

КОНЪЮНКТУРА

ТРЕНДЫ

Андрей Кузьяев: Мы будем создавать новые возможности

Президент Пермской финансово-производственной группы — о ценах на нефть и планах развития «ЭР-Телекома»

Во время Петербургского международного экономического форума Андрей Кузьяев дал интервью телеканалу РБК. Компания «ЭР-Телеком», президентом которой также является Кузьяев, была партнёром форума, и не использовать эту площадку для продвижения компании было бы грешно.

Сланцевый «пузырь»

— Вопрос к вам как к человеку, который в нефтяной отрасли уже более 20 лет. Как вы оцениваете действия ОПЕК и что думаете о цене на нефть? Какой прогноз в перспективе?

— Действия ОПЕК я расцениваю как действия картеля, который заинтересован сохранить максимальную долю мирового рынка. Это связано в первую очередь с тем, чтобы ограничить возможности добычи нетрадиционных трудноизвлекаемых и неэффективных запасов.

Предложение на рынке нефти на сегодняшний день чуть-чуть сбалансировалось. И я думаю, что нас впереди ждёт достаточно стабильная ситуация на рынке нефти: цена будет между \$60–70 за баррель. Я бы очень хотел (и я надеюсь на это), чтобы к концу года мы смогли увидеть и \$70 за баррель. Но всё будет зависеть от того, как будет чувствовать себя мировая экономика: будет ли рост, будут ли прогнозы, связанные со спросом.

К тому же добыча сланцевой нефти должна в течение полугода падать, потому что парк буровых станков сократился в два раза. Очевидно, это приведёт и к стабилизации цены на нефть.

— То есть вы считаете, у нас есть шанс удержать лидерство в добыче нефти по итогам этого года?

— Я думаю, тут не проблема лидерства, тут проблема отрасли. Очевидно, что за счёт высоких цен на нефть и за счёт технологического прогресса возник некий «пузырь» на рынке сланцевой нефти — более 2,5 млн человек занято в нетрадиционной добыче в США, за счёт чего они и обогнали весь мир по объёмам добычи.

Бурится скважина, и она сразу же в течение нескольких дней выходит на пик, потом медленно, в течение шести месяцев, падает, а потом в течение нескольких лет работает в стабильном режиме. Очевидно, что после того, как



ФОТО ИГОРЬ КАТАЕВ

остановили бурение, пройдёт ещё некоторое время, связанное с тем, что будут давать добычу те скважины, которые были пробурены в недавнем времени. Через шесть–восемь месяцев мы увидим значительное снижение объёмов добычи сланцевой нефти: бурим меньше и добываем меньше.

С появлением нетрадиционной нефти мы увидели ситуацию, когда рынок регулируется не методом картельного сговора (открыли задвижку — закрыли задвижку), а в зависимости от конъюнктуры: больше добываем или меньше добываем. Это очень хорошая возможность для отрасли регулировать цены и соблюдать правильные экономические пропорции в масштабах мира.

«Телеком» на «двух ногах»

— У «ЭР-Телекома» были планы по выходу на московский розничный рынок широкополосного доступа в интернет (ШПД) и платного телевидения, в том числе через покупку «АКАДО» (интернет-провайдер «АКАДО Телеком» — ред.). Отказались ли вы от этих планов? Если нет, то как вы намерены их реализовывать?

— У компании «ЭР-Телеком Холдинг» большие амбиции, мы планируем в следующие пять лет увеличить масштаб нашей деятельности в два раза и стать одной из самых крупных телекоммуникационных компаний в России. Очевидно, что без выхода на

московский рынок скорее всего это невозможно.

Но является ли это нашим приоритетом? В первую очередь мы хотели бы расти на региональных рынках. Это связано с тем, что от того, каково проникновение на региональном рынке, зависит твоя доходность. Мы работаем сегодня в 54 городах России. У нас около 6 млн клиентов. Мы хотели бы наше проникновение поднять с 27% в среднем в каждом городе до 50–55%. И это наша цель.

То есть в первую очередь мы хотели бы «встать на две ноги» во всех регионах нашего присутствия.

Что такое Москва? Москва — это крупнейший российский телекоммуникационный рынок. Где-то 40% всех телекоммуникационных услуг потребляется Москвой и Московской областью. И это одна часть. Другая часть — Москва это высоконкурентный рынок, и на этом рынке одна из самых низких доходностей в России. В Нижнем Новгороде за оказание телефонных услуг можно заработать больше, чем в Москве.

Поэтому в первую очередь — регионы, а Москва — во вторую очередь.

Мы на сегодняшний день не ведём каких-то прямых переговоров с акционерами «АКАДО», но очевидно, что «АКАДО» — это очень интересный актив, к которому мы сохраняем интерес.

— Есть ли варианты выхода на московский рынок без покупки «АКАДО»?

— Мы планируем достаточно серьёзно увеличивать нашу активность в B2B-секторе. Сегодня доля B2B в нашем бизнесе составляет всего 15%. У таких крупных компаний, как «Ростелеком», МТС, «Вымпелком», доля B2B-бизнеса — от 40 до 50%. То есть это огромный потенциал роста нашей компании, которая начала развиваться в первую очередь в потребительском секторе.

— Вы решили вплотную заняться телекоммуникационным бизнесом в довольно непростое время — кризис. Как переживает его ваша компания в частности?

— Кризис — это время возможностей...

— Все так говорят...

— Так говорят, потому что это всегда так. После кризиса — рост. Это главная тема, которая обсуждается на Петербургском экономическом форуме.

Знаете, на что я обратил внимание: очень мало голосов, которые говорят: «Нужны реформы». Ещё меньше голосов говорят: «Мы привыкли за время высоких цен на нефть жить не по средствам». Не только компании — каждая семья, каждый человек тратил гораздо больше, чем мог себе позволить.

Другая проблема — это производительность труда.

Третья проблема — это то, что в ряде отраслей требуются существенные технологические изменения, без инноваций мы не можем повысить производительность труда. Большинство людей интересуется один вопрос: когда повысятся цены на нефть и мы снова вернёмся в сытое прошлое? Скорее всего этого не произойдёт.

Очевидно, что телекоммуникационная отрасль, как и другие отрасли, переживает кризис. В первую очередь страдает B2B-бизнес. Здесь мы видим, что происходит существенное снижение расценок, компании потребляют меньше наших услуг. Многие, особенно малый, средний бизнес (а это наши основные клиенты), отказываются от услуг, и, что очень прискорбно, многие компании закрываются. 20% компаний, как только грянул кризис, прекратили свою деятельность.

Но тоже очевидно, что телеком-бизнес обладает определённой спецификой, особенно тот, который работает в секторе B2C — для потребителей. Это самая стабильная часть экономики во время кризиса. B2C-бизнес во время кризиса не падает. Так было и в прошлый кризис 2008 года, и в этом году. Но возникает вопрос: должны ли мы наслаждаться этой спецификой или выбирать новые возможности роста? Выбор «ЭР-Телекома» — создавать новые возможности роста.

Публикуется в сокращении.
Полная версия — на сайте newsko.ru