

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

1. Вступление

1.1. Цель и задачи проекта

Уровень проникновения услуг сотовой связи в Казахстане на конец 2011 года по оценкам ComNews Research приблизился к отметке 140%. Это является как следствием искусственного «раздувания» операторами абонентских баз, так и разделением всего пула услуг мобильной связи на два сегмента: частный и корпоративный – когда абонент одновременно использует два номера: «личный» и «рабочий». При этом пережитый, но не забытый, мировой финансово-экономический кризис потребовал от бизнеса нового отношения к оптимизации затрат и эффективности распределения имеющихся ресурсов. Одни компании нашли выход в полной отмене института «корпоративной сотовой связи», другие перешли на систему жесткого контроля расходов сотрудников на сотовую связь, а некоторые попросили у оператора более выгодный на данное время тарифный план.

В условиях необходимости оптимизации телекоммуникационных бюджетов компаний и при этом сохранения эффективной работы бизнеса крайне важно понимать насколько операторы перестроились, и насколько действительно готовы пойти на встречу корпоративному клиенту. Субъективные оценки тарифной политики всех сотовых операторов выдвигаются с завидным постоянством, однако не обладают единой базой для сравнения. Объективное сравнение и оценка тарифной политики сотовых операторов возможны только при условии применения единой научно обоснованной методологии.

Основной целью проекта является выявление стоимости услуг корпоративной сотовой связи в республике Казахстан. Для достижения данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- ⇒ собрать и систематизировать информацию о тарифных предложениях в республике (по операторам и по областям);
- ⇒ рассчитать стоимость фиксированного набора услуг сотовой связи на основе собранной информации;
- ⇒ дифференцировать результаты расчетов стоимости набора услуг по целям потребления («универсальная связь» и «связь для руководителей»);
- ⇒ сравнить стоимость набора услуг по уровням потребления между регионами страны и между основными игроками рынка.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

1.2. Методология подсчета стоимости услуг сотовой связи

Для расчета стоимости услуг сотовой связи для корпоративных клиентов был выбран метод расчета стоимости единого набора услуг («корзины»), который давно и успешно используется в большинстве развитых стран мира. В частности, на основе данного метода рассчитывается сравнительная стоимость услуг сотовой связи в странах, являющихся членами Организации Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР). Методология ОЭСР взята на вооружение Европейской Комиссией, которая при ее помощи осуществляет мониторинг тарифов на сотовую связь в странах-членах ЕС¹. ComNews Research использует данным метод сравнительной оценки услуг сотовой связи на протяжении пяти лет в России, а также применял его и для оценки стоимости услуг сотовой связи в Казахстане осенью 2011 года². Данная методология зарекомендовала себя как репрезентативный и лаконичный для понимания способ оценки и сравнения, как для участников телекоммуникационного рынка, так и для простых потребителей услуг.

Согласно Методологии ОЭСР, мобильная корзина разделяется на две основные части «фиксированную» (абонентские и единоразовые платежи, в том числе платежи за подключение, рассроченные на три года) и «вариативную» (стоимость непосредственно услуг сотовой связи), разделенную на два типа потребления сервисов для корпоративных клиентов: «универсальный» и «безлимитный». В данном случае возможна и более детальная структуризация типов потребления услуг мобильной связи в компании, как то «интернет», «телеметрия» и т.д. Однако по причинам невысокой диверсификации непосредственно самих предложений на рынке корпоративной связи в Казахстане, ComNews Research применил лишь такое разделение. Параметры потребления основных услуг сотовой связи по каждому из двух профайлов представлены в Таблице 1.1.

Следует понимать, что описанные профайлы параметров являются стандартным универсальным допущением, а не отражением фактических моделей потребления, сложившихся в сотовых сетях и у корпоративных клиентов операторов.

(1) Описание методологии ОЭСР по подсчету «мобильной корзины» можно найти в Progress Report on the Single European Electronic Communications Market 2008 (14th Report): Volume 2, Commission of the European Communities, Brussels, 24.03.2009, SEC(2009)376; Pages 147 – 152.

(2) <http://www.comnews-research.ru/index.cfm?id=666>

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Таблица 1.1. Объем потребления услуг сотовой связи для расчета «мобильной корзины»

| | Уровень потребления | |
|-----------------------|---------------------|-------------------------|
| | Корзина «Безлимит» | Корзина «Универсальная» |
| Исходящие звонки, ед. | 400 | 100 |
| SMS, ед. | 70 | 50 |
| MMS, ед. | 20 | 5 |
| GPRS-интернет, Мбайт | 300 | 50 |

Источник: Comnews Research

В Таблице 1.2 представлено распределение исходящих звонков в зависимости от уровня потребления, длительность звонков в зависимости от направления – в Таблице 1.3.

Таблица 1.2. Распределение исходящих звонков по направлениям и их средняя продолжительность

| | Местные вызовы | Междугородные вызовы | Внутрисетевые звонки | Звонки на мобильные сети других операторов | Звонки на голосовую почту |
|-----------------|---|----------------------|----------------------|--|---------------------------|
| | В % от общей численности исходящих звонков | | | | |
| «Безлимит» | 14% | 8% | 40% | 30% | 8% |
| «Универсальный» | 15% | 5% | 50% | 25% | 5% |
| | В единицах | | | | |
| «Безлимит» | 56 | 3 | 160 | 120 | 32 |
| «Универсальный» | 15 | 5 | 50 | 25 | 5 |
| | Длительность 1 звонка, мин. | | | | |
| «Безлимит» | 1,4 | 1,8 | 2 | 2 | 0,8 |
| «Универсальный» | 1,4 | 1,5 | 1,8 | 1,8 | 0,8 |

Источник: Comnews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Как уже отмечалось выше, в варианте «мобильной корзины», применяемой для расчета стоимости услуг сотовой связи, используются тарифы на звонки в пределах «домашней зоны» (т.е. области). При этом, учитывая особенности тарифной политики операторов, внутрисетевые звонки, в свою очередь, разделяются на три основные группы: 1) стандартные внутрисетевые звонки, 2) звонки на номера «коллег» и 3) звонки на «любимые» номера (см. Табл. 1.3.). В случае отсутствия в том или ином тарифном плане опций, которые можно отнести ко второй или третьей подгруппам, «квота» звонков, выделенная на эти подгруппы, включалась в первую подгруппу. К примеру, если в тарифном плане, отнесенном к универсальному типу потребления, не предусмотрена отдельная тарификация звонков на номера коллег по работе, количество стандартных внутрисетевых звонков автоматически увеличивается с 20 до 35, а если в тарифном плане к тому же отдельно не тарифицируются звонки на «любимые» номера, количество стандартных внутрисетевых звонков увеличивается до 50. Данный принцип был использован с целью учета политики операторов, старающихся компенсировать меры по стимуляции трафика на одних направлениях за счет увеличения стоимости звонков на других направлениях.

Таблица 1.3. Структура группы внутрисетевых звонков

| | Структура звонков, % | Количество звонков, ед. | |
|----------------------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| | | Корзин «Безлимит» | Корзина «Универсальная» |
| Стандартные внутрисетевые звонки | 40% | 64 | 20 |
| Звонки на номера коллег | 30% | 48 | 15 |
| Звонки на «любимые» номера | 30% | 48 | 15 |
| Итого | 100% | 160 | 50 |

Источник: ComNews Research

Схожий механизм к группе текстовых сообщений в данном исследовании не применялся, однако если стоимость на отправку sms-сообщения внутри сети и на сеть другого оператора, различалась, количество sms-сообщений разделялось по принципу 70% и 30%, соответственно.

При расчете стоимости тарифного плана «корзине» брались во внимание ВСЕ возможные модификации «скрытых» дополнительных платежей, как то плата за стоимость соединения, за стоимость первой секунды, дополнительная плата к стоимости первой минуты и т.д.

Поскольку тарифная линейка в целом, и для корпоративных клиентов в частности, в Казахстане не столь разнообразна как России, в исследовании принимались во внимание все

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

тарифные планы, что предлагают операторы. В корзину «Безлимит» включались тарифные планы, рассчитанные на руководителей и сотрудников, нуждающихся в постоянных услугах связи, включающих абонентскую плату и заранее определенные сервисы. «Универсальная» корзина предназначена для оценки всех оставшихся тарифных планов, предлагаемых для корпоративных пользователей. Данная корзина объединила все тарифные планы, отвечающие потребностям почти каждого рядового сотрудника.

Однако, корпоративные клиенты, за редким исключением, оплачивают услуги корпоративной связи, разбивая счет на отдельные тарифные планы или пользователей. С целью проведения сравнительного анализа комплекса корпоративной сотовой связи, ComNews Research в данном исследовании ввел следующий уровень агрегации данных – объединение тарифных планов в соответствии с единой для всех структурой компании. Сравнение обобщенной в одной компании стоимости корпоративной сотовой связи проводилось для двух типов компаний: SOHO (частные предприниматели) и SMB (малый и средний бизнес).

Детальное описание группировки трех корзин корпоративных услуг связи в унифицированные компании представлено в Таблице 1.4.

Таблица 1.4. Структура универсального корпоративного потребителя

| Подразделение | SOHO, чел. | SMB, чел. |
|--|---------------|--------------|
| Руководство («Безлимит») | 1 | 2 |
| Отдел менеджмента (необходимость быть на связи «Мобильный интернет») | 1 | 9 |
| Бэк-офис (обычные сотрудники «Универсальный») | 3 | 31 |
| Общее количество сотрудников | 5 | 42 |

Источник: ComNews Research

Для проведения общего сравнительного анализа было выбрано 1 универсальное предприятие малого бизнеса и 1 предприятие среднего бизнеса. Создание структуры крупного бизнеса слишком усложнило бы систему расчетов. Создание структуры только SOHO компании, не показывало бы пропорции использования разных типов связи, а только SMB компании объем затрат на сотовую связь для частных предпринимателей.

Среднее значение каждой из категорий («корзин») по региону рассчитывается следующим образом:

- ⇒ при анализе тарифных предложений, соответствующих той или иной категории, рассчитывается «медианное» значение всех тарифных планов от каждого оператора;
- ⇒ при анализе общего показателя стоимости корзины корпоративной связи для компании из 42 или 5 человек, и при отсутствии тарифов в той или иной категории, они заменялись тарифами из «универсального» блока тарифов;
- ⇒ для расчета среднего по рынку значения, весь пул тарифных планов всех операторов связи оцениваются по медианному показателю.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

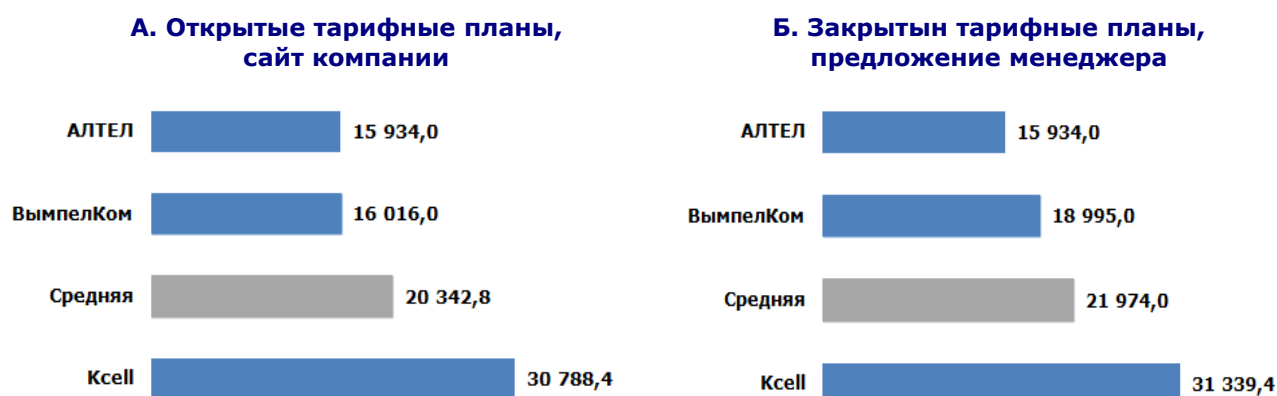
1. Категория тарифов с услугами безлимитного корпоративного обслуживания («безлимитная связь»)

К данной категории были отнесены тарифные планы, рассчитанные на руководство компаний, оплачивающих абонентскую плату за возможность без ограничений пользоваться услугами сотовой связи. Следует отметить, что тарифные планы с большим объемом включенных услуг и сервисов, по сравнению с базовыми корпоративными тарифами оператора, также рассматривались в этом блоке.

Как видно из графика 1.1. наиболее выгодными по стоимости услуг мобильной связи для высокого уровня потребления, и если клиент сам будет выбирать себе тарифный план, являются предложения компаний «АЛТЕЛ» и «ВымпелКом». Они соответственно на 22% и 21% ниже, чем среднее значение по всем операторам. Самой дорогой безлимитная связь по итогам исследования зафиксирована у оператора Kcell – 30,8 тыс. тенге, что на 51% превышает среднюю.

При оценке предложений, предоставляемых непосредственно при запросе потенциального клиента структура распределения операторов не меняется. Однако стоимость корзины «ВымпелКом'а» и Kcell незначительно увеличиваются, на 3 тыс. тенге и 500 тенге, соответственно.

График 1.1. Стоимость корзины безлимитных предложений операторов связи в среднем по Казахстану, тенге., февраль 2012



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

2. Категория универсальных тарифов корпоративного обслуживания

Как и в предыдущем случае, наиболее дешевой связью для простых сотрудников будет у клиентов компаний «АЛТЕЛ» – 3,2 тыс. тенге, при выборе тарифа самостоятельно, и у клиентов «ВымпелКом» - 2,3 тыс. тенге, при прямом обращении за услугами к оператору. Наиболее дорогой корпоративная связь является у компании Kcell, 6,5 тыс. тенге при выборе тарифа с сайта и 5,9 тыс. тенге при подборе тарифа менеджером оператора связи. При этом, стоит отметить, что самостоятельный выбор тарифного плана из всех предложений рынка может быть менее эффективным способом по оптимизации расходов на мобильную связь, нежели непосредственное обращение к поставщику услуг.

График 2.1. Стоимость корзины универсальных предложений операторов связи в среднем по Казахстану, тенге., февраль 2012



Источник: ComNews Research

Как хорошо видно на графике 2.1., максимальная и минимальная границы расходов на «универсальную корзину» при самостоятельном выборе сдвинуты в сторону увеличения, нежели ценовые условия подбора тарифов при обращении к оператору. Это говорит о большой вариативности выбора, но и о большем риске выбрать более дорогое предложение, если подбирать тарифный план самостоятельно.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

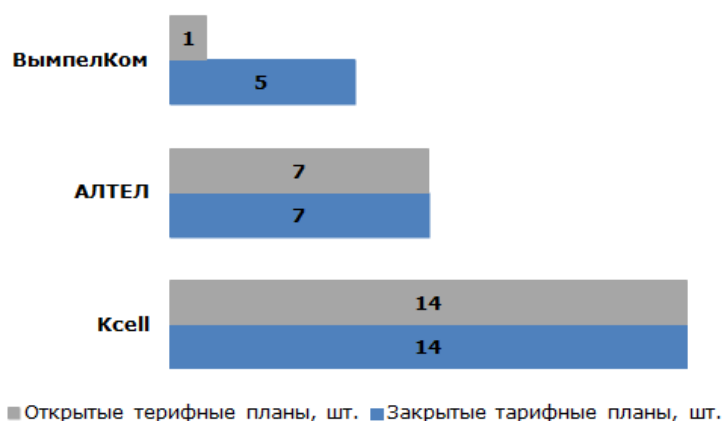
Открытый отчет по итогам инициативного исследования

3. Общая характеристика предложений рынка

Совокупное количество тарифных планов, из которых компания может собрать себе корпоративное предложение, составляет 22 при поиске через сайты и отделения игроков рынка сотовой связи, и 26 при непосредственной подаче заявления в отдел продаж оператора.

Неизменное количество предложений для обоих способов поиска зафиксировано у компаний «АЛТЕЛ» и Kcell. При этом наиболее разнообразной тарифная линейка представлена у Kcell – 14 тарифных планов. Оператор «ВымпелКом» наоборот делает акцент на эксклюзивность своих корпоративных пользователей, предлагая один единственный тариф на сайте, и 5 различных тарифных планов при обращении с запросом к менеджерам компании.

График 3.1. Количество тарифных планов, предлагаемых операторами связи для корпоративных клиентов, февраль 2012



Источник: ComNews Research

В отличие от маркетинговой политики операторов сотовой связи в России, все игроки мобильного рынка республики Казахстан не дифференцируют тарифные предложения корпоративным клиентам по региональному признаку. Не смотря на то, что на сайте каждого из операторов можно выбрать регион присутствия и обслуживания, по факту стоимость услуг не различается, и сервисы предоставляются клиентам во всех 14-ти областях по одинаковой цене.

ComNews Review

Специальный выпуск

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

4. Стоимость корпоративной сотовой связи: интегральная корзина

Как говорилось во вступлении к данному документу, главной задачей открытого инициативного исследования стоимости услуг корпоративной сотовой связи являлось проведение сравнительного анализа. Это, в свою очередь, не возможно без сопоставления комплекса затрат на услуги мобильной связи всей компанией в целом, а не по отдельным направлениям.

Наиболее дорогая стоимость корзины сотовой связи для корпоративных клиентов, имеющих средний размер предприятия в Казахстане (**42 человека**) зафиксирована у оператора Kcell: 323,8 тыс. тенге и 297,3 тыс. тенге, что превышает средне для страны значение на 50% и 31%, соответственно.

График 4.1. Стоимость услуг корпоративной связи SMB, февраль 2012



Источник: ComNews Research

Наиболее дешевые предложения по стоимости услуг для компании из 42 человек предлагают операторы связи «АЛТЕЛ», при подборе тарифа самостоятельно, - 158,9 тыс. тенге, и «ВымпелКом», при работе с менеджером оператора связи, - 131,2 тыс. тенге. В среднем по стране обеспечить компанию из 42-х сотрудников сотовой связью любой компании обойдется в пределах от 215,5 до 223,6 тыс. тенге в месяц.

ComNews Review

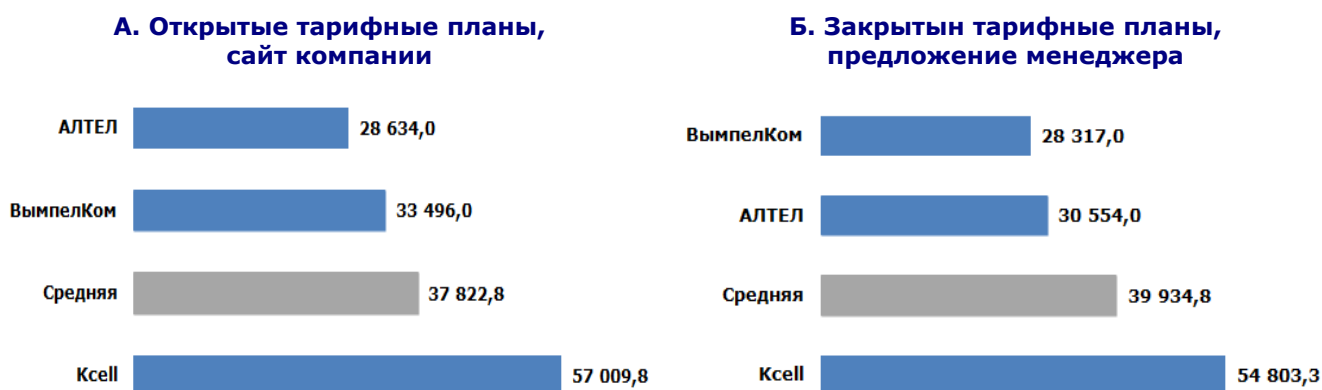
Специальный выпуск

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Наиболее дешевые предложения по стоимости услуг для компании из **5 человек** предлагают также «АЛТЕЛ» и «ВымпелКом», 28,6 тыс. тенге и 28,3 тысячу тенге, соответственно, показывая результат на 25% и 30% меньше, чем средняя по рынку.

График 4.2. Стоимость услуг корпоративной связи SOHO, февраль 2012



Компания Kcell, предлагая наибольшее количество тарифов, при этом предлагает и наиболее дорогие варианты – 57 тыс. тенге, если компания-заказчик сама выберет тариф на сайте, и 54,8 тыс. тенге, если компания-заказчик обратиться с запросом к менеджерам компании.

В среднем стоимость услуг сотовой связи для малого бизнеса в республике при том уровне потребления, что описан в методологии, будет лежать в границах 37,8 тыс. тенге и 40 тыс. тенге.

ComNews Review

Специальный выпуск

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Дополнительная информация:

Марина Коробкова, аналитик

Тел: +7 926 9063382

E-mail: m.korobkova@ComNews.ru

Компания ComNews Research оставляет за собой право пересматривать полученные данные по мере объявления компаниями официальной информации о результатах своей деятельности. При использовании данных, опубликованных в ComNews Review, ссылка на источник обязательна.