

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

1. ВСТУПЛЕНИЕ	3
1.1. Цель и задачи проекта	3
1.2. Методология сравнения стоимости услуг сотовой связи	4
2. КОРЗИНА «ИНТЕРНЕТ»	10
2.1. Рейтинг регионов	10
2.2. Рейтинг операторов	12
2.3. Открытые и специальные тарифы	14
3. КОРЗИНА «БЕЗЛИМИТ»	16
3.1. Рейтинг регионов	16
3.2. Рейтинг операторов	18
3.3. Открытые и специальные тарифы	20
4. КОРЗИНА «ТЕЛЕМЕТРИЯ»	22
4.1. Рейтинг регионов	22
4.2. Рейтинг операторов	24
5. КОРЗИНА «УНИВЕРСАЛ»	26
5.1. Рейтинг регионов	26
5.2. Рейтинг операторов	28
5.3. Открытые и специальные тарифы	30
6. КОРЗИНА «SOHO» (ЧАСТНЫЙ БИЗНЕС)	32
6.1. Рейтинг регионов	32
6.2. Рейтинг операторов	34
6.3. Открытые и специальные тарифы	36

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

7. КОРЗИНА «SMB» (СРЕДНИЙ БИЗНЕС)	38
7.1. Рейтинг регионов	38
7.2. Рейтинг операторов	40
7.3. Открытые и специальные тарифы	42
8. КОРЗИНА «LE» (КРУПНЫЙ БИЗНЕС)	44
8.1. Рейтинг регионов	44
8.2. Рейтинг операторов	46
8.3. Открытые и специальные тарифы	48
9. ВЫВОДЫ	50

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

1. Вступление

1.1. Цель и задачи проекта

Корпоративная мобильная связь – неотъемлемая часть успешного бизнеса. В свою очередь для операторов связи – это очень важная статья дохода. Поэтому необходимо понимать, что могут предложить своим корпоративным клиентам сотовые операторы и насколько эти предложения могут оптимизировать расходы компаний на связь. Сравнение тарифных предложений операторов получило особую актуальность в связи с возможностью смены поставщика услуг без потери имеющихся номеров (MNP).

Субъективные оценки тарифной политики сотовых операторов появляются в различных источниках регулярно, однако они не обладают единой системой анализа данных для объективного сравнения. Поэтому ComNews Research, проводя ежегодно уникальное для России исследование по оценке стоимости услуг сотовой связи для корпоративных клиентов, опирается на научно-обоснованную методологию, разработанную в Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и адаптированную к особенностям потребления услуг мобильной связи в Российской Федерации.

Основной целью данного проекта является сравнение стоимости услуг операторов сотовой связи⁽¹⁾ для корпоративных клиентов во всех субъектах Российской Федерации⁽²⁾. Для достижения данной цели необходимо было решить следующие **задачи**:

- ⇒ собрать и систематизировать информацию по тарифным предложениям операторов сотовой связи в регионах РФ;
- ⇒ на основе собранной информации и в соответствии с методологией ОЭСР рассчитать стоимость фиксированных наборов услуг сотовой связи для четырех профилей потребления и для трех масштабов предприятий;
- ⇒ сравнить стоимость фиксированных наборов услуг операторов сотовой связи в регионах РФ;
- ⇒ проанализировать изменение стоимости услуг сотовой связи за последний год;
- ⇒ выявить и проанализировать взаимосвязь между стоимостью услуг сотовой связи и конкурентной ситуацией в том или ином регионе.

(1)Стандарты GSM, W-CDMA и LTE.

(2)В данном исследовании итоговое количество регионов 80. Были объединены следующие регионы: Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, а также Ненецкий АО и Архангельская область.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

1.2. Методология сравнения стоимости услуг сотовой связи

Метод расчета стоимости фиксированного набора услуг («корзины») сотовой связи давно и успешно используется в большинстве развитых стран мира. В частности, на основе данного метода проводится сравнительный анализ стоимости услуг операторов сотовой связи в странах-членах ОЭСР. Методология ОЭСР используется также Европейской Комиссией, которая с ее помощью осуществляет мониторинг тарифов на сотовую связь в ЕС(3).

ComNews Research использует данный метод в пятый год, и он зарекомендовал себя как репрезентативный и лаконичный для понимания как участниками телекоммуникационного рынка России, так и потребителями услуг сотовой связи.

Однако копировать всю структуру метода, разработанного для стран ОЭСР, не представляется оправданным в связи с особенностями российского рынка сотовой связи и спецификой тарифных планов для корпоративных клиентов. Данное обстоятельство обусловило внесение следующих изменений:

- ⇒ Территориальная неоднородность России и ее значительные масштабы потребовали ограничиться исследованием стоимости сотовой связи **в пределах субъекта федерации, или «домашнего» региона**. Цены на услуги в роуминге или на звонки за пределы «домашнего» региона не рассматриваются.
- ⇒ Во избежание искажений реальной величины тарифов на мобильную связь для конечного пользователя, особенно в условиях высококонкурентного рынка, на котором практикуется частая модификация тарифных планов и распространена практика «полускрытых» и «скрытых» платежей, кроме стандартных тарифов (как принято в методологии ОЭСР) в расчеты были внесены звонки внутри группы коллег и дополнительная плата за первую минуту (секунду) разговора;
- ⇒ При расчете корзины «Интернет» не учитываются тарифы в сетях стандартов CDMA2000 и IEEE 802.16e.

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, ангажированности 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 единовременные платежи, в том числе платежи за подключение, рассроченные на три года) и **«мобильную»** (стоимость непосредственно услуг

(3) 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.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

сотовой связи). В дополнение мобильная корзина ОЭСР разделяется на три уровня потребления сервисов: 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: мобильный интернет, безлимитная связь, телеметрия и универсальное потребление услуг связи, а также по размеру компании (SOHO, SMB и LE). Наш подход позволяет сравнить общий уровень расходов юридического лица, а не только конечных пользователей корпоративного тарифного плана. Параметры потребления основных услуг сотовой связи по каждому из профилей представлены в Таблице 1.1.

Таблица 1.1. Профили потребления услуг сотовой связи

	Уровень потребления в месяц			
	Корзина «Интернет»	Корзина «Безлимит»	Корзина «Телеметрия»	Корзина «Универсал»
Исходящие звонки, ед.	70	600	-	300
SMS, ед.	10	70	30	50
MMS, ед.	30	20	-	5
Мобильный Интернет, Мбайт	500	200	100	50

Источник: Comnews Research

Распределение исходящих звонков и их длительность в зависимости от специфики потребления, а также длительность звонков в зависимости от направления представлены в Таблице 1.2.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

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

Корзина	Направления вызовов внутри домашнего региона			
	Местные на фиксированные сети	Междугородные на фиксированные сети	Внутрисетевые	На мобильные сети других операторов
	В % от общей численности исходящих звонков			
«Интернет»	15%	3%	52%	30%
«Безлимит»	14%	8%	39%	39%
«Универсал»	15%	5%	42%	38%
	В единицах			
«Интернет»	10	3	36	21
«Безлимит»	84	48	234	234
«Универсал»	45	15	126	114
	Длительность 1 звонка, мин.			
«Интернет»	1,4	1,5	1,4	1,4
«Безлимит»	1,4	1,8	2,0	2,0
«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 сравнения стоимости услуг сотовой связи в российских регионах, используются тарифы на звонки в пределах «домашнего» региона. При этом, учитывая особенности тарифной политики российских операторов, внутрисетевые звонки, в свою очередь, разделяются на две основные группы:

- 1) стандартные внутрисетевые звонки;
- 2) звонки на номера коллег.

В случае отсутствия в том или ином тарифном плане услуги, которую можно отнести ко второй группе, «квота» звонков, выделенная на нее, включалась в первую группу. Данный принцип был использован с целью учета политики операторов, старающихся компенсировать меры по

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

стимуляции трафика на одних направлениях за счет увеличения стоимости звонков на других направлениях.

Таблица 1.3. Структура группы внутрисетевых звонков

Структура звонков	Доля звонков	Количество звонков, единиц		
		Корзина «Интернет»	Корзина «Безлимит»	Корзина «Универсал»
Стандартные внутрисетевые звонки	55%	20	129	69
Звонки на номера коллег	45%	16	105	57
Итого	100%	36	234	126

Источник: ComNews Research

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

При расчете стоимости «мобильной корзины» брались во внимание все возможные «скрытые» дополнительные платежи (например, дополнительная плата за первую минуту разговора). Однако любые виды платных опций или пакетов услуг в расчет не принимались, поскольку их подключение определяется решением каждого пользователя в отдельности и не влияет на стоимость сотовой связи для всех абонентов оператора.

Для расчета стоимости корзины «Интернет» оценивались предложения для сотрудников, интенсивно использующих сервис мобильного Интернета. Корзина «Безлимит» рассчитывалась на базе тарифных планов, предлагаемых руководителям и сотрудникам, нуждающимся в постоянных услугах связи. Они включают в себя абонентскую плату и заранее определенные сервисы. Корзина «Телеметрия» сформирована на основе тарифных планов, направленных на удовлетворение потребностей мониторинга за сотрудниками или объектами. Корзина «Универсал» предназначена для оценки наибольшего количества тарифных планов, предлагаемых корпоративным пользователям. Для данной корзины использовались, так называемые, «базовые» тарифные планы, отвечающие потребностям почти каждого рядового сотрудника.

В отличие от сегмента B2C, где все возможные для подключения тарифные планы представлены на официальных сайтах операторов, для корпоративных клиентов зачастую имеются специальные тарифные предложения, не указанные на Web-порталах поставщиков услуг. В целях проведения полноценного сравнительного анализа ComNews Research учитывал как открытые, так и специальные тарифные планы для корпоративных клиентов. Однако в виду однотипности предложений в макрорегионах «специальные» тарифные планы собирались лишь

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

в 14 городах(4), выбранных с учетом лидерства по социально-экономическим показателям и находящихся в каждом из восьми федеральных округов и в разных субъектах федерации. Отметим, что в выбранных городах присутствие операторов различно. В зависимости от числа городов присутствия и предоставления в них корпоративных услуг каждый оператор получил разное количество запросов(5). Карточка запроса параметров специальных тарифных предложений представлена в Таблице 1.4.

Таблица 1.4. Карточка запроса тарифного плана

Подразделение	Количество сотрудников, чел.		
	SOHO	SMB	LE
Руководство (безлимитный тарифный план)	1	2	3
Отдел продаж (выездные сотрудники – «телеметрия»)	0	10	10
Отдел менеджмента (необходимость быть на связи – «интернет»)	1	5	10
Производственный отдел (обычные сотрудники – «универсал»)	4	11	30
Бэк-офис (обычные сотрудники - «универсал»)	3	6	21
Общее количество сотрудников	9	34	74

Источник: ComNews Research

Как указывалось ранее, помимо сравнительного анализа стоимости корпоративной мобильной связи на основе специфики потребления услуг, данное исследование включало в себя и оценку уровня затрат в зависимости от масштаба компании-клиента. Поэтому «закрытые» тарифные планы собирались у менеджеров операторов связи для компаний разного размера бизнеса в соответствии с параметрами корзин SOHO, SMB или LE.

Получение информации, как с сайтов операторов, так и от их менеджеров, позволило провести сравнительный анализ стоимости корзин, сформированных на базе открытых и специальных (индивидуальных) тарифов. Данный анализ был проведен двумя способами:

(4) Воронеж, Липецк, Калининград, Архангельск, Новосибирск, Омск, Екатеринбург, Челябинск, Нижний Новгород, Самара, Ростов, Краснодар, Махачкала, Магадан

(5) ОАО «Мобильные ТелеСистемы», ОАО «ВымпелКом» и ОАО «МегаФон» - по 14 запросов; ООО «Т2 Рус Холдинг» (Tele2 Россия) – 10 запросов; ОАО «Ростелеком» - 3 запроса (Магадан был исключен, поскольку компания не предоставляет в этом городе услуги мобильного Интернета), ГК СМАРТС и ООО «Екатеринбург-2000» (ГК Мотив) – по 1 запросу.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

- ⇒ собранные данные по четырем «корзинам» открытых тарифных планов были «наложены» на структуру компании (см. Таб. 1.4.), и в результате получилось два показателя стоимости услуг связи для трех размеров компании – самостоятельно подобранный корпоративный тариф или сконструированный и предложенный менеджером оператора;
- ⇒ индивидуальные корпоративные предложения были «разложены» по профилям «Интернет», «Безлимит», «Телеметрия» и «Универсал» 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 параметров «корзин» «SOHO», «SMB» и «LE». Стоимость каждой из семи «корзин» по региону рассчитывалось следующим образом: при анализе тарифных предложений, соответствующих той или иной категории, рассчитывалось медианное значение, как по каждому субъекту федерации, так и по оператору связи в целом по России.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

2. Корзина «Интернет»

ОЭСР разработала методологию расчета данной корзины лишь в 2012 году. Годом позже соответствующая корзина была рассчитана ComNews Research, но не включена в отчет 2013 года по причине отсутствия сравнительной базы. Таким образом, в нынешнем исследовании корзина «Интернет» фигурирует впервые. Как указывалось выше, для расчета стоимости корзины «Интернет» использовались предложения для сотрудников, нуждающихся и использующих услуги мобильного Интернета в сетях стандартов GPRS, EDGE, UMTS, HSPA/HSPA+ и LTE.

2.1. Рейтинг регионов

Наиболее низкая стоимость корзины «Интернет» в апреле 2014 г. зафиксирована в Новосибирской области. При заданных методологией данного исследования параметрах потребления среднестатистический абонент корпоративной сотовой связи в данном регионе при достаточно частом использовании мобильного Интернета потратит **408 руб. в месяц**, или на 31% меньше, чем в среднем по России (590,00 руб.) и в 2 раза меньше, чем в наиболее «дорогом» регионе в данной категории – Сахалинской области (781,70 руб.).

Большинство регионов из первой десятки с наиболее дешевыми корзинами «Интернет» (Таблица 2.1.), входят в состав Сибирского федерального округа. Десятка же с наиболее дорогой корзиной «Интернет» состоит в основном из регионов Центрального и Приволжского федеральных округов.

Стоимость данной корзины в регионах определяется в первую очередь показателем проникновения фиксированного широкополосного доступа в Интернет, развитостью сетей и уровнем потребительских цен.

Таблица 2.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины «Интернет», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Новосибирская область	407,50
2.	Омская область	432,50
3.	Томская область	439,25
4.-5.	Мурманская область Республика Карелия	467,25
6.	Волгоградская область	474,00
7.	Кировская область	478,25
8.	Иркутская область	487,40
9.	Республика Калмыкия	489,00
10.	Ставропольский край	489,50
	В среднем по России	590,00

Таблица 2.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины «Интернет», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Сахалинская область	781,70
2.	Ростовская область	769,49
3.	Москва и МО	765,86
4. – 6.	Владимирская область	757,90
	Ивановская область	
	Рязанская область	
7. – 10.	Саратовская область	750,00
	Ульяновская область	
	Чувашская Республика	
	Чукотский АО	
	В среднем по России	590,00

Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРЗИНЫ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 2.1. Стоимость корзины «Интернет» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ = 100%), апрель 2014



Источник: ComNews Research

В целом для сегмента тарифных планов, направленных на активных потребителей мобильного доступа в Интернет, характерна сильная географическая неоднородность. Как хорошо видно на графике 2.1, высокая цена на корзину «Интернет» отмечена в регионах самых разных федеральных округов. Таким образом, тарифная политика операторов связи в каждом из регионов носит индивидуальный характер.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

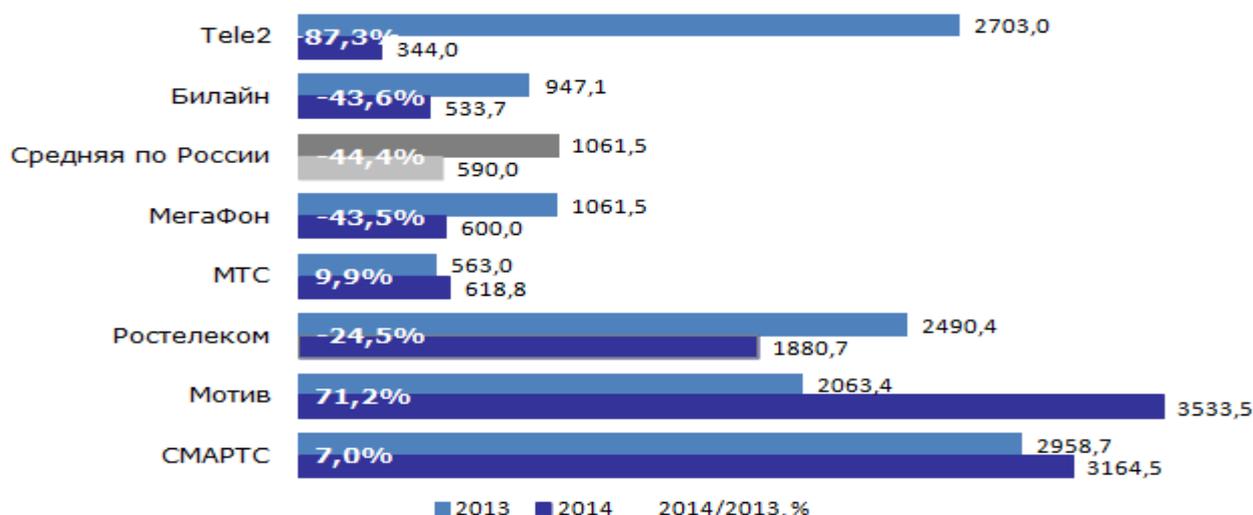
Открытый отчет по итогам инициативного исследования

2.2. Рейтинг операторов

Для того, чтобы ранжировать операторов по стоимости корзины «Интернет» на федеральном уровне, было использовано медианное значение стоимости их корзин в каждом регионе присутствия (График 2.2.).

В итоге, оператором с наиболее выгодной федеральной корзиной «Интернет» по состоянию на апрель 2014 года, стал оператор «Tele2 Россия»: стоимость его корзины для корпоративных клиентов, пользующихся мобильным интернетом, составила 344 руб. в месяц, что практически на 42% ниже, чем в среднем по России (590,0 руб.). Вторым оператором, чей показатель в этом сегменте не превысил среднее по стране значение, стало ОАО «ВымпелКом» (Билайн)- 533,7 руб.

График 2.2. Стоимость федеральной корзины «Интернет», апрель 2013 - апрель 2014, руб.



Источник: ComNews Research

На стоимость корзины «Интернет» оказывает влияние активное развитие операторами «большой тройки» сетей 3G и LTE. Благодаря получению соответствующих лицензий у них резко уменьшился частотный дефицит, и они имеют возможность в значительной мере или полностью отдать дополнительный частотный ресурс на оказание услуг доступа в Интернет. В результате операторы «большой тройки» для привлечения пользователей мобильного Интернета могут снижать цены на данную услугу.

В противоположность операторам «большой тройки», у других игроков рынка более высокая стоимость корзины «Интернет», что объясняется маркетинговой политикой данных компаний, ориентированной на привлекательность голосовых услуг. Исключение составляет оператор «Tele2 Россия», у которого стоимость корзины «Интернет» за последний год упала почти в 8 раз. В 2013 году в сегменте small screen наблюдалась тенденция предоставления клиентам суточных пакетов трафика Интернет, что послужило причиной изменения в компании «Tele2

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

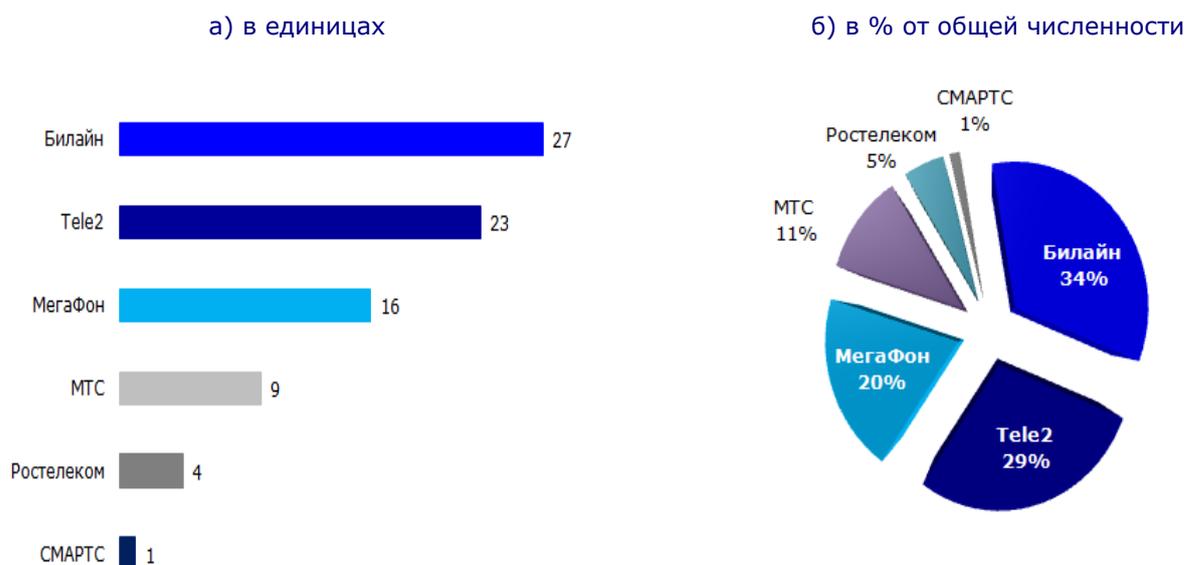
Россия» концепции продуктового предложения в данном сегменте. Следует однако иметь в виду, что у Tele2, как и у других операторов, не предоставляющих услуги 3G и LTE, объем потребления трафика на тарифах с суточными пакетами намного меньше, чем у конкурентов, располагающих сетями третьего и четвертого поколений.

Однако в данной сфере предстоят изменения благодаря введению принципа технологической нейтральности. Государственная комиссия по радиочастотам (ГКРЧ) разрешила в полосах радиочастот 890 - 915 и 935 - 960 МГц оказывать также услуги в стандарте 3G, а в полосах 1710 - 1785 МГц и 1805 - 1880 МГц предоставлять сервис в стандарте LTE. Операторы СМАРТС и «Мотив» уже строят соответствующие сети.

На Графике 2.2, который демонстрирует не только стоимость корзины «Интернет» у различных операторов, но и изменения, произошедшие за год, можно увидеть, что с апреля 2013 года по апрель 2014 года стоимость корзины «Интернет» в целом по стране снизилась на 44,4%. Однако у ГК «СМАРТС» и ООО «Екатеринбург-2000» (ГК «Мотив») этот показатель вырос, что обусловлено причиной, описанной в предыдущем абзаце.

Компания «ВымпелКом» является лидером по количеству регионов, в которых ее корзины наиболее выгодны – 27 субъектов федерации, или 34% от их общей численности (График 2.3.). Следом идут «Tele2 Россия» и ОАО «МегаФон» – 23 и 16 регионов, или 29% и 20%, соответственно. Оператор ГК «Мотив» ни в одном из регионов не показал результатов выгоднее, чем у конкурентов.

График 2.3. Количество регионов, в которых оператор предлагает самую дешевую корзину «Интернет», апрель 2014



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

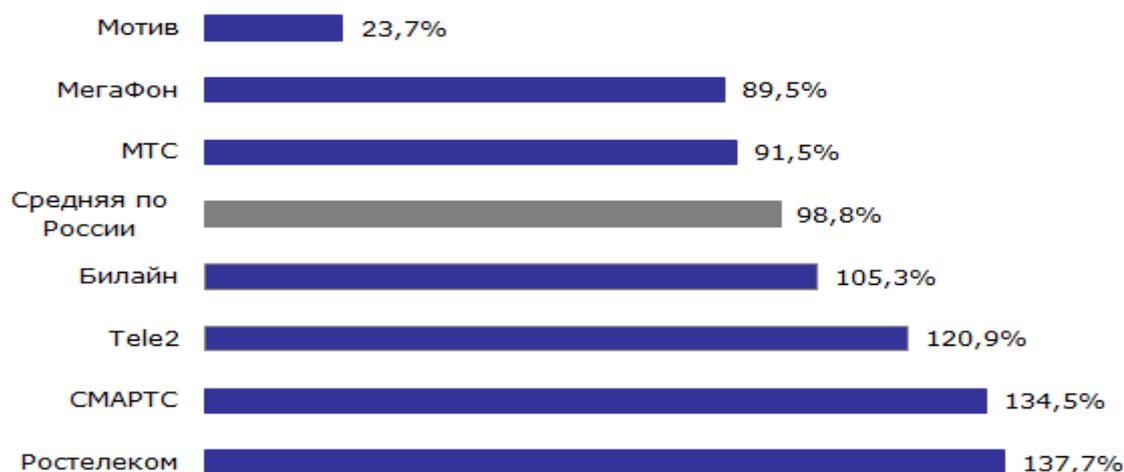
2.3. Открытые и специальные тарифы

Как следует из описания методологии проекта, помимо открытых тарифных планов, размещенных на официальных интернет-сайтах операторов, ComNews Research исследовал и специальные предложения, для чего рассылал запросы на оказание услуг сотовой связи компаниям трех разных размеров бизнеса. Это позволило сравнить эффективность подбора тарифного плана самим клиентом и менеджером оператора связи.

Как видно на Графике 2.4., стоимость федеральной корзины «Интернет», сформированной на базе специальных предложений менеджеров мобильных операторов, в среднем по России лишь на 1,2% ниже корзины, которую сотрудники ComNews Research рассчитали на базе общедоступных тарифов на сайтах операторов. Менеджеры четырех из семи операторов предложили менее выгодные условия по сравнению с корзинами, рассчитанными в ComNews Research. Наиболее дорогие предложения сделали менеджеры ОАО «Ростелеком» и ГК «СМАРТС» - соответственно на 37,7% и 34,5% дороже открытых корзин. Наиболее выгодный специальный тариф для корзины «Интернет» предложил менеджер ГК «Мотив» - дешевле открытой корзины на 76,3%.

Таким образом, в случае выбора тарифа на пакет услуг, ориентированный на повышенное использование «Интернета», можно, конечно, довериться менеджеру оператора, но не будет лишним предварительно ознакомиться с предложениями, доступными на сайтах поставщиков услуг.

График 2.4. Отношение стоимостей «специальной» и «открытой» корзин «Интернет», апрель 2014



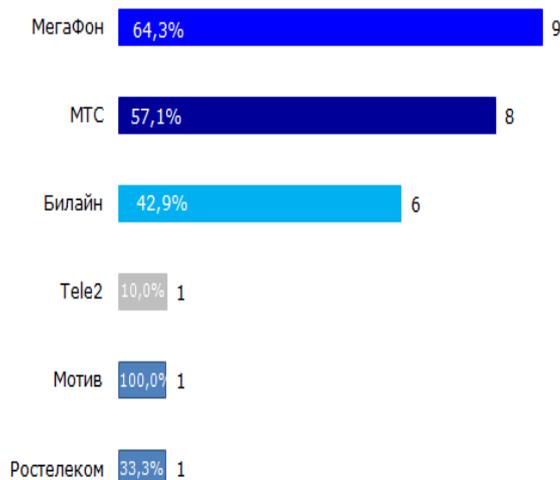
Источник: ComNews Research

Наибольшее количество регионов, где «специальная» корзина оказалась дешевле «открытой», зафиксировано у ОАО «МегаФон» - 9, или 64,3% от исследованных 14 регионов. Следом идут компании «МТС» и «Вымпелком» - 57,1% и 42,9%.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 2.5. Количество регионов, где «специальная» корзина «Интернет» оператора дешевле «открытой» корзины, апрель 2014



Источник: ComNews Research

У оператора ГК «СМАРТС» ни в одном из исследованных регионов стоимость специальной корзины не была дешевле «открытой».

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

3. Корзина «Безлимит»

Для расчета данной корзины брались тарифные планы, ориентированные на руководство компаний, предпочитающее без ограничений пользоваться услугами сотовой связи за определенную абонентскую плату. Следует отметить, что тарифные планы с большой стоимостью включенных услуг и сервисов, по сравнению с базовыми корпоративными тарифами оператора, также рассматривались в этом блоке.

3.1. Рейтинги регионов

В среднем по стране стоимость корзины «Безлимит» на апрель 2014 года составила 1564,50 руб. Самая низкая стоимость данной корзины зафиксирована в Краснодарском крае и Ростовской области (на 21% меньше среднероссийского показателя). Затем следуют Республика Адыгея, Смоленская, Мурманская и Калининградская области. Можно отметить, что во всех регионах из первой десятки, за исключением Забайкальского края, услуги мобильной связи оказывали 4 компании. В Забайкалье работало лишь три оператора.

Таблица 3.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины «Безлимит», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1. – 2.	Краснодарский край	1239,50
	Ростовская область	
3.	Республика Адыгея	1265,75
4.	Смоленская область	1335,00
5.	Мурманская область	1337,00
6.	Калининградская область	1362,00
7.	Забайкальский край	1380,00
8. – 10.	Архангельская область	1387,00
	Вологодская область	
	Новгородская область	
	В среднем по России	1564,50

Таблица 3.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины «Безлимит», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Республика Хакасия	2152,50
2.	Республика Тыва	2115,00
3.	Республика Башкортостан	1954,00
4.	Чукотский АО	1950,00
5.	Алтайский край	1925,00
6. – 7.	Красноярский край	1900,00
	Республика Алтай	
8.	Новосибирская область	1865,00
9. – 10.	Республика Ингушетия	1829,00
	Чеченская Республика	1829,00
	В среднем по России	1564,50

Источник: ComNews Research

Высокая цена корзины «Безлимит» в регионах, перечисленных в таблице 3.2., определяется и высоким уровнем потребительских цен, и конкурентной ситуацией. Так, в Ингушетии, Чечне, Республике Алтай и на Чукотке работают только по три оператора мобильной связи.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 3.1. Стоимость корзины «Безлимит» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ = 100%), апрель 2014



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

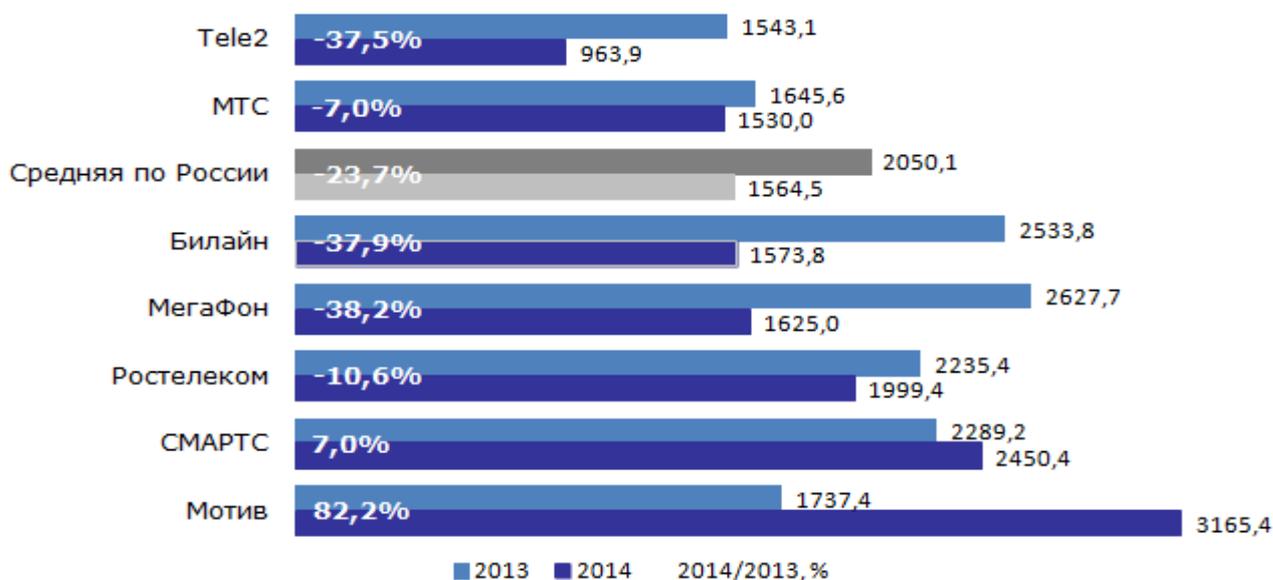
Открытый отчет по итогам инициативного исследования

3.2. Рейтинг операторов

Первенство по уровню цен в сегменте корпоративной связи для руководства (корзина «Безлимит») принадлежит компании «Tele2 Россия» с показателем на 38% меньшим, чем в среднем по стране, и на 67% меньшим, чем у самого дорогого оператора данной категории – ГК «Мотив». Корзина ОАО «МТС» также выгоднее среднего показателя по России.

Как и в сегменте «Интернет», четко прослеживается тенденция снижения стоимости корзины «Безлимит», которое за год составило в среднем более 23%. Больше всего подешевела федеральная корзина ОАО «МегаФон» - на 38%. Значительное снижение показали также ОАО «ВымпелКом» и «Tele2 Россия» - на 37,9% и 37,5% соответственно.

График 3.2 Стоимость федеральной корзины «Безлимит», апрель 2013 - апрель 2014, руб.



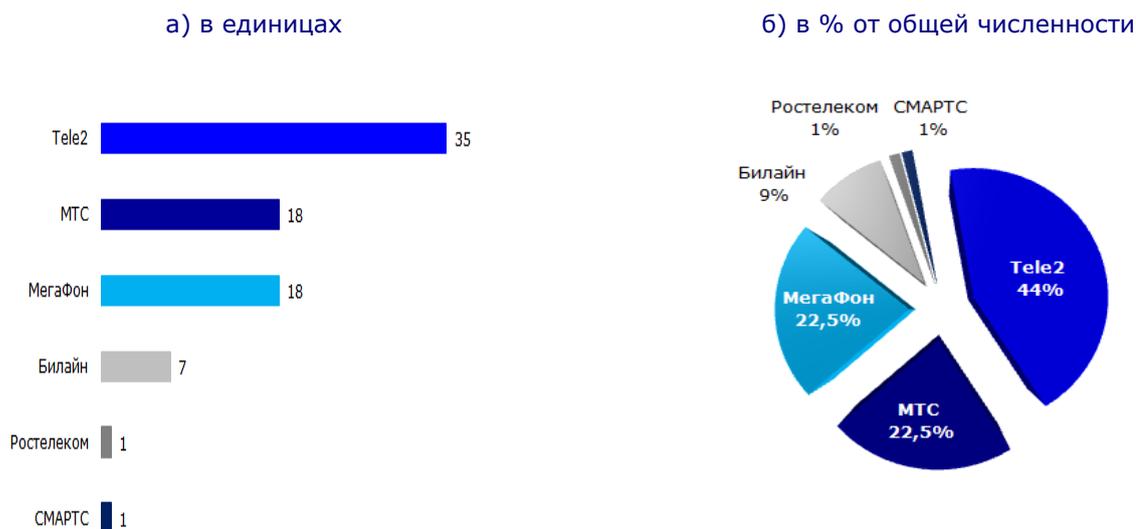
Источник: ComNews Research

Первое место по количеству субъектов федерации, где у компаний наблюдаются самые доступные корзины «безлимитной связи», занимает «Tele2 Россия» – 35 регионов, или 44% от общего их количества (80). Следом идут компании «МТС» и «МегаФон» - 18 регионов, или почти 23% от общего их количества.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 3.3. Количество регионов, в которых оператор предлагает самую дешевую корзину «Безлимит», апрель 2014



Источник: ComNews Research

У оператора ГК «Мотив» ни в одном из регионов нет самой выгодной корзины «Безлимит».

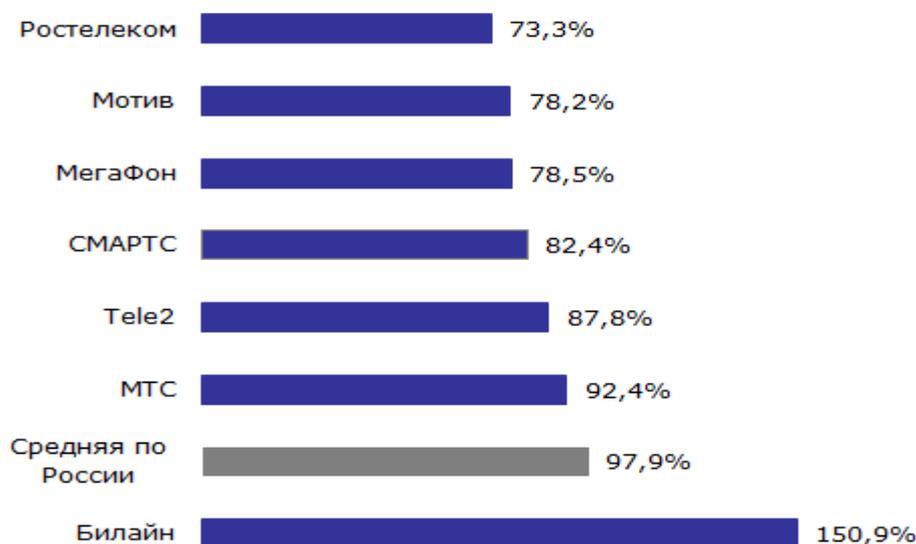
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

3.3. Открытые и специальные тарифы

В отличие от корзины «Интернет», подбор тарифного плана с безлимитным объемом услуг, выгодно доверять сотрудникам операторов связи. Как видно на Графике 3.4., менеджеры сотовых компаний предложили условия на 7,6% - 26,7% дешевле корзины, рассчитанной по данным общедоступных сайтов. Только менеджеры «Билайн» подобрали более дорогой тариф, причем значительно – в полтора раза.

График 3.4. Отношение стоимостей «специальной» и «открытой» корзин «Безлимит», апрель 2014



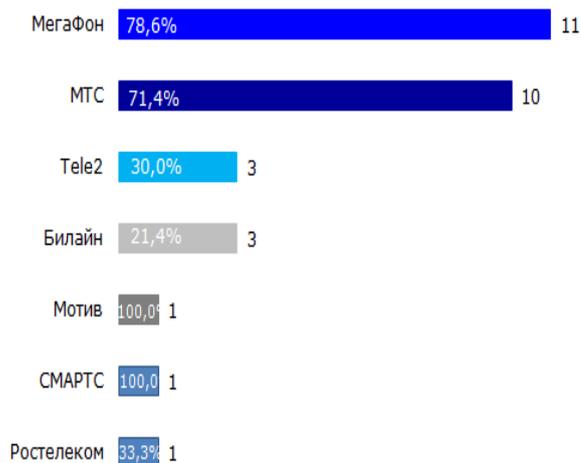
Источник: ComNews Research

«Специальные» тарифные планы, предложенные менеджерами ОАО «МегаФон» оказались выгоднее открытой корзины в 11 субъектах федерации, что составило почти 79% от 14 исследованных регионов, ОАО «МТС» - в 10 субъектах федерации (71%). Менеджерами компаний «Tele2 Россия» и «ВымпелКом» были сделаны более выгодные предложения в трех регионах. Однако первый оператор присутствовал в 10, а второй – во всех исследованных регионах, поэтому доля регионов с более выгодными специальными тарифами у «Tele2 Россия» составила 30%, а у «Билайн» - 21,4%.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 2.5. Количество регионов, где «специальная» корзина «Безлимит» оператора дешевле «открытой» корзины, апрель 2014



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

4. Корзина «Телеметрия»

Это вторая новая корзина, появление которой также связано с ростом интереса в ОЭСР к оценке стоимости мобильной передачи данных. При расчете данной корзины ComNews Research рассматривал тарифные планы, направленные на решение задач по мониторингу различных объектов.

4.1. Рейтинг регионов

Сервисы M2M и телеметрии активно начали внедряться операторами сотовой связи и предлагаться на сайтах компании всего несколько лет назад. Тарифная линейка по данному направлению не столь обширна, как по классическим типам потребления мобильных услуг. По этим причинам можно наблюдать одну и ту же стоимость корзины «Телеметрия» в нескольких регионах, особенно если они входят в один макрорегион одного и того же оператора.

Таблица 4.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины «Телеметрия», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1. – 6.	Санкт-Петербург и ЛО	172,50
	Калининградская область	
	Мурманская область	
	Новгородская область	
	Псковская область	
	Республика Карелия	
7.	Республика Коми	173,48
8.	Вологодская область	175,00
9.	Москва и МО	180,00
10.	Краснодарский край	185,00
	В среднем по России	253,50

Таблица 4.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины «Телеметрия», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1. – 7.	Амурская область	640,75
	Еврейская автономная область	
	Забайкальский край	
	Магаданская область	
	Республика Саха (Якутия)	
	Хабаровский край	
	Чукотский АО	
8.	Республика Марий Эл	615,00
9.	Ивановская область	570,88
10.	Сахалинская область	469,63
	В среднем по России	253,50

Источник: ComNews Research

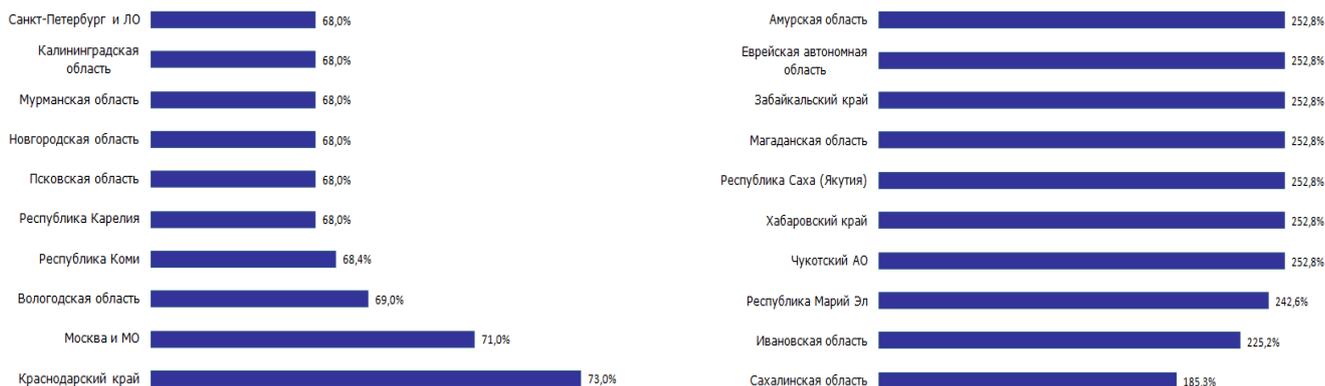
Наиболее дешевая корзина «Телеметрия» зафиксирована в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, Калининградской, Новгородской, Псковской и Мурманской областях, а также в Республике Карелия.

Наиболее дорогими регионами по корзине «Телеметрия» стали Амурская область, Еврейская автономная область, Забайкальский край, Магаданская область, Республика Саха (Якутия), Хабаровский край и Чукотский АО. В этих субъектах федерации данная корзина дороже среднероссийской в 2,5 раза. Мы полагаем, что в регионах, вошедших в десятку самых «дорогих» по стоимости корзины «Телеметрия», сотовые компании могут в самое ближайшее время столкнуться с острой конкуренцией со стороны поставщиков спутниковых услуг M2M.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 4.1. Стоимость корзины «Телеметрия» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ = 100%), апрель 2014



Источник: ComNews Research

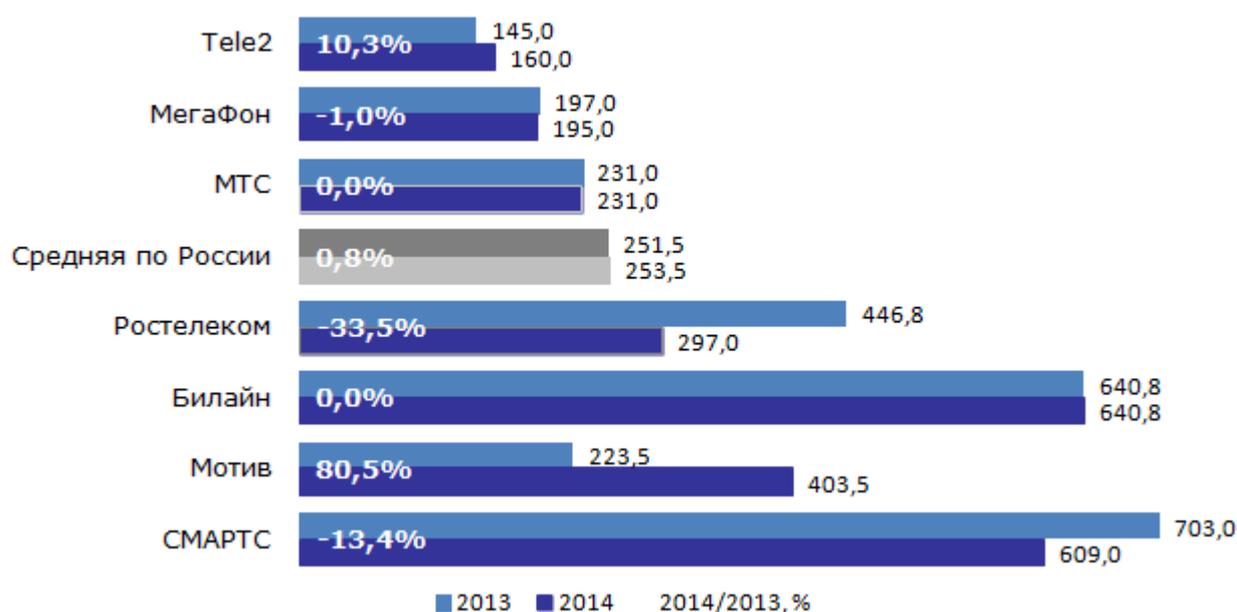
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

4.2. Рейтинг операторов

Стоимость корзины «Телеметрия», с апреля 2013 года по апрель 2014 года повысилась всего на 1%, что говорит о практически неизменной маркетинговой политике операторов и довольно низком уровне конкуренции в данном сегменте.

График 4.2. Стоимость федеральной корзины «Телеметрия», апрель 2013 - апрель 2014, руб.



Источник: ComNews Research

Первое место по выгодности корзины «Телеметрия» заняла «Tele2 Россия» – 160,0 руб., что на 37% ниже среднего значения по стране. Наиболее дорогая корзина у ГК «СМАРТС» – 609 руб. Тем не менее наряду с «Ростелекомом» это один из двух операторов, которые ощутимо снизили стоимость данной корзины – на 13,4% и 33,5% соответственно.

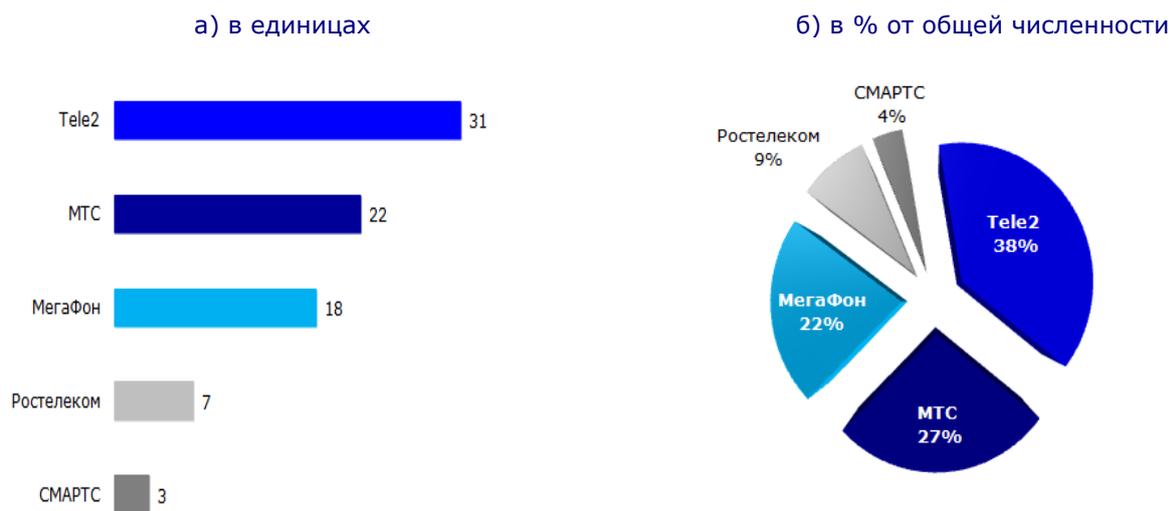
«Tele2 Россия» предлагает самую выгодную корзину телеметрических услуг в 31 регионе (38% от 81 региона(б)). Следом идут компании «МТС» и «МегаФон» – 22 и 18 регионов (27% и 22% соответственно).

(б) Количество регионов, в которых оператор предлагает наиболее низкую стоимость корзины «Телеметрия» – 81 в связи с тем, что в Алтайском крае два оператора предоставляют одинаково выгодные тарифные предложения.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 4.3. Количество регионов, в которых оператор предлагает самую дешевую корзину «Телеметрия», апрель 2014



Источник: ComNews Research

У ОАО «ВымпелКом» и ГК «Мотив» ни в одном регионе нет выгоднее тарифов по сравнению с конкурентами.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

5. Корзина «Универсал»

Данная корзина рассчитывалась на основе тарифных планов для рядовых сотрудников компании, не ведущих свою деятельность вне офиса и не имеющих необходимости постоянно быть на связи.

5.1. Рейтинг регионов

Наиболее низкая стоимость данной корзины зафиксирована в Новгородской области – 509,39 руб., что на 40% 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 (1474,49 руб.). Она превышает среднероссийский показатель на 73%, а показатель Новгородской области – почти в 2 раза.

Таблица 5.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины «Универсал», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Новгородская область	509,39
2.	Псковская область	529,63
3.	Кемеровская область	555,30
4.	Мурманская область	555,88
5.	Республика Карелия	560,00
6.	Калининградская область	575,68
7.	Санкт-Петербург и ЛО	585,13
8.	Архангельская область	617,96
9.	Новосибирская область	642,50
10.	Республика Бурятия	647,51
	В среднем по России	850,00

Таблица 5.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины «Универсал», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Москва и МО	1474,49
2. – 3.	Ханты-Мансийский АО Ямало-Ненецкий АО	1191,25
4.	Тюменская область	1087,99
5.	Пермский край	1082,80
6.	Республика Северная Осетия-Алания	1078,73
7.	Чукотский АО	1075,32
8.	Ярославская область	1067,75
9.	Алтайский край	1059,66
10.	Республика Алтай	1050,13
	В среднем по России	850,00

Источник: ComNews Research

В число наиболее дорогих регионов в рассматриваемой категории вошли также нефтегазовые регионы России - Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа, хотя в первом из них работает пять операторов, а во втором – четыре, т.е. уровень конкуренции такой же высокий, как и в десятке наиболее «дешевых» регионов. В половине же самых «дорогих» регионов действуют только три оператора.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 5.1. Стоимость корзины «Универсал» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ = 100%), апрель 2014



Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

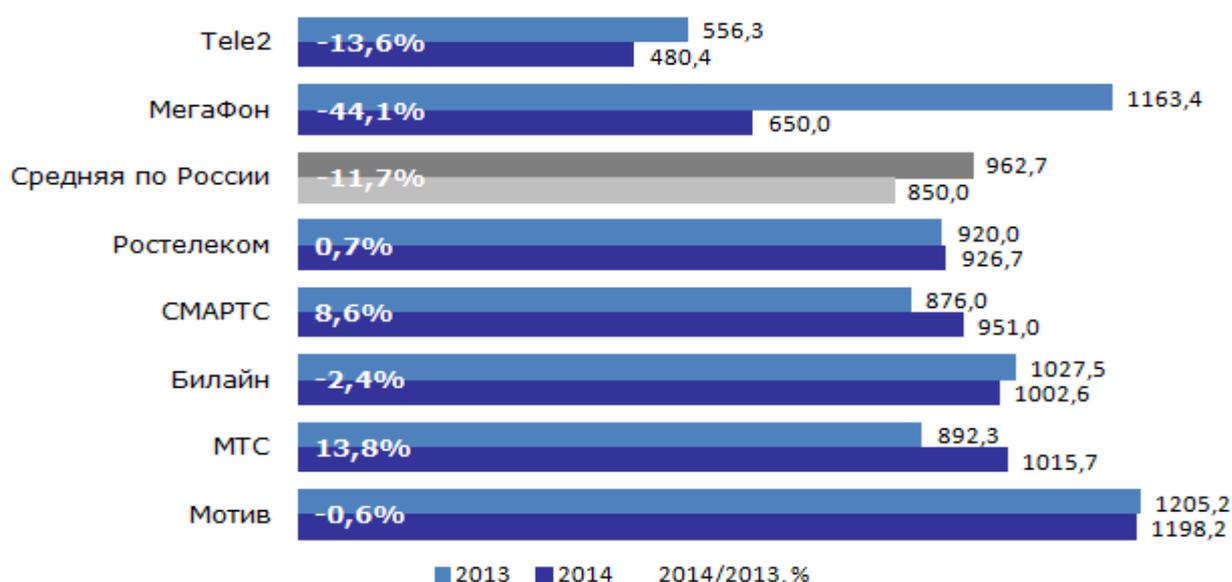
Открытый отчет по итогам инициативного исследования

5.2. Рейтинг операторов

В сегменте универсальных корпоративных тарифов лидером по наименьшей стоимости фиксированного набора услуг сотовой связи четвертый год подряд является оператор «Tele2 Россия», показавший в апреле 2014 года результат меньше среднего показателя по России на 43%. Следом идет ОАО «МегаФон» с результатом меньше среднероссийского на 24%.

Наиболее дорогая корзина «Универсал» зафиксирована у ГК «Мотив – 1198,2 руб., что на 41% выше среднего значения по России. Следом идет ОАО «МТС» - 1015,7 руб., что на 19% выше среднего значения по стране.

График 5.2. Стоимость федеральной корзины «Универсал», апрель 2013 - апрель 2014, руб.



Источник: ComNews Research

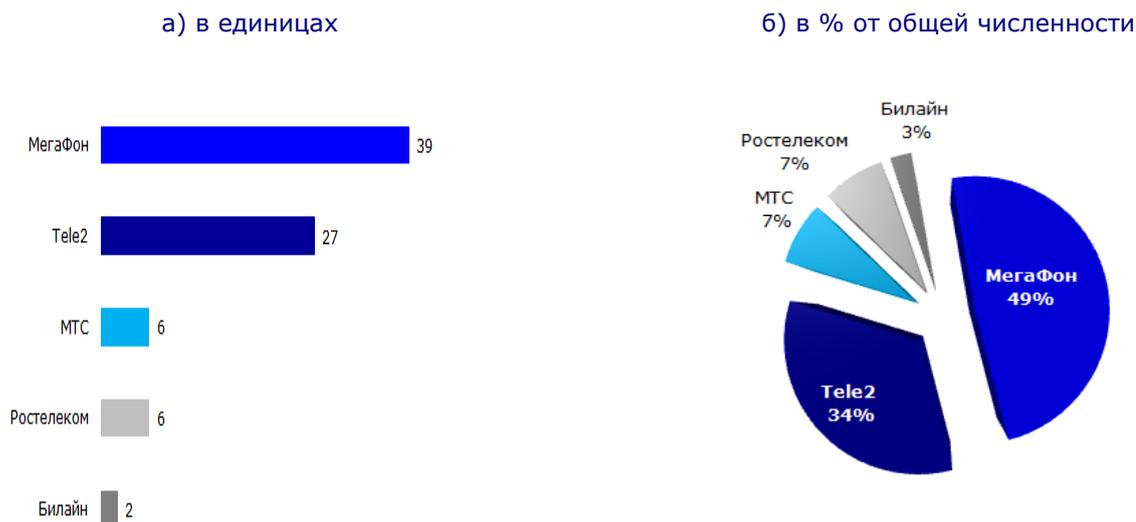
Стоимость корзины «Универсал» в сравнении с корзинами «Безлимит» и «Интернет» рассмотренными ранее, показывает наименьшие изменения за год. В среднем по всем регионам страны стоимость корзины снизилась за прошедший год на 11,7%. Наибольший сдвиг в сторону удешевления показала федеральная корзина ОАО «МегаФон» - 44%. Следом идет «Tele2 Россия» - почти 14%. Незначительное снижение произошло и у компаний «ВымпелКом» и ГК «Мотив» - 2% и менее 1%.

Первое место по количеству субъектов федерации, где у компаний наблюдаются самые доступные корзины «безлимитной связи», занимает ОАО «МегаФон» - 39 регионов, или 49% от общего их количества (39 из 80). У «Tele2 Россия» - 27 регионов (34% от общего их количества).

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 5.3. Количество регионов, в которых оператор предлагает самую дешевую корзину «Универсал», апрель 2014



Источник: ComNews Research

У ГК «СМАРТС» и «Мотив» ни в одном из регионов нет самой выгодной корзины «Универсал».

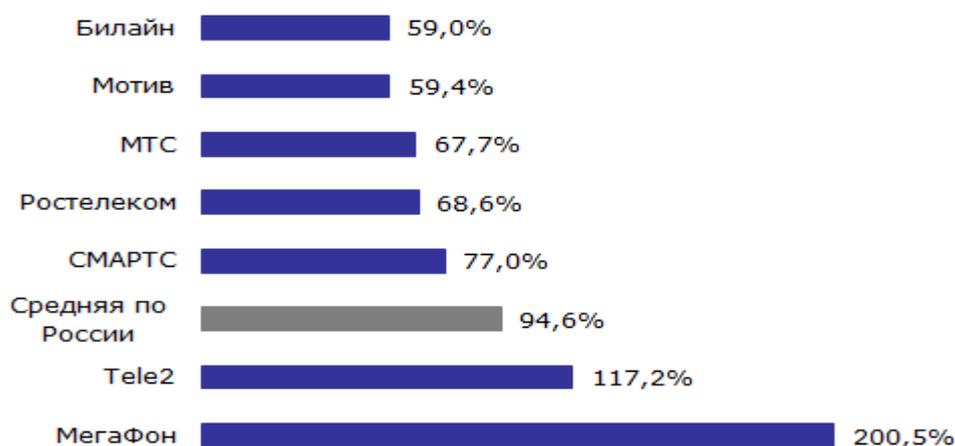
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

5.3. Открытые и специальные тарифы

В среднем по всем 14 исследованным регионам менеджеры операторов связи предлагали тарифы на 5,4% дешевле открытой корзины «Универсал». Наиболее выгодные предложения, как видно из Графика 5.4., поступили от сотрудников ОАО «ВымпелКом» и ГК «Мотив» (менее 60% от стоимости открытой корзины). В то же время менеджеры ОАО «МегаФон» предложили специальный тариф более чем в 2 раза дороже средней стоимости открытой корзины «Универсал». Поэтому при выборе тарифа этой компании лучше проанализировать открытые предложения на ее сайте.

График 5.4. Отношение стоимостей «специальной» и «открытой» корзин «Универсал», апрель 2014



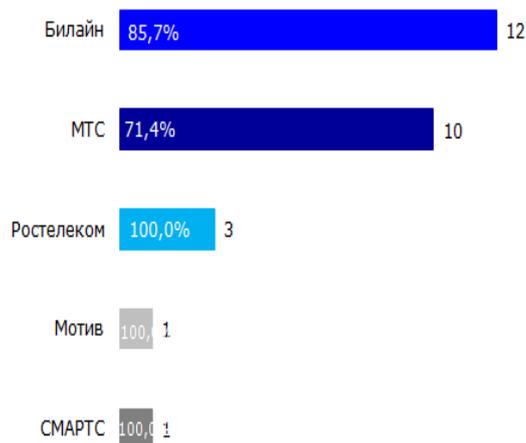
Источник: ComNews Research

По количеству субъектов федерации, где «специальный» тариф оказался выгоднее «открытой» корзины в лидеры вышел «ВымпелКом» - 12 из 14 регионов (85,7%). Следом идет ОАО «МТС» - 10 из 14 регионов, или 71,4%.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 5.5. Количество регионов, где «специальная» корзина «Универсал» оператора дешевле «открытой» корзины, апрель 2014



Источник: ComNews Research

У операторов «МегаФон» и «Tele2 Россия», ни в одном из исследованных регионов «специальные» тарифы не были ниже стоимости «открытой» корзины.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

6. Корзина «SOHO» (частный бизнес)

6.1. Рейтинг регионов

Наиболее выгодные корзины для компании с девятью сотрудниками предлагают в Новгородской и Псковской областях (на 32% дешевле, чем в среднем по России).

Наиболее дорогие корзины «SOHO» зафиксированы в московском регионе, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком АО, Республике Башкортостан, а также в Чукотском АО. В Москве и Московской области частному предпринимателю с девятью сотрудниками сотовая связь обойдется на 65% дороже, чем в среднем по стране. В следующих четырех регионах корзина «SOHO» будет выше среднероссийской на 21% - 40%.

Таблица 6.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины «SOHO», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1. - 2.	Новгородская область	5645,73
	Псковская область	
3.	Санкт-Петербург и ЛО	5811,75
4.	Мурманская область	5876,98
5.	Архангельская область	5953,65
6.	Калининградская область	5961,84
7.	Республика Карелия	6025,23
8.	Республика Бурятия	6400,15
9.	Вологодская область	6590,22
10.	Иркутская область	6679,68
	В среднем по России	8300,00

Таблица 6.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины «SOHO», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Москва и МО	13717,31
2.	Ханты-Мансийский АО	11614,90
3.	Ямало-Ненецкий АО	10940,15
4.	Республика Башкортостан	10237,60
5.	Чукотский АО	10024,71
6.	Тюменская область	9912,17
7.	Ивановская область	9866,44
8.	Пермский край	9813,37
9.	Республика Северная Осетия-Алания	9732,12
10.	Республика Алтай	9725,88
	В среднем по России	8300,00

Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 6.1. Стоимость корзины «SOHO» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ = 100%), апрель 2014



Источник: ComNews Research

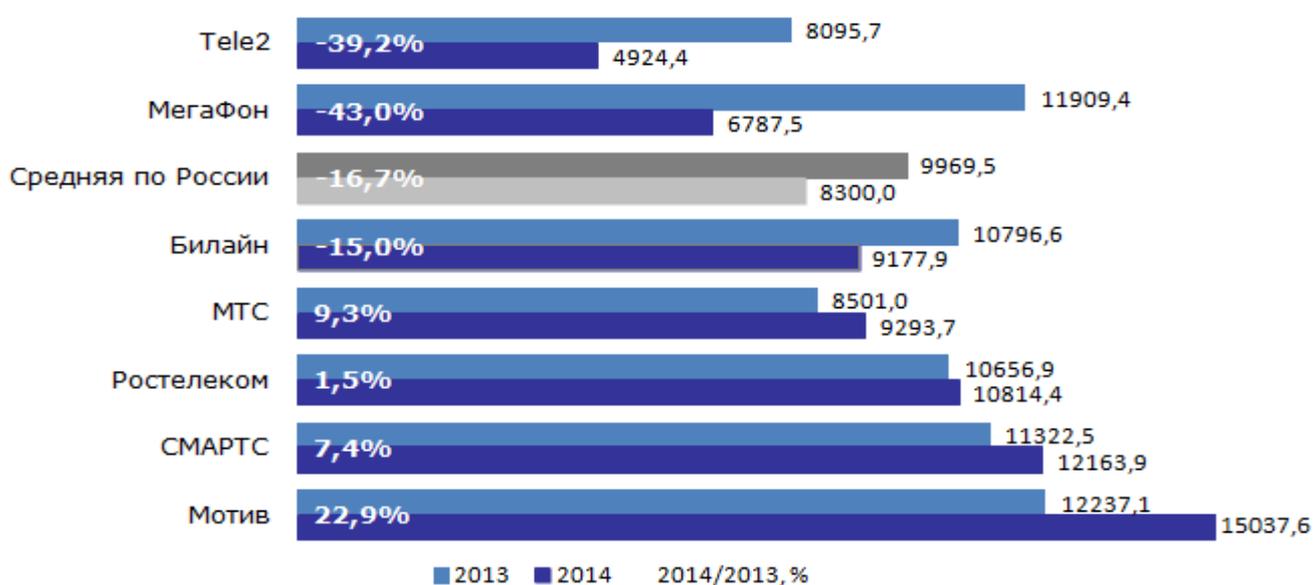
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

6.2. Рейтинг операторов

Как видно на Графике 6.2. самая дорогая корзина «SOHO» зафиксирована у ГК «Мотив» (15037,6 руб.), а наиболее выгодная – у «Tele2 Россия» (4924,4 руб.). При этом разница между ними составляет 67,3%. В среднем же по стране стоимость корзины «SOHO» в апреле 2014 года составляла 8300,00 руб.

График 6.2. Стоимость федеральной корзины «SOHO», апрель 2013 - апрель 2014, руб.



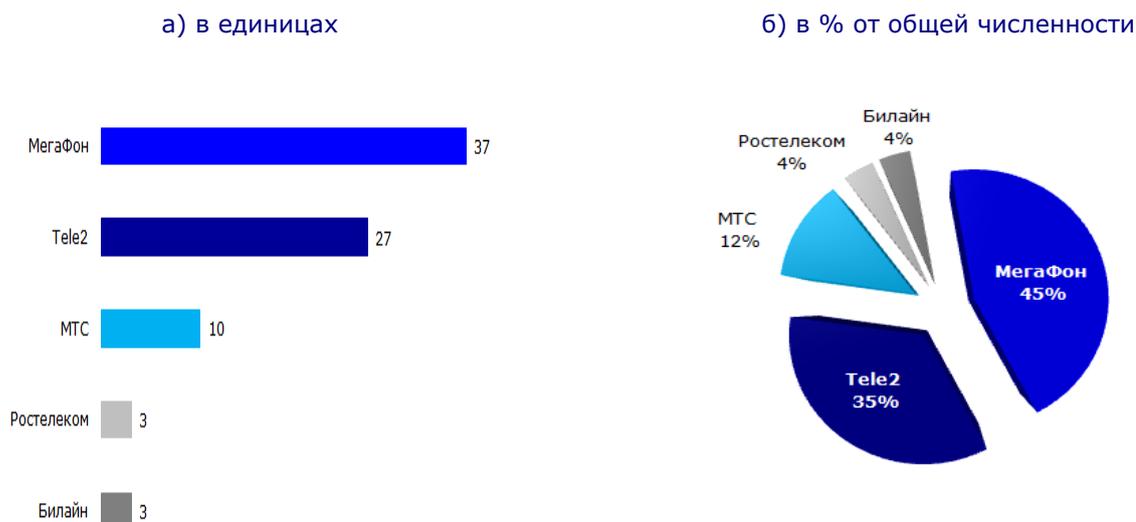
Источник: ComNews Research

По количеству регионов, где оператор предоставляет наиболее выгодное предложение, лидируют ОАО «МегаФон» и «Tele2 Россия».

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 6.3. Количество регионов, в которых оператор предлагает самую дешевую корзину «SOHO», апрель 2014



Источник: ComNews Research

У ГК «СМАРТС» и ГК «Мотив» ни в одном из регионов не было выгоднее тарифов, чем у конкурентов.

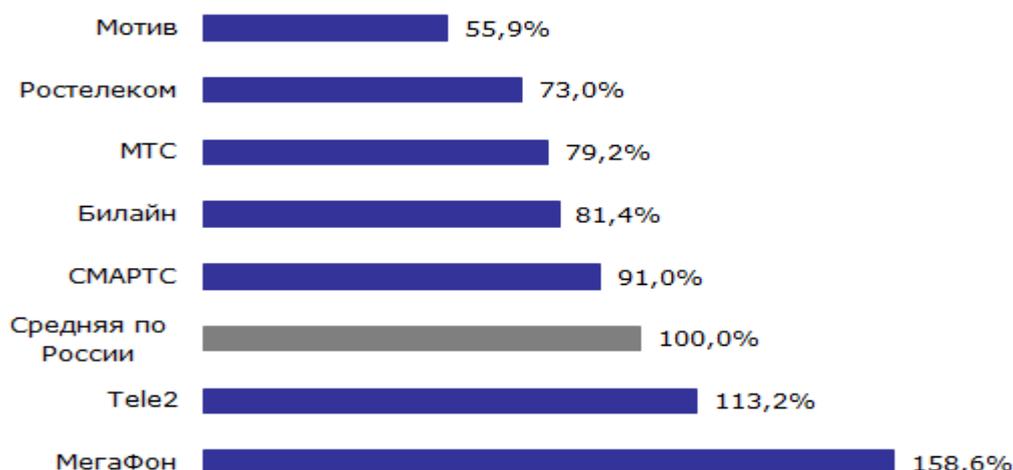
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

6.3. Открытые и специальные тарифы

Как отмечалось ранее, ComNews Research проводил сбор «специальных» тарифных планов в 14 регионах страны. График 6.4. отражает насколько эффективно менеджеры операторов подобрали «специальные» тарифы для компании из девяти сотрудников по сравнению с «открытой» корзиной, сформированной ComNews Research на основе тарифов, опубликованных на сайтах поставщиков услуг. Средняя «специальная» корзина не оказалась выгоднее средней «открытой» корзины. Однако были и заметные отклонения. Так, федеральная специальная корзина ОАО «МегаФон» оказалась на 58,6% дороже средней открытой корзины, а ГК «Мотив» - на 44,1% дешевле.

График 6.4. Отношение стоимостей «специальной» и «открытой» корзин «SOHO», апрель 2014

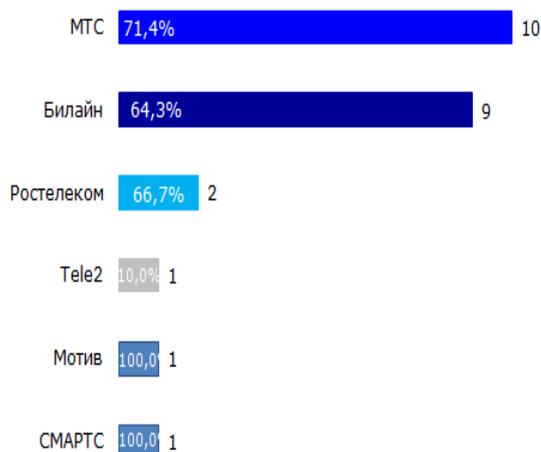


Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 6.5. Количество регионов, где «специальная» корзина «SOHO» оператора дешевле «открытой» корзины, апрель 2014



Источник: ComNews Research

У ГК «Мотив», ни в одном из исследованных регионов «специальные» тарифы не были дешевле «открытой» корзины.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

7. Корзина «SMB» (средний бизнес)

7.1. Рейтинг регионов

Наиболее дорогие корзины сотовой связи для предприятий малого и среднего бизнеса зафиксированы в Москве и Московской области, а также в Ханты-Мансийском АО. В этих регионах стоимость корпоративной связи для компании данной категории превышает среднероссийский показатель на 41% и 33% соответственно. Средняя же стоимость корзины для компании из 37 человек с указанным в методологии уровнем потребления сотовой связи в месяц слегка превысила сумму в 25 тыс. руб.

Таблица 7.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины «SMB», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1. – 2.	Новгородская область Псковская область	16377,88
3.	Санкт-Петербург и ЛО	16629,13
4.	Мурманская область	16784,13
5.	Калининградская область	17023,27
6.	Республика Карелия	17301,13
7.	Архангельская область	17483,26
8.	Вологодская область	18394,51
9.	Новосибирская область	20666,25
10.	Омская область	20650,45
	В среднем по России	25040,20

Таблица 7.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины «SMB», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Москва и МО	35405,67
2.	Ханты-Мансийский АО	33403,62
3.	Ямало-Ненецкий АО	31764,94
4.	Ивановская область	30963,50
5.	Тюменская область	29722,30
6.	Пермский край	29321,66
7.	Сахалинская область	29216,23
8.	Республика Марий Эл	29126,65
9.	Челябинская область	29074,02
10.	Чукотский АО	29012,86
	В среднем по России	25040,20

Источник: ComNews Research

Наиболее выгодные корзины «SMB» зафиксированы в Новгородской и Псковской областях - почти на 35% дешевле среднероссийского показателя. Разница между стоимостью корзины «SMB» в самом «дорогом» и самом «дешевом» регионами составила почти 54%. Во всех 10 регионах с наиболее доступной стоимостью услуг работают по четыре оператора. Отличительной особенностью является присутствие в них оператора Tele2. Дорогие корзины «SMB» выявлены в регионах с высоким уровнем потребительских цен (например, Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий АО, Сахалинская область), а также в регионах, в которых и высокие потребительские цены, и низкая конкуренция (например, Пермский край и Чукотский АО). Во втором случае непревзойденный лидер – Москва и МО.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 7.1. Стоимость корзины «SMB» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ = 100%), апрель 2014



Источник: ComNews Research

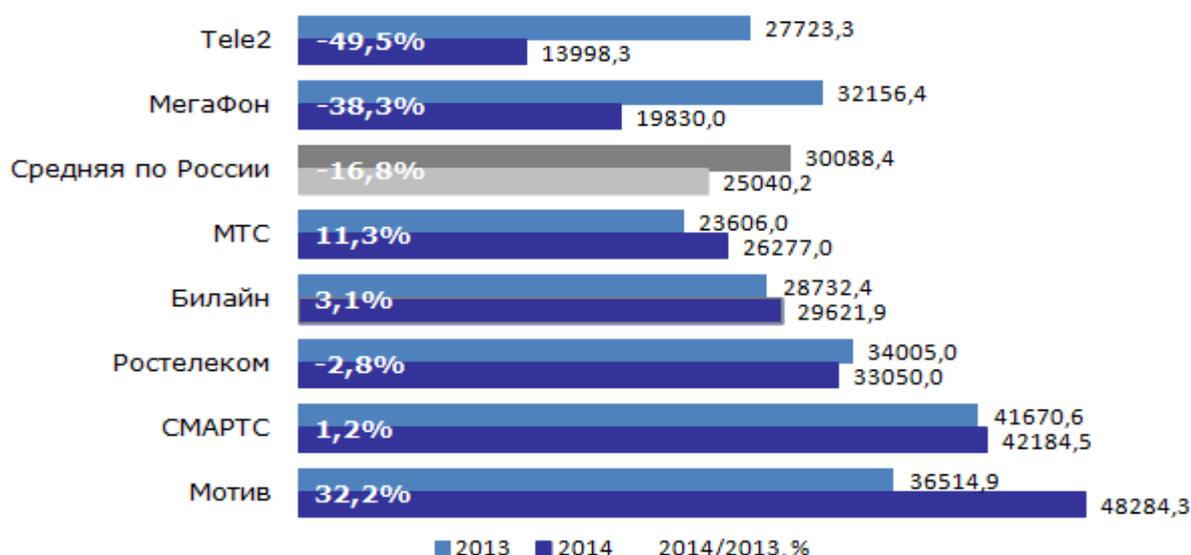
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

7.2. Рейтинг операторов

Наиболее выгодные федеральные корзины «SMB» зафиксированы у «Tele2 Россия» и ОАО «МегаФон». Стоимость корзины «Tele2 Россия» составила в апреле 2014 года 13998,3 руб., что ниже среднего значения на 44%. Стоимость корзины ОАО «МегаФон» - 19830,0 руб., или ниже среднего значения почти на 21%. За год средняя по России корзина подешевела на 16,8%. Самое высокое снижение показал набор услуг «SMB» компании «Tele2 Россия». Он подешевел на 49,5%.

График 7.2. Стоимость федеральной корзины «SMB», апрель 2013 - апрель 2014, руб.



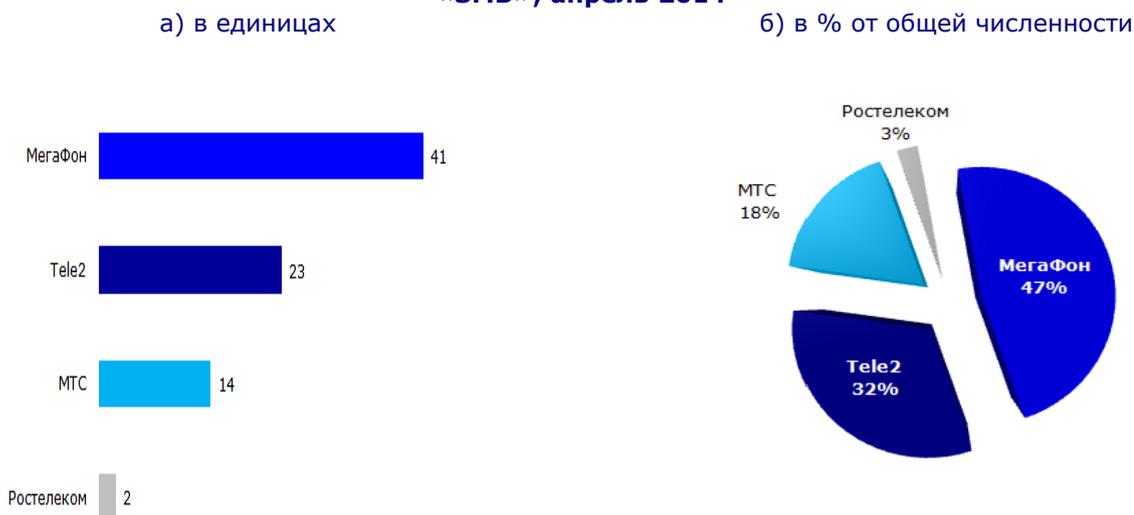
Источник: ComNews Research

Лидером по количеству регионов, где у оператора самая выгодная корзина «SMB», в апреле 2014 года стало ОАО «МегаФон». Компания смогла записать на свой счет 41 субъект федерации, или 47% от их общего числа. Следом идет компания «Tele2 Россия» с 23 регионами (32%).

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 7.3. Количество регионов, в которых оператор предлагает самую дешевую корзину «SMB», апрель 2014



Источник: ComNews Research

У операторов «ВымпелКом», ГК «СМАРТС» и ГК «Мотив» ни в одном из регионов не было выгоднее тарифов, чем у конкурентов.

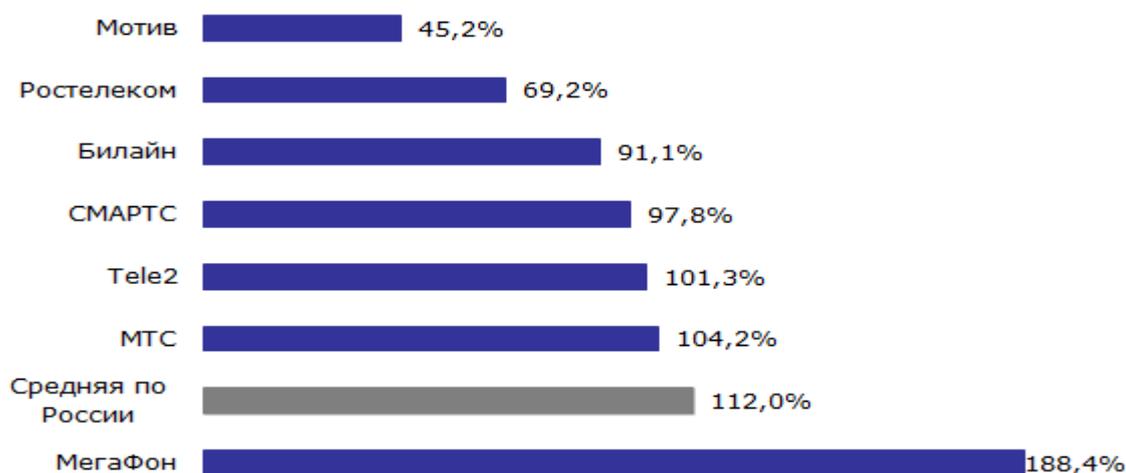
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

7.3. Открытые и специальные тарифы

Среднее значение «специальных» тарифов для профиля «SMB» превысило показатель средней «открытой» корзины на 12%. Самый выгодный «закрытый» тариф предложил менеджер из ГК «Мотив». Он составил 45,2% от значения средней «открытой» корзины. Немного дороже было специальное предложение «Ростелекома» - 69,2%. Неэффективный отработали менеджеры ОАО «МегаФон». Их специальное предложение оказалось выше средней открытой корзины на 88,4%.

График 7.4. Отношение стоимостей «специальной» и «открытой» корзин «SMB», апрель 2014



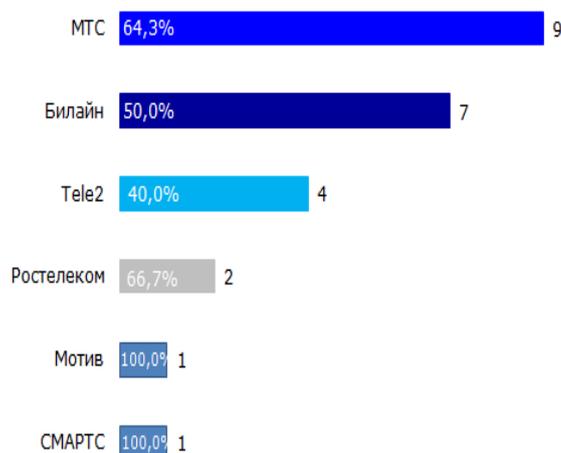
Источник: ComNews Research

Лучший результат по подбору «специальных» предложений дешевле «открытой» корзины показали менеджеры ОАО «МТС» - 9 регионов из 14. ГК «Мотив» и «СМАРТС» показали 100-процентный результат, но в выборке из 14 исследованных регионов каждая из них присутствовала только в одном.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 7.5. Количество регионов, где «специальная» корзина «SMB» оператора дешевле «открытой», апрель 2014



Источник: ComNews Research

У ОАО «МегаФон» ни в одном из исследованных регионов не было более выгодного специального тарифа по сравнению с «открытой» корзиной.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

8. Корзина «LE» (крупный бизнес)

8.1. Рейтинг регионов

Наиболее дорогая корзина услуг сотовой связи для корпоративных клиентов, имеющих более 70 сотрудников, зафиксирована, как и в случаях с «SOHO» и «SMB», в Москве и Московской области – 91997,72 руб., что превышает средний по стране показатель на 55%. На втором и третьем местах также традиционно разместились нефтегазовые ХМАО и ЯНАО. В самой дорогой для крупных предприятий десятке регионов привычно оказались также Ивановская и Тюменская области, Пермский край и Чукотский АО.

Как и в случае с набором услуг «SOHO» и «SMB», корзина «LE» стала наиболее выгодной в Новгородской и Псковской областях. На 3 месте в данной категории оказалась Мурманская область, чья корзина «SMB» была на одну позицию ниже. Стоимость корзин «LE» в этих трех областях меньше среднего показателя на 35,7%, 35,6% и 32,83% соответственно. В самой «дешевой» десятке регионов привычно разместились Санкт-Петербург и ЛО, Калининградская, Вологодская и Архангельская области, а также Республика Карелия.

Разница же между регионом с самой дорогой и самой дешевой корзиной составила 58,5%.

Таблица 8.1. Регионы с наиболее низкой ценой корзины «LE», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Новгородская область	38140,63
2.	Псковская область	38164,88
3.	Мурманская область	39853,13
4.	Санкт-Петербург и ЛО	40356,25
5.	Республика Карелия	40907,25
6.	Калининградская область	41091,80
7.	Архангельская область	42806,77
8.	Вологодская область	45315,49
9.	Новосибирская область	46135,00
10.	Омская область	47925,09
	В среднем по России	59288,77

Таблица 8.2. Регионы с наиболее высокой ценой корзины «LE», апрель 2014

Место	Регионы	Стоимость корзины, руб.
1.	Москва и МО	91997,72
2.	Ханты-Мансийский АО	83255,87
3.	Ямало-Ненецкий АО	78339,83
4.	Ивановская область	73095,00
5.	Чукотский АО	71741,07
6.	Тюменская область	71477,16
7.	Ярославская область	70959,34
8.	Пермский край	70587,72
9.	Республика Башкортостан	70416,52
10.	Сахалинская область	69684,18
	В среднем по России	59288,77

Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 8.1. Стоимость корзины «LE» в регионах по отношению к среднероссийскому показателю (средний показатель по РФ = 100%), апрель 2014



Источник: ComNews Research

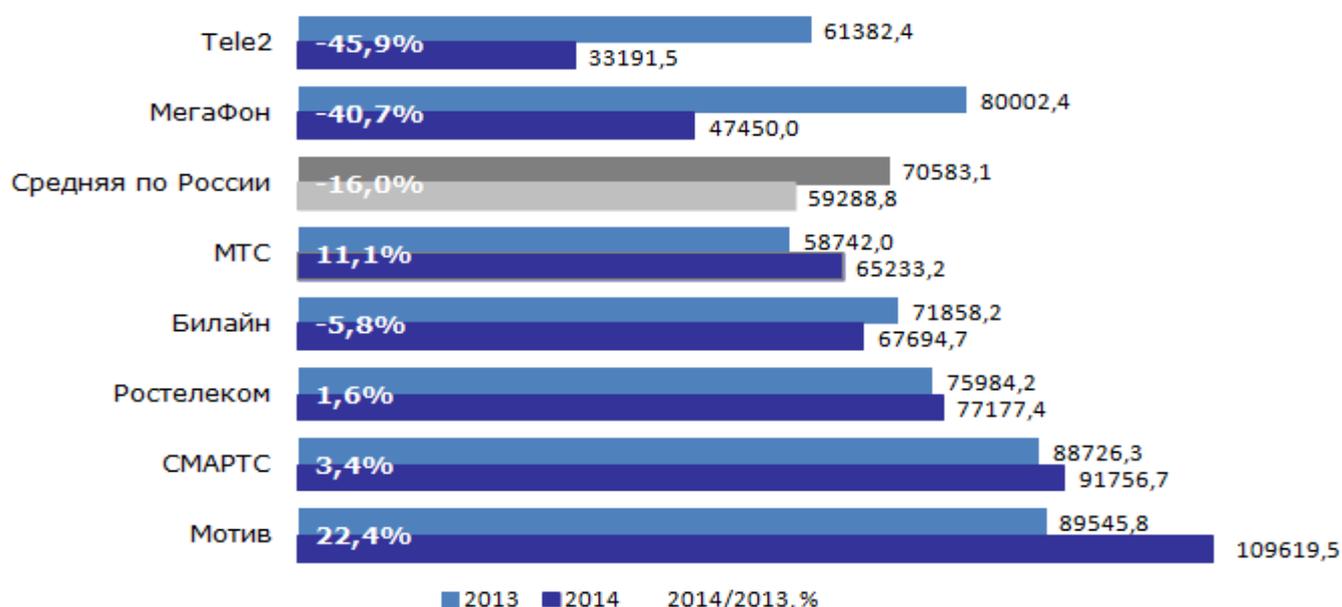
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

8.2. Рейтинг операторов

Наиболее выгодная федеральная корзина сотовой связи для крупных корпоративных клиентов зафиксирована у «Tele2 Россия» – 33191,5 руб. Затем следует компания «МегаФон» – 47450,0 руб. Наиболее дорогую корзину «LE» предлагает ГК «Мотив» - 109619,5 руб., что выше почти на 85% среднероссийского значения. Корзина «LE» ГК «СМАРТС» несколько дешевле - 91756,7 руб., что превышает среднее значение почти на 55%.

График 8.2. Стоимость федеральной корзины «LE», апрель 2013 - апрель 2014, руб.



Источник: ComNews Research

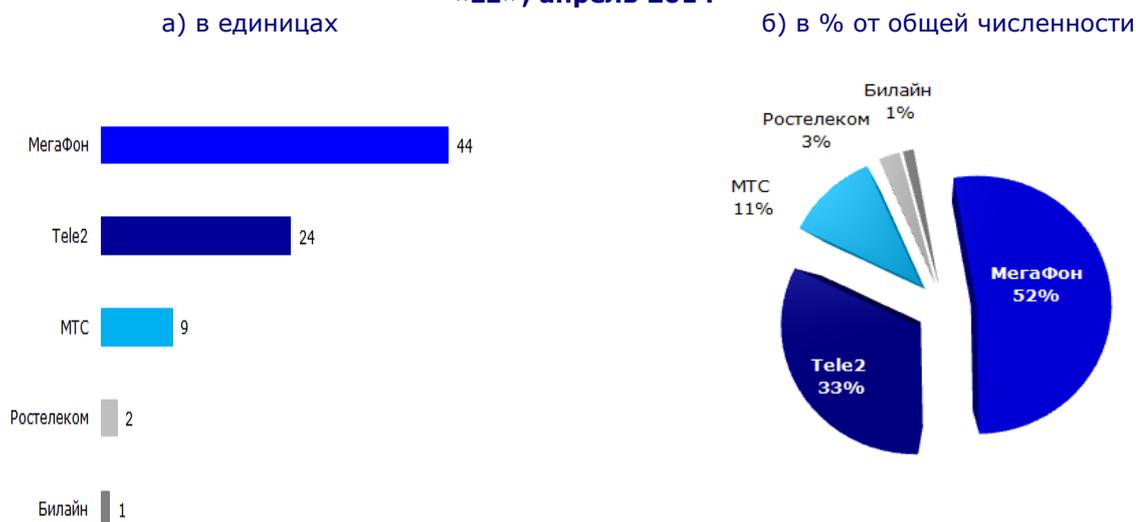
По количеству регионов, где оператор предоставляет наиболее выгодные предложения, лидирует ОАО «МегаФон» - 44 региона, или 52% от их общего числа. Далее следует «Tele2 Россия» - 24 региона из 36 регионов присутствия.

У операторов ГК «СМАРТС» и ГК «Мотив» ни в одном из регионов нет корзины LE выгоднее, чем у конкурентов.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 8.3. Количество регионов, в которых оператор предлагает самую дешевую корзину «LE», апрель 2014



Источник: ComNews Research

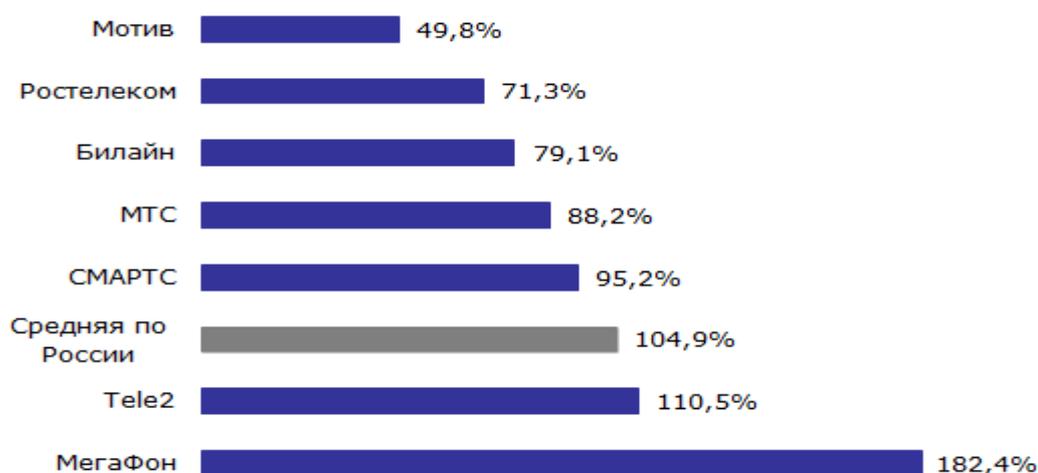
СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

8.3. Открытые и специальные тарифы

Стоимость средних по России «открытой» и «специальной» корзин «LE» серьезно не отличается. Вторая дороже первой всего на 4,9%.

График 8.4. Отношение стоимостей «специальной» и «открытой» корзин «LE», апрель 2014



Источник: ComNews Research

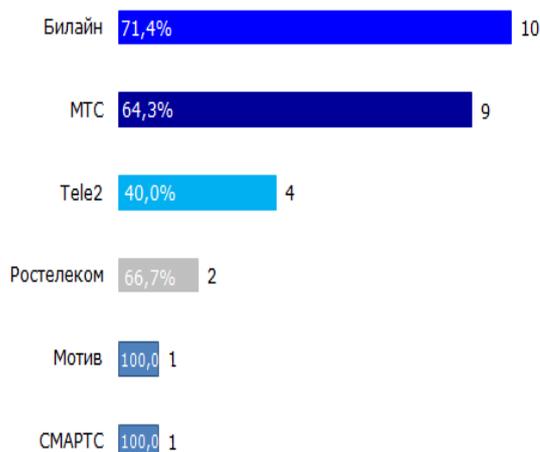
Однако эффективность работы менеджеров операторов различалась значительно. Так, стоимость специальной корзины ГК «Мотив» составила лишь 49,8% от стоимости средней по России открытой корзины. В то же время специальная корзина ОАО «МегаФон» оказалась на 82,4% дороже среднероссийской открытой корзины. Таким образом, приходится констатировать, что потенциальному корпоративному клиенту не следует без оглядки полагаться на рекомендации менеджеров операторов. Желательно предварительно внимательно изучить тарифы на сайте, а потом обсудить их в ходе очной встречи с менеджером.

В ОАО «ВымпелКом» более выгодные «закрытые» предложения предложили в 10 регионах из 14 исследованных (71%), в ОАО «МТС» - в 9 из 14 регионов (64%). С учетом меньшего регионального присутствия результаты Tele2 Россия и ОАО «Ростелеком» были соответственно 40% и 67%, а ГК «СМАРТС» и «Мотив» - 100%.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

График 8.5. Количество регионов, где «специальная» корзина «LE» оператора дешевле «открытой», апрель 2014



Источник: ComNews Research

ОАО «МегаФон» не предложила специальных тарифов дешевле «открытой» корзины ни в одном из 14 исследованных регионов.

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

9. Выводы

В период с апреля 2013-го по апрель 2014 года стоимость корпоративной сотовой связи продолжала снижаться. Среднероссийские корзины «Интернет», «Безлимит» и «Универсал» подешевели на 44,4%, 23,7% и 11,7% соответственно. Лишь корзина «Телеметрия» незначительно подорожала – на 0,8%.

Третий год подряд заметно дешевеют корзины услуг для предприятий «SOHO», «SMB» и «LE». За отчетный период они стали выгоднее на 16,7%, 16,8% и 16,0% соответственно. Корзины «SMB» и «LE» подешевели за последний год не только благодаря снижению тарифов «большой тройки», что определяло тенденцию в предыдущие два года, а в первую очередь в связи с резким падением цен на услуги корпоративной сотовой связи у компании «Tele2 Россия». Стоимость корзины «SMB» у «Tele2 Россия» упала почти в два раза, корзины LE – на 46%.

Безоговорочным лидером по предложению самых выгодных тарифов стала компания «Tele2 Россия» – по всем семи исследованным корзинам ее предложения были самыми привлекательными. В пяти из семи корзин вторую позицию завоевало ОАО «МегаФон». В корзинах «Интернет» и «Безлимит» 2 место по выгодности тарифов заняли «ВымпелКом» и «МТС» соответственно.

В пяти из семи категорий самые дорогие корзины предложила ГК «Мотив». В корзинах «Интернет» и «Телеметрия» лидерство по этому показателю захватила ГК «СМАРТС».

Среди субъектов федерации лидером по самой высокой стоимости услуг сотовой связи для корпоративных клиентов вновь стал московский регион (1 место в 4 из семи корзин). По дороговизне корзины «Интернет» Москва и Московская область оказались лишь третьими, пропустив вперед Сахалинскую и Ростовскую области, а в категориях «Телеметрия» и «Безлимит» столичный регион не вошел в первую десятку самых дорогих субъектов федерации.

Наиболее «дорогими» регионами по корзине «Телеметрия» в апреле 2014 года стали Амурская область и Еврейская АО, Забайкальский край, Магаданская область, Республика Саха (Якутия), Хабаровский край и Чукотский автономный округ. В этих субъектах федерации данная корзина дороже среднероссийской в 2,5 раза. В десятку самых «дорогих» регионов в категории «Телеметрия» вошли также Сахалинская область, Республика Марий Эл и Ивановская область. Мы полагаем, что в данных регионах сотовые компании могут в самое ближайшее время столкнуться с острой конкуренцией со стороны поставщиков спутниковых услуг M2M.

Наиболее «дорогими» регионами по корзине «Безлимит» в апреле 2014 года стали Республики Хакасия, Тыва, Башкортостан, Чукотский автономный округ, Алтайский край, Красноярский край, Республика Алтай.

Наряду с московским регионом лидерами по присутствию в первой десятке самых «дорогих» регионов стали Чукотский АО (7 из 7 корзин), Ивановская область (5 из 7), Сахалинская и Тюменская области, Пермский край, Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий АО (4 из 7). Рекордсменами же по количеству присутствия в первой десятке регионов с наиболее дешевой стоимостью сотовой связи стали Мурманская область (7 из 7), Калининградская, Вологодская, Новгородская области и Республика Карелия (6 из 7), Санкт-Петербург и ЛО, Архангельская и

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Псковская области (5 из 7) и Новосибирская область (4 из 7).

В целом для регионов с наиболее дешевой корпоративной сотовой связью характерно присутствие четырех и более операторов (например, Новгородская, Калининградская и Мурманская области). Регионы с максимальными тарифами характеризуются высоким уровнем цен на все товары и услуги и/или низким уровнем конкуренции (например, Чукотский АО, Пермский край, Москва и МО, Ханты-Мансийский АО).

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

Приложение 1. Количество операторов, предоставляющих услуги корпоративной сотовой связи в регионах РФ, апрель 2014			
Название региона	Количество операторов, шт.	Название региона	Количество операторов, шт.
1. Алтайский край	4	31.Нижегородская область	5
2. Амурская область	3	32.Новгородская область	4
3. Архангельская область и Ненецкий АО	4	33.Новосибирская область	4
4. Астраханская область	4	34.Омская область	4
5. Белгородская область	4	35.Оренбургская область	4
6. Брянская область	4	36.Орловская область	4
7. Владимирская область	4	37.Пензенская область	5
8. Волгоградская область	4	38.Пермский край	3
9. Вологодская область	4	39.Приморский край	4
10.Воронежская область	4	40.Псковская область	4
11.Еврейская автономная область	3	41.Республика Северная Осетия-Алания	3
12.Забайкальский край	3	42.Республика Адыгея	4
13.Ивановская область	4	43.Республика Алтай	3
14.Иркутская область	4	44.Республика Башкортостан	4
15.Кабардино-Балкарская Республика	3	45.Республика Бурятия	4
16.Калининградская	4	46.Республика Дагестан	3
17.Калужская область	4	47.Республика Ингушетия	3
18.Камчатский край	5	48.Республика Калмыкия	3
19.Карачаево-Черкесская	3	49.Республика Карелия	4
20.Кемеровская область	5	50.Республика Коми	4
21.Кировская область	4	51.Республика Марий Эл	5
22.Костромская область	4	52.Республика Мордовия	5
23.Краснодарский край	4	53.Республика Саха	3
24.Красноярский край	4	54.Республика Татарстан	5
25.Курганская область	5	55.Республика Тыва	4
26.Курская область	4	56.Республика Хакасия	4
27.Липецкая область	4	57.Ростовская область	4
28.Магаданская область	4	58.Рязанская область	4
29.Москва и МО	3	59.Самарская область	4
30.Мурманская область	4	60.Санкт-Петербург и ЛО	4

Источник: ComNews Research

СТОИМОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Открытый отчет по итогам инициативного исследования

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Количество операторов предоставляющих услуги корпоративной сотовой связи в регионах РФ, апрель 2014 (продолжение)

Название региона	Количество операторов, шт.	Название региона	Количество операторов, шт.
61.Саратовская область	5	71.Удмуртская Республика	4
62.Сахалинская область	4	72.Ульяновская область	5
63.Свердловская область	5	73.Хабаровский край	3
64.Смоленская область	4	74.Ханты-Мансийский АО	5
65.Ставропольский край	3	75.Челябинская область	5
66.Тамбовская область	4	76.Чеченская Республика	3
67.Тверская область	4	77.Чувашская Республика	5
68.Томская область	4	78.Чукотский АО	3
69.Тульская область	4	79.Ямало-Ненецкий АО	4
70.Тюменская область	4	80.Ярославская область	3

Источник: ComNews Research

Дополнительная информация:

Екатерина Ахальцева,
специалист по исследованию рынка ComNews Research
Тел.: 8 (495) 933-54-83
e-mail: e.ahaltseva@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.