

Предварительно утвержден Советом директоров
ЗАО «Соник Дуо»
Протокол № 57 от 20 апреля 2006 г.

Председатель совета Директоров ЗАО «Соник Дуо»


С.В. Солдатенков

«Утвержден»

Решением Единственного акционера ЗАО «Соник Дуо»
Протокол от 27 июня 2006г.

Генеральный директор ОАО "МегаФон"


С.В. Солдатенков



ГODOVOЙ ОТЧЕТ

ЗАО «Соник Дуо» по итогам работы за 2005 год

1. Положение ЗАО «Соник Дуо» в российской отрасли телекоммуникаций

Описание

ЗАО «Соник Дуо» 100% дочерняя компания ОАО «МегаФон». ЗАО «Соник Дуо» (торговая марка «МегаФон-Москва») (далее также Общество, Оператор, сеть «МегаФон-Москва») является одним из ведущих поставщиков услуг мобильной связи в стандарте GSM 900/1800 МГц на территории Москвы и Московской области. Рыночная доля Общества по количеству абонентов на конец 2005 г. составила 14,0%.

За 2005 г. численность абонентской базы «МегаФон-Москва» возросла с 1,734 до 3,196 млн. абонентов (на 84,3%). Доходы Общества по стандартам учета GAAP за 2005 г. составили 645 791 тыс. долл. США (годовой прирост: 94,4%, доходы по GAAP за 2004 г.: 332 223 тыс. долл. США). На

конец декабря 2005 г. Общество занимает третье место по объему выручки и численности абонентов, отставание по количеству абонентов и объему выручки от «Билайн», занимающего второе место, с каждым годом сокращается.

	Dec-04	Dec-05
Общее количество абонентов на территории Москвы и МО	16,889,599	22,869,712
Уровень проникновения мобильной связи	99.4%	134.6%
Общее количество абонентов ЗАО "Соник Дуо"	1,733,599	3,195,712
Доля рынка по абонентам	10.3%	14.0%
Доходы ЗАО "Соник Дуо" по US GAAP, тыс. долл.	332,223	645,791
Доля рынка по выручке ¹	12.3%	17.4%

Источник: ИАА «Мобильный форум», данные Компании

Численность потенциальных абонентов Общества - более 17 млн. человек, проживающих на территории Москвы и МО).

ЗАО «Соник Дуо» последовательно осуществляет строительство новых и расширение емкости существующих базовых станций: к концу 2005 года радиосеть ЗАО «Соник Дуо» состояла из 1525 площадок базовых станций. В эксплуатации находилось: 13 коммутаторов 37 контроллеров базовых станций. Прирост количества площадок базовых станций в 2005 году: 39%.

ЗАО «Соник Дуо» продолжил развитие собственной сбытовой сети (Центры обслуживания, офисы экспресс обслуживания и фирменные салоны), после открытия собственных новых точек продаж их общее количество на конец 2005 г. составило 28. Количество дилерских точек в сбытовой сети ЗАО «Соник Дуо» составило 3 590.

В 2005 г. конкурентоспособность ЗАО «Соник Дуо» в отрасли обеспечивалась сбалансированным сочетанием тарифной политики «справедливых цен», инноваций в сфере дополнительных услуг, сопоставимым с конкурентами уровнем обслуживания абонентов, стабильным улучшением качества связи, сопровождавшимся дополнительным совершенствованием внутренних процессов компании.

2. Приоритетные направления деятельности и перспективы развития ЗАО «Соник Дуо»

Основными целями Общества являются рост абонентской базы и доходов при сохранении высокой рентабельности деятельности, для чего необходимо сформировать устойчивые преимущества во всех ключевых сферах конкуренции (в условиях заданных бюджетных и рыночных ограничений).

Приоритетные направления деятельности ЗАО «Соник Дуо» остаются неизменными на протяжении всей истории существования компании (важность задач определяется текущей конъюнктурой внешней и внутренней среды Общества), к ним относятся:

- Рост клиентоориентированности, направленный на увеличение лояльности существующих абонентов и обеспечение темпа прироста абонентской базы выше среднерыночного: разработка и оперативная корректировка основных направлений деятельности компании, основанная на потребностях абонентов, а не на технологических возможностях оператора, что позволит создать устойчивые конкурентные преимущества и обеспечить оперативную реакцию на потребности рынка.
- Развитие радиосети для достижения уровней покрытия и качества связи, не уступающих показателям конкурентов.

¹ Доля рынка по выручке рассчитывается на основе сравнения периодической реализации операторов (суммы доходов от абонентской платы, трафика, дополнительных услуг и визитеров)

- Развитие сбытовой сети по трем основным направлениям (собственные каналы продаж, сеть дилерских точек и «альтернативные» каналы сбыта) с целью обеспечения необходимых для достижения поставленных в сфере увеличения абонентской базы целей широты каналов дистрибуции и удобства точек продаж и обслуживания для абонентов, а также для снижения зависимости от отдельных каналов сбыта и дистрибьюторских компаний.
- Тарифная политика, ассортимент дополнительных услуг, уровень обслуживания и коммуникационная активность, соответствующие позиционированию ЗАО «Соник Дуо» как современного динамично развивающегося оператора мобильной связи, предлагающего разнообразные качественные услуги по «справедливой цене».
- Развитие ЗАО «Соник Дуо» в Московском регионе как составляющей крупнейшей в стране сотовой сети, совпадающей с границами Российской Федерации, с очевидными преимуществами для абонентов и достижением синергетического эффекта (экономии издержек, развитием дополнительных компетенций, диверсификацией рисков) для компаний ОАО.

Отмеченные выше ключевые цели деятельности являются долгосрочными и не могут быть полностью достигнуты в течение одного года. В 2005 году для достижения поставленных целей необходимо было решить следующие задачи:

- Повысить качество связи для обеспечения конкурентоспособности по данному параметру услуг, продолжать расширение зоны покрытия.
- Сохранить привлекательность тарифов для абонентов при обеспечении заданной стоимости минуты (в условиях активных действий конкурентов по привлечению низкодходных абонентов с помощью промо-снижений тарифов).
- Постепенно усиливать неценовые конкурентные преимущества в условиях снижения чувствительности абонентской базы к стоимости услуг.
- Обеспечить обновление спектра дополнительных услуг для сохранения имиджа новатора.
- Открытие собственных центров продаж в неохваченных приоритетных районах Москвы и городах Подмосковья, расширение присутствия в дилерских сетях без существенного увеличения размера комиссии.
- Сохранить «модный» и «современный» имидж сети «МегаФон-Москва» в условиях масштабной кампании по ребрендингу «Билайн», в результате которой «Билайн» отвоевывает у ЗАО «Соник Дуо» преимущество по данным имиджевым характеристикам.
- Сохранить уровень качества обслуживания абонентов, не уступающий показателям конкурентов.
- Дополнить и реализовать комплекс мер по формированию и увеличению лояльности в условиях постепенного насыщения рынка и ужесточения конкуренции.
- Разработать и реализовать комплекс мер по реагированию на риски 2005 г. (перечислены ниже).
- Развивать бизнес-процессы компании с учетом повышения гибкости и ориентации на потребности рынка, эффективно использовать проекты ОАО «МегаФон» для усиления Общества.

Ключевые показатели коммерческой деятельности, приведенные в разделах «Положение в отрасли» и «Конкуренция», свидетельствуют о высокой степени достижения поставленных задач и значимому развитию по каждому из приоритетных направлений деятельности Общества в 2005 г.

Продукты

Голосовые и прочие основные сетевые услуги

Основным продуктом Общества является базовая услуга голосовой связи, которая обеспечивает наибольший приток доходов. В рамках базовой услуги голосовой связи Общество также предлагает абонентам следующие услуги:

- Определение номера звонящего абонента ("CLIP"), которая известна под общепринятым термином "АОН", и Запрет определения номера ("CLIR"), которое дает абонентам возможность заблокировать индикацию своих мобильных номеров на мобильных телефонах вызываемых абонентов;
- Ожидание вызова;
- Удержание вызова;
- Переадресация вызова;
- Блокировка вызова;
- Возможность конференц-связи;
- Возможность бесплатного вызова экстренных служб по номерам 112, 01, 02, 03, 04.

Для того чтобы воспользоваться услугами сети Общества, абоненты должны иметь мобильный телефон стандарта GSM 900/1800. Абоненты, не располагающие абонентским мобильным терминалом стандарта GSM, должны приобрести такое устройство.

Роуминг

На протяжении отчетного периода осуществлялась интенсивная работа по обеспечению удовлетворения потребностей абонентов компании в наличии роуминга.

Производилось результативное взаимодействие с роуминг-партнерами и организациями, обеспечивающими разработку и согласование изменений в области роуминговых услуг, взаиморасчетов, обмене TAP файлами, маршрутизации сигнальных соединений и методов выявления мошенничества.

Совершенствовались процедуры обмена информацией о внедрении и/или изменении роуминговых услуг, порядке их предоставления и тарификации, о состоянии и перспективах развития GSM.

Велись работы по предотвращению и оперативному устранению сбоев в функционировании сети а также обеспечению выполнения требований международной и российской ассоциаций операторов GSM по взаимодействию с роуминг - партнерами и организациями, обеспечивающими функционирование роуминга.

Голосовой роуминг:

На 31 декабря 2005 года ЗАО "Соник Дуо" предоставляет своим абонентам обычный коммерческий голосовой роуминг в сетях 396 операторов из 165 стран, предоставляющим услуги в 180 странах, а с учетом роуминга со спутниковыми сетями в 192 странах. В течение отчетного периода был протестирован и организован роуминг с 35 новым партнером по роумингу, покрытие роуминговой территории по сравнению с 2004 годом увеличилось на 9 стран мира

Постоянно проводилось тестирование вновь запускаемых фрагментов сетей операторов МегаФонов (тестирование вновь вводимых MSCs).

В 2005 году преобладала положительная тенденция в увеличении суммарных объемов услуг роуминга.

Суммарный доход от выездного и въездного роуминга увеличился на 74% по сравнению с 2004 годом и составил более 63,5 тыс долларов США.

GPRS роуминг

За отчетный период произошел существенный рост распространения услуг национального и международного роуминга GPRS предоставляемых абонентам .

На 31 декабря 2005 года двусторонний GPRS роуминг на коммерческой основе открыт с 78 операторами из 58 стран мира из них на коммерческой основе GPRS роуминг действует с 70 операторами из 54 стран мира, на тестовой (не тарифицируемой) основе GPRS роуминг работает в сетях 8 операторов из 5 стран мира.

Таким образом зона охвата услуг GPRS в мире увеличилась на 144% по сравнению с предыдущим отчетным периодом

В коммерческую эксплуатацию введены такие приоритетные роуминговые направления как Бельгия, Болгария, Бразилия, Великобритания, Венгрия, Греция, Израиль, Кипр, Таиланд, Чехия и многие другие. Существенно расширилось GPRS покрытие на территории России и стран СНГ .

Пре-пейдный роуминг на базе технологии CAMEL.

На 31 декабря 2005 года для пре-пейдных абонентов сети МегаФон-Москва, использующих тарифы «О'ЛАЙТ» и «ПРОСТО» открыт CAMEL роуминг в сетях 89 операторов из 66 стран мира

Расширение зоны охвата CAMEL роуминга для наших абонентов составило 128 %

На протяжении отчетного периода велись работы по постоянному тестированию вновь вводимых MSC

В 2005 году территория, на которой абоненты сети МегаФон-Москва, использующие тарифы «О'ЛАЙТ» и «ПРОСТО» могут воспользоваться услугами CAMEL роуминга увеличилась на 40 стран.

Тарифные планы

Маркетинг

ЗАО «Соник Дуо» адаптирует маркетинговые решения и политику в области ценообразования к таким условиям, как средний уровень доходов, конкурентная среда и потребности абонентов, причем все эти факторы учитываются при разработке тарифной линейки. В 2005 г. для абонентов компании устанавливались тарифы в долларах США, однако год ознаменован появлением на Московском рынке тарифных планов с рублевой тарификацией, что явилось настоящим прорывом в регионе. В 2005 году тарифная политика оператора МегаФон-Москва формировалась с учетом потребностей абонентов различных сегментов, в первую очередь акцент был сделан на массовый сегмент. В тарификации появилось новация – прозрачность тарифного плана с точки зрения валюты оплаты услуг.

Сеть «МегаФон-Москва» первым из операторов предложила потребителям инновационный принцип тарификации, благодаря которому абоненты открыли для себя новую грань свободы использования связью.

Также важным направлением деятельности является создание унифицированных предложений для корпоративного рынка пользователей сотовой связи.

В 2005 году продолжилось создание структурированной линейки тарифных предложений, направленной на обеспечение услугами связи всех сегментов абонентов по потребности связи. В

течение года были подготовлены и выведены на рынок локальные и федеральные предложения, рассчитанные на самый широкий круг потребителей:

- Тариф «Индивидуальный» – второе федеральное предложение в единой сети МегаФон. Контрактный тарифный план без абонентской платы, единой стоимостью вызовов внутри региона. Основная особенность тарифного плана – минимальный уровень ежемесячных затрат;
- Тариф «Рублевый» – первый тарифный план серии Лайт с уникальной особенностью – тарификация всех услуг связи происходит в рублях и цены приведены абонентам с учетом всех налогов. Также появилось удобство платежа – денежные средства попадают на баланс абонента без пересчета. Тарифный план ориентирован на внутрисетевое общение;
- Тариф «Единый» – первый тарифный план, рассчитанный на большой объем вызовов по дальним направлениям. Тарифное предложение сохранило ключевую особенность от предыдущего тарифа серии Лайт – тарификацию в рублях;
- Тариф «Студенческий» – первый тарифный план, направленный на социальный сегмент – студентов Московского региона. Подключение возможно только по студенческому билету. В тарифном плане льготные цены на SMS и местные вызовы. Также предоставляются дополнительные бонусы обладателям студенческих карт ISIC и отличникам учебы, по предъявлению зачетной книжки;
- Группа тарифов «Вызов» – группа контрактных тарифных планов, которая пришла на смену группе тарифных планов «Прием». В линейке – 4 тарифных плана, объединенной единым уникальным преимуществом – бесплатно предоставляется каждая вторая минута звонка на местные или дальние направления.
- Промо-акция «Белые ночи» – в ночное время с 0.00 до 8.00 в летний период – бесплатные вызовы внутри сети «МегаФон-Москва» за небольшую абонентскую плату. Услуга доступна всем абонентам.

Небольшие изменения претерпели тарифы на услуги роуминга. Расширилась география роуминга для контрактных абонентов и абонентов Лайт, а также GPRS-роуминга. Добавлено в 3 тарифные модели, где тарифы на вызовы указываются фиксированные, сразу с учетом всех налогов – основная новация – модель для операторов СНГ.

Рост абонентской базы во многом достигается благодаря обширной дилерской сети продаж. Сеть «МегаФон-Москва» предлагает выгодные условия общения не только пользователям мобильной связи, но и ключевому звену, связывающему Оператора и абонента – сотрудникам дилерских салонов связи. Для них действует специальная программа мотивации «Дилербонус» – это выгодный тариф с льготными расценками на связь и особые условия обслуживания в сети «МегаФон-Москва».

В течение 2005 г. компания продолжила внедрение коммерческих инициатив, направленных на повышение эффективности каналов дистрибуции. Продолжилось развитие 2 основных каналов дистрибуции – дилерские салоны и собственные офисы. Приостановлены продажи через канал FMCG. В конце 2005 г. сеть «МегаФон-Москва» открывает первую в России виртуальную витрину мобильной связи – Интернет-магазин, где покупатели могут воспользоваться бесплатным подключением к любым тарифам и бесплатно выбрать себе телефонный номер.

Реклама

Как правило, реклама Общества включает следующее:

- Кампании по рекламе торговой марки и имиджа, а также кампании по связям с общественностью, целью которых является позиционирование Оператора в качестве одного из ведущих сотовых операторов в Москве и Московской области и превращение бренда «МегаФон» в один из самых узнаваемых брендов;

- Реклама услуг и тарифов, целью которой является информирование клиентов об отдельных программах продвижения, новых тарифах и скидках;
- Специальные акции и мероприятия для высокодоходных абонентов с целью поддержания имиджа Общества и повышения лояльности абонентов.

В 2005 г. сеть «МегаФон-Москва» оказывала активную поддержку федеральной рекламной кампании по тарифным планам «Индивидуальный», «Единый», «ВЫЗОВ».

1 июля 2005 г. ЗАО «Соник Дуо» вступает в торговый Пул «Шесть семерок», объединяющий лидеров московского розничного рынка – торговые сети «Старик Хоттабыч», «Спортмастер», «Арбат Престиж», «Куда.ру», «М.Видео», МВО и «Седьмой Континент».

Из имиджевых мероприятий самыми громкими можно назвать представленный сетью «МегаФон-Москва» первый и единственный сольный концерт группы FRANZ FERDINAND (UK) в Москве и проведение Аукциона «красивых» телефонных номеров, где были выставлены 10 эксклюзивных номеров из коллекции мобильной сети «МегаФон-Москва».

В целях повышения узнаваемости бренда и стимулирования спроса на услуги Общество использует сочетание рекламы в печатных СМИ, на радио, телевидении, в Интернете, а также наружную рекламу, в том числе рекламные щиты и вывески на городском транспорте, киосках и выставочных залах. Общество подразделяет свою рекламную деятельность на региональный уровень, который включает рекламу и продвижение бренда «МегаФон», тарифных планов и дополнительных услуг, доступных на территории действия сети «МегаФон-Москва», через средства рекламы Московского региона.

Реклама Общества стремится к культивированию светского образа, с которым идентифицируют себя молодые горожане и другие представители среднего класса.

Программы по обеспечению лояльности

Ценность программы лояльности – стимулирование использования услуг связи абонентами, создание дополнительных преимуществ для абонентов.

С 2002 года в компании ЗАО «Соник Дуо» действует программа лояльности «МегаФон-Бонус» – накопительная бонусная программа. Пользуясь услугами Оператора, абоненты имеют возможность накапливать бонусные баллы и в дальнейшем использовать их для получения скидки на услуги связи.

В 2005 году ЗАО «Соник Дуо» продолжило внедрение комплекса мероприятий, направленных на повышение лояльности абонентской базы:

- в соответствии с требованиями Федеральной программы лояльности «МегаФон-Бонус» обновлена локальная программа лояльности ЗАО «Соник Дуо» для абонентов с абонентской платой;
- выпущена кобрендовая кредитная карта «МегаФон-Ситибанк», для участников программы лояльности «МегаФон-Бонус» разработана и внедрена мотивационная программа по распространению карты «МегаФон-Ситибанк»;
- в соответствии с вступлением в коалиционную программу лояльности «Шесть семерок» разработана и внедрена механика распространения карточки пула «Шесть семерок» среди участников программы лояльности «МегаФон-Бонус»;
- разработаны и внедрены принципы работы с VIP-абонентами;
- операционный CRM переведен в стадию коммерческой эксплуатации;
- реализован комплекс мероприятий, направленный на улучшение уровня обслуживания абонентов.

В августе 2005 года в рамках программы «Мегафон-Бонус» для абонентов появилась возможность использовать накопленные бонусные баллы для активации пакетов вознаграждений – пакетов бесплатных SMS и локальных минут.

Накопительная система начисления бонусов стимулирует увеличение потребления услуг, в том числе и посредством вознаграждений. Участники программы лояльности, видя ценность в накопленных бонусах, остаются абонентами компании.

Также в августе 2005 года стартует «Программа кредитования», став участником которой абоненту выделяется некоторый лимит денежных средств, которые они могут для получения услуг связи при достижении нулевого баланса.

В мае 2005 года стартует партнерская программа «МегаФон-Ситибанк»: мобильная сеть «МегаФон-Москва» и ЗАО КБ «Ситибанк» начинают выпуск первой в России совместной кредитной карты с льготным периодом кредитования. Кредитная карта «МегаФон-Ситибанк» платежной системы Mastercard объединяет все возможности настоящей кредитной карты уникальные бонусы, доступные только абонентам сети «МегаФон-Москва» – участникам программы «МегаФон-Бонус».

В июне 2005 года сеть «МегаФон-Москва» становится участником пула «Шесть семерок».

Выделение частот и номерной емкости

Для работы базовых станций стандарта GSM-900 ЗАО «Соник Дуо» используется полоса радиочастот шириной 2х2,8 МГц (14 частотных каналов). Решениями Государственной комиссии по радиочастотам (ГКРЧ) ЗАО «Соник Дуо» выделена полоса радиочастот в расширенном диапазоне E-GSM шириной 2х10 МГц (49 частотных каналов) для работы базовых станций в метрополитене (на подземных станциях), в т.ч., для работы базовых станций наземного сегмента полоса частот шириной 2х2,6 МГц (13 радиочастотных каналов). Для работы базовых станций в диапазоне 1800 МГц ЗАО «Соник Дуо» используется полоса радиочастот шириной 2х29,8 МГц.

Для работы оборудования в сети фиксированного беспроводного доступа решением ГКРЧ ЗАО «Соник Дуо» выделена полоса радиочастот 5250-5350 МГц на территории Московской области.

Конкуренция

Сумма рыночных долей трех крупнейших операторов московского макрорегиона на конец 2005 года составляет 99,2%, что свидетельствует о высокой концентрации поставщиков услуг в отрасли.

Несмотря на достижение 99% уровня проникновения мобильной связи в конце 2004 г., в 2005 году общее количество абонентов рынка Москвы и МО возросло на 35,4% (с 16, 890 до 22,870 млн. абонентов). К концу 2005 г. уровень проникновения мобильной связи в регионе составил 134,6%.

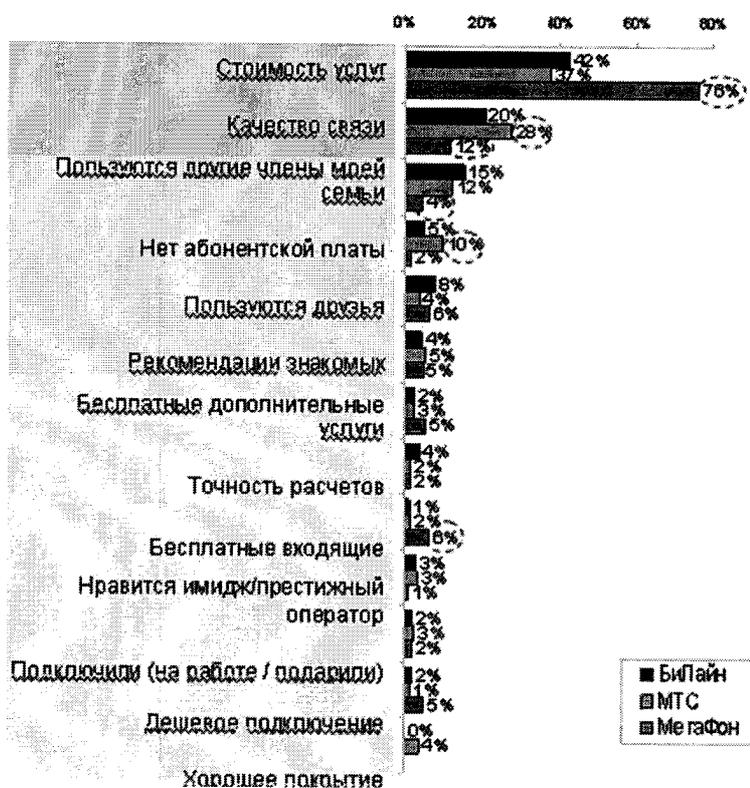
В условиях постепенного насыщения рынка, операторы уделяют большее внимание сегменту низкодоходных абонентов и реализации программ лояльности.

В связи с активными действиями операторов в 2005 г. в основных сферах конкуренции (ниже приведены важнейшие факторы, определяющие выбор основного оператора в 2005 г. по результатам исследования ComCon) произошли следующие изменения:

- **Тарифная политика:** в 2005 году оба главных конкурента обновили линейки контрактных и препейд тарифов.. Основные усилия направлены на набор абонентов без обеспечения их качества, для чего постоянно проводятся срочные кампании («раздача денег»), что отчасти сокращает преимущество ЗАО «Соник Дуо» как оператора – лидера по стоимости услуг. Существенно отличных от существовавших ранее тарифных планов и принципов тарификации в 2005 г. конкуренты не предложили.

- **Покрытие сети и качество связи:** покрытие «МТС» и «Билайна» в МО - до 95%, сопряженное с покрытием в соседних регионах; уровень покрытия и качества связи у МегаФона стабильно возрастает, но пока остается ниже показателей конкурентов,
- **Сопоставимый уровень обслуживания абонентов:** по уровню обслуживания абонентов показатели «Соник Дуо», «МТС» и «Билайн» близки: ни один из операторов по данной характеристике существенно не превосходит конкурентов.
- **Качество и ассортимент услуг:** в 2005 г. «МТС» лидирует по качеству и инновационности предоставляемых услуг, «Соник Дуо» теперь ассоциируется с инновационностью в меньшей степени,
- **Имиджевые характеристики компании и отдельных предложений:** в 2005 г. после осуществления ребрендинга имидж «Билайн» стал более схожим с традиционным имиджем «Соник Дуо»: «Билайн» занял позицию «стильного» и «модного» оператора, ранее принадлежавшую ЗАО «Соник Дуо».

Причины подключения к основному оператору



Источник: ЗАО «Исследовательская компания КОМКОН», Мониторинг эффективности рекламы и здоровья марки. Отчет за IV квартал 2005 г.

Основные показатели деятельности ЗАО «Соник Дуо» и его основных конкурентов («МТС» и «Билайн») за 2005 г. приведены в таблице ниже.

	дек.04	дек.05
Количество абонентов, тыс. чел.		
МегаФон	1 734	3 196
МТС	7 513	10 181
Би Лайн	7 424	9 309
Доля в приросте абонентских баз		
МегаФон		64.5%

МТС	24.9%	
Би Лайн	17.6%	
Доля рынка по абонентам		
МегаФон	10.3%	14.0%
МТС	44.5%	44.5%
Би Лайн	44.0%	40.7%
Выручка с учетом визитеров		
МегаФон	36 999	63 790
МТС	158 200	176 600
Би Лайн	93 000	114 100
Доля рынка по выручке		
МегаФон	12.3%	17.4%
МТС	52.8%	48.2%
Би Лайн	31.0%	31.2%
ARPU		
МегаФон	20.8	19.2
МТС	23.3	18.0
Би Лайн	14.6	12.6
MOU		
МегаФон	335	295
МТС	155	189
Би Лайн	116	134
SAC, ср. за год		
МегаФон	17.1	14.0
МТС	28.4	18.6
Би Лайн	23.9	16.9
SAC / ARPU		
МегаФон	0.82	0.73
МТС	1.22	1.03
Би Лайн	1.64	1.34

Источник: ИАА «Мобильный форум», данные Компании.

В 2005 г. ЗАО «Соник Дуо» стал лидером московского региона по приросту долей рынка по абонентам (+3,7%) и по выручке (+5,1%) по сравнению с показателями на конец 2004 г.

В 2005 г. сократились затраты на привлечение абонентов всех трех ведущих операторов, по соотношению затрат на привлечение абонента и среднего дохода от абонента «МегаФон-Москва» остается наиболее эффективным в привлечении абонентов.

Средняя ставка комиссии дилерам за подключения к сети «МегаФон-Москва» ниже ставок конкурентов, что снижает привлекательность подключений абонентов к Оператору для дилеров, но обеспечивает большую доходность подключенных абонентов.

3. Отчет Совета директоров ЗАО «СоникДуо» о результатах развития Общества по приоритетным направлениям деятельности

Приоритетными направлениями деятельности ЗАО «Соник Дуо» в 2004 году являлись:

- Увеличение абонентской базы компании;
- Строительство сети мобильной связи в Московском регионе;
- Расширение источников финансирования, создание кредитной истории;

- Предоставление дополнительных услуг.

Увеличение абонентской базы компании

В 2005 году сеть «МегаФон-Москва» продолжила развитие сети мобильной связи стандарта GSM.

Серьезные улучшения качества связи и покрытия, как в Москве, так и в Московской области. Улучшение качества покрытия в Москве превратило ее в самый доходный регион – по показателю доходности на одного абонента. Все крупные города и поселки Подмосковья обеспечены устойчивой связью, охвачены связью основные магистрали, исходящие из столицы. Начаты работы по освоению дачных поселков. Покрыта связью вне помещений практически вся территория столицы и ближнего и среднего Подмосковья. Активно развивалась сеть в столичном метро. Начаты работы по охвату Москвы покрытием EDGE. Количество базовых станций увеличилось за год с 1100 по 1525. Количество дилерских точек в регионе уменьшилось с 4109 до 3590, но при этом возросло качество этих точек. Практически исчезли мелкие дилеры, был оптимизирован состав дилерских участников.

Благодаря серьезному улучшению качества сети, выводу новых тарифных предложений и дополнительных сервисов и общему развитию рынка, включая каналы дистрибуции в 2005 году «МегаФон-Москва» увеличил численность своей абонентской базы на 84% по сравнению с 2004 годом: с 1,73 млн. на 1 января 2005 до 3,19 млн. на 31 декабря 2005 года, при этом компания увеличила долю рынка с 10,5 % до 14,0 %.

Строительство общероссийской сети мобильной связи

В 2005 году ЗАО «Соник Дуо» продолжило активное строительство сети мобильных телекоммуникаций с целью удовлетворения потребностей абонентов Московского региона в качественной связи.

По состоянию на 31 декабря 2005 года радиосеть Общества состояла из 1525 площадок БС.

В эксплуатации находилось: 13 коммутаторов 37 контроллеров базовых станций.

Прирост количества площадок базовых станций в 2005 году составил 39%.

Управление корпоративными финансами

В 2005 году Общество начало предоставлять займы ОАО «МегаФон», общая сумма перевода за 2005 год составила \$ 76,5 млн.

В 2005 году ЗАО «Соник Дуо» произвело полное погашение задолженности по договорам займа перед ОАО «МегаФон». Общая сумма выплат за 2005 год составила \$ 125,8 млн. включая проценты.

В 2005 году в рамках проекта по замене оборудования (SWAP) Обществом было получено \$ 52 млн. от компании Nokia за оборудование Ericsson.

В рамках управления финансами Общества целью ЗАО «Соник Дуо» на 2006 год является соблюдение финансовой политики, установленной 100% акционером Общества.

Общество намерено рассмотреть способы эффективного размещения временно свободных денежных средств при одобрении ОАО «МегаФон» для получения дополнительного дохода.

Предоставление дополнительных услуг

Рост доходов от дополнительных услуг (Gross VAS Revenue) составил более 101% по сравнению с 2004 годом. Основным драйвером роста стали следующие услуги:

- в среднем 60% доходов принесла услуга SMS (Short message service);
- крайне высокий рост продемонстрировали услуги на основе передачи данных, увеличившись в доле доходов от дополнительных услуг с 4% до 11%;
- рост доходов от услуги MMS (Multimedia message service) по сравнению с 2004 годом составил более 1000%;
- WAP (wireless access protocol) и GPRS (general packet switching) – более 230%;
- GPRS Internet – более 160%.

Обеспечение достижения указанных показателей стало возможным благодаря тому, что в середине 2005 года Оператор предоставил возможность абонентам тарифных планов серии Лайт получить доступ к современным услугам WAP GPRS, GPRS Internet и MMS, что позволило помимо существенного увеличения доходов повысить уровень инновационности компании.

Поставив цель обеспечить абонентов сети «МегаФон-Москва» более качественным и быстрым доступом в Интернет, компания приступила к развертыванию на сети технологии EDGE, учитывая бурный рост рынка мобильных терминалов с поддержкой этой технологии и повышающийся интерес абонентов сети к новинкам.

Запущена первая в России система автоматических настроек абонентских терминалов для работы с WAP GPRS и MMS, которой за 1 год воспользовалось более чем 40% активной абонентской базы. Это позволило существенно увеличить использование инновационных услуг и заложило основы для реализации простого и удобного доступа к дополнительным услугам Оператора, а так же существенно упростило работу Контактного центра компании, сократив время настройки абонентского терминала более чем в 10 раз.

Администрирование и управление качеством

Последовательные разработки на базе линейки продуктов Hummingbird и внедрения типовых модулей Корпоративной системы электронного документооборота (КСЭДО) «Архив ОРД», «Архив входящей/исходящей корреспонденции» в ЗАО «Соник Дуо», ОАО «МегаФон», дочерних компаниях и филиалах привели к созданию единого информационно-документационного пространства, обеспечили прозрачность документооборота и повысили эффективность документоориентированных бизнес процессов. Проект КСЭДО признан лучшим внедрением Hummingbird 2005г. в странах Европы, Ближнего Востока и Африки.

В 2005 г. развитие ресурсов сети соответствовало увеличению абонентской базы ЗАО «СоникДуо» на 70%, что повысило доверие абонентов к качеству услуг ЗАО «СоникДуо».

ЗАО «СоникДуо» приступило к модернизации сетевого оборудования, сопровождающейся переходом на оборудование единого поставщика Nokia, что позволит повысить надежность сети и создать прочную базу для ее дальнейшего развития.

Внедрение системы CRM в 2005 г. позволило свести всю информацию о клиентах в единую систему, а также точнее регистрировать обращения клиентов, чтобы полностью использовать информацию об их потребностях для повышения лояльности.

В ЗАО «СоникДуо» было введено единое Положение о регламентах решения проблем клиентов, что значительно способствовало повышению доверия к компании.

Начала свою работу Комиссия по качеству при Генеральном Директоре ЗАО «СоникДуо», что повысило централизацию и оперативность принятия решений в области качества услуг.

ЗАО «СоникДуо» дважды успешно прошло инспекционный аудит международной независимой сертификационной компании Lloyd Register Quality Assurance, тем самым подтвердив свое соответствие международному стандарту ISO 9001:2000.

Внедрена корпоративная система электронного документооборота (КСЭДО) компании Hummingbird, что позволило предельно четко регламентировать процесс документального согласования управленческих решений.

Была внедрена автоматизированная система поддержки управления предприятием SAP/R3, что повысило эффективность управления ресурсами компании.

Управление персоналом

Рост численности персонала в 2005 году на 580 человек, стал следствием развития бизнеса и открытия новых офисов продаж и экспресс-обслуживания в Москве и первого офиса в Московской области (г. Одинцово).

В 2005 году компанией была проведена подготовительная работа по переходу на новый программный продукт SAP HR (проведено обучение персонала, тестирование системы, перекачка базы данных)

Компания постоянно заботится о благополучии своих сотрудников и предлагает новые программы и мероприятия с целью повышения лояльности. Летом 2005 года организован детский праздник для детей сотрудников, на котором в игровой форме рассказано о работе разных подразделений компании.

В 2005 году запущен внутренний сайт компании, который содержит подробную информацию о функциях подразделений и сотрудников, помогает решить вопросы эффективного взаимодействия, быстрой адаптации новых сотрудников и создать единое информационное пространство внутри компании, которое помогает сотрудникам в поиске информации.

Прочие направления деятельности

Для сохранения темпов роста, превосходящих темпы роста рынка, ЗАО «Соник Дуо» продолжает унифицировать бизнес-процессы в компании и внедрять современные инструменты и технологические платформы. В круг технологических платформ, систем и процессов, внедряемых и модернизируемых в Обществе, входят система SAP/R3, система бюджетирования, система электронного документооборота, система внутреннего контроля, платформа CRM, проект «Единая карта оплаты МегаФон», Система Поддержки Роуминга (TAP3, GPRS, CAMEL), Единая точка подключения поставщиков контентных услуг и многие другие.

Заседания Совета директоров

В течение 2005 года Совет директоров ЗАО «Соник Дуо» провел 12 очных заседаний.

4. Отчет о выплате объявленных (начисленных) дивидендов по акциям ЗАО «Соник Дуо»

Дивиденды по итогам деятельности ЗАО «Соник Дуо» в 2005 году не объявлялись и не выплачивались.

5. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью ЗАО «Соник Дуо»

Риски, связанные с хозяйственной деятельностью

- Ужесточение конкуренции в сегменте низкодоходных абонентов;
- Появление аналогичных тарифных предложений у конкурентов;
- Недостаток финансовых средств, недостаток ресурсов для регулярного выведения новых услуг;
- Распыление фокуса;
- Слабое покрытие внутри зданий и в областных городах, медленное развитие покрытия, как следствие создание образа компании с плохим качеством связи;
- Недостаток ресурсов для регулярного выведения новых услуг;

Риски в отношении финансового положения

Отсутствие достаточного финансирования может оказать негативное влияние на результаты деятельности Общества и приведет к потере доли рынка. Возможность получать финансирование зависит от многих факторов, неподконтрольных Обществу.

Кредитные договоры содержат ограничительные условия, которые могут ограничить способность Общества совершать различные действия.

Отраслевые риски

Отраслевой риск – вероятность потерь в результате изменений в экономическом состоянии отрасли и степенью этих изменений как внутри отрасли, так и по сравнению с другими отраслями.

В целом, на деятельность Эмитента отраслевые риски оказывают минимальное влияние, что связано с устойчивым ростом сбыта на рынке телекоммуникационных услуг технологических новшеств, стабильным экономическим развитием отрасли и ростом конкурентоспособности Эмитента за последние три года деятельности. В связи с усилением конкуренции с операторами, предоставляющими услуги связи в стандарте GSM 900/1800, с одной стороны, и ослаблением рыночного спроса на услуги операторов фиксированной связи, с другой, риск снижения доходов от основной деятельности Эмитента выражен слабо. Квалифицированное оперативное управление бизнесом, выраженная ценовая и неценовая конкуренция повышает степень устойчивости Эмитента во внутриотраслевой конкуренции.

Ограниченное отрицательное воздействие на результаты деятельности Эмитента может оказать увеличение стоимости энергоносителей, рост цен на аренду нежилых помещений, что находится вне контроля Эмитента.

В отчетном периоде и на данном этапе развития Компании отраслевой риск – незначительный.

Факторы риска, имеющие отношение к правовой и нормативной среде в России

Риски, связанные с изменением валютного законодательства

Резкое изменение валютного законодательства может неблагоприятно отразиться на деятельности ЗАО «Соник Дуо», так как большая часть его расходов номинирована в иностранной валюте.

Риски, связанные с изменением правил таможенного контроля и пошлин

Поскольку большая часть приобретаемого оборудования для оказания услуг связи импортируется либо изготавливается из комплектующих иностранного производства, то изменение правил таможенного контроля и пошлин может нести для ЗАО «Соник Дуо» риски, связанные с удорожанием приобретаемого оборудования.

Риски, связанные с изменением требований по лицензированию основной деятельности Эмитента либо лицензированию прав пользования объектами, нахождение которых в обороте ограничено (включая природные ресурсы)

Изменение требований по лицензированию основной деятельности ЗАО «Соник Дуо» может негативно сказаться на деятельности Компании в том случае, если из-за этих изменений ЗАО «Соник Дуо» не сможет получить и/или продлить лицензии, необходимые ей для дальнейшей деятельности. Риск, связанный с возникновением подобных обстоятельств, незначителен.

Риски, связанные с изменением судебной практики по вопросам, связанным с деятельностью Эмитента (в том числе по вопросам лицензирования), которые могут негативно сказаться на результатах его деятельности, а также на результатах текущих судебных процессов, в которых участвует Эмитент

Изменение судебной практики по вопросам, связанным с деятельностью ЗАО «Соник Дуо», не способно существенно повлиять на результаты его деятельности, а также на результаты текущих споров ЗАО «Соник Дуо» с третьими лицами, так как объем требований к ЗАО «Соник Дуо» незначителен.

Факторы риска, касающиеся налогообложения в Российской Федерации

ЗАО «Соник Дуо» в полной мере соблюдает налоговое законодательство, касающееся его деятельности. Однако, учитывая, что нормативные акты налогового законодательства содержат нечеткие формулировки и противоречия, а также принимая во внимание неопределенность и противоречивость правовой интерпретации тех или иных вопросов налогового законодательства, существует потенциальный риск расхождения во мнениях с соответствующими контролирующими органами.

6. Перечень совершенных ЗАО «Соник Дуо» в отчетном году сделок, признаваемых крупными сделками, а также иных сделок, на совершение которых в соответствии с Уставом Общества распространяется порядок одобрения крупных сделок, с указанием по каждой сделке ее существенных условий и органа управления Общества, принявшего решение по ее одобрению

1. Решение единственного акционера ЗАО «Соник Дуо» от 18 мая 2005г.

1.1. Соглашение о поручительстве между Обществом и Citibank N.A. London, ING Bank N.V. и ограниченным числом иных банков, согласно которому Общество предоставляет определенные заверения, гарантии и берет на себя определенные обязательства, а также безотзывно гарантирует кредиторам по обеспечиваемому обязательству выполнение ОАО «МегаФон» всех платежных и иных обязательств ОАО «МегаФон» по обеспечиваемому обязательству – Кредитному Договору под гарантии Finnvera plc. Finland и, в зависимости от обстоятельств, Finnish Export Credit Ltd. между ОАО «МегаФон» и синдикатом банков-кредиторов, включающим Citibank N.A. London, ING Bank N.V. и ограниченным числом иных банков на общую сумму кредита около 262 500 000 Евро или не превышающую этой суммы сумму в другой иностранной валюте.

2. Решение единственного акционера ЗАО «Соник Дуо» от 18 мая 2005г.

2.1. Соглашение о поручительстве между Обществом и Citibank N.A. London, ING Bank N.V. и ограниченным числом иных банков, в качестве обеспечения исполнения обязательств ОАО «МегаФон» по синдицированному револьверному кредитному договору на сумму до 250 000 000 долларов США между ОАО «МегаФон» в качестве заемщика Citibank, N.A., London, ING Bank N.V. в качестве менеджеров книги заявок по кредитному договору и ограниченным числом иных банков в качестве ведущих уполномоченных организаторов синдиката и ING Bank N.V. в качестве агента по кредитному договору и Citibank International plc и ING Bank N.V. в качестве первоначальных кредиторов.

3. Решение единственного акционера ЗАО «Соник Дуо» от 10 июня 2005г.

3.1. Соглашения о подтверждении действия поручительства, в соответствии с которым Общество соглашается с внесением изменений, регулирующих порядок обеспечения основного обязательства, в кредитный договор от 12 мая 2004 года (с последующими изменениями и дополнениями), гарантированный экспортным кредитным агентством Finnvera, на сумму 135 миллионов долларов США, заключенный, помимо прочих сторон, между ОАО «МегаФон» в качестве заемщика, Citibank N.A. London и ING Bank N.V. в качестве совместных ведущих организаторов, Citibank International plc в качестве агента по финансированию и ING Bank (Eurasia) ЗАО в качестве агента по обеспечению, и подтверждает, что обязательства Общества, принятые Обществом в соответствии с Соглашением о гарантии по займу, одобренным Решением единственного акционера ЗАО «Соник Дуо» №03/2004 от 11 июня 2004 года, остаются в полной силе.

9. Сведения о лице, занимающем должность единоличного исполнительного органа ЗАО «Соник Дуо», и членах коллегиального исполнительного органа ЗАО «Соник Дуо», в том числе их краткие биографические данные и владения акциями ЗАО «Соник Дуо», в течение 2004 года

Совет директоров Общества осуществляет общее руководство деятельностью Общества за исключением решения вопросов, отнесенных Федеральным законом "Об акционерных обществах" к компетенции общего собрания акционеров.

Совет директоров Общества состоит из 5 (пяти) директоров, избираемых Общим собранием акционеров.

Исполнительным органом Общества является Генеральный директор Общества (единоличный исполнительный орган).

Генеральный директор Общества организует выполнение решений Общего собрания акционеров и Совета директоров Общества.

Члены совета директоров Общества и должности, занимаемые ими за последние 3 года, в том числе по совместительству:

Солдатенков Сергей Владимирович - председатель Совета директоров

Год рождения: 1963

Сведения об образовании:

1980 – 1986 Ленинградский институт авиационного приборостроения.

Период: 2000 - 2002

Организация: ОАО "Северо-Западный Телеком"

Сфера деятельности: услуги связи

Должность: генеральный директор; член совета директоров; председатель правления

Период: 2000 - 2001

Организация: ЗАО "СПб банк Реконструкции и Развития"

Сфера деятельности: банковские услуги

Должность: член совета директоров

Период: 2001 - 2003

Организация: ОАО "Ленсвязь"

Сфера деятельности: услуги связи

Должность: член совета директоров

Период: 2002 - 2003
Организация: ЗАО "Соник Дуо"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ОАО "МегаФон"
Сфера деятельности: услуги связи
Должность: Генеральный директор

Ничипоренко Алексей Николаевич
Год рождения: 1966
Сведения об образовании:
высшее, 1983-88 г. Ленинградское ордена Октябрьской революции высшее инженерное морское училище имени С.О.Макарова (специальность 0701 радиотехника);
1998-1999 – Санкт-Петербургский международный институт менеджмента по программе «Менеджер»

Период: 2001 - 2002
Организация: ЗАО "Соник Дуо"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: Генеральный директор

Период: 2002 - наст. время
Организация: ОАО "Мегафон"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: Заместитель Генерального директора по технике и развитию

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком Кавказ"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член Совета Директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Новосибирск"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член Совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Хабаровск"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ОАО "Мобильные системы связи-Поволжье"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Уральский Джи Эс Эм"

Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Центр"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член Совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Киров"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член Совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Волжский GSM"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член Совета директоров

Герман Надежда Евгеньевна
Год рождения: 1964
Сведения об образовании:
1986 г. - Ленинградский Горный институт, специальность гидрогеология
1995 г. – Санкт-петербургский государственный университет, специальность юриспруденция.

Период: 2001 - 2002
Организация: ЗАО "Северо-Западный GSM"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: Заместитель директора Департамента "Мегафон"

Период: 2002 - наст. время
Организация: ОАО "МегаФон"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: Начальник Департамента корпоративного развития

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Кавказ"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Новосибирск"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком -Хабаровск"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ОАО "Мобильные Системы Связи-Поволжье"

Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Уральский Джи Эс Эм"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком- Центр"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Киров"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Период: 2003 - наст. время
Организация: ЗАО "Волжский GSM"
Сфера деятельности: услуги сотовой связи
Должность: член совета директоров

Селюк Андрей Юрьевич
Год рождения: 1974
Сведения об образовании:
1991 - 1996 высшее, Санкт-Петербургский Университет Экономики и Финансов
1996 – 1999 - аспирантура

Период: 2002- 2003
Организация: фирма Ernst & Young CIA Ltd
Сфера деятельности: аудит
Должность: менеджер

Период: 2003 – наст. время
Организация: ОАО МегаФон
Сфера деятельности: аудит
Должность: финансовый контролер

Ткачук Лариса Сергеевна
Год рождения: 1976

В 1998 году окончила Национальный Технический Университет по специальности «промышленный маркетинг»

Период: 2001г.
Организация: «Украинская Мобильная Связь» (УМС)
Сфера деятельности: маркетинг
Должность: И.О. начальника отдела маркетинга

Период: 2001-2002г.
Организация: RTDC (российско-американский телекоммуникационный холдинг)

Сфера деятельности: маркетинг
Должность: менеджер по маркетингу Отдела маркетинга

Период: 2002г.
Организация: Представительство компании «Интернэшнл коммуникейшнз Сервисез Корп.»
Сфера деятельности: маркетинг
Должность: Директор по маркетингу

Период: 2002-2004г.
Организация: ОАО «МегаФон»
Сфера деятельности: маркетинг
Должность: начальник Департамента маркетинга и продаж

Период: 2005г.
Организация: ОАО «МегаФон»
Сфера деятельности: маркетинг
Должность: Зам. Генерального директора по коммерческим вопросам

Период: 2005 - наст. время
Организация: ЗАО "Соник Дуо"
Сфера деятельности: услуги связи
Должность: член совета директоров

Период: 2005 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Хабаровск"
Сфера деятельности: услуги связи
Должность: член совета директоров

Период: 2005 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Новосибирск"
Сфера деятельности: услуги связи
Должность: член совета директоров

Период: 2005 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком Центр"
Сфера деятельности: услуги связи
Должность: член совета директоров

Период: 2005 - наст. время
Организация: ЗАО "Уральский Джи Эс Эм"
Сфера деятельности: услуги связи
Должность: член совета директоров

Период: 2005 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобиком-Кавказ"
Сфера деятельности: услуги связи
Должность: член совета директоров

Период: 2005 - наст. время
Организация: ЗАО "Мобильные системы связи-Поволжье"

Сфера деятельности: услуги связи
Должность: член совета директоров

Единоличный исполнительный орган Общества (Генеральный директор) эмитента.

Парфенов Игорь Борисович (временно исполняющий обязанности Генерального директора)

Год рождения: 1965

Сведения об образовании: Высшее. В 1988 г. Закончил Московский авиационный институт им. С. Орджоникидзе по специальности "Авиационные двигатели", квалификация инженер-механик.

Период: 2001-2002

Организация: ЗАО «Соник Дуо»

Сфера деятельности: сотовая связь

Должность: Заместитель Технического директора

Период: 2002 – 2004

Организация: ЗАО «Соник Дуо»

Сфера деятельности: сотовая связь

Должность: Технический директор

Период: 2004 – 2004

Организация: ЗАО «Соник Дуо»

Сфера деятельности: сотовая связь

Должность: Временно исполняющий обязанности Генерального директора

Период: 2004 – по настоящее время

Организация: ЗАО «Соник Дуо»

Сфера деятельности: сотовая связь

Должность: Генеральный директор директор

В течение 2005 года лица, входящие в состав Совета директоров ЗАО Соник Дуо», не владели акциями ЗАО Соник Дуо».

10. Общий размер вознаграждения лица, занимающего должность единоличного исполнительного органа ЗАО «Соник Дуо», а также лиц, входящих в состав органов управления ЗАО Соник Дуо», выплаченного по результатам 2005 года

В 2005 году выплаты лицу, занимающего должность единоличного исполнительного органа ЗАО «Соник Дуо», составили 6 194 575 руб.

Выплат лицам, входящим в состав органов управления, не производилось.

В Обществе отсутствуют опционные или какие-либо аналогичные им программы для руководителей

Генеральный директор



Парфенов Игорь Борисович

Главный бухгалтер



Комарова Ирина Юрьевна