

ИНДИКАТОРЫ

17.07.2007

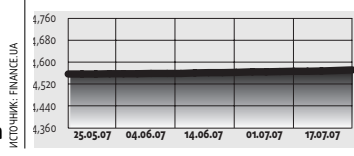
Официальный курс валют

€	\$
695,94	505,0
за EUR 100	за \$100

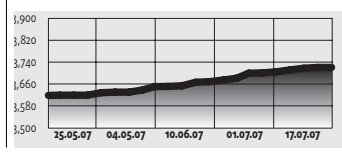
Курсы продажи-покупки наличной валюты в Киеве

USD	EUR	RUR	
5,006	6,875	0,191	покупка
5,032	6,960	0,198	продажа

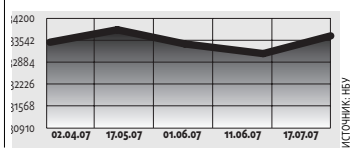
Цены на бензин А-95 в Украине (грн/литр)



Цены на дизтопливо в Украине (грн/литр)



Цены на золото в Украине (грн/10 унций)



life:) решил привлечь клиентов мороженым
Охлаждение рынка

В то время как гиганты мобильной связи чистят ряды своих абонентов, оставляя только самых прибыльных, «малыши» продолжают гонку за клиентом. Из-за насыщения рынка, удается им это все сложнее. Поэтому способы привлечения становятся все более неординарными

Виталий Жданов, «24»

С начала недели в продаже появилось мороженое life:), выпущенное одноименным оператором мобильной связи. Красно-белая пачка в фирменных цветах оператора за 2 грн обещает не только глазированное в шоколаде эскимо, но еще и бонус – 5 грн для пополнения счета. Получить их можно, отправив на специальный номер специальный SMS-код, запечатанный в обертку. Пополнить счет смогут 1 млн. человек. Именно столько пачек мороженого обещает произвести для life:) фабрика мороженого «Троянда». «С точки зрения роста знания

бренда, акция наверняка будет иметь положительные результаты», – говорит менеджер департамента по связям с общественностью компании «Астелит» (владелец ТМ life:) Надежда Лубнина. По данным июньского исследования компании AC&M в Украине, сейчас 51,2 млн. пользователей мобильной связи – это почти на 8% больше чем население страны. Темпы роста абонентских баз давно замедлились. «Путем простого увеличения продаж и стандартными методами не достигается необходимый эффект. Поэтому прибегают к более новым и интересным методам», – объясняет аналитик консалтинговой компании и PRO-Consulting Александр Соколов. Похожими методами абонентскую базу увеличивали и другие операторы. 9 июля закончилась акция Jeans и McDonald's, в которой покупатели получали стартовый пакет Jeans, необходимый для участия в розыгрыше призов. Насколько это помогло бизнесу «МТС-Украина» (ранее UMC), пока неизвестно, но оператор уже отказался от подобной наращивания абонентской базы. Как заявил директор по маркетингу компании Василий Лацанич, МТС будет больше сосредотачиваться на доходности с абонента.

Лидеры рынка – «Киевстар» и UMC, давно могут похвастаться многомиллионными абонентскими базами. По данным июньского исследования AC&M, у «Киевстар» 22,2 млн. абонентов, а у UMC – 19,8 млн. Это позволяет им списывать долго «молчащих» абонентов, аннулируя их SIM-карты. life:) с 6,28 млн. и Украинская радиосвязь (ТМ Beeline) – 2,66 млн. такого пока себе позволить не могут, поэтому и пытаются всеми силами привлечь абонентов, снижая

2-гривневая пачка мороженого от life:) обещает еще и пополнение счета на 5 грн



стоимость звонков и ввода бесчисленные бонусы. Подобная раздача денег увеличивает не только численность номинальных абонентов, но и себестоимость услуг, утверждают специалисты. «Крупнейшие участники рынка не считают нужным этим заниматься. Их теперь интересует только прибыльность бизнеса», – говорит аналитик компании Netton Роман Химич. Поэтому большие компании сосредоточатся на программах лояльности. Одной из них будет новая акция Dj Juice «Экстра карт» от компании «Киевстар», по которой в ряде магазинов, кинотеатров можно получать скидки. life:), которому нужно увеличивать абонентскую базу, будет продолжать подобные акции, утверждают специалисты. «До конца сезона будет действовать эта, а потом появятся новые», – прогнозирует Соколов из PRO-Consulting.

Колонка Анатолия Ходоровского



Гастарбайтерская экономика

Недавно один российский политик, фамилию которого не хочется популяризировать, высказался в том духе, что понаехали в Россию гастарбайтеры, вывозят из страны кровные нефтяные доллары и это безобразия пора прекратить. Тем временем Банк России опубликовал данные об объеме трансграничных операций в 2006 г. Согласно им, физические лица отправили из России \$18,8 млрд. против \$12,5 млрд. в 2005 г. Впечатляющий рост в 50% налицо. Но так ли это плохо? Во дворе московского дома, где я живу, в последнее время стало чисто, впервые за долгие годы. Убирают его несколько дворников-выходцев из Киргизии. Бюджет этой страны с населением почти 5,3 млн. человек составляет около \$500 млн., а из России, согласно официальным данным, за последние четыре календарных квартала туда было перечислено \$535 млн. В еще более нищий Таджикистан (население – около 7 млн. человек, доходы бюджета – \$527 млн.) отправляют деньги дорожные рабочие, недавно за неделю заасфальтировавшие дорожки у дома моих родителей в Петербурге. В эту страну из России по официальным каналам ушло за год почти \$1,1 млрд. Этот ряд бытовых примеров можно дополнять практически бесконечно: дорожные рабочие из Армении, строители из Молдавии, инженеры-проектировщики из Украины (честное слово, знаю и таких). Кстати, из России в Украину физические лица перечислили за год почти \$1,4 млрд., не так уж и много, по сравнению со среднеазиатскими странами. Многомиллионная армия гастарбайтеров создает исчисляемый в рублях главный экономический показатель любой страны – валовый внутренний продукт. Причем, не Киргизии, Таджикистана и Украины, а России. Ведь ВВП, по своему определению, рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг (то есть предназначенных для непосредственного употребления), произведенных за год во всех отраслях экономики на территории государства, вне зависимости от национальной принадлежности использованных производств. Заработанные трудовыми мигрантами рубли формируют ВВП страны и, в любом случае, остаются в российской экономике, а вывозятся из страны доллары, приходящие в нее за нефть и газ. Причем не для кого не секрет, что зарплата выходцев из СНГ, большая часть которой отправляется на их родину, явно ниже их реального вклада в экономику. Т. е. с сугубо экономической точки зрения, никаких потерь и безобразий, о которых говорят политики и чиновники, нет, а их деятельность экономически эффективна и полезна.

Армия гастарбайтеров создает главный экономический показатель любой страны – ВВП

Автор – публицист, Москва

Проверки ГАИ стимулируют продажи полисов автострахования в Интернете

Опасаясь штрафов

Ярослава Солонская, Леся Войтыцкая, «24»

Начало проверок Госавтоинспекцией с 1 августа полисов обязательного страхования гражданской ответственности (ОСАГО), активизировало их продажи в Интернете. «Стоило показать по телевизору новость украинцу о том, что ГАИ будет проверять наличие страховок с 1 августа, как участились продажи полисов ОСАГО. Если раньше с помощью интернет-магазина мы продавали в среднем 1 полис ОСАГО в день, то сейчас – 10», – рассказывает вице-президент СК «Аска» Елена Машаро. Пока только компания г-жи Машаро и еще двух страховщиков – «Росно» и «VAB – страхование» имеют свои интернет-магазины.



Продажи страховок в Интернете выросли в 10 раз, после объявления даты проверок ГАИ

Однако, в преддверие массовых проверок на дороге, продавать полисы ОСАГО начали даже непрофильные интернет-ресурсы. В начале недели компания, специализирующаяся на интернет-платежах, Portmone.com запустила рекламную кампанию по продаже авто страховки через Интернет. «Сейчас мы рекламируем этот продукт потому, что это стало очень востребованным и скоро будет контролироваться ГАИ», – говорит директор ресурса Игорь Горин. Portmone.com продает полисы ОСАГО трех страховых компаний – «Европейский страховой альянс», «Нова» и «Универсальная» – уже почти месяц. Однако активное продвижение этой услуги началось только после заявлений ГАИ о начале проверок. «До 1 августа осталось мало времени, и мы

напоминаем клиентам, что они могут сделать заказ», – заботится PR менеджер Portmone.com Александр Ворошило. Полисы ОСАГО обязательны во всех европейских странах и гарантируют выплату тому лицу, который пострадал от клиента. Другими словами, страховая компания заплатит за машину, которую разбил владелец ОСАГО, но свою ему придется ремонтировать за свои средства. Покупка полисов ОСАГО стала обязательной еще в 2005 году. Однако отсутствие проверок со стороны ГАИ привело к тому, что сейчас они имеются только у 20% из 9 млн. украинцев водителей. Спустя два года, страховщикам все же удалось уговорить милицию начать проверки полисов обязательного страхования.