАРТС».
- Утвердить новую редакцию Устава ЗАО «СМАРТС».

11.5 Информация о деятельности Совета директоров Общества

11.5.1 Количественный и персональный состав Совета директоров за отчетный год

Таблица 58 – Совет директоров предприятия на 01.01.2007г.

№ п.п.	Член Совета Директоров	Период работы	Место работы, занимаемая должность	Доля в УК, %
	Кирюшин Г.В.	13 лет	Председатель Совета директоров ЗАО «СМАРТС», Первый заместитель Генерального директора ЗАО «СМАРТС»	30,475

№ п.п.	Член Совета Директоров	Период работы	Место работы, занимаемая должность	Доля в УК, %
	Кирюшин К.Г.	5,5 лет	Директор ООО «Мобител Самара»	20,4
	Скворцов Б.В.	13 лет	Член Совета директоров ЗАО «СМАРТС»	15
	Титов А.К.	4,5 года	Председатель Совета директоров ОАО КБ «Солидарность»	1,525
	Зотов А.Д.	1год	Представитель Внешторгбанка	-

11.5.2 Изменения в составе Совета Директоров Общества

Изменений в составе Совета Директоров в 2006 году не было.

11.5.3 Число заседаний СД

В 2005 году было проведено 14 заседаний Совета директоров.

11.5.4 Отчет совета директоров общества о результатах развития Общества по приоритетным направлениям его деятельности

Основными приоритетными направлениями, по которым рассматривались вопросы на заседаниях Совета Директоров, в 2006 году были следующие:

- 1 Выработка долгосрочной стратегии развития;
- 2 Утверждение/ изменение финансово-хозяйственного плана, бюджета и т.д.;
- 3 Контроль за работой менеджмента, включая отчет об исполнении бюджета;
- 4 Вознаграждение и назначение, включая оценку эффективности работы менеджмента, оценку эффективности работы СД и его членов;

- 5 Контроль сделок, включая крупные сделки, сделки с заинтересованностью, сделки с цен. бумагами, иные сделки, контроль, за совершением которых, уставом Общества возложен на СД;
- 6 Прочие вопросы, включая подготовку и проведение ОСА, рассмотрение предложений акционеров по вопросам повестки дня собрания, назначение Председателя СД.

11.5.5 Сведения о консолидации или дроблении размещенных акций

Не проводилось.

11.6 Информация об исполнительных органах Общества

Генеральный директор Общества:

- Кирюшин Геннадий Васильевич (до 11.10.2006 г.);
- Гирев Андрей Витальевич (с 12.10.2006 г.).

Члены Правления Общества в период с 01.01.2006 г. по 16.10.2006 г.:

- Кирюшин Геннадий Васильевич – Председатель Правления;
- Гирев Андрей Витальевич;
- Абрамов Сергей Анатольевич;
- Палаткина Марина Алексеевна;
- Масленников Юрий Васильевич;
- Антонов Вячеслав Валентинович.

Члены Правления Общества в период с 17.10.2006 г. по 17.12.2006 г.:

- Гирев Андрей Витальевич – Председатель Правления;
- Абрамов Сергей Анатольевич;

- Палаткина Марина Алексеевна;
- Масленников Юрий Васильевич;
- Антонов Вячеслав Валентинович.

Члены Правления Общества в период с 18.12.2006 г. по 31.12.2006 г.:

- Гирев Андрей Витальевич – Председатель Правления;
- Абрамов Сергей Анатольевич;
- Палаткина Марина Алексеевна;
- Масленников Юрий Васильевич;
- Наливайко Игорь Петрович;
- Тимофеев Александр Леонидович.

11.6.1 Критерии определения и размер вознаграждения лица, занимающего должность единоличного исполнительного органа

Критерии и размер вознаграждения лица, занимающего должность единоличного исполнительного органа, определяются в соответствии с трудовым договором.

11.7 Информация о деятельности ревизионной комиссии Общества

Ниже приведен список членов ревизионной комиссии.

Дружинин Владимир Александрович

Год рождения: 1955.

Образование: высшее, Куйбышевский авиационный институт, Самарская государственная экономическая академия.

Все должности, занимаемые членом органа эмитента по контролю за его финансово-хозяйственной деятельностью в эмитенте и других организациях за последние 5 лет и в настоящее

время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

- Период: 1997-наст. время Организация: ООО «Аудит-Гарант» Должность: генеральный директор, аудитор;
- Период: 2003-наст. время Организация: ЗАО «СМАРТС» Должность: член Ревизионной комиссии.

Доля в уставном капитале эмитента: доли не имеет.

Доля обыкновенных акций эмитента: доли не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены в результате осуществления прав по опционам эмитента: опционов на акции нет.

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента: доли не имеет.

Доли обыкновенных акций в дочерних/зависимых обществах эмитента: доли не имеет.

Количество акций дочернего или зависимого общества эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены в результате осуществления прав по опционам дочернего или зависимого общества эмитента: опционов на акции нет.

Характер любых родственных связей между членом органа эмитента по контролю за его финансово – хозяйственной деятельностью и иными членами органов эмитента по контролю за его финансово – хозяйственной деятельностью, членами совета директоров (наблюдательного совета) эмитента, членами коллегиального исполнительного органа эмитента, лицом, занимающим должность единоличного исполнительного органа эмитента: родственных связей нет.

Астраханцева Наталья Витальевна

Дата рождения: 1965 г.р.

Образование: высшее, по специальности бухгалтерский учет и анализ хозяйственной деятельности.

Все должности, занимаемые членом органа эмитента по контролю за его финансово-хозяйственной деятельностью в

эмитенте и других организациях за последние 5 лет и в настоящее время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

- 2000-10.09.2002 г – главный бухгалтер, Пензенский городской молочный комбинат; 11.09.2002 – по настоящее время – главный бухгалтер, ЗАО «Пенза-GSM»;
- по совместительству не работала.

Доля в уставном капитале эмитента: доли не имеет.

Доля обыкновенных акций эмитента: доли не имеет.

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены в результате осуществления прав по опционам эмитента: опционов на акции нет.

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента: доли не имеет.

Доли обыкновенных акций в дочерних/зависимых обществах эмитента: доли не имеет.

Количество акций дочернего или зависимого общества эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены в результате осуществления прав по опционам дочернего или зависимого общества эмитента: опционов на акции нет.

Характер любых родственных связей между членом органа эмитента по контролю за его финансово – хозяйственной деятельностью и иными членами органов эмитента по контролю за его финансово – хозяйственной деятельностью, членами совета директоров (наблюдательного совета) эмитента, членами коллегиального исполнительного органа эмитента, лицом, занимающим должность единоличного исполнительного органа эмитента: родственных связей нет.

Матросова Лариса Николаевна

Дата рождения: 01.09.1975 г.

- Образование: с 1994 по 2000 г.г. – высшее, «Московский государственный открытый университет» специальность «менеджер»;

- с 1990 по 1993 г.г.- средне – специальное «Чебоксарский экономико-технологический колледж» специальность «бухгалтер».

Все должности, занимаемые членом органа эмитента по контролю за его финансово-хозяйственной деятельностью в эмитенте и других организациях за последние 5 лет и в настоящее время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

Должности за последние 5 лет:

- с мая 2001 г – главный бухгалтер ЗАО «Шупашкар-GSM».

Доля в уставном капитале эмитента: доли не имеет.

Доля обыкновенных акций эмитента: доли не имеет.

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены в результате осуществления прав по опционам эмитента: опционов на акции нет.

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента: доли не имеет.

Доли обыкновенных акций в дочерних/зависимых обществах эмитента: доли не имеет.

Количество акций дочернего или зависимого общества эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены в результате осуществления прав по опционам дочернего или зависимого общества эмитента: опционов на акции нет.

Характер любых родственных связей между членом органа эмитента по контролю за его финансово – хозяйственной деятельностью и иными членами органов эмитента по контролю за его финансово – хозяйственной деятельностью, членами совета директоров (наблюдательного совета) эмитента, членами коллегиального исполнительного органа эмитента, лицом, занимающим должность единоличного исполнительного органа эмитента: родственных связей нет.

11.8 Сведения о дочерних и зависимых организациях Общества, об участии Общества в других юридических лицах

11.8.1 ЗАО «СМАРТС» является учредителем следующих обществ:

**Таблица 59 – ЗАО «СМАРТС» является учредителем
следующих обществ**

П/п	Наименование предприятия	Дата регистра ции	Кол-во акций и их номинальна я стоимость	Доля в устав. кап.	Доли других акционеров
1	ЗАО «Астрахань GSM»	09.01.97	10 100 шт. по 1 000 руб.	100 %	-
2	ЗАО «Волгоград- GSM»	30.07.97	50 шт. по 1 000 руб.	50 %	ОАО «ЮТК» – 50%
3	ЗАО «Оренбург- GSM»	01.07.96	980 шт. по 100 руб.	49 %	ОАО «Волга Телеком» – 51%
4	ЗАО «Пенза- GSM»	27.06.97	100 шт. по 1 000 руб.	100 %	-
5	ЗАО «Ульяновск- GSM»	05.05.98	40 шт. по 1 000 руб.	40 %	ОАО «Волга Телеком» – 60%
6	ЗАО «Шупашкар- GSM»	07.08.97	180 шт. по 200 000 руб.	100 %	-
7	ЗАО «Ярославль- GSM»	15.12.97	3 600 шт. по 1000 руб.	100 %	-
8	ООО «Телеком Евразия»	02.06.99	1 доля номинальной стоимостью 475 960 778 руб.	100%	-
11	ООО «Инфо- Ком»	15.12.03	1 доля номинальной стоимостью 10 000 руб.	100%	-

П/п	Наименование предприятия	Дата регистрации	Кол-во акций и их номинальная стоимость	Доля в устав. кап.	Доли других акционеров
12	ООО «Трафик»	10.12.01	Доля номинальной стоимостью 4 290 руб.	78%	22% – Физические и юридические лица
13	ЗАО «Сетевая компания»	05.10.04	198 шт. по 10 000 руб.	33%	41% – Теле2 Свериэ АБ 26% – ОАО «НТК»

11.8.2 В 2006 г. ЗАО «СМАРТС» выступило учредителем и приобрело акции следующих обществ:

Таблица 60 – Акции, приобретенные ЗАО «СМАРТС» в 2006 г.

П/п	Наименование предприятия	Дата регистрации	Кол-во акций и их номинальная стоимость	Кол-во акций/величина УК (до приобретения)	Кол-во акций/величина УК (после приобретения)	Доля в устав. кап.
1	ЗАО «Шупашкар-GSM»	07.08.97	114 шт. по 200 000 руб.	66 шт.	180 шт.	100%
2	ЗАО «Ярославль-GSM»	15.12.97	Доп. выпуск – 3 500 шт. по 1 000 руб.	100 шт.	3600 шт. по 1000 руб.	100%
3	ЗАО «Астрахань GSM»	09.01.97	Доп. выпуск - 10 000 шт. по 1000 руб.	100 шт.	10100 шт.	100%
4	ООО «Телеком Евразия»	02.06.99	Увеличение УК на 175 000 000 руб.	300 960 778 руб.	475 960 778 руб.	100%
5	ОАО НПП «Янтарь»	28.12.93			24 360 шт. по 10 руб.	29%*8

*8 Акции ОАО НПП «Янтарь» в количестве 24 360 шт. были приобретены 05.06.2006г. и проданы в том же количестве третьему лицу 31.08.06г.

11.9 Сведения об аффилированных лицах, с указанием принадлежащих им акций:

Таблица 61 – Сведения об аффилированных лицах

Аффилированное лицо	Доля лица в уставном капитале общества (%)	Доля участия общества в уставном капитале юр. лица
Кирюшин Геннадий Васильевич Член совета директоров ЗАО «СМАРТС» (Председатель)	30,475	
Кирюшин Константин Геннадьевич Член совета директоров ЗАО «СМАРТС»	20,4	
Скворцов Борис Владимирович Член совета директоров ЗАО «СМАРТС»	15	
Титов Алексей Константинович Член совета директоров ЗАО «СМАРТС»	1,525	
Зотов Андрей Дмитриевич Член совета директоров ЗАО «СМАРТС»	-	
Масленников Юрий Васильевич Член правления ЗАО «СМАРТС»	-	
Гирев Андрей Витальевич Член правления ЗАО «СМАРТС»	-	
Абрамов Сергей Анатольевич Член правления ЗАО «СМАРТС»	-	
Палаткина Марина Алексеевна Член правления ЗАО «СМАРТС»	-	
Антонов Вячеслав Валентинович Член правления ЗАО «СМАРТС»	-	
ЗАО «Астрахань GSM» 18.07.2003 ЗАО «СМАРТС» становится владельцем 100 % обыкновенных акций общества		100%
ЗАО «Волгоград-GSM» С 1997г. ЗАО «СМАРТС» являлось одним из учредителей общества		50%
ЗАО «Оренбург-GSM» 30.12.2003г. ЗАО «СМАРТС» становится владельцем 49 % обыкновенных акций общества		49%

Аффилированное лицо	Доля лица в уставном капитале общества (%)	Доля участия общества в уставном капитале юр. лица
ЗАО «Пенза-GSM» 16.02.2004г. ЗАО «СМАРТС» становится владельцем 100 % обыкновенных акций общества		100%
ЗАО «Ульяновск-GSM» С 1998г. ЗАО «СМАРТС» являлось одним из учредителей данного общества		40%
ЗАО «Шупашкар-GSM» 06.01.2003 ЗАО «СМАРТС» становится владельцем 100 % обыкновенных акций общества		100%
ЗАО «Ярославль-GSM» 21.11.2003г. ЗАО «СМАРТС» становится владельцем 100 % обыкновенных акций общества		100%
ООО «Телеком Евразия» 21.05.2003 ЗАО «СМАРТС» становится владельцем доли в размере 100% от уставного капитала общества		100%
ООО «Инфо-Ком» В 2003г. учреждение ЗАО «СМАРТС» данного общества.		100%
ООО «Трафик» 10.07.2002г. ЗАО «СМАРТС» становится владельцем доли в размере 58% от уставного капитала общества В 2004г. ЗАО «СМАРТС» приобрело долю в размере 20% от уставного капитала общества.		78%
ЗАО «Сетевая компания» С 2004г. ЗАО «СМАРТС» являлось одним из учредителей общества 11.12.2006г. – 17% акций проданы третьему лицу		33%

11.10 Сведения о совершенных Обществом в отчетном году сделках, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» крупными сделками, а также иных сделках, на совершение которых в соответствии с уставом общества распространяется порядок одобрения крупных сделок

В 2006 году сделки, признаваемые в соответствии с ФЗ «Об акционерных обществах» крупными, Обществом не совершались.

11.11 Сведения о совершенных Обществом в отчетном году сделках признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имеется заинтересованность

Протокол СД №154 от 28.03.06г.

Одобрение сделки с заинтересованностью – договора поручительства, заключаемого ЗАО «СМАРТС» с АК Сбербанком РФ в лице Астраханского отделения.

Протокол СД №159 от 04.08.06г.

Одобрение сделки с заинтересованностью – договора поручительства, заключаемого ЗАО «СМАРТС» с АК Сбербанком РФ в лице Астраханского отделения.

Протокол СД № 160 от 11.09.06г.

Одобрение сделки с заинтересованностью – договора целевого займа № 57/01-04-02-715 от 11.10.05г.

11.12 Сведения об исках, предъявляемых к Обществу

В течение 2006 года было предъявлено более 20 исков, связанных с попытками отчуждения акций ЗАО «СМАРТС»; 12 исков, связанных со спорами по налогам; несколько других исков, не влияющих на результаты хозяйственной деятельности общества.

11.13 Информация о крупных коммерческих и некоммерческих организациях, в которых участвует Общество (ассоциации, союзы, объединения)

5 Организация: Ассоциация Российских операторов сетей GSM (Россия, г. Москва).

Место в организации:

Член ассоциации.

Функции компании:

- участие в создании и развитии взаимоувязанной для всей территории Российской Федерации федеральной сети сотовой подвижной связи стандарта GSM.

6 Организация: Международная ассоциация GSM (GSM Association) (Ирландия, г. Дублин).

Место в организации:

Член ассоциации.

Функции:

- участие в координации и взаимодействии федеральной сети сотовой подвижной связи стандарта GSM Российской Федерации с аналогичными зарубежными сетями стандарта GSM.

7 Организация: Ассоциация менеджеров (Россия, г. Москва).

Место в организации:

Член ассоциации с октября 2004 г.

Функции:

- формирование стандартов управленческой профессии;
- создание и распространение передового опыта и знаний;
- работа на повышение качества управления бизнесом.

8 Организация: Национальный союз организаций и операторов связи (Россия, г. Москва).

Место в организации:

Член союза с августа 2004 г.

Функции:

- представление законных интересов своих членов в их отношениях с федеральными органами государственной власти;
- подготовка предложений по разработке и совершенствованию законодательных и нормативных актов Российской Федерации по вопросам регулирования деятельности в области связи, развития телекоммуникационных систем и рационального использования радиочастотного спектра;
- организация и участие в разработке методик по проектированию, частотно-территориальному планированию, развитию, строительству и эксплуатации сетей связи в регионах.

9 Организация: Ассоциация операторов телефонной связи (Россия, г. Москва).

Место в организации:

Член ассоциации с сентября 2005 г.

Функции:

- организация взаимной информационной, правовой, юридической, технической, финансовой и других видов взаимопомощи и взаимодействия между операторами связи;
- формирование условий для равноправного взаимодействия операторов связи с другими участниками рынка услуг связи.

10 Организация: Ассоциация пользователей национальным радиочастотным ресурсом (Россия, Москва).

Место в организации:

Член Ассоциации с 2000г.

Функции:

- участие в координации и оказание помощи пользователям радиочастотным ресурсом при распределении, согласовании, получении и эксплуатации радиочастотного ресурса для сетей GSM.

11 Организация: Ассоциация «Международного Конгресса Качества Телекоммуникаций» (Россия, Москва).

Место и эмитента в организации:

Член Ассоциации с 2001г.

Функции:

- участие в реализации внедрения методологии СБП (совершенствование бизнес-процессов) при разработке системы качества на предприятиях на основе международного стандарта ИСО 9001:2000.

12 Организация: Ассоциация 800.

Место в организации:

Член союза с 29 ноября 2004г.

Функции:

- координация предпринимательской деятельности, представление и защита общих имущественных интересов, ее членство в области сотовой радиотелефонной связи.

13 Организация: Торгово-промышленная палата Самарской области.

Место и функции эмитента в организации:

Член палаты с 2002г.

Функции:

- оказывает коммерческим организациям и предпринимателям области, в том числе фермерским хозяйствам, помощь, представляет и защищает их интересы по вопросам, связанным с осуществлением

хозяйственной деятельности, на территории Самарской области, Российской Федерации и за границей;

- организует взаимодействие субъектов предпринимательской деятельности между собой, а также с органами государственной власти и местного самоуправления и их социальными партнерами.

11.14 Сведения о соблюдении обществом Кодекса корпоративного поведения

ЗАО «СМАРТС» в своей деятельности придерживается положений Кодекса (Свода правил) корпоративного поведения, одобренного на заседании Правительства Российской Федерации от 28 ноября 2001 г. (протокол N 49).

Также в 2004 г. в Компании был принят «Кодекс корпоративной этики», разработанный с учетом:

- Хартии корпоративной и деловой этики, принятой Российским Союзом Промышленников и Предпринимателей;
- Меморандума об этике компаний – операторов мобильной связи стандарта GSM Ассоциации российских операторов сетей GSM;
- Сложившейся практики работы ЗАО «СМАРТС» и других лучших компаний России.

Кодекс создан с целью объединения усилий сотрудников компании в достижении высокого качества профессиональной деятельности и выполнения Миссии компании. Кодекс основан на базовых ценностях компании:

- ответственность перед абонентами;
- компетентность, новаторство, интуиция и предвидение;
- достижение наивысших результатов при рациональном использовании имеющихся ресурсов;

- высокая этика отношений внутри компании и в отношениях с внешними предприятиями и организациями.

Кодекс устанавливает этические нормы деятельности компании для обеспечения общественного доверия к ее честности, открытости и профессионализму. Деятельность компании в соответствии с Кодексом ориентирована на принесение пользы обществу в целом, компании и каждому сотруднику в отдельности.

Кодекс устанавливает этические нормы отношений как внутри компании, так и отношений во внешней среде (с абонентами, государством, партнерами, прессой и т.д.).

12 Приложения

Приложение 1 – Показатели исполнения бюджета ЗАО «СМАРТС»

Таблица 62 – Данные по абонентам ЗАО «СМАРТС»

Показатель	Ед. изм.	2004 г.	2005 г.	Изменение, %	2006 г.	Изменение, %
Число абонентов на начало периода	аб.	397 025	558 243	40,6%	1 060 326	89,9%
Число абонентов на конец периода	аб.	558 243	1 060 326	89,9%	1 652 140	55,8%
В т.ч. post-paid абоненты	аб.	319 127	373 925	17,2%	611 818	63,6%
В т.ч. pre-paid абоненты	аб.	239 116	686 401	187,1%	1 040 322	51,6%
Прирост численности и абонентов компании	аб.	161 218	502 083	211,4%	591 814	17,9%
Доля АКА в числе КА	%	63%	82%	18,8%	69%	-12,4%
Доля рынка	%	7,0%	7,5%	0,5%	9,4%	2,0%

Таблица 63 – Данные по трафику в натуральном выражении

Показатель	Ед. изм.	2005 г.*	2006 г.	Прирост	Изменение, %
Местный трафик	мин.	704 414 675	921 062 164	216 647 489	30,76%
МГ и МН трафик	мин.	11 862 868	13 152 699	1 289 831	10,87%
Роуминговый трафик (своих абонентов)	мин.	6 574 256	5 451 588	-1 122 668	-17,08%
Роуминговый трафик(гостевых абонентов)	мин.	5 657 253	5 182 522	-474 731	-8,39%
Трафик pre-paid		782 244 284	1 298 532 425	516 288 141	66,00%
Общий трафик		1 510 753 335	2 243 381 399	732 628 064	48,49%

* В 2006 году в связи с изменениями в методике ведения статистики (в результате перегруппировки по видам разговоров) данные по трафику за 2005 гг. были скорректированы.

Таблица 64 – Выручка от реализации (тыс. руб.)

Наименование показателя	2005 г.	2006 г.		Отклонение (2006/2005)		Отклонение 2006 г. (план/факт)	
	Факт	План	Факт	тыс. руб.	Прирост, %	тыс. руб.	Прирост, %
Выручка от видов деятельности, в т.ч.	2 485 404	3 142 311	2 934 486	449 082	18,1%	-207 825	-6,6
Услуги связи	1 917 165	2 806 747	2 437 862	520 697	27,2%	-368 885	-13,1
Эксплуатация БС GSM 1800 (взаимодействие)	98 727	102 276	108 275	9 548	9,7%	5 999	5,9
Выручка от передачи оборудования в лизинг	298 432	171 797	297 112	-1 320	-0,4%	125 314	72,9
Торговля картами	81 033	52 545	16 392	-64 641	-79,8%	-36 153	-68,8
Прочая выручка	90 047	8 946	74 845	-15 202	-16,9%	65 900	736,6

Таблица 65 – Текущие расходы (тыс. руб.)⁹

Наименование показателя	2005 год	2006 год		Отклонение (2006 г./2005 г.)		Отклонение 2006 г. (план/факт)	
	Факт	План	Факт	тыс.руб.	Прирост, %	тыс.руб.	Прирост, %
ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ, в т.ч.	1 270 660	1 640 458	1 451 564	180 904	14,2	-188 893	-11,5
Расходы на оплату труда (эксплуатац. перс.)	61 295	70 441	67 418	6 122	10,0	-3 023	-4,3
Отчисления от ФОТ	11 974	15 397	12 956	982	8,2	-2 440	-15,8
Исходящий трафик на операторов стационарной связи	57 964	43 947	48 819	-9 145	-15,8	4 872	11,1
Исходящий трафик на операторов сотовой связи		329 246	280 610	280 610		-48 637	-14,8
Международ. и междугор. трафик (МН и МГ)	168 808	110 468	77 500	-91 308	-54,1	-32 968	-29,8
Роуминг абонентов компании	83 647	106 467	82 373	-1 274	-1,5	-24 094	-22,6
Роуминг транзитный	271 332	192 100	216 153	-55 180	-20,3	24 053	12,5

⁹ Данные управленческой отчетности

Наименование показателя	2005 год	2006 год		Отклонение (2006 г./2005 г.)		Отклонение 2006 г. (план/факт)	
	Факт	План	Факт	тыс.руб.	Прирост, %	тыс.руб.	Прирост, %
Затраты по дополнительным услугам абонентам	23 888	33 995	29 869	5 981	25,0	-4 126	-12,1
Подключение к ТФОП	6 905	6 722	5 732	-1 173	-17,0	-990	-14,7
Частотные разрешения и прочие регистрационные сборы	72 568	124 716	121 280	48 712	67,1	-3 436	-2,8
ТО и ремонт оборудования	17 347	93 514	65 566	48 219	278,0	-27 948	-29,9
Тех.сопровождение биллинга	25 359	27 946	31 414	6 055	23,9	3 468	12,4
Аренда каналов связи и оборудования	62 948	57 008	61 617	-1 331	-2,1	4 608	8,1
Аренда площадей под базовые станции и коммутац.центры	91 327	131 041	131 906	40 579	44,4	865	0,7
Маржа лизинговых компаний	93 932	90 136	85 330	-8 601	-9,2	-4 806	-5,3
Страхование производ. имущества		5 141	4 527	4 527		-614	-11,9
Консультационные услуги по эксплуатац. деят-ти		3 734	3 449	3 449		-284	-7,6
Прочие эксплуатационные затраты	13 405	4 867	8 404	-5 001	-37,3	3 537	72,7

Наименование показателя	2005 год	2006 год		Отклонение (2006 г./2005 г.)		Отклонение 2006 г. (план/факт)	
	Факт	План	Факт	тыс.руб.	Прирост, %	тыс.руб.	Прирост, %
Амортизация переданного в лизинг оборудования группе компаний	157 206	150 766	108 311	-48 895	-31,1	-42 456	-28,2
Затраты по торговле картами группе компаний	50 374	28 473	10 377	-39 997	-79,4	-18 097	-63,6
КОММЕРЧЕСКИЕ ЗАТРАТЫ, в т.ч.:	463 258	458 718	409 989	-53 269	-11,5	-48 728	-10,6
Расходы на оплату труда (коммерч.перс.)	58 981	70 210	61 908	2 927	5,0	-8 301	-11,8
Отчисления от ФОТ	12 611	16 506	13 083	472	3,7	-3 423	-20,7
Реклама	95 071	103 595	91 284	-3787	-4,0	-12 311	-11,9
Услуги дилеров	207 186	184 587	173 661	-33 525	-16,2	-10 925	-5,9
УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ЗАТРАТЫ, в т.ч.	321 666	350 553	351 385	29719	9,2	832	0,2
Расходы на оплату труда (упр.перс.)	144 260	133 002	157 861	13601	9,4	24 859	18,7
Отчисления от ФОТ	24 668	28 610	25 601	933	3,8	-3 009	-10,5
Подбор кадров и обучение персонала	4 338	3 183	5 776	1 439	33,2	2 594	81,5
Охрана труда	1 021	1 566	1 103	81	7,9	-464	-29,6
Командировочные расходы	8 224	8 641	12 460	4 236	51,5	3 819	44,2
Представительские расходы	478	774	394	-84	-17,6	-380	-49,1
Консультационные управленческие услуги	34 791	17 064	4 161	-30 630	-88,0	-12 903	-75,6

Наименование показателя	2005 год	2006 год		Отклонение (2006 г./2005 г.)		Отклонение 2006 г. (план/факт)	
	Факт	План	Факт	тыс.руб.	Прирост, %	тыс.руб.	Прирост, %
Охрана и безопасность	6 244	6 668	5 903	-341	-5,5	-765	-11,5
Услуги связи (офисной)	4 586	2 609	2 042	-2 544	-55,5	-567	-21,7
Канцелярские расходы	1 921	1 838	1 764	-157	-8,2	-75	-4,1
Литература и подписка	405	609	521	116	28,7	-88	-14,4
Почтовые расходы	676	955	819	143	21,1	-136	-14,3
Содержание транспорта	9 112	10 716	11 459	2 347	25,8	743	6,9
Налоги (включаемые в себестоимость)	370	28	470	100	26,9	441	1559,6
Текущий ремонт помещений	3 274	947	1 336	-1 938	-59,2	389	41,1
Аренда (общехозяйственная)	44 103	68 029	70 170	26 067	59,1	2 141	3,1
ТО и ремонт компьютеров и оргтех.	9 324	4 135	3 749	-5 575	-59,8	-387	-9,4
Коммунальные услуги	8 397	6 809	5 875	-2 522	-30,0	-935	-13,7
Страхование трансп.средств	1 432	2 011	1 707	275	19,2	-304	-15,1
Страхование жизни	125	291	242	117	93,2	-49	-17,0
Медицинское страхование	2 421	3 630	3 935	1 514	62,5	305	8,4
Страхование производ.имущества	2 581	179	31	-2 550	-98,8	-148	-82,7
Мебель и офисное оборудование (до 10 тыс.руб.)	2 664	2 376	1 491	-1 173	-44,0	-884	-37,2

Наименование показателя	2005 год	2006 год		Отклонение (2006 г./2005 г.)		Отклонение 2006 г. (план/факт)	
	Факт	План	Факт	тыс.руб.	Прирост, %	тыс.руб.	Прирост, %
Оргтехника, компьютеры (до 10 тыс.руб.)	1 322	1 374	854	-468	-35,4	-519	-37,8
Прочие управленческие расходы (хоз.расходы, трансп.расходы и т.д.)	4 928	3 876	3 117	-1 811	-36,8	-759	-19,6
Амортизация	423 332	494 947	504 600	81 268	19,2	9 653	2,0
ВНЕРЕАЛИЗАЦИОННЫЕ ДОХОДЫ	2 669 200	799 106	2 878 852	209 652	7,9	2 079 746	260,3
Участие в деятельности других организаций (дивиденды)	42 583	80 000	136 064	93 481	219,5	56 064	70,1
Доходы от реализации ОС и ТМЦ	26 638	355 200	584 426	557 788	2 094,0	229 226	64,5
Прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году	60 673	0	23 198	-37 475	-61,8	23 198	
Прочие доходы	1 256 653	329 201	1 803 899	547 246	43,5	1 474 698	448,0
ВНЕРЕАЛИЗАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ	2 607 327	1 031 994	3 036 413	429 087	16,5	2 004 420	194,2
Расходы по штрафам, пеням и т.д.	5 154	738	1 616	-3 537	-68,6	879	119,2
% за кредит	569 425	626 735	629 329	59 904	10,5	2 593	0,4
Расходы по обслуживанию ценных бумаг	11 538	17 827	23 203	11 665	101,1	5 376	30,2
Расходы от реализации ОС и ТМЦ	31 711	255 000	273 957	242 246	763,9	18 957	7,4

Наименование показателя	2005 год	2006 год		Отклонение (2006 г./2005 г.)		Отклонение 2006 г. (план/факт)	
	Факт	План	Факт	тыс.руб.	Прирост, %	тыс.руб.	Прирост, %
Услуги банка	5 166	5 166	5 027	-139	-2,7	-139	-2,7
Налоги	30 965	37 977	46 861	15 895	51,3	8 884	23,4
Благотворительность и спонсорство	1 363	1 766	1 333	-30	-2,2	-433	-24,5
Прочие непроизводственные расходы	7 231	0	130	-7 101	-98,2	130	
Социальные программы	4 689	7 377	4 803	114	2,4	-2 573	-34,9
Погашение убытков прошлых лет	58 343	1 043	113 802	55 459	95,1	112 759	10811,0
Резерв по сомнительным долгам	21 036	24 911	26 942	5 906	28,1	2 031	8,2
Прочие внереализационные расходы	650 382	50 455	1 752 318	1 101 936	169,4	1 701 863	3373,0

Таблица 66 – Результаты финансово-хозяйственной деятельности

Показатель	2005 г.	2006 г.	Отклонение, %
Выручка от реализации (без НДС)	2 485 404	2 934 486	18,1%
Расходы от обычной деятельности	2 478 918	2 717 539	9,6%
Прибыль (убыток) от реализации	6 486	216 947	3244,9%
Прочие доходы	2 669 738	2 811 001	5,3%
Прочие расходы	2 607 849	2 968 562	13,8%
Прибыль (убыток) до налогообложения	68 375	59 386	-13,1%
Налог на прибыль	0	19 941	-
Чистая прибыль (убыток)	153 895	28 090	-81,7%

Таблица 67 – Движение денежных средств

Показатель	Ед. изм.	2005 г.	2006 г.
Сальдо на начало периода	тыс. руб.	36 888	17 281
Приток денежных средств	тыс. руб.	6 123 270	7 402 758
Отток денежных средств	тыс. руб.	6 142 877	7 374 461
Сальдо на конец периода	тыс. руб.	17 281	45 578

Таблица 68 – Капитальные вложения

Наименование показателя	2005 г.	2006 г.	Отклонение, тыс. руб.	Темп прироста, %
Инвестиции в объекты недвижимости	23 955	404	-23 552	-98,3%

Наименование показателя	2005 г.	2006 г.	Отклонение, тыс. руб.	Темп прироста, %
Оборудование для офиса	13 439	10 914	-2 524	-18,8%
Транспортные средства	10 561	1 860	-8 701	-82,4%
Производственное оборудование	971 975	653 445	-318 531	-32,8%
Строительство сети	253 585	98 669	-154 916	-61,1%
Строительство офиса	10 349	2 144	-8 205	-79,3%

**Приложение 2 – Расшифровка дебиторской и
кредиторской задолженности ЗАО «СМАРТС» на
31.12.2006 г.**

Таблица 69 – Дебиторская задолженность

Содержание	Сумма, руб.
Инвест-К ООО	504 733 699
Телеком Евразия ООО	243 725 367
Пенза GSM ЗАО	74 812 259
ГазНефтьРесурс ЗАО	56 797 916
Волгоград GSM ЗАО	56 364 781
Шупашкар GSM ЗАО	55 260 093
Астрахань GSM ЗАО	41 463 358
Смартс-Тольятти	35 958 275
Ярославль GSM ЗАО	34 381 768
Роуминг зарубежный	21 652 806
Инфо-Телеком ЗАО	18 218 143
Мобильные ТелеСистемы	15 670 417
МСС- Поволжье»ОАО	15 330 467
ВолгаТелеком ОАО	14 369 239
УФК по г.Москве	10 417 245
Прочие	267 196 936
Итого:	1 466 352 769

Таблица 70 – Кредиторская задолженность

Содержание	Сумма, руб.
Абоненты	156 169 675
Роуминг Зарубежный	71 295 430
Беркут ООО НПФ	65 221 731
Сименс ООО	63 615 705
МТС ОАО	42 821 548
ВымпелКом ОАО	39 897 339
Алкатель ЗАО	32 342 807
МегаФон»Северо-Западный GSM	23 185 117
МСС- Поволжье»ОАО	17 658 927
Вымпел-Коммуникации ОАО	15 590 261
Телекор-Т ООО	9 859 113
Comverse Ltd.	8 758 461
УниверТехСтрой ООО	8 689 262
Инфо-Телеком ЗАО	8 466 537
Евросеть	7 401 758
Прочие	272 213 279
Итого:	843 186 951

**Приложение 3 – Годовая бухгалтерская отчетность ЗАО
«СМАРТС»**

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

на 31 декабря 200 6 г.

Организация Закрытое акционерное общество "СМАРТС"
 Идентификационный номер налогоплательщика _____
 Вид деятельности Услуги связи
 Организационно-правовая форма/форма собственности ЗАО
иная смешанная российская собственность
 Единица измерения: тыс. руб.
 Местонахождение (адрес) 443013, г.Самара, ул.Дачная, 2, корп.2

КОДЫ		
0710001		
2006	12	31
11001379		
6311008571		
64.20.1		
67	49	
384		

Рис/02.04.07


Дата утверждения _____
 Дата отправки (принятия) _____

02.04.2007

ул. Фрунзе, 124 «А» г. Самара, 443010			
АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного года
Федеральная налоговая служба	2	3	4
Исключенная инспекция Федеральной налоговой службы по Самарской области			
Нематериальные активы	110	1 683	1 508
Оценочная стоимость нематериальных активов	120	1 701 207	2 032 583
Оценочная стоимость нематериальных активов в том числе:			
основные средства, сданные в аренду	121	11 707	296
основные средства, полученные в лизинг	122	195 504	141 482
Вложения во внеоборотные активы, в том числе	130	2 113 346	1 583 087
строительство объектов основных средств	131	39 931	53 568
монтаж и приобретение отдельных объектов основных средств	132	1 791 030	1 314 626
оборудование, полученное в лизинг	133	282 385	214 893
Доходные вложения в материальные ценности, в т.ч.:	135	190 298	308 184
имущество, переданное в лизинг	137	190 298	286 850
Долгосрочные финансовые вложения	140	932 390	1 556 279
вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций, в т.ч.:	141	925 890	1 549 779
дочерних предприятий		912 160	1 542 833
зависимых предприятий		13 678	6 894
долговые ценные бумаги (облигации, векселя)	142	6 500	6 500
Отложенные налоговые активы	145	137 216	128 072
Прочие внеоборотные активы	150	68 128	48 208
ИТОГО по разделу I	190	5 144 268	5 657 921
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	88 390	65 600
в том числе:			
материалы и другие аналогичные ценности	211	69 071	49 792
товары для перепродажи	213	398	284
расходы будущих периодов, в т.ч.:	215	14 645	15 500
прочие запасы и затраты	216	4 276	24
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	130 095	48 586
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты), в т.ч.:	240	1 944 765	1 466 352
покупатели и заказчики	241	193 783	358 340
авансы выданные	242	86 925	82 165
прочая	243	1 664 057	1 025 847
Краткосрочные финансовые вложения	250	1 734	307 364
Денежные средства	260	17 281	45 578
Прочие оборотные активы	270	4 000	4 081
ИТОГО по разделу II	290	2 186 265	1 937 561
БАЛАНС	300	7 330 533	7 595 482

Форма 0710001 с. 2

ПАССИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного года
1	2	3	3
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	600 000	600 000
Добавочный капитал	420	8 075	8 075
Резервный капитал	430	7 695	1 405
в том числе:			
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	7 695	1 405
Нераспредел.прибыль (убыток) отчетного года	470	-	26 685
Нераспредел.прибыль (убыток) прошлых лет	471	536 682	552 046
ИТОГО по разделу III	490	1 152 452	1 188 211
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	4 498 238	4 713 118
в рублях	511	1 534 684	1 178 863
в валюте	512	2 963 554	3 534 255
Отложенные налоговые обязательства	515	10 071	12 109
Прочие долгосрочные обязательства	520	288 428	237 145
ИТОГО по разделу IV	590	4 796 737	4 962 372
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты, в т.ч.:	610	747 232	600 311
в рублях	611	360 000	337 000
в валюте	612	387 232	263 311
Кредиторская задолженность	620	632 669	843 187
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	452 119	582 072
авансы полученные	622	133 118	158 706
задолженность перед персоналом организации	623	7 722	10 738
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	624	5 566	2 506
задолженность по налогам и сборам	625	13 188	49 115
прочие кредиторы	626	20 956	40 050
Доходы будущих периодов, в т.ч.:	640	103	61
Прочие краткосрочные обязательства	660	1 340	1 340
ИТОГО по разделу V	690	1 381 344	1 444 899
БАЛАНС			
Справка о наличии ценностей, учитываемых на			
Арендованные основные средства		46 536	15 583
в том числе по лизингу		44 471	14 965
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение		285	101 076
Товары, принятые на комиссию		3	5
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов		28 413	44 370
Обеспечения обязательств и платежей выданные		11 732 131	11 884 275
Износ жилищного фонда		39	-
Бланки строгой отчетности		1	1

Руководитель  **Грев А.В.**
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер  **Палаткина М.А.**
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 200 7 г.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

за _____ год 200 6 г.

Организация ЗАО "СМАРТС" по ОКПО
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН
 Вид деятельности Услуги связи по ОКВЭД
 Организационно-правовая форма/форма собственности ЗАО по ОКОПФ/ОКФС
иная смешанная российская собственность по ОКЕИ
 Единица измерения: тыс. руб.

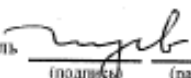
Форма № 2 по ОКУД
 Дата (год, месяц, число)

КОДЫ		
0710002		
2006	12	31
11001379		
6311008571		
64.20.1		
67	49	
384		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), в том числе	010	2 934 486	2 485 404
услуги связи	011	2 422 754	1 917 165
сдача имущества в лизинг (аренду)	012	327 094	298 432
прочая деятельность	013	184 638	269 807
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, в том числе	020	(2 061 810)	(1 857 175)
услуги связи	021	(1 849 443)	(1 627 186)
сдача имущества в лизинг (аренду)	022	(195 143)	(173 595)
прочая деятельность	023	(17 224)	(56 394)
Валовая прибыль	029	872 676	628 229
Коммерческие расходы	030	(260 487)	(300 155)
Управленческие расходы	040	(395 242)	(321 588)
Прибыль (убыток) от продаж	050	216 947	6 486
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	46 379	6 933
Проценты к уплате	070	(629 329)	(569 426)
Доходы от участия в других организациях	080	136 064	42 583
Прочие доходы	090	2 628 558	2 620 222
Прочие расходы	100	(2 339 233)	(2 038 423)
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	59 386	68 375
Отложенные налоговые активы отчетного периода	141	10 797	95 668
Отложенные налоговые активы предыдущего периода	141	(19 941)	(0)
Отложенные налоговые обязательства	142	(2 038)	(10 071)
Текущий налог на прибыль (текущий налоговый убыток)	150	(19 941)	(0)
Пени, штрафы по налогам	151	(173)	(77)
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (стр. 140 + стр. 141 - стр. 142 - стр. 150 - стр. 151 + стр. 152 - стр. 153)	190	28 090	153 895
СПРАВОЧНО			
Условный расход (доход) по налогу на прибыль	191	14 252	16 410
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	16 870	(102 007)
Базовая прибыль (убыток) на акцию	201	7,02	38,47
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	202	-	

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	210	26 348	1 273	10 159	976
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	22 615	114 070	48 552	67 910
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств	230	2 543	1 278	495	52
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	291 380	133 289	223 780	134 163
Отчисления в оценочные резервы	250	0	0	X	0
Списание дебиторских и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности	260	805	2 355	872	2 824

Руководитель  Гирев А.В.
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер  Палаткина М.А.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 200 7 г.

ОТЧЕТ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ КАПИТАЛА

за 200 6 г.

Организация Закрытое акционерное общество "СМАРТС" Форма № 3 по ОКУД
 Дата (год, месяц, число) _____ по ОКПО
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН _____
 Вид деятельности Услуги связи по ОКВЭД _____
 Организационно-правовая форма/форма собственности ЗАО по ОКОПФ/ОКФС _____
иная смешанная российская собственность по ОКЕИ _____
 Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ _____

КОДЫ		
0710003		
2006	12	31
11001379		
6311008571		
64.20.1		
67	49	
384		

I. Изменения капитала

Показатель		Уставный капитал	Добавочный капитал	Резервный капитал	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	Итого
наименование	код					
1	2	3	4	5	6	7
Остаток на 31 декабря года, предшествующего предыдущему 200 5 г. (предыдущий год)	010	600 000	8 075	-	378 526	986 601
Изменения в учетной политике	015	X	X	X	-	-
Результат от переоценки объектов основных средств	020	X		X	-	-
Остаток на 1 января предыдущего года	025	600 000	8 075	-	378 526	986 601
Результат от пересчета иностранных валют	030	X	-	X	X	-
Чистая прибыль	035	X	X	X	153 895	153 895
Дивиденды	040	X	X	X	(-)	(-)
Формирование фондов	041	X	X	X	(-)	(-)
Отчисления в резервный фонд	045	X	X	7 695	(7 695)	-
Прирост стоимости внеоборотных активов	046	X	-	X	-	-
Выбытие объектов основных средств	047	X	-	X	-	-
Погашение убытков	048	X	-	(-)	-	-
Увеличение величины капитала за счет:						
дополнительного выпуска акций	051	-	X	X	X	-
увеличения номинальной стоимости акций	052	-	-	X	-	-
эмиссионного дохода	053	X		X	X	-
реорганизации юридического лица	054	-	X	X	-	-
дополнительных взносов учредителей	055	-	X	X	X	-
Уменьшение величины капитала за счет:						
уменьшения номинала акций	061	(-)	X	X	X	(-)
уменьшения количества акций	062	(-)	X	X	X	(-)
реорганизации юридического лица	063	(-)	X	X	(-)	(-)
Погашение убытков		-	-	()		
Уточнение налога на прибыль за прошлые периоды	064	X	X	X	11 956	11 956
Остаток на 31 декабря предыдущего года	070	600 000	8 075	7 695	536 682	1 152 452

Форма 0710003 с. 2


1	2	3	4	5	6	7
2006 г. (отчетный год)						
Изменения в учетной политике	080	X	X	X	-	-
Результат от переоценки объектов основных средств	090	X		X	-	-
Остаток на 1 января отчетного года	100	600 000	8 075	7 695	536 682	1 152 452
Результат от пересчета иностранных валют	101	X		X	X	-
Чистая прибыль	102	X	X	X	28 090	28 090
Дивиденды	103	X	X	X	(-)	(-)
Отчисления в резервный фонд	110	X	X	1 404	(1 404)	-
Увеличение величины капитала за счет:						
дополнительного выпуска акций	121	-	X	X	X	-
увеличения номинальной стоимости акций	122	-	-	X	-	-
реорганизации юридического лица	123	-	X	X	-	-
Уменьшение величины капитала за счет:						
уменьшения номинала акций	131	(-)	-	X	X	(-)
уменьшения количества акций	132	(-)	X	X	X	(-)
реорганизации юридического лица	133	(-)	X	X	(-)	(-)
Погашение убытка	135	-	-	(7 695)	7 695	-
Уточнение налога на прибыль за прошлые периоды	136	X	X	X	7 669	7 669
Остаток на 31 декабря отчетного года	140	600 000	8 075	1 404	578 732	1 188 211

II. Резервы

Показатель		Остаток	Поступило	Использовано	Остаток
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Резервы, образованные в соответствии с законодательством:					
Резервный фонд					
(наименование резерва)					
данные предыдущего года	160	-	7 695	(7 695)	-
данные отчетного года	161	-	1 404	(-)	1 404

Справки

Показатель		Остаток на начало отчетного года	Остаток на конец отчетного периода
наименование	код		
1	2	3	4
1) Чистые активы	200	1 152 555	1 188 272

Руководитель  **Гирес А.В.**
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер  **Палаткина М.А.**
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 2007 г.

ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

за 200 6 г.

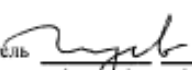
Форма № 4 по ОКУД
 Дата (год, месяц, число)
 Организация Закрытое акционерное общество "СМАРТС" по ОКПО
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН 6311008571
 Вид деятельности Услуги связи по ОКВЭД 64.20.1
 Организационно-правовая форма/форма собственности ЗАО
иная смешанная российская собственность по ОКОПФ/ОКФС
 Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ

КОДЫ		
0710004		
2006	12	31
11001379		
6311008571		
64.20.1		
67	49	
384		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
Остаток денежных средств и их эквивалентов на начало отчетного года	010	17 281	36 888
Движение денежных средств по операционной деятельности			
Средства, полученные		2 811 632	2 547 844
средства, полученные от покупателей, заказчиков	020	2 713 345	2 181 085
прочие доходы	030	98 287	366 759
Денежные средства, направленные:		(1 633 976)	(1 737 462)
на оплату приобретенных товаров, работ, услуг, сырья и иных оборотных активов	150	(923 267)	(1 158 472)
на оплату труда	160	(230 102)	(231 177)
на прочие выплаты и перечисления	161	(253 955)	(227 293)
платежи по социальному страхованию	162	(21 820)	(39 451)
налоги уплаченные	180	(204 832)	(81 069)
Возврат переплаченных налогов	181	173 932	99 185
Финансовая помощь полученная	182	-	108 000
Итого чистый приток денежных средств от операционной деятельности	200	1 351 588	1 017 567
Движение денежных средств по инвестиционной деятельности			
Поступления от продажи объектов основных средств и иных внеоборотных активов	210	60 346	4 699
Поступления от продажи ценных бумаг и иных финансовых вложений	220	154 503	194
Полученные дивиденды	230	84 565	71 467
Полученные проценты	240	1 649	58
Поступления от погашения займов, предоставленных другим организациям	250	625	300
Приобретение объектов основных средств, доходных вложений в материальные ценности и нематериальных активов	290	(566 761)	(1 225 477)
Приобретение ценных бумаг и иных финансовых вложений	300	(150 038)	(233 729)
Займы, предоставленные другим организациям	310	(266 601)	(40 085)
Итого чистый приток денежных средств от инвестиционной деятельности	340	(-681 712)	(-1 422 573)
Движение денежных средств по финансовой деятельности			
Поступления от займов, предоставленных другими организациями	360	695 000	285 000

Форма 0710004 с. 2

1	2	3	4
Поступления от кредитов, предоставленных другими организациями	361	3 420 506	3 006 523
Погашение полученных займов (основная сумма долга)	390	(547 000)	(414 837)
Погашение полученных кредитов (основная сумма долга)	391	(2 841 703)	(1 415 084)
Погашение облигационных займов (основная сумма долга)	392	(355 798)	(-)
Проценты выплаченные	170	(630 043)	(573 735)
Погашение собственных векселей	171	(6 073)	(-)
Прочие выплаты	172	(16 356)	(9 805)
Погашение обязательств по финансовой аренде	400	(360 112)	(492 663)
Итого чистый приток денежных средств от финансовой деятельности	410	-641 579	385 399
Чистое увеличение/(уменьшение) денежных средств и их эквивалентов	420	28 297	-19 607
Остаток денежных средств и их эквивалентов на конец отчетного периода	430	45 578	17 281

Руководитель  **Гирев А.В.**
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

 **Палаткина М.А.**
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 200 7 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ К БУХГАЛТЕРСКОМУ БАЛАНСУ

за 200 6 г.

		Форма № 5 по ОКУД		КОДЫ		
		Дата (год, месяц, число)		0710005		
Организация	Закрытое акционерное общество "СМАРТС"			2006	12	31
Идентификационный номер налогоплательщика		по ОКПО		11001379		
Вид деятельности	Услуги связи	ИНН		6311008571		
Организационно-правовая форма/форма собственности	ЗАО	по ОКВЭД		64.20.1		
	иная смешанная российская собственность	по ОКОПФ/ОКФС		67	49	
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ		384		

Нематериальные активы

Показатель		Наличие на начало отчетного года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец отчетного периода
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Объекты интеллектуальной собственности (исключительные права на результаты интеллектуальной собственности)	010	1 939	0	(0)	1 939
в том числе:					
у патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель	011	350	0	(0)	350
у правообладателя на программы ЭВМ, базы данных	012	278	0	(0)	278
у правообладателя на топологии интегральных микросхем	013	-	-	(-)	-
у владельца на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товаров	014	1 311	0	(0)	1 311
у патентообладателя на селекционные достижения	015	-	-	(-)	-
Организационные расходы	020	-	-	(-)	-
Деловая репутация организации	030	-	-	(-)	-
Прочие	040	-	-	(-)	-

Показатель		На начало отчетного года	На конец отчетного периода
наименование	код		
1	2	3	4
Амортизация нематериальных активов - всего	050	256	431
в том числе:			
полезная модель	051	37	55
программы ЭВМ, базы данных	052	17	24
товарные знаки	053	202	352

Основные средства

Показатель		Наличие на начало отчетного года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец отчетного периода
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Здания	061	70 563	47 387	(72 170)	45 780
Сооружения и передаточные устройства	062	42 585	25 851	(6 307)	62 129
Машины и оборудование, в том числе оборудование связи	063	2 795 162	965 752	(346 052)	3 414 862
Транспортные средства	064	2 367 334	692 471	(201 367)	2 858 438
Производственный и хозяйственный инвентарь	065	25 125	1 916	(15 854)	11 187
Другие виды основных средств	070	5 278	2 407	(328)	7 357
Земельные участки и объекты природопользования	080	4 784	321	(822)	4 283
Итого	100	9 300	19	(9 300)	19
		2 952 797	1 043 653	(450 833)	3 545 617

Форма 0710005 с. 2

Показатель		На начало отчетного	На конец отчетного
наименование	код	года	периода
1	2	3	4
Амортизация основных средств - всего	140	1 251 590	1 513 034
в том числе:			
зданий и сооружений	141	10 952	18 845
машин, оборудования, транспортных средств	142	1 237 021	1 488 191
других	143	3 617	5 998
Передано в аренду объектов основных средств - всего	145	20 067	296
в том числе:			
здания	146	-	-
сооружения	147	-	-
машины, оборудования, транспортных средств	148	20 067	-
других	149	-	-
Переведено объектов основных средств на консервацию	150	-	526
Получено объектов основных средств в аренду - всего	155	2 065	15 583
в том числе:			
зданий и сооружений	156	-	-
машин, оборудования, транспортных средств	157	2 065	15 456
других	158	-	127
Объекты недвижимости, принятые в эксплуатацию и находящиеся в процессе государственной регистрации	160	-	-
Справочно.	код	На начало отчетного	На начало
		года	предыдущего года
	2	3	4
	Результат от переоценки объектов основных средств:		
первоначальной (восстановительной) стоимости	170	-	-
амортизации	171	-	-
	172	-	-
Изменение стоимости объектов основных средств в результате достройки, дооборудования, реконструкции, частичной ликвидации	код	На начало отчетного	На начало отчетного
		года	периода
	2	3	4
	180	-	-

Доходные вложения в материальные ценности

Показатель		Наличие на начало	Поступило	Выбыло	Наличие на конец
наименование	код	отчетного года			отчетного периода
1	2	3	4	5	6
Имущество для передачи в лизинг	210	410 069	247 988	(62 275)	595 782
Прочие	230	-	-	(-)	-
Итого	240	410 069	247 988	(62 275)	595 782
	код	На начало	На конец		
		отчетного года	отчетного периода		
1	2	3	4		
Амортизация доходных вложений в материальные ценности	250	219 771	287 598		

Финансовые вложения					
Показатель		Долгосрочные		Краткосрочные	
		на начало отчетного года	на конец отчетного периода	на начало отчетного года	на конец отчетного периода
наименование	код	3	4	5	6
Вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций - всего	510	925 890	1 549 779	-	-
в том числе дочерних и зависимых хозяйственных обществ	511	925 838	1 549 817	-	-
Государственные и муниципальные ценные бумаги	515	-	-	-	-
Ценные бумаги других организаций - всего	520	6 500	6 500	-	0
в том числе долговые ценные бумаги (облигации, векселя)	521	6 500	6 500	-	0
Предоставленные займы	525	-	-	1 734	307 326
Депозитные вклады	530	-	-	-	-
Прочие	535	-	-	-	-
Итого	540	932 390	1 556 279	1 734	307 326
Из общей суммы финансовых вложений, имеющие текущую рыночную стоимость:					
Вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций - всего	550	-	-	-	-
в том числе дочерних и зависимых хозяйственных обществ	551	-	-	-	-
Государственные и муниципальные ценные бумаги	555	-	-	-	-
Ценные бумаги других организаций - всего	560	-	-	-	-
в том числе долговые ценные бумаги (облигации, векселя)	561	-	-	-	-
Прочие	565	-	-	-	-
Итого	570	-	-	-	-
Справочно.					
По финансовым вложениям, имеющим текущую рыночную стоимость, изменение стоимости в результате корректировки оценки	580	-	-	-	-
По долговым ценным бумагам разница между первоначальной стоимостью и номинальной стоимостью отнесена на финансовый результат отчетного периода	590	-	-	-	-

Дебиторская и кредиторская задолженность

Показатель		Остаток на начало отчетного года	Остаток на конец отчетного года
наименование	код		
1	2	3	4
Дебиторская задолженность:			
краткосрочная - всего	610	1 944 765	1 466 352
в том числе:			
расчеты с покупателями и заказчиками	611	193 783	358 340
авансы выданные	612	86 925	82 165
прочая	613	1 664 057	1 025 847
долгосрочная - всего	620	-	-
в том числе:			
расчеты с покупателями и заказчиками	621	-	-
авансы выданные	622	-	-
прочая	623	-	-
Итого	630	1 944 765	1 466 352
Кредиторская задолженность:			
краткосрочная - всего	640	1 379 901	1 300 498
в том числе:			
расчеты с поставщиками и подрядчиками	641	452 119	582 072
авансы полученные	642	133 118	15 706
расчеты по налогам и сборам	643	13 188	51 621
кредиты	644	522 232	377 311
займы	645	225 000	223 000
прочая	646	34 244	50 788
долгосрочная - всего	650	4 796 738	4 962 372
в том числе:			
кредиты	651	2 963 554	3 534 255
займы	652	1 534 684	1 178 863
прочая	653	288 429	237 145
отложенные налоговые обязательства	655	10 071	12 109
Итого	660	6 176 639	6 262 870

Расходы по обычным видам деятельности (по элементам затрат)

Показатель		За отчетный год	За предыдущий год
наименование	код		
1	2	3	4
Материальные затраты	710	982 990	863 567
Затраты на оплату труда	720	280 610	261 001
Отчисления на социальные нужды	730	51 047	38 164
Амортизация	740	612 786	580 538
Прочие затраты	750	790 106	735 648
Итого по элементам затрат	760	2 717 539	2 478 918
Изменение остатков (прирост [+], уменьшение [-]):			
незавершенного производства	765	-	-
расходов будущих периодов	766	-19 202	-5 315
резервов предстоящих расходов	767	-	-

Форма 0710005 с. 6

Обеспечения

Показатель		Остаток на начало отчетного года	Остаток на конец отчетного периода
наименование	код		
1	2	3	4
Полученные - всего	810	-	-
в том числе:			
векселя	811	-	-
Имущество, находящееся в залоге	820	-	-
из него:			
объекты основных средств	821	-	-
ценные бумаги и иные финансовые вложения	822	-	-
прочее	823	-	-
Выданные - всего	830	11 732 131	11 884 275
в том числе:			
векселя	831	-	-
Имущество, переданное в залог	840	10 730 781	11 669 562
из него:			
объекты основных средств	841	512 943	1 152 168
ценные бумаги и иные финансовые вложения	842	9 158 242	9 770 102
оборудование	843	1 059 596	747 292

Руководитель  Гирев А.В.
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер  Палаткина М.А.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 200 7 г.

Приложение 4 – Терминология, определения и примечания

СПС – сотовая подвижная связь.

ТПО – тарифный план обслуживания.

ТФОП – телефонная сеть общего пользования.

VAS – (Value Added Services) - дополнительные услуги.

УК – управляющая компания.

ССР – принцип «звонящий платит».

Количество коммерческих абонентов (КА) – количество абонентов, зарегистрированных на коммутаторе на конец периода за вычетом служебных и тестовых номеров, а также номеров гостевых роумеров.

Количество активных коммерческих абонентов (АКА) – общее количество действующих контрактов за вычетом абонентов, находящихся в заблокированном состоянии более двух полных календарных месяцев.

Среднее количество активных коммерческих абонентов – среднее арифметическое между количеством АКА на начало и количеством АКА на конец периода.

Количество заблокированных абонентов – количество КА, не имеющих возможности пользоваться ни одной услугой связи (телефония, передача данных) на конец периода.

Количество подключений за период (приток) – количество новых КА, подключенных к коммутатору за период.

Отток абонентов за период – количество абонентов, с которыми расторгнуты контракты (при этом абонент удален с коммутатора).

ЕВITDA – прибыль до уплаты налогов, расчетов по процентам, амортизационных отчислений и лизинговых платежей.

Маржа ЕВITDA – процент прибыли до уплаты налогов, расчетов по процентам, амортизационных отчислений и лизинговых платежей в выручке от реализации услуг.

ARPU – (Средний доход на одного абонента) рассчитывается за каждый месяц соответствующего периода делением объема выручки, полученной в данный период за предоставление услуг, включая выручку от роуминга абонентов, но исключая поступления за подключения и продажу телефонных аппаратов и аксессуаров, на среднее количество коммерческих абонентов в данном периоде

MOU – (Среднемесячная величина использования эфирного времени на одного абонента) рассчитывается за каждый месяц соответствующего периода путем деления общего числа эфирного времени по счетам за входящие и исходящие звонки в течении этого месяца (исключая роумеров) на среднее число активных абонентов за месяц.

SAC – (Величина затрат на привлечение абонента) рассчитывается путем деления затрат на привлечение абонентов на прирост абонентов за данный период времени.