

Формирование стратегических альянсов в российской телекоммуникационной индустрии

© 2010 И.Н. Корнеев

первый заместитель генерального директора

ОАО “Центр управления непрофильными активами атомной отрасли” (“ЦентрАтом”)

E-mail: OET2004@yandex.ru

А подобиі іаііііааіі, ÷оі структура построения стратегических альянсов и решение поставленных задач зависят от таких факторов, как степень объединения партнеров, национальные и технологические особенности рынка, экономическое развитие региона (или отдельной страны), востребованность (необходимость) предлагаемых услуг на данном рынке, уровень жизни (покупательной способности) жителей, направленность партнеров и т.д.

Ключевые слова: телекоммуникационная индустрия, стратегические альянсы.

Телекоммуникационная индустрия является в настоящее время одной из самых динамично развивающихся отраслей российской экономики. Вместе с тем она еще далека от того, чтобы исчерпать потенциал своего роста. Охват населения России услугами стационарной и мобильной связи, Интернетом, теле- и радиовещанием все еще значительно меньше, чем в других индустриальных странах. По большинству своих показателей отечественный телекоммуникационный рынок соответствует телекоммуникационным рынкам стран с переходной экономикой. На рисунке показано положение России среди стран с переходной экономикой по числу телефонных линий и количеству абонентов мобильной связи согласно данным ООН.

Аналогичная картина в других секторах телекоммуникационного рынка. Если динамика развития рынка телекоммуникаций останется без изменений, то для достижения нынешних показателей стран - членов ЕС потребуется от 5 до 20 лет и объем финансирования 55-60 млрд. долл. США¹.

Указанные параметры в значительной мере можно скорректировать в сторону уменьшения, если ускорить создание стратегических альянсов, которые являются катализатором мировой экономики. Степень объединения на телекоммуникационных рынках Западной Европы очень высока. У нас в стране, даже в самых динамично развивающихся сегментах телекоммуникационного рынка, степень объединения не превышает среднего значения.

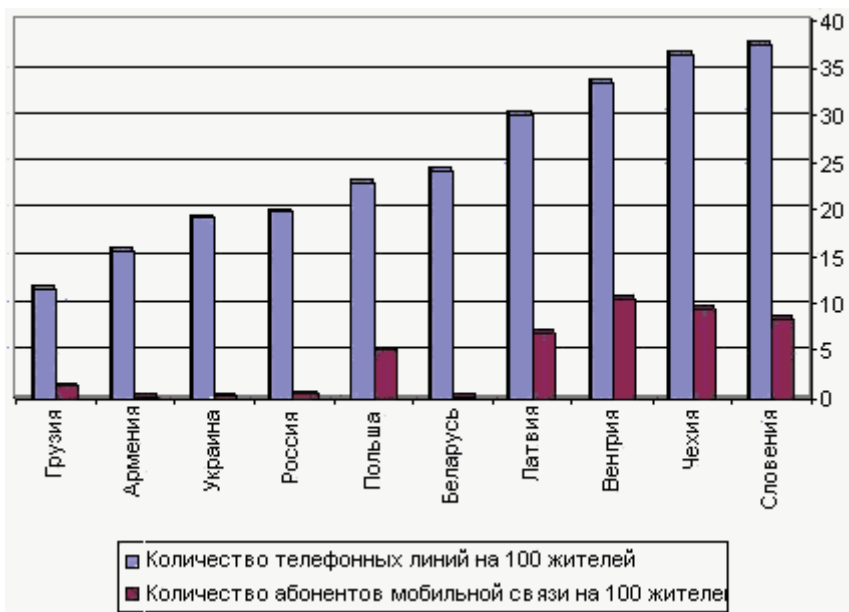


Рис. Число телефонных линий и количество абонентов мобильной связи стран с переходной экономикой

Источник. Доклад комиссии ЕС. 2009.

Развитие рынка невозможно без инвестиций. Объем и состав инвестиций является одним из основополагающих показателей любого рынка в любой части планеты. Однако инвесторы практически не участвуют в долгосрочных проектах, за исключением космической программы телекоммуникаций. Конечно, определенную роль в этом сыграл 1998 г., но в большей степени такая ситуация определяется некоторыми особенностями российского рынка телекоммуникаций. Рассмотрим их.

Выход на новые рынки рассматривается как стратегически важная и исключительно трудная проблема, которая требует приложения больших аналитических и управленческих усилий. Период 1990-х гг. был весьма благоприятным для развития международного сотрудничества и создания стратегических альянсов. Существовал явно выраженный интерес со стороны российских партнеров, обусловленный потребностями в новых, уже получивших широкое распространение за рубежом технологиях связи, в соответствующем современном оборудовании и, самое главное, в кредитах и инвестициях на их освоение. На создание стратегических альянсов работал и временной фактор, связанный с усилением в отрасли глобальной конкуренции. Многие крупнейшие телекоммуникационные компании проявляли интерес к российскому рынку. Каждая из них должна была учитывать реальную опасность того, что потенциальные конкуренты могли использовать открывающиеся возможности первыми и получить в результате важные конкурентные преимущества. Ситуация усугублялась исторически сложившейся высокой степенью монополизации российского рынка связи. Быстрому становлению и развитию новых форм объединения способствовали следующие факторы: отсутствие законодательной и нормативной базы, обязывающей новые компании участвовать в развитии неприбыльных сегментов рынка (в той или иной форме); отставание процесса приватизации базовых операторов, которые в то время являлись государственными предприятиями; бурный рост коммерческих структур, особенно в сырьевых районах, федеральных и региональных центрах, что требовало значительного расширения объемов и номенклатуры услуг связи; высокий уровень подготовки работников отрасли, способных быстро осваивать новые технологии связи и основы рыночной экономики; затоваренность западного рынка производства средств связи; ограничения по экспорту в отношении СССР, существовавшие в то время; ряд налоговых льгот для предприятий с уча-

стием иностранного капитала; явная ориентированность руководства страны на западные модели развития рыночных отношений; простота получения лицензий; личная заинтересованность высшего управленческого слоя отрасли и руководства предприятий связи на местах; свободные цены на новые услуги связи.

С другой стороны, существовали большие финансовые риски выхода на новый рынок, связанные с начальным этапом экономических реформ в России и непредсказуемостью их последствий в тот период времени. Реальный уровень этих рисков продемонстрировал финансовый кризис в августе 1998 г. Однако в подавляющем числе случаев крупнейшие телекоммуникационные компании сознательно шли на создание стратегических альянсов.

Таким образом, можно сделать вывод, что в 1990-е гг. сложились два встречных потока взаимовыгодных интересов российских и зарубежных компаний связи. Эти интересы представляла в той или иной степени неявно выраженная формула международного сотрудничества: технологии и инвестиции в обмен за доступ на новый перспективный рынок. В результате проведенного в июне 1999 г. анкетного опроса телекоммуникационных компаний России если не прямо, то, по меньшей мере, косвенно подтверждается вывод о важной роли международной технологической кооперации для развития российского рынка телекоммуникаций.

С целью укрепления своего положения на российском рынке телекоммуникаций зарубежные компании практиковали в 1990-е гг. широкий спектр различных форм организации сотрудничества с российскими предприятиями. Наиболее часто использовались следующие из них:

- создание новых совместных предприятий, формирование стратегических альянсов, слияний и поглощений;
- участие через инвестиционные компании и фонды в приватизации государственных предприятий связи на чековых аукционах и приобретение акций уже приватизированных предприятий на фондовом рынке;
- экспорт современного оборудования связи и предоставление товарных кредитов на эти цели;
- совместное выполнение работ по контрактам или субконтрактам;
- проведение совместных НИОКР с российскими организациями.

Выбор формы вхождения на российский рынок зависел во многих случаях от области коммерческих интересов зарубежных компаний.

Можно выделить пять таких областей, в которых шло наиболее интенсивное международное сотрудничество на российском рынке телекоммуникаций:

- развитие региональных сетей обычной телефонной связи;
- создание сетей мобильной связи;
- спутниковая связь;
- интернет и электронная коммерция;
- производство телекоммуникационного оборудования.

Рассмотрим некоторые примеры создания российскими телекоммуникационными компаниями международных стратегических альянсов. Так, в 1989 г. была учреждена компания “Комстар” в равных долях с английской компанией “GPT Limited” (сейчас она носит имя “Marconi Communication”) для оказания услуг в области телефонии, передачи данных, видеоконференций и Интернета. Вскоре ее клиентами стали многие банки, московские офисы транснациональных компаний, посольства, гостиницы, аэропорты и иные располагающиеся в Москве крупные платежеспособные организации. Другим ярким примером формирования альянсов в России можно назвать компанию “Комбелга”, учрежденную в 1991 г. МГТС и московской фирмой “Коминком” совместно с зарубежными компаниями Alcatel и Belgacom.

Одновременно с созданием совместных предприятий зарубежные инвесторы и телекоммуникационные компании активно участвовали в приватизации российских предприятий связи, а также покупали акции этих предприятий на вторичном фондовом рынке. До финансового кризиса в августе 1998 г. иностранные инвесторы обладали большими пакетами акций в уставном капитале большинства региональных операторов связи. Примером крупнейшей сделки была покупка за 1,875 млрд. долл. 25% + 1 акция холдинга “Связьинвест”, контролирующего 86 региональных операторов связи. Для этого был специально сформирован и зарегистрирован на Кипре консорциум российских и иностранных инвесторов “Мастком”. В него вошли “Онэксимбанк” (Россия), фонд Soros, Morgan Stanley Assets Management и Deutsche Morgan Grenfell. Доля иностранных инвесторов в зарегистрированном уставном капитале крупнейшего российского оператора дальней связи “Ростелеком” достигла в 1997 г. 24,64 % обыкновенных акций и 46,56 % привилегированных акций². Третьей широко практиковавшейся формой выхода зарубежных компаний на российский рынок регио-

нальных систем связи стал экспорт современного оборудования.

Сотрудничество в данной области осуществлялось как на основе предоставления долгосрочных товарных кредитов, так и на контрактной основе.

Развитие стратегических альянсов в России также можно наблюдать на примере становления мобильной связи. Менее 5 лет потребовалось для создания в Москве, Санкт-Петербурге, а затем и в других российских городах рынка мобильной связи на основе практически всех современных стандартов. К 2000 г. во всех регионах России уже насчитывалось в общей сложности около 200 больших и малых операторов сотовой связи.

Важным аспектом развития телекоммуникаций в России стало появление новой информационной технологии Интернета. Ее появление также привело к созданию ряда стратегических альянсов в этой области и создало в России новые виды деловой активности. Основным из них стало предоставление выхода в Сеть для конечных пользователей.

Суммируя все вышеперечисленное, отметим следующее. Реформы 1990-х гг. способствовали быстрому становлению и развитию новых форм интеграции на российском телекоммуникационном рынке. К основным факторам, ускорившим этот процесс, можно отнести следующие:

- несовершенство законодательной и нормативной базы;
- процесс приватизации государственных предприятий;
- бурный рост коммерческих структур;
- ряд налоговых льгот для предприятий с участием иностранного капитала;
- явная ориентированность руководства страны на западные модели развития рыночных отношений;
- простота получения лицензий;
- личная заинтересованность высшего управленческого слоя отрасли и руководства предприятий связи на местах;
- свободные цены на новые услуги связи.

Было создано несколько тысяч стратегических альянсов, в которых воплотилось практически все многообразие их возможных видов с различной степенью объединения и формами ведения совместной деятельности. Были разработаны программы, в том числе и долгосрочные, освоения телекоммуникационного рынка России. Анализ финансовых потоков показал, что на долгосрочные программы планировалось использо-

вать около 40% всех имеющихся ресурсов фирм и стратегических альянсов, они были разработаны практически для всех сегментов российского телекоммуникационного рынка.

Анализируя ситуацию на российском телекоммуникационном рынке в период с 2000 до 2010 г. по тем данным, которые публикуют как операторы, так и Минсвязи РФ, можно отметить следующее. Процесс образования стратегических альянсов будет проходить крайне медленно. Доля стратегических альянсов в общем объеме услуг в секторе телефонной связи не превысит 23-25%. Коэффициент эффективности использования рынка останется меньше 0,3, а степень интеграции изменится незначительно и составит величину 4-5%.

Структура построения стратегических альянсов и решение поставленных задач зависят от таких факторов, как степень объединения партнеров, национальные и технологические особенности рынка, экономическое развитие региона (или отдельной страны), востребованность (необходимость) предлагаемых услуг на данном рынке, уровень жизни (покупательной способности) жителей, направленность партнеров и т.д. В подавляющем большинстве случаев партнеры по кооперации, анализируя эти параметры, принимают решения о концентрации ресурсов для решения определенных задач. Как правило, эти решения субъективны (следовательно, в большинстве случаев ошибочны), и этим в большой степени можно объяснить низкий процент успешных стратегических альянсов на любом рынке мира. В основном он не превышает 17% от общего количества стратегических альянсов.

Наряду с субъективными факторами на формирование и функционирование стратегических альянсов оказывают влияние объективные составляющие, которые формируются независимо от участников рынка с помощью институтов власти.

Теория стратегических альянсов выступает как наиболее сложная и развитая форма научного знания о концепции кооперационных соглашений между компаниями. Другие формы научного знания - классификации, типологии, схемы, модели - могут эволюционно предшествовать теории, формируя базу для дальнейшего построения и развития. Вместе с тем они сосуществуют с теорией и, как показано в настоящей работе, входят в нее в качестве элементов и проявлений.

Наиболее актуальным представляется анализ всех возможных вариантов борьбы за лидерство

телекоммуникационных компаний в условиях глобализации. Конкурентная привлекательность альянсов состоит в синергетическом эффекте, достигаемом за счет объединения технологий, знаний и ресурсов участников. Поэтому представляют интерес изучение опыта построения стратегических альянсов, оценка их влияния на развитие современной экономики, рассмотрение конкретных шагов по использованию накопленного опыта в российской экономике.

Пример слияний и поглощений в России может быть представлен событиями, происходящими в телекоммуникационном секторе в ноябре-декабре 2003 г. Российский рынок телекоммуникаций вступает в новую фазу развития. С одной стороны, в соответствии с новым законом "О связи", по идее, конкуренция между компаниями только приветствуется, а роль государства будет только сокращаться. С другой стороны, 2003 г. в телекоммуникационной отрасли стал годом слияний и поглощений. В ноябре 2003 г. АФК "Система" приобрела в собственность 50% акций одного из ведущих российских операторов "Комстар", а уже в декабре купила и половину акций "Скайлинк". Кроме того, в декабре 2003 г. была завершена сделка по слиянию компаний Golden Telecom и "Комбеллга". Образованная в результате компания стала крупнейшим оператором как на московском, так и на российском рынке. В Москве "Комбеллга" раньше многих конкурентов начала заниматься обслуживанием среднего бизнеса, а кроме того, госучреждений и посольств. К тому же в регионах "Комбеллга" имеет развитые сети, что важно для Golden Telecom, которая связывает свое дальнейшее развитие с региональными проектами.

Исследуя закономерности развития мировых телекоммуникационных рынков современной экономики и оценивая влияние стратегических альянсов на динамику их развития, можно отметить следующее. Процесс по образованию стратегических альянсов происходит только при выполнении следующих условий:

- необходимые для общества объем и спектр услуг превышают предложения операторов;
- количество инвестиций больше, чем объем их освоения;
- количество участников данного рынка не может быть увеличено по разным причинам.

При достижении степени объединения в 8-10%, наряду со стремительным ростом количества стратегических альянсов, происходят качественные изменения на рынке³. Это отражается в значительном увеличении объема и спектра

предлагаемых услуг, изменении ценовой политики и использовании новых технологий для удовлетворения потребностей рынка. Дальше процесс идет по нарастающей, причем стратегические альянсы доминируют на рынке и получают львиную долю прибыли.

Из всех признаков образования стратегических альянсов на территории России выполняются только два: объем и спектр необходимых обществу услуг значительно превышают предложение (особенно это касается провинции) и количество участников телекоммуникационного рынка практически не меняется. Третье необходимое условие не выполняется: объем инвестиций явно недостаточен для ускорения динамики развития рынка. В пользу данного вывода свидетельствуют и результаты анализа финансовой деятельности существующих стратегических аль-

янсов на рынке телекоммуникаций России. Это подтверждают и зарубежные эксперты, говоря о наличии значительных технологических, людских и иных ресурсов и нехватке инвестиций. В данной связи одним из приоритетных направлений государственной политики является изменение инвестиционной политики как внутри государства, так и для внешних инвесторов. Кроме того, в настоящее время сложились благоприятные условия для использования зарубежных инвестиций на льготных условиях.

¹ Доклад комиссии ЕС. 2009.

² World Economic Outlook. A Survey by the Staff of the International Monetary Fund. October 2008. Wash., 2008.

³ Porter M. The Competitive Advantage of Nations. N.Y., 1990.

Поступила в редакцию 06.02.2010 г.