

Элдар Разроев:

«В любом сегменте массового рынка важно избегать монополии»

Российский рынок сотовых телефонов — один из самых динамичных сегментов отечественного «электронного» рынка. Показатели его роста уже побили все рекорды. В то же время данный рынок — один из самых непростых, причем как с точки зрения продукта, так и с точки зрения технологий ведения бизнеса. О российском рынке сотовых телефонов: его настоящем и будущем, актуальных проблемах, взаимоотношениях между основными участниками — рассказал Элдар Разроев, президент компании «Евросеть», крупнейшей российской специализированной торговой сети.

— Как вы оцениваете текущую ситуацию на российском рынке сотовых телефонов в целом?

— Из стадии бурного роста мы постепенно переходим в стадию стабилизации рынка, и, на мой взгляд, это его самая главная характеристика. Кроме того, важным и знаковым этапом стал августовский кризис, который, с одной стороны, сделал рынок более прозрачным и цивилизованным, но с другой — немного его «подморозил»; однако в целом развитие рынка я оцениваю позитивно.

— Какова ваша оценка сегодняшней позиции таможи в сегменте мобильной техники?

— Мы видим, что, к сожалению, в таможе по-прежнему существуют «дыры», прежде всего на Севе-

ро-Западе. В то же время с ФТС у нас достигнут, как мне кажется, достаточно высокий уровень понимания происходящего, поэтому я рассчитываю, что в ходе нашей совместной работы каналы нелегальных поставок сотовых телефонов будут перекрыты полностью.

Однако сегодня для нас сложилась достаточно сложная ситуация. Дело в том, что мы как крупная компания не можем себе позволить работать вне существующих в нашей стране правил, которые нам объявляют представители уполномоченных органов. Соответственно, мы не можем себе позволить заниматься контрабандой, хотя при этом видим, что, к сожалению, неподконтрольные поставки по-прежнему существуют.

Но все-таки, как я уже говорил, мы совместно с ФТС принимаем определенные действия, в частности, нами был инициирован запрос со стороны ФТС в адрес ведущих вендеров относительно поставок российским компаниям телефонов, и по его результатам ФТС может сделать однозначные выводы. Один из них — еще остались компании, занимающиеся нелегальными поставками, а в случае, если тот или иной вендер ведет себя неправильно, становится понятно, какой именно вендер такие поставки «прикрывает». В свою очередь, мы обязуемся проинформировать об этом широкую общественность, не стесняясь назвать ни первых, ни вторых.

— Вследствие событий, связанных с таможенным кризисом, возникают ли какие-либо трения между российскими сетями и иностранными поставщиками?

— Не думаю, что у кого-то возникают такие трения. Мы же фактически в одной лодке, и все компании заинтересованы в прозрачности и прогнозируемости рынка, соответ-



венно, ведущие игроки хотели бы как минимум равных условий. Все здравомыслящие компании понимают, что если кто-то сегодня получает какие-то особые условия, а значит, и определенную выгоду, то завтра эта выгода может оказаться «троянским конем», поэтому крупные компании не хотят рисковать ни своей репутацией, ни тем более своей экономикой. И это касается как дистрибьюторов, так и вендеров.

Первое февраля было всеми признано как точка отсчета новых условий поставок в Россию. Это означает в том числе и то, что на сегодняшний момент телефоны, предназначенные для России, не могут попасть в нашу страну иначе, как через аэропорт «Шереметьево». Если кто-то из компаний нарушит принципы, под которыми сами же и подписались, это будет очень серьезным ударом по их репутации. Думаю, что крупные компании на это не пойдут.

— Как, на ваш взгляд, будет развиваться процесс легализации рынка?

— Мне кажется, что процесс легализации запущен в стране не ради «пиара» или «кампанейщины», уверен, что это — системная работа. Но, конечно, серьезные изменения не произойдут за один день. Хотя, скажу честно, начавшиеся процессы явились серьезным испытанием для экономики нашей компании, и если мы увидим, что происходит «откат назад», то, естественно, не станем их поддерживать. Каждый игрок рынка найдет иные безопасные пути приобретения телефонов на тех же условиях, что и

другие компании. Если говорить о нашей сети, то мы всегда играем по тем правилам, которые существуют на рынке. При этом мы никогда не занимались и не будем заниматься контрабандой.

— Какова на сегодняшний день расстановка сил на рынке сотовых телефонов среди специализированных сетей, торгующих мобильной техникой, какова специфика взаимоотношений между ними и как, на ваш взгляд, будет изменяться характер работы специализированных ритейлеров и их позиционирование в будущем?

— Сегодня никто из наших коллег не ставит под сомнение лидерство «Евросети» на рынке сотовых телефонов. В то же время нас несколько разочаровывает снижение темпов роста «Связного», ведь нам совсем не хочется быть на этом поле своего рода «одиноким колонной». Нам нужны сильные системные партнеры по рынку, при их наличии рынок становится более прогнозируемым, цивилизованным, сбалансированным. В любом сегменте массового рынка важно избегать монополии. Это важно и полезно не только для потребителя, что очевидно, но и для самих участников рынка — тогда их бизнес будет застрахован от застоя и деграда-



ции. Монополия дает хороший результат только на коротком отрезке времени. Компания, занявшая монопольное положение на рынке, через какое-то время теряет форму, и на нее начинают валиться всевозможные беды и несчастья. Напра-

шивается аналогия со спортсменом, пытающимся улучшить свои результаты на беговой дорожке в одиночестве: вроде бы результаты хорошие, но когда появляется соперник, то оказывается, что можно бежать быстрее!

В плане многообразия услуг, мне кажется, наши коллеги по рынку поняли, что данный бизнес должен быть диверсифицирован. Первый шаг — это расширение номенклатуры предлагаемой продукции, от продажи только сотовых телефонов компании переходят к реализации других товаров — фотоаппаратов, плееров, другой цифровой карманной электроники. Второй шаг — это продажа услуг. Многие из наших коллег (например, тот же «Связной») всерьез занялись продажей контента. Третий шаг, как мне кажется, — это переход от одноразовых клиентских отношений к выстраиванию долгосрочных. И одним из элементов развития по такому пути может стать создание виртуальных операторов. Похоже, кроме нас и другие участники рынка понимают, что надо двигаться именно в этом направлении, но здесь есть определенные препятствия, как законодательные, так и психологические. Это непростой путь, он требует долговременной, большой и кропотливой работы.

Интервью:
Александр Гудко

