Опубликовано: 05.12.2007

Владимир Карпович: «В Беларуси реализована уникальная бизнес-модель...»

Интервью с гендиректором СООО «МТС» Владимиром Карповичем

Завершившаяся выставка «Перспективные технологии и системы: информатика, телекоммуникации, безопасность» (PTS' 2007) остается одной из главных витрин отрасли, на которой ведущие белорусские компании стараются показать пользователю все лучшее, что достойно потребительского внимания. Какие внутренние процессы определяют выставочную «упаковку» той или иной услуги в самой динамично развивающейся сфере нашей экономики? В чем выражается ответственность поставщика телекоммуникационных продуктов и услуг перед потребителем? Эти и другие вопросы стали темой для нашей беседы с генеральным директором СООО «МТС» Владимиром КАРПОВИЧЕМ.

— Владимир Сигизмундович, как вы оцениваете результаты участия вашей компании в PTS' 2007?

— Выставочная активность остается для нас отличной возможностью встретиться и вступить в живой диалог с самой заинтересованной и продвинутой частью массовых IT-пользователей, а также с потенциальными и имеющимися корпоративными клиентами. В результате таких контактов мы видим, какие особенности имеют тренды рынка в приложении к нашим, белорусским реалиям. Ведь демонстрируемые услуги разработаны нами с учетом мирового опыта и самых передовых решений в области телекоммуникаций.

Например, по-прежнему проявляется тенденция роста спроса со стороны абонентов МТС на мобильный Интернет и услуги на базе передачи данных. В секторе наших корпоративных клиентов востребованы универсальные решения, способствующие повышению эффективности бизнес-процессов, в числе которых постоянно набирающая обороты популярности услуга «Удаленный доступ в корпоративную сеть (VPN)». Развитая коммуникационная среда является необходимым условием интеграции наших абонентов в глобальное информационное пространство, что способствует дальнейшему построению информационного общества в Беларуси. А на уровне пользователя эти процессы выражены в конкретных услугах, демонстрируемых нашей компанией на выставочном стенде.

— Концепция выставочного стенда отражала основной лозунг информационной кампании «МТС. Качество жизни». Почему компания решила привлечь внимание массовой аудитории к понятию «качество жизни»? Что оно означает в вашем понимании? Каким образом МТС может повлиять на качество жизни конкретного человека?

— Качество жизни — это комплексное понятие, которое сейчас занимает центральное место в экономических, культурных, научных и прочих стратегиях человеческого развития. Оно означает не просто экономический рост, но и рост возможностей человека выбирать наиболее желательный для него образ жизни.

Компания МТС делает все возможное для того, чтобы повысить качество жизни своих клиентов, предоставляя им максимально широкий спектр возможностей мобильной связи, для того чтобы эффективно выстроить работу, бизнес, карьеру и личную жизнь. Если человеку это удается, то у него появляется удовлетворение от деятельности, возникает чувство самостоятельности, уверенность в своих силах. Таким образом, МТС поддерживает ценности общества, в котором люди уверены, что добиться всего, чего они хотят, можно самим, а не ждать «золотую рыбку».

Первым шагом к качественным изменениям в жизни общества при помощи мобильной связи компания МТС сделала пять лет назад. Мы вышли на национальный рынок с казавшимся тогда невероятным предложением. Поэтому в том, что мобильная связь давно стала доступной для белорусского потребителя, я вижу прямую заслугу нашей компании. Реакция потребителя показала, что это была выигрышная стратегия, которая актуальна и сейчас.

Компания МТС продолжает работать на белорусском рынке по принципу обеспечения качественной и доступной связи. В результате ее воплощения абонент МТС в Беларуси может позволить себе говорить по мобильному телефону в разы больше, чем жители других европейских стран. 442 минуты в месяц на МТС в Беларуси — это в 2,8 раза больше, чем в России, в 3,1 раза больше, чем в Украине, в 4,5 раза больше, чем в Польше. Именно в русле этой стратегии доступности развернута и наша зимняя акция, по условиям которой абоненты могут получить до 2008 минут внутрисетевых разговоров по тарифу 10 рублей за минуту.

Достигнутые доступность и качество в сочетании с простотой пользования нашими продуктами и услугами обеспечили их массовую востребованность и позволяют говорить о построении уникальной бизнес-модели, которая реализуется в нашей компании.

— Какие факторы, помимо доступности тарифов, говорят о реализации такой бизнес-модели?

— Постоянное расширение территории радиопокрытия. Для этого компания целенаправленно и динамично развивает инфраструктуру сети, демонстрируя высокие темпы строительства и ввода все новых объектов связи. Результатом стало максимальное среди мобильных операторов Беларуси радиопокрытие, обеспечившее 88-процентный охват территории страны. В обозримом будущем перед нами стоит задача достигнуть100-процентного покрытия.

— Можно ли говорить в связи с этим о новом, особом подходе МТС к построению бизнес-процессов и определению целей бизнеса?

— На современном этапе важным критерием выбора в пользу МТС стала степень удовлетворенности потребителя от стабильного качества услуг и обслуживания. Такая технология поддержания стабильности в нашей компании существует. Я имею в виду систему менеджмента качества СТБ ИСО 9001, внедрение которой завершено в нашей компании. Развитие этой системы является гарантом того, что мобильный оператор обладает достаточными ресурсами и владеет механизмами для удовлетворения не только нынешних, но и перспективных потребностей в качественных услугах данной отрасли. От того, что мы внедряем политику качества, на практике выигрывает в первую очередь абонент. Отмечу, что компания МТС стала первым сотовым оператором Беларуси, получившим сертификат соответствия системы менеджмента качества МТС требованиям СТБ ИСО 9001.

— Входит ли в число составляющих этой бизнес-модели инновационность? Насколько восприимчив к инновациям современный житель Беларуси?

— Потребление услуг растет не только благодаря взвешенной тарифной политике и растущей притягательности нашей сети для все большего числа абонентов, обеспечению высокого уровня качества, но и в результате успешного внедрения инноваций. Убедительный пример — мобильный Интернет, который благодаря МТС делает ресурсы глобальной сети гораздо ближе и доступнее для всех абонентов независимо от местонахождения. Это — новое важное направление, которое развивает компания и на котором мы видим устойчивый рост. Пользоваться возможностями Интернет через мобильный телефон МТС можно как в транспортной пробке большого города, так и в полесской деревне. В сельской местности, в местах с недостаточно развитой инфраструктурой мобильный доступ в Интернет остается хорошей альтернативой проводному доступу. О популярности данной услуги говорит число пользователей — на сегодняшний день мобильным Интернетом пользуются уже более 960 тысяч абонентов МТС. Особенно интенсивно трафик передачи данных вырос в ходе акции «Гипер. Net», суть которой заключается в предоставлении абоненту безлимитного доступа в Интернет за 3000 рублей в сутки. Мы надеемся, что эта и другие наши инициативы вносят свой вклад в реализацию самых современных тенденций в области развития мобильной связи.

— Ранее вы сообщали, что ожидается рост сектора корпоративных клиентов МТС в течение года в два раза. Является ли стратегия доступности тарифов определяющим условием в выборе МТС в качестве корпоративного оператора?

— Она является необходимым, но недостаточным условием. Симбиоз преимуществ корпоративной философии «Всегда давать абоненту возможность получить от жизни больше» в сочетании с выгодными маркетинговыми предложениями, территорией покрытия, персональным и выделенным обслуживанием находит все больший отклик у корпоративных клиентов. Кроме этого, корпоративным пользователям мы предлагаем и специальные продукты на базе передачи данных, способствующие развитию бизнеса в самых разных сферах.

Ряд наших крупных клиентов уже воспользовался услугой удаленного доступа в корпоративную сеть — VPN. А недавно мы завершили тестирование Системы точного позиционирования, которая позволяет определять местонахождение объекта с точностью до нескольких сантиметров и создавать систему мониторинга подвижных объектов.

Помимо контроля за транспортными средствами перевозчиков, спецтехники, эта система может также иметь широкое применение в геодезии, строительстве, сельском хозяйстве, коммунальном хозяйстве. Интересны возможности применения услуги в здравоохранении и безопасности, например, для обеспечения безопасности больных, детей.

Поскольку внедрение системы точного позиционирования связано с совершенствованием нормативной базы в отдельных отраслях, МТС решает этот вопрос совместно с государственными организациями: НП РУП «СКБ Камертон», РУП «Белаэрокосмогеодезия» и Государственным комитетом по имуществу Республики Беларусь.

— В этом году компания МТС присоединилась к Глобальному Договору (Global Compact) — инициативе ООН по развитию принципов социальной ответственности бизнеса. Какое отражение этот факт находит в вашей деятельности?

— На мой взгляд, первый признак социально ответственного бизнеса — это забота о потребителе, о чем мы с вами подробно говорили выше. Но социально ответственный бизнес должен стараться учитывать как ожидания общества в целом, так и своих партнеров, персонала, он должен развивать социальное, экономическое и культурное пространство, в котором работает. Поэтому МТС активно участвует в различных социальных, культурных и благотворительных проектах, оказывая им разностороннее содействие, в том числе финансовое и техническое.

Например, мы всегда помним, что в нашем обществе есть люди с особыми потребностями. Поэтому компания МТС по мере возможности старается помогать таким людям, делать большие и маленькие шаги к тому, чтобы им было уютнее в социуме. Поэтому сейчас наша компания вывела конкретные тарифные предложения для таких людей, объединенных в составе общественных организаций. А также для людей с 1-й и 2-й группами инвалидности мы готовим специальный тарифный план с абонентской платой всего 3000 рублей и недорогими звонками внутри сети, надеясь, что это позволит людям эффективнее интегрироваться в общество посредством мобильной связи.

Хочу отметить, что понимание социальной ответственности в деловых кругах Беларуси постепенно растет. Сейчас наша компания имеет возможность работать в кругу единомышленников: организаций — членов белорусской Национальной сети Глобального Договора. Я уверен, что вместе мы сможем реализовать социально важные инициативы на основе самых передовых телекоммуникационных решений.

Заметили ошибку? Пожалуйста, выделите её и нажмите Ctrl+Enter

sparrow.

Плакала и просилась к детям. Блиновскую оставили в СИЗО
RG.RU

Пополняйте черный список: 6 видов рыбы, которую нельзя покупать
SIBKRAY.RU

Лихой тюнинг из 90-х – о таких УАЗах мечтали все владельцы
ZR.RU

До чего дошел прогресс! Из Кирова в Эрмитаж за одну минуту

Перебрала! Ж устроила чуд ДТП
NA-ZEMLE-SALAVA