

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

1. Вступление

Уровень проникновения услуг сотовой связи в России на конец 2011 года по оценкам ComNews Research превышает 160%. Это является как следствием искусственного «раздувания» операторами «федеральной тройки» 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.

1.1. Цель и задачи проекта

Основной целью проекта является выявление стоимости услуг операторов сотовой связи для корпоративных клиентов во всех субъектах Российской Федерации. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- ⇒ собрать и систематизировать информацию о тарифных предложениях операторов сотовой связи во всех регионах РФ (тарифные планы, представленные на официальном сайте компаний и тарифные планы, предлагаемые сотрудником оператора, при письменном обращении в компанию);
- ⇒ рассчитать стоимость неизменного набора услуг сотовой связи в регионах РФ на основе собранной информации по тарифным предложениям операторов;
- ⇒ сравнить стоимость набора услуг по уровням потребления между основными игроками региональных рынков сотовой связи РФ;
- ⇒ проследить историческую динамику изменения цен на услуги сотовой связи для корпоративных клиентов на базе имеющихся данных 2011 года, и новых данных 2012 года;
- ⇒ выявить и проанализировать взаимосвязь между стоимостью услуг сотовой связи и конкурентной ситуацией в том или ином регионе.

1.2. Методология подсчета стоимости услуг сотовой связи

Метод расчета стоимости неизменного набора услуг сотовой связи («корзина») 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 ЕС.¹

В данном исследовании ComNews Research предлагает использовать эту же общепринятую в развитых странах Методологию ОЭСР. ComNews Research использует данным метод сравнительной оценки услуг сотовой связи в России четвертый год, и он зарекомендовала себя как репрезентативный и лаконичный для понимания, как для участников телекоммуникационного рынка, так и для простых потребителей услуг.

Однако копировать всю структуру метода, разработанного для Европейских рынков услуг связи, не представляется оправданным в связи с особенностями российского рынка услуг сотовой связи и спецификой тарифных планов для корпоративных клиентов, которые вынудили внести следующие изменения:

- ⇒ Территориальная неоднородность России и ее значительные масштабы привели к тому, что все цены на услуги сотовой связи рассматриваются исключительно в пределах субъекта федерации, где предлагается тарифный план. Цены на услуги федерального роуминга или на звонки в пределах макрорегионов не рассматриваются;
- ⇒ Согласно методологии ОЭСР, при расчете средней стоимости звонков учитываются только стандартные тарифы, в то время как любые виды льготных звонков (звонки на любимые номера, в пределах группы и т.д.), равно как и тарифные модификаторы, остаются без внимания. Данное ограничение могло сильно исказить реальную стоимость связи для конечного пользователя, особенно в условиях российского высококонкурентного рынка, на котором практикуется частая модификация тарифных планов и распространена практика «полускрытых» и «скрытых» платежей (таких как плата, за установление соединения, плата за первую секунду разговора, плата за первые пять секунд разговора и т.д.). По этой причине от него решено было отказаться, и учитывать звонки на группы коллег, а также все возможные скрытые платежи.

Несмотря на определенные модификации, обусловленные российской спецификой в целом и задачами данного исследования в частности, считаем необходимым сохранение базовых принципов методологии ОЭСР и ссылок на нее при озвучивании результатов исследования. Мы исходим из тех соображений, что опора на общепризнанную международную методологию исключит любые обвинения в субъективности, заангажированности и некомпетентности. В свою очередь внесение модификаций, учитывающих особенности российского рынка, исключит обвинения в неприменимости Методологии ОЭСР к своеобразным российским условиям.

Согласно Методологии ОЭСР, мобильная корзина разделяется на две основные части «фиксированную» (абонентские и единократные платежи, в том числе платежи за подключение, рассроченные на три года), и «мобильную», включающую потребление услуг

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.

сотовой связи. В дополнение мобильная корзина ОЭСР разделяется на три уровня: низкий, средний и высокий.

Однако, учитывая особенности структурирования и ценообразования корпоративных тарифных планов, а также более индивидуальный подход к каждому корпоративному заказчику, ComNews Research изменил данный подход на обработку открытых корпоративных тарифных планов по специализации использования: безлимитная связь и универсальное потребление услуг связи. А также по размеру компании: SOHO, SMB, LE, – чтобы сравнить общий объем расходов юридического лица, а не только одного конечного пользователя. Параметры потребления основных услуг сотовой связи по каждому из «профайлов» представлены в Таблице I.

Таблица I. Объем потребления услуг сотовой связи

	Уровень потребления	
	Корзина «Безлимит»	Корзина «Универсальная»
Исходящие звонки, ед.	600	300
SMS, ед.	70	50
MMS, ед.	20	5
GPRS-интернет, Мбайт	200	50

Источник: ComNews Research

Распределение исходящих звонков и их длительность в зависимости от специфики потребления представлено в Таблице II, структура внутрисетевых звонков – в Таблице III.

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

	Местные вызовы	Междугородные вызовы	Внутрисетевые звонки	Сети других операторов
	В %% от общей численности исходящих звонков			
«Безлимит»	14%	8%	39%	39%
«Универсал»	15%	5%	42%	38%
	В единицах			
«Безлимит»	84	48	234	234
«Универсал»	45	15	126	114
	Длительность 1 звонка, мин.			
«Безлимит»	1,4	1,8	2	2
«Универсал»	1,4	1,5	1,8	1,8

Источник: ComNews Research

При этом следует понимать, что при изменении подхода к классификации тарифных планов, база методологии остается неизменной – единый набор потребления услуг сотовой связи является **стандартным универсальным допущением**, а не отражением

фактических моделей потребления услуг, сложившихся в сотовых сетях той или иной страны.

Как уже отмечалось выше, в варианте «мобильной корзины», применяемой для расчета стоимости услуг сотовой связи в российских регионах, используются тарифы на звонки в пределах «домашней зоны». При этом, учитывая особенности тарифной политики российских операторов, внутрисетевые звонки, в свою очередь, решено разделить на две основные группы: 1) стандартные внутрисетевые звонки, 2) звонки на номера коллег. В случае отсутствия в том или ином тарифном плане опций, которые можно отнести ко второй подгруппе, «квота» звонков, выделенная на нее, включается в первую. Данный принцип используется с целью учета политики операторов, старающихся компенсировать меры по стимуляции трафика на одних направлениях за счет увеличения стоимости звонков на других направлениях.

Таблица III. Структура группы внутрисетевых звонков

	Структура звонков, %	Количество звонков, единиц	
		Корзина «Безлимит»	Корзина «Универсальная»
Стандартные	55%	129	69
Звонки на номера коллег	45%	105	57
Итого	100%	234	126

Источник: ComNews Research

Схожий механизм к группе текстовых сообщений применяться не будет, поскольку сотовые операторы в корпоративных тарифных планах за редким исключением структурируют стоимость данного сервиса по направлениям.

При расчете стоимости тарифного плана согласно «корзине» берутся во внимание ВСЕ возможные модификации «скрытых» дополнительных платежей: плата за стоимость соединения, за стоимость первой секунды, дополнительная плата к стоимости первой минуты и т.д. Однако любые виды платных опциональных дополнительных сервисов или пакетов услуг в расчет не принимаются, поскольку их подключение является индивидуальным выбором и решением каждого пользователя в отдельности.

Корзина «Безлимит» рассчитывалась на базе тарифных планов, предлагаемых руководителям и сотрудникам, нуждающихся в постоянных услугах связи, включающих абонентскую плату и заранее определенные сервисы. «Универсальная» корзина предназначена для оценки наибольшего количества тарифных планов, предлагаемых для корпоративных пользователей. Для данной корзины использовались, так называемые, «базовые» тарифные планы, отвечающие потребностям почти каждого рядового сотрудника.

В отличие от услуг сотовой связи для частных пользователей, где все возможные для подключения тарифные планы представлены на официальных сайтах операторов связи, для корпоративных клиентов игроки рынка мобильной телефонии зачастую имеют дополнительные специальные тарифные предложения, не указанные на веб-портале компании. По этой причине, чтобы провести полноценный сравнительный анализ

корпоративных тарифных планов операторов сотовой связи во всех регионах РФ, ComNews Research помимо открытых тарифных планов, выделил отдельное направление сбора предложений через e-mail запросы. Детальная информация по запросам и обработке информации, полученной данным методом, представлена в Таблице IV. Однако в виду географических особенностей страны и ограниченных временных ресурсов «закрытые» тарифные планы собирались лишь в 24 городах Российской Федерации.² В каждом из 8 федеральных округов страны было выбрано три лидирующих по социально-экономическим показателям города, не находящихся в одном субъекте федерации, что в общей сложности составило 30% от всех регионов России и является допустимой выборкой для выявления тенденций в предложении и подборе услуг непосредственно менеджерами игроков рынка.

Как говорилось ранее, помимо сравнительного анализа стоимости корпоративной связи на основе специфики потребления услуг, данное исследование предполагало и оценку общего уровня затрат на мобильные услуги связи всей компании-клиента. И именно на этом и строился принцип сбора «закрытых» тарифных планов, индивидуально предлагавшихся менеджерами операторов связи. Учитывая общепринятую систему структурного разбиения юридических лиц на группы по размеру, ComNews Research просил предоставить предложения для компаний разного объема бизнеса: SOHO, SMB и LE.

Таблица IV. Карточка запроса тарифного плана

Подразделение	Количество сотрудников, чел.		
	SOHO	SMB	LE
Руководство (безлимитный тарифный план)	1	2	3
Производственный отдел (обычные сотрудники – «универсал»)	5	24	40
Бэк-офис (обычные сотрудники – «универсал»)	3	11	31
Общее количество сотрудников	9	37	74

Источник: ComNews Research

Каждому из представленных в регионе операторов был направлен запрос на предоставление услуг сотовой связи для описанного выше профиля компании, с просьбой подобрать или смоделировать наиболее подходящий тарифный план.

²Воронеж, Ярославль, Рязань, Ростов-на-Дону, Волгоград, Краснодар, Калининград, Архангельск, Мурманск, Владивосток, Хабаровск, Якутск, Новосибирск, Омск, Красноярск, Екатеринбург, Челябинск, Тюмень, Нижний Новгород, Пермь, Казань, Махачкала, Владикавказ, Ставрополь

Получение информации, как с официального сайта оператора, так и от менеджера компании, позволило провести сравнительный анализ стоимости услуг сотовой связи для корпоративных клиентов не только между регионами страны и игроками рынка, но и между открытыми тарифными планами и индивидуальными корпоративными предложениями, которые иногда практикуют операторы «большой тройки». Данный анализ был проведен двумя способами:

- ⇒ собранные данные по четырем «корзинам» открытых тарифных планов были «наложены» на структуру компании (см. Таб. IV), и в результате получилось два показателя стоимости услуг связи для трех размеров компании - самостоятельно подобранный корпоративный тариф или «закрытый», сконструированный и предложенный менеджером оператора;
- ⇒ индивидуальное корпоративное предложение были «разложены» по направлениям «Безлимит» и «Универсальный», и сопоставлены с тарифными планами, полученными с сайта оператора связи.

С официальных сайтов операторов связи собирались ВСЕ предлагаемые корпоративным клиентам тарифные планы, сортировались по «типу» потребления, и пересчитывались с использованием методологии вышеописанной «корзины». Значение каждой из категорий («корзин») по региону рассчитывалось следующим образом:

- ⇒ при анализе тарифных предложений, соответствующих той или иной категории, рассчитывалось медианное значение, как по субъекту федерации в целом, так и по оператору связи в целом во всех регионах его присутствия;
- ⇒ при отсутствии тарифного плана, удовлетворяющего критериям типа потребления услуг, в категории учитывался самый «дешевый» тарифный план «универсального» потребления.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

2. Категория тарифов «Безлимит»

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.

2.1. Рейтинг регионов

В целом по стране стоимость корзины «Безлимит» на середину апреля 2012 года составляла 3730 руб. Наиболее низкая стоимость данной корзины зафиксирована в Ульяновской области, составляющая 62% от среднероссийского показателя. За этим регионом следуют Пензенская и Саратовская области, а также Республика Марий Эл и Мордовия. Объединяющим их фактором, и основной причиной низких показателей, является высокий уровень концентрации игроков рынка сотовой связи в данных регионах. На каждом из этих рынков услуги мобильной телефонии предоставляет 5 различных компаний.

Таблица 2.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "Безлимит", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Ульяновская область	2304,68
Пензенская область, Саратовская область	2431,20
Республика Марий Эл	2431,80
Республика Мордовия	2550,54
Кировская область	2564,99
Тамбовская область	2649,20
Нижегородская область	2665,80
Камчатский край	2674,10
Кемеровская область	2800,00
Приморский край	2837,91
В среднем по России	3730,0

Таблица 2.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "Безлимит", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Амурская область	4575,02
Забайкальский край, Чукотский АО	4417,52
Сахалинская область	4292,52
Москва и МО	4219,92
Республика Алтай, Ставропольский край	4219,80
Новосибирская область	4208,39
Республика Калмыкия	4179,60
Хабаровский край	4169,12
Омская область	4126,02
Алтайский край	3991,74
В среднем по России	3730,0

Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

В противоположность регионам с самой дешевой «безлимитной» корзиной, регионы с самыми дорогими корпоративными безлимитными тарифами представлены не более чем 3 игроками рынка. Стоимость корзины в Амурской области превышает среднюю по России на 22,7%, а показатель Ульяновской области в два раза. При этом опять четко прослеживается географическая кластерность наиболее дорогих регионов – это субъекты федерации из макрорегиона Сибирь.

График 2.1. Стоимость корзины "Безлимит" в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ=100%), май 2012



Источник: ComNews Research

Однако, как хорошо видно из Графика 2.1. отклонения в большую сторону от средней менее значительны, нежели в сторону уменьшения, что говорит о гибкой тарифной политике операторов связи даже в таком дорогом сегменте тарифных планов, как «Безлимит».

2.2. Рейтинг операторов

Первенство по уровню цен в сегменте корпоративной связи для руководства принадлежит не участникам «большой тройки», а региональным операторам связи. Лидером является компания Tele2 (1713 руб.), с показателем на 55% меньшим, чем среднее по стране, и на 60% меньшим, чем у самого дорого оператора данной категории – ОАО «МегаФон» (4270 руб.). За ним следуют ГК «Мотив» и ГК «СМАРТС», с показателями 1787 руб. и 2178 руб., соответственно.

При этом четко прослеживается тенденция снижения общего уровня стоимости корзины «безлимит» с течением времени, составившее за прошедший год 12%. Наибольшее падение стоимости корзины наблюдается у ОАО «МТС» - в среднем по всем регионам присутствия показатель снизился практически на 40%. Именно это и позволило компании, в отличие от двух других игроков федерального значения, расположиться выше среднероссийского показателя «универсальной» корзины и предлагать тарифные планы, конкурирующие с тарифными планами игроков регионального значения.

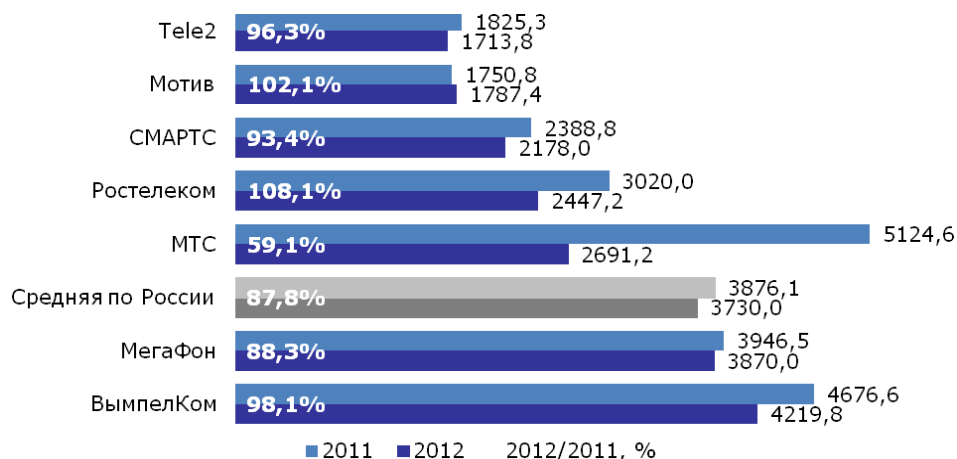
ComNews Review

Специальный выпуск

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 2.2. Стоимость наиболее дешевых предложений операторов связи (категория тарифов "Безлимит") в среднем по России, май 2011 - май 2012

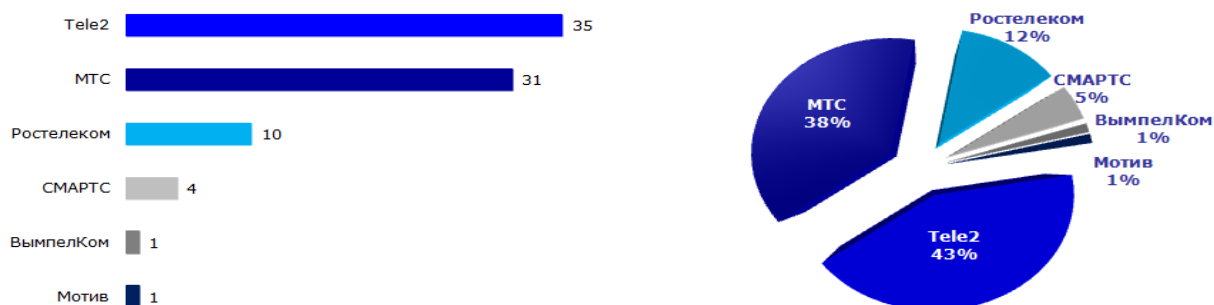


Источник: ComNews Research

Наиболее дорогая корзина безлимитной корпоративной связи наблюдается у ОАО «ВымпелКом» - 4,2 тысячи рублей, что на 13% меньше среднероссийского. Но, не смотря на высокую стоимость, тенденция снижения общего уровня цен присуща и этому игроку рынка – на 2% за прошедший год.

Первое место по количеству субъектов федерации, где у компаний наблюдаются самые низкие корзины «безлимитной связи», занимает также Tele2 – 35 регионов или 43% от общего их количества. За ним, не смотря на то, что средний показатель по всей стране не является самым низким (2691 руб.) следует компания «МТС» - 31 регион или 38% от их общего количества.

График 2.3. Количество субъектов федерации, в которых оператор предлагает наиболее дешевый тарифный план "Безлимит", май 2012



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

3. Категория «универсальных» тарифов

3.1. Рейтинг регионов

К данной категории были отнесены тарифные планы для рядовых сотрудников компании, не ведущих свою рабочую деятельность вне офиса и не имеющих необходимости постоянно быть на связи.

Наиболее низкая стоимость данной корзины зафиксирована в Республике Марий Эл на уровне 869 руб., что на 18% ниже среднероссийского показателя. Самая высокая стоимость «корзины» по причинам низкой степени конкуренции, а также высокого общего уровня цен на потребительские товары представлена в Москве и Московской области. Она превышает среднероссийский показатель на 80%, а показатель Республики Марий Эл более чем в два раза.

Таблица 3.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "Универсал", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Республика Марий Эл	869,31
Ульяновская область	877,55
Республика Тыва	900,95
Омская область	903,94
Томская область	909,30
Мурманская область	921,01
Кемеровская область	924,86
Нижегородская область	930,93
Республика Карелия	937,89
Вологодская область	938,34
В среднем по России	1064,06

Таблица 3.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "Универсал", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Москва и МО	1916,92
Ямало-Ненецкий АО	1396,54
Сахалинская область	1395,56
Ханты-Мансийский АО	1387,96
Хабаровский край	1369,50
Чукотский АО	1343,99
Магаданская область	1330,66
Амурская область, Республика Саха (Якутия)	1330,63
Забайкальский край	1324,31
Камчатский край	1249,46
В среднем по России	1064,06

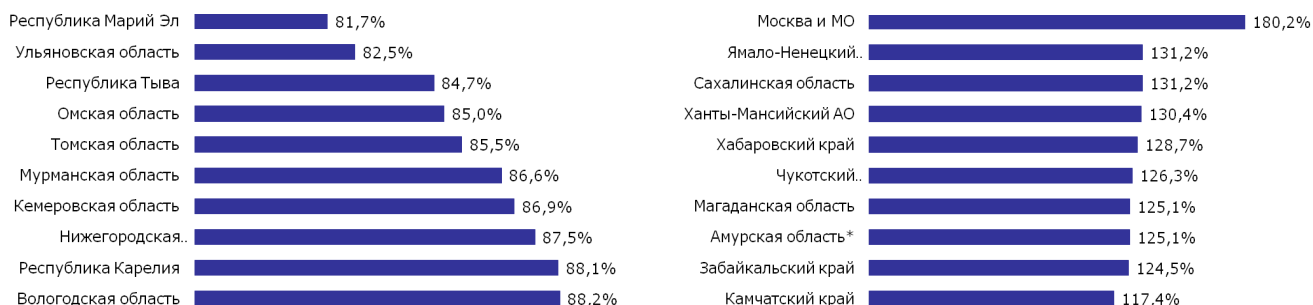
Источник: ComNews Research

Также как и во всех предыдущих случаях, наиболее дорогими регионами страны по рассматриваемой категории тарифов, помимо Москвы, являются субъекты федерации, входящие в Сибирский и Дальневосточный Федеральные округа, характеризующиеся высоким уровнем прожиточного минимума, низкой плотностью населения, а также сложными климатическими и географическими условиями.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 3.1. Стоимость «Универсальной» корзины в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ=100%), май 2012



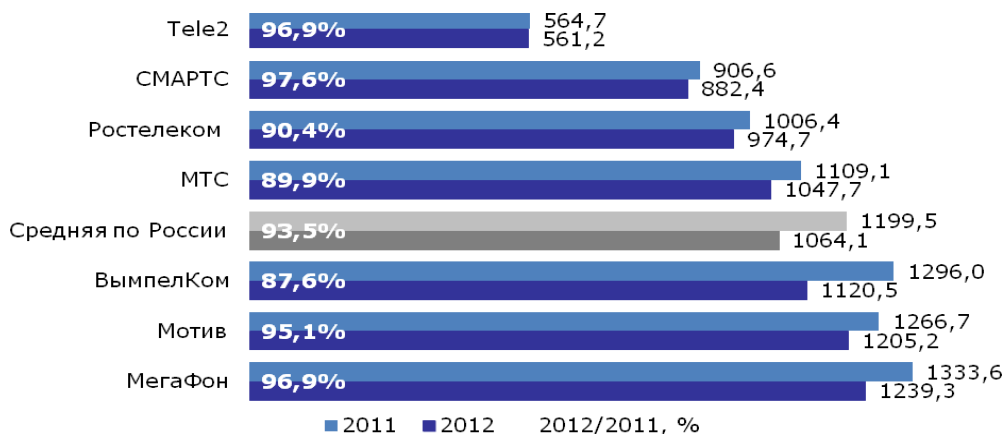
Источник: ComNews Research

3.2. Рейтинг операторов

В сегменте универсальных корпоративных тарифов, что подойдет рядовому работнику любой компании и корпорации, лидерами по наименьшей стоимости неизменного и единого для всех набора услуг сотовой связи являются также операторы межрегионального уровня: Tele2, ГК «СМАРТС» и ОАО «Ростелеком», показавшие результат, значительно меньше среднего по стране (1064 руб.), на 48%, 18% и 9%, соответственно. Единственным представителем федеральной тройки, показавшим результат, не превышающий среднероссийский, стала компания «МТС» - 1047 руб.

Наиболее дорогая корзина «универсальных» услуг была в свою очередь зафиксирована у ОАО «МегаФон», на уровне 1239 руб., что на 16% выше среднего по стране, и в два раза больше показателя Tele2.

График 3.2. Стоимость наиболее дешевых предложений операторов связи (категория тарифов "Универсал") в среднем по России, май 2011 - май 2012



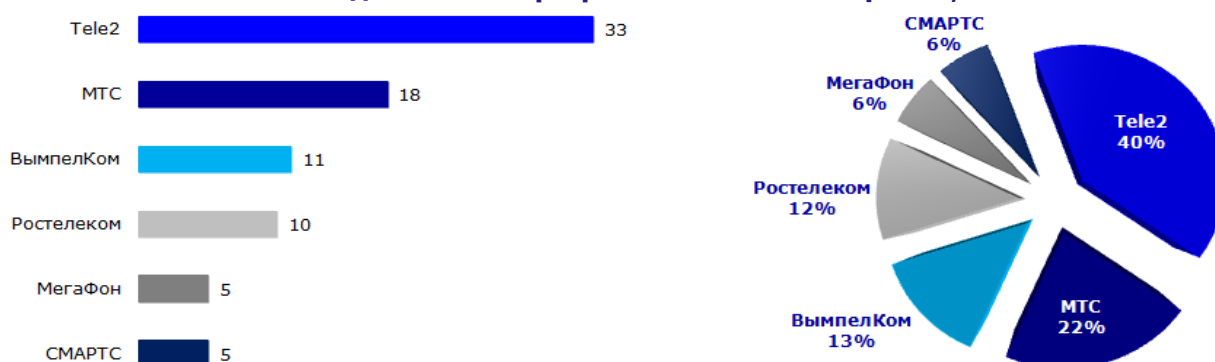
Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Стоимость «универсальной» корзины, в сравнении с рассмотренной ранее – «безлимит», показывает наименьшие изменения с течением времени, что говорит о ее стабильности и неизменности маркетинговой политики операторов связи относительно наибольшего сегмента тарифов в своих продуктовых линейках. В среднем по всем регионам страны стоимость корзины снизилась за прошедший год на 6,5%. Наибольший сдвиг в сторону уменьшения показала корзина ОАО «ВымпелКом» - 12,4%.

График 3.3. Количество субъектов федерации, в которых оператор предлагает наиболее дешевый тарифный план "Универсал", май 2012



Источник: ComNews Research

Лидирующую позицию, также как и в стоимости своей средней, по количеству регионов, где компания предлагает наиболее дешевую «универсальную» корзину занимает региональный игрок Tele2. В рекордном количестве регионов – 33 субъекта федерации из 35, где компания предоставляет свои услуги, у нее зафиксированы наименьшие цены, по сравнению с прямыми конкурентами. В целом по стране этот показатель составляет 40% от всех регионов.

Вторым по количеству регионов с наименьшей стоимостью рассматриваемой корзины по итогам апреля 2012 года является ОАО «МТС»: 18 субъектов федерации или 22% от их общего количества.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

4. Стоимость услуг сотовой связи для SOHO (частный бизнес)

4.1. Рейтинг регионов

Наиболее дешевые предложения по стоимости услуг для компании из 9 человек операторы связи предлагают в Ульяновской области, а за ней следуют Республика Тыва и Марий Эл, а также Оренбургская и Пензенская области, показывая результат в среднем на 20% меньший, чем в целом по России.

Наиболее дорогие предложения встречаются в Москве, Амурской и Сахалинской областях, а также Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском Автономных округах. В Москве частному предпринимателю с восемью сотрудниками сотовая связь обойдется более чем на 58% дороже, чем по всей стране в целом. В следующих за столицей регионах счет за услуги сотовой связи на всю компанию будет выше среднероссийского на 25-30%.

Таблица 4.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "SOHO", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Ульяновская область	9325,1
Республика Марий Эл	9386,3
Республика Тыва	9701,2
Оренбургская область	9817,4
Пензенская область, Саратовская область, Республика Мордовия	10029,6
Нижегородская область	10113,2
Кемеровская область	10198,8
Самарская область	10694,4
Кировская область	10913,1
Астраханская область	10980,6
В среднем по России	12377,20

Таблица 4.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "SOHO", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Москва и МО	19555,2
Сахалинская область	16119,0
Амурская область	15884,0
Хабаровский край	15378,0
Чукотский АО	15169,4
Республика Саха (Якутия)	15155,0
Забайкальский край	15012,0
Ямало-Ненецкий АО	14956,4
Ханты-Мансийский АО	14851,4
Магаданская область	14193,9
В среднем по России	12377,20

Источник: ComNews Research

График 4.1. Стоимость корзины «SOHO» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ=100%), май 2012



Источник: ComNews Research

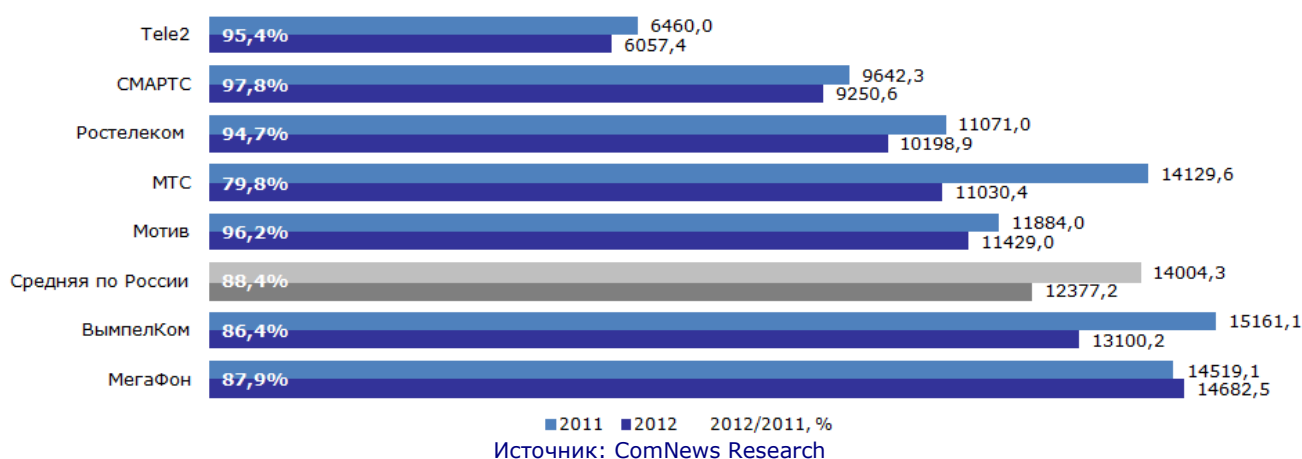
СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

4.2. Рейтинг операторов

Как видно из графика 4.2. самая дорогая корзина корпоративных услуг для SOHO бизнеса зафиксирована у компании «МегаФон» (14682 руб.), а наиболее дешевая у регионального игрока Tele2 (6057 руб.). За ним следуют ГК «СМАРТС» и ОАО «МТС». При этом разница между самым дорогим и самым дешевым оператором связи для индивидуальных предпринимателей составляет 60%. В среднем же по стране компания из 9 человек с неизменным уровнем потребления, указанным в методологии, в месяц на услуги сотовой связи тратит 12377 руб.

График 4.2. Стоимость наиболее дешевых предложений операторов связи (категория тарифов "SOHO") в среднем по России, май 2011 - май 2012



В дополнение можно сказать, что историческое изменение «SOHO» корзины у каждого из операторов, подтверждает тенденцию снижения общего уровня цен на услуги сотовой связи по регионам страны, а также показывает постепенное сокращение ценового неравенства между регионами, поскольку у всех представителей «федеральной тройки» мы наблюдаем или снижение стоимости корзины или ее неизменность.

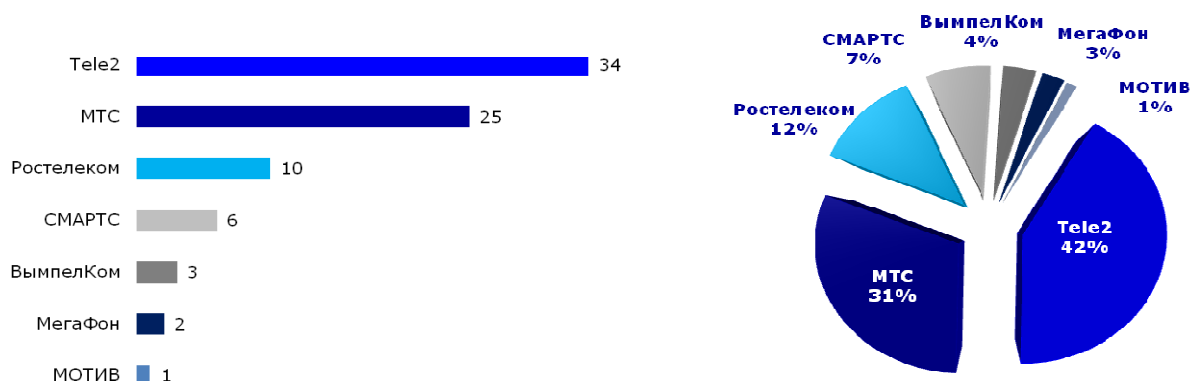
Также как и в «универсальной» корзине, по количеству регионов, где оператор предоставляет наиболее выгодные предложения, лидируют ОАО «МТС» и Tele2, совместно занимая 73% от всех регионов страны. При этом Tele2 предоставляет наименее дорогую связь для малого бизнеса практически во всех регионах своего присутствия 34 из 35.

Третье место по количеству регионов, где частному и малому бизнесу предлагаются наименьшие тарифные предложения, занимает на момент сбора данных ОАО «Ростелеком» - 10 субъектов федерации или 12% от их общего количества.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 4.3. Количество субъектов федерации, в которых оператор предлагает наиболее дешевый тарифный план "SOHO", май 2012



Источник: ComNews Research

Как говорилось ранее, ComNews Research помимо простого сбора тарифных предложений с официальных сайтов операторов связи проводил сбор «закрытых» тарифных планов для потенциального корпоративного клиента в 24 регионах страны, рассылая запросы на предоставление сервисов, а также интересуясь возможностью получить выгодные условия подключения, скидки или льготный период оплаты. К сожалению, для компании из 9 человек, ни один из операторов связи, не предложил эксклюзивного тарифного плана или индивидуальных условий. Менеджеры игроков рынка, исходя из описанных требований, подбирали индивидуальному предпринимателю комбинацию из уже представленных на официальном сайте предложений.

График 4.4. Стоимость корзины «SOHO», рассчитанной по тарифам, предложенным менеджером оператора, по отношению к стоимости корзины из открытых тарифов, в среднем по России, май 2012



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Как результат, График 4.4. отражает, что разницы между самостоятельным подбором тарифного плана и обращением в компанию не существует. Эффективность самостоятельного подбора тарифного плана для всей компании или выбора, предлагаемого менеджером компании, для маленькой компании будет полностью зависеть от умения и квалификации оценивать нужды компании и оптимизировать имеющиеся средства, или руководителя бизнеса или менеджера, соответственно. Единственное, что стоит отметить, так это готовность работать с малыми предприятиями, которую проявляли работники региональных компаний, и не высокую заинтересованность работников «большой тройки» в клиенте, чей штат не превышает 10 человек.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

5. Стоимость услуг сотовой связи для SMB компаний

5.1. Рейтинг регионов

Наиболее дорогая стоимость корзины сотовой связи для корпоративных клиентов, имеющих средний размер предприятия, зафиксирована в Москве и Московской области, однако разница с между стоимостью корзины в регионе и среднероссийским показателем не столь существенная, как в случае с другими корзинами – лишь 8,7%. В Сахалинской области и Ямало-Ненецком Автономном округе также высокие показатели стоимости сотовой связи для компании среднего размера, однако они уже не превышают средний по стране показатель и находятся на его уровне – 98% и 97%, соответственно.

В целом же компания из 37 человек с неизменным уровнем потребления сотовой связи в месяц оплачивает счет с суммой в 45,5 тыс. руб.

Таблица 5.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "SMB", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Республика Дагестан	27882,4
Кемеровская область	28850,8
Вологодская область	28981,1
Республика Северная Осетия-Алания	29421,2
Омская область	29769,7
Оренбургская область	30035,0
Новгородская область	30213,0
Иркутская область	30338,2
Томская область	30475,6
Республика Алтай	30914,5
В среднем по России	45668,23

Таблица 5.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "SMB", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Москва и МО	49625,7
Сахалинская область	44692,1
Ямало-Ненецкий АО	44211,0
Ханты-Мансийский АО	43987,9
Амурская область	43848,8
Тюменская область	42709,6
Пермский край	40241,9
Республика Саха (Якутия)	40002,4
Забайкальский край	39613,7
Чукотский АО	39594,6
В среднем по России	45668,23

Источник: ComNews Research

Наиболее низкие показатели зафиксированы в Республике Дагестан и Кемеровской области, составляющие лишь 61% и 63% от среднероссийского показателя. Разница же между пиковыми регионами составляет чуть более 45%.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 5.1. Стоимость корзины «SMB» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ=100%), май 2012

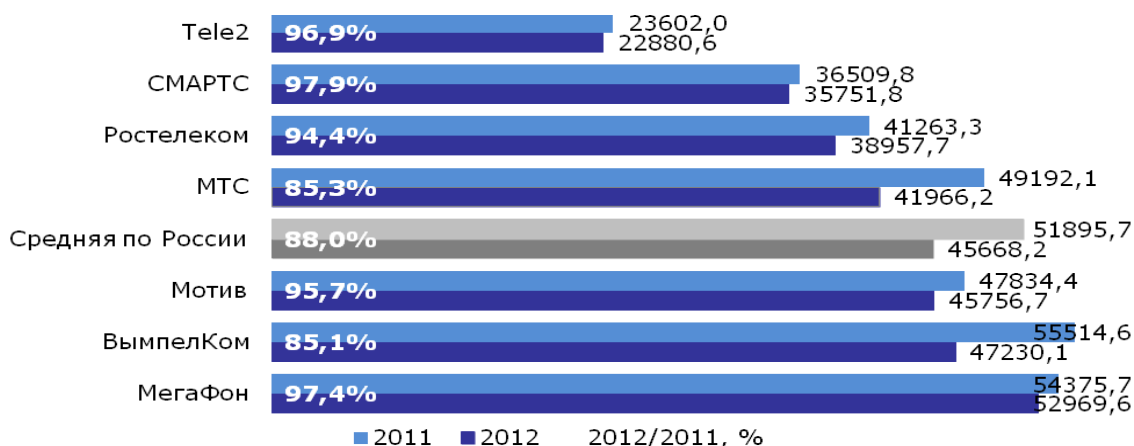


Источник: ComNews Research

5.2. Рейтинг операторов

Наиболее дешевые предложения среди средних показателей для каждого из операторов сотовой связи были зафиксированы у того же набора игроков рынка, что и в предыдущей корзине. На Графике 5.2. хорошо видно, что разница между показателями операторов связи и среднему по России показателю существенна лишь у оператора Tele2 и ГК «СМАРТС», превышая 50% и 22%, соответственно. Лидерство среди участников «большой тройки» компании «МТС» в данном случае объясняется значительным снижением базовых универсальных тарифов, как было видно из корзины «универсал» и «безлимит», что и позволяет компании конкурировать с компаниями – дискаунтерами.

График 5.2. Стоимость наиболее дешевых предложений операторов связи (категория тарифов "SMB") в среднем по России, май 2011 - май 2012



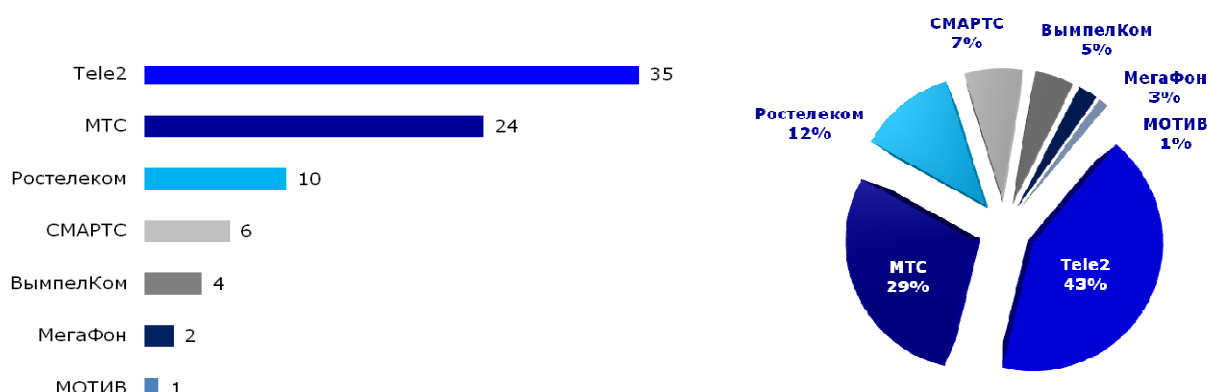
Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Лидером по количеству регионов, где компания предлагает наименее дорогую корпоративную связь для корпоративных клиентов, работающих в формате среднего предприятия, являлась на момент сбора данных Tele2 - 43% от общего числа регионов, или все 35 субъектов федерации, где оператор предоставляет свои услуги. В 24 регионах Tele2 оттеснила ОАО «МТС», в 10 – сотовые компании ОАО «Ростелеком».

График 5.3. Количество субъектов федерации, в которых оператор предлагает наиболее дешевый тарифный план "SMB", май 2012



Источник: ComNews Research

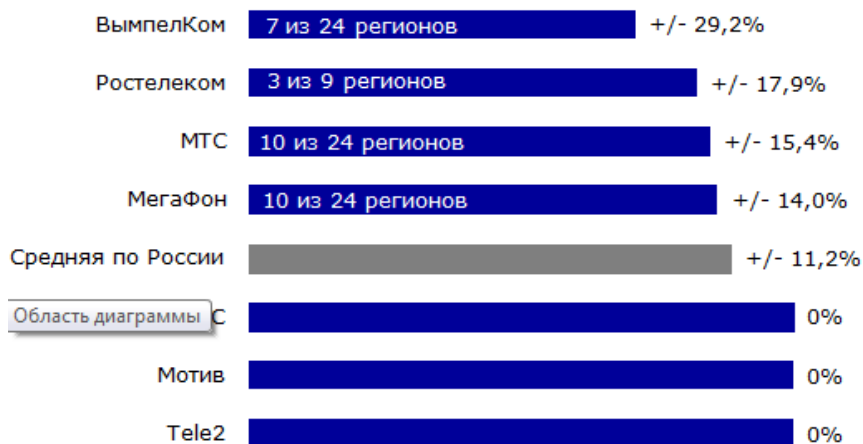
При рассмотрении «закрытых» тарифов для компаний среднего размера из 37 человек, картина данных складывается уже не однородно. Хорошо видно, что обратившись за помощью в выборе тарифного плана для своего предприятия, руководитель в 40% случаев, скорее всего, получит предложение, не размещенное на открытом сайте одного из игроков «федеральной тройки». При этом наименьший зазор между «открытым» и «закрытым» предложением наблюдается у компании ОАО «МегаФон» - 14%, а максимально возможное изменение в оценке стоимости наблюдается у ОАО «ВымпелКом» - 29,2%.

Несмотря на то, что запрос для «SMB» можно уже считать интересным для оператора сотовой связи - 37 новых пользователей услугами, - никаких скидок и опций при разговоре об открытых тарифных планах игроками рынка предложено не было. По итогам рассмотренных предложений от всех игроков рынка, можно смело говорить, что операторы сотовой связи регионального значения не активно используют «закрытые» тарифные планы и опции, однако занимают свои лидирующие позиции, среди общего рейтинга стоимости корзины «SMB» в 2011 и 2012 годах. В это же время игроки федерального значения, несмотря на значительные сдвиги в стоимости предложений, наблюдаемые за последний год, и выгодность «закрытых» тарифов относительно «открытых» тарифов этих же операторов, все равно уступают в ценовой гонке компаниям – дискаунтерам, ни ГК «СМАРТС», ни ГК «МОТИВ», ни Tele2 при этом не экономят на персональных менеджерах и индивидуальной работе с клиентами. На запросы всем рассмотренным в данном исследовании операторам связи ComNews Research получил ответы, а также предложение встретиться, чтобы более детально рассказать о требованиях компании.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 5.4. Стоимость корзины «SMB», рассчитанной по тарифам, предложенным менеджером оператора, по отношению к стоимости корзины из открытых тарифов, в среднем по России, май 2012



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

6. Стоимость услуг сотовой связи для LE компаний

6.1. Рейтинг регионов

Наиболее дорогая стоимость корзины сотовой связи для корпоративных клиентов, имеющих размер предприятия более 70 человек, зафиксирована, как и предыдущие две «SOHO» и «SMB» в Москве и Московской области – 119 тыс. руб., что превышает общий по стране показатель (88762,4 руб.) на 34%. Наиболее выгодно пользоваться сотовой связью крупным компаниям в Республике Дагестан, а также в Новгородской и Вологодской областях, где стоимость корзины «LE» будет меньше среднего показателя на 24%. В целом же, корзина «LE» показывает разницу между экстремумами на уровне 75%.

Таблица 6.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "LE", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Республика Дагестан	67888,4
Новгородская область	67938,7
Вологодская область	68401,6
Кемеровская область	68743,7
Омская область	69186,7
Томская область	70740,9
Краснодарский край и Республика Адыгея	70966,6
Республика Карелия	71500,3
Республика Северная Осетия-Алания	71788,3
Тамбовская область	71898,7
В среднем по России	88762,41

Таблица 6.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины корпоративной связи в сегменте "LE", май 2012

Регионы	Стоимость корзины, руб.
Московская область	119063,5
Амурская область	106113,8
Ямало-Ненецкий АО	104514,1
Сахалинская область	104114,4
Ханты-Мансийский АО	103844,7
Тюменская область	100060,1
Республика Саха (Якутия)	97076,6
Хабаровский край	96977,1
Чукотский АО	96832,0
Забайкальский край	96318,1
В среднем по России	88762,41

Источник: ComNews Research

Как и в случае с предыдущими сегментами оценки стоимости корзины корпоративной связи, географический аспект, а также уровень конкурентной среды играют решающую роль при формировании стоимости услуг сотовой связи для юридических лиц. Как хорошо прослеживается в Таблице 6.2. помимо Москвы, самые дорогие регионы приходятся на Сибирский и Дальневосточный Федеральные Округа, характеризующиеся низкой плотностью населения и менее разветвленной, нежели в Поволжском, Центральном или Северо-Западном Федеральных округах телекоммуникационной инфраструктурой.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 6.1. Стоимость корзины «LE» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ=100%), май 2012



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

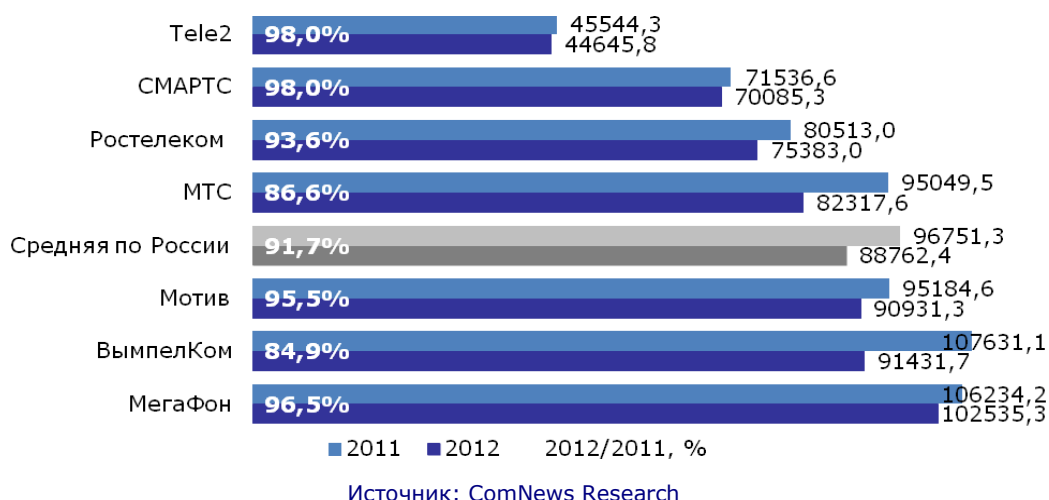
Открытый отчет по итогам инициативного исследования

6.2. Рейтинг операторов

Наиболее выгодной стоимостью корзины сотовой связи для крупных корпоративных клиентов, состоящих из более чем 74 сотрудников, наблюдается по итогам проведенной работы у компании Tele2 – 44,6 тыс. руб. За ней следует ГК «СМАРТС», ОАО «МТС», а также консолидированные сотовые активы ОАО «Ростелеком». Наиболее дорогую корзину «LE» предлагает федеральный оператор «МегаФон» - 102,5 тыс. руб., или 115% относительно среднероссийского значения.

Из Графика 6.2. также хорошо видно, что в целом за прошедший год стоимость корзины снизилась приблизительно на 8%, что является вторым по уменьшению значением среди трех корзин «SMB», «LE» и «SOHO».

График 6.2. Стоимость наиболее дешевых предложений операторов связи (категория тарифов "LE") в среднем по России, май 2011 - май 2012



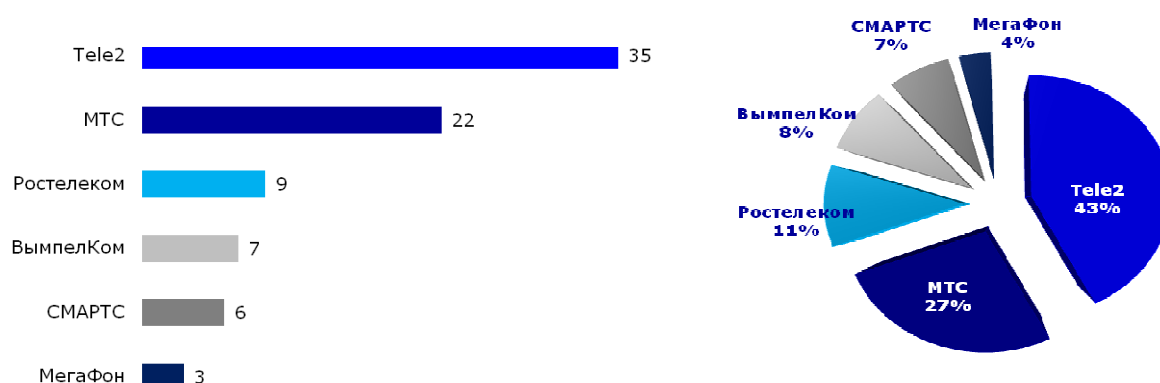
Лидерство компании Tele2 по стоимости корзины рассматриваемого сегмента потребления объясняется эффектом масштаба предприятия. Поскольку оператор является дискаунтером и предоставляет наиболее дешевые и простые тарифы, то именно они и представляют основной интерес для простых работников предприятия. Таким образом, даже если бы у компании была высокая стоимость корзины «безлимит», она бы нивелировалась выгодными тарифами для остальных сотрудников. Из этого можно сделать вывод, что для компаний, рассматривающих для своих сотрудников простые и не перегруженные опциями тарифные планы, это может быть хорошим решением.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Такое положение дел со стоимостью консолидированной корзины «крупного предприятия» приводит к лидерству компании-дискаунтера во всех 35 регионах присутствия, что повторяет картину корзины «SMB». 27% от всех субъектов федерации или 22 региона могут рассчитывать на ОАО «МТС», как наиболее выгодного партнера по корпоративной сотовой связи. Оставшиеся игроки рынка делят между собой 30% всех регионов страны.

График 6.3. Количество субъектов федерации, в которых оператор предлагает наиболее дешевый тарифный план "LE", май 2012



Источник: ComNews Research

В отличие от корзины «SMB», и, тем более, «SOHO», стоимость корзины «LE» показывает наибольшую диверсификацию «открытых» и «закрытых» тарифных планов. Все игроки федерального масштаба, а также компании ОАО «Ростелеком» предлагали помимо доступных на сайте тарифных планов еще и закрытые эксклюзивные условия подключения к сервисам, как минимум в 30% от рассмотренных регионов. Лидером по количеству регионов, где компанией были предложены выгодные индивидуальные условия, является ОАО «МегаФон», 15 регионов из 24 возможных. Далее следуют ОАО «МТС» и «ОАО «ВымпелКом», 12 и 9 регионов, соответственно.

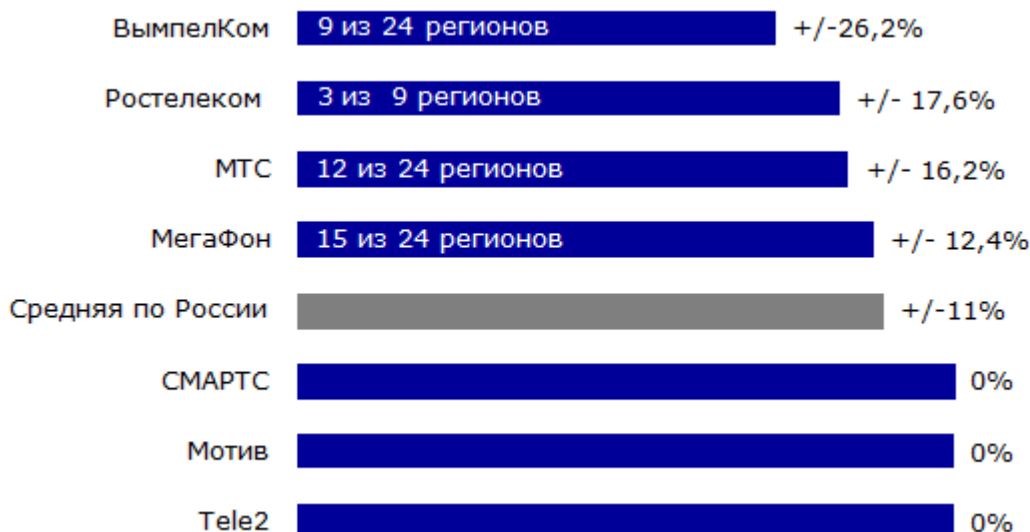
За исключением активов ОАО «Ростелеком», другие региональные игроки рынка уникальных и «закрытых» тарифных планов потенциальному клиенту с численностью сотрудников более 70 человек не предлагали.

Наиболее выгодные эксклюзивные условия, как видно из Графика 6.4. корпоративные клиенты могут получить при обращении в компанию «ВымпелКом» - на 26,2% ниже, чем стоимость «открытой» средней корзины оператора по 9 субъектам федерации, где были предложены и «закрытые» тарифные условия. Далее по уменьшению следуют ОАО «Ростелеком», ОАО «МТС» и ОАО «МегаФон». В среднем по рассмотренным регионам при обращении к оператору связи у потенциального корпоративного клиента появляется возможность снизить возможную стоимость ежемесячного счета на 11%.

СТОИМОСТЬ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 6.4. Стоимость корзины «LE», рассчитанной по тарифам, предложенным менеджером оператора, по отношению к стоимости корзины из открытых тарифов, в среднем по России, май 2012



Источник: ComNews Research

Однако стоит отметить, что даже при условии снижения средней по России стоимости корзины «LE», составляющей 88,7 тыс. рублей, на максимально возможный зафиксированный процент – 26,2%, до уровня 65,4 тыс. рублей, она все равно будет выше, нежели стоимость корзины «LE», посчитанная по открытым тарифным планам регионального оператора Tele2 – 44.6 тыс. рублей, и будет практически равна корзине «LE» ГК «СМАРТС», составляющей 70 тыс. рублей.

Таким образом можно сделать вывод, что закрытые тарифные планы хоть и способны снизить общий уровень затрат крупного корпоративного клиента на услуги сотовой связи, все же, в первую очередь, решают задачи привлечения клиентов и повышения их лояльности за счет «эксклюзивных» предложений, а не задачи ценовой конкуренции. Также не стоит забывать, что, так или иначе, но в большем количестве регионов из 24 рассмотренных компании из 74 человек «закрытые» планы предложены не были.

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.