



ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЙ РЫНОК САНКТ-ПЕТЕРБУРГА: АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

ДЕМО-ВЕРСИЯ



© AnalyticResearchGroup

Данный материал предназначен для частного использования. Цитирование, копирование, публикация, продажа, рассылка по электронной почте, а также распространение другими средствами всего или части данного материала запрещены. Данные ограничения распространяются также на демонстрационные и сокращенные версии документов. Любые исключения из данных правил возможны только путем получения письменного разрешения компании AnalyticResearchGroup.

Информация данного отчета предоставляется без каких-либо гарантий.

AnalyticResearchGroup не несет ответственности за любой вред, моральный или материальный, понесенный в результате использования данной информации.





Оглавление

Описание исследования	4
Выводы	5
Телекоммуникационный рынок России	8
Развитие рынка телекоммуникаций	8
Поведение потребителей на рынкетелекоммуникационных услуг, корпоративнаяIP- телефония	9
Крупнейшие телекоммуникационные компании России	10
Основные игроки отечественного телекома.....	13
Перестановки в первом эшелоне	15
Изменения во второй и третьей десятке.....	18
Развитие телекоммуникационных сервисов и услуг.....	19
Обзор рынка операторов связи в Санкт-Петербурге	24
Развитие рынка фиксированной связи за 2011 год в Санкт-Петербурге	28
Основы корпоративной телефонии.....	32
Основные вопросы при выборе телекоммуникационной компании.....	36
Организация корпоративной телефонии.....	43
Анализ деятельности телекоммуникационных компаний.....	47
Телефония	47
«Виртуальная АТС»	50
Мобильная связь	53
Подключение к сети Интернет	54
Анализ тарифов.....	56
Тенденции развития рынка телекоммуникаций.....	61
Приложения.....	65
Приложение 1. Стоимость услуги «Виртуальная АТС»	65
Приложение 2. Стоимость на услугу доступа в Интернет.....	71
Приложение 3. Тарифы МН/МГ связи	79
Приложение 4. Список таблиц и диаграмм.....	112



Описание исследования

Цель исследования:

Анализ рынка телекоммуникаций Санкт-Петербурга в разрезе предлагаемых услуг.

Задачи исследования:

- Рассмотреть предоставляемые услуги в области телефонии;
- Провести анализ ширины ассортиментной линейки;
- Проанализировать предлагаемые услуги (количество услуг, стоимость, дополнительные сервисы и др.);
- Определить и оценить конкурентные преимущества у компаний-поставщиков телефонии.

Методы исследования:

- Сбор и анализ первичной информации о телекоммуникационных услугах, предоставляемых wybranными компаниями;
- Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка, материалов маркетинговых и консалтинговых компаний.
- Mystery-shopping - телефонные интервью со специалистами телекоммуникационных компаний



Выводы

В процессе экономического развития активное использование телекоммуникационных технологий обеспечивает переход к так называемому информационному обществу, когда информация становится важнейшим экономическим ресурсом. Поэтому активное развитие рынка телекоммуникаций является необходимым условием экономического прогресса.

Стоит отметить, что телекоммуникационный рынок России ***. По мнению аналитиков, это связано, прежде всего, с ***.

Сегодня на рынке телекоммуникаций наблюдается <...>. Такой подход позволит телекоммуникационным компаниям ***.

На данный момент обеспечение доступом в Интернет по «щадящим» ценам и надлежащего качества <...>. Решением данного вопроса может стать <...>

Появлению новых продуктов и услуг может способствовать наличие ***.

*** служат для повышения эффективности и конкурентоспособности. Таким образом, операторы могут высвобождать бюджеты для более выгодных и интересных приложений.

Одним из направлений развития можно отметить создание <...>

Еще одно развивающееся направление на рынке телекоммуникаций – <...>

*** способствуют развитию рынка телекоммуникаций. Хотя операторы, оказывающие услуги фиксированной связи для бизнес-абонентов Петербурга, признают, что по ряду базовых сервисов рынок в 2011 году достиг насыщения, участники рынка ожидают, увеличение доходов, как за счет дополнительных сервисов, так и благодаря комплексным продажам и расширению присутствия за пределами Петербурга.

Для исследования компанией AnalyticResearchGroup было выбрано *** наиболее крупных компаний, предоставляющих услуги телефонии для юридических лиц в Санкт-Петербурге. В ходе опроса каждой организации был задан ряд вопросов, которые касались <...>.

Наивысшую стоимость подключения телефонии продемонстрировали компании *** и *** – *** и *** рублей соответственно, самая низкая оказалась у *** и составила *** рублей. Не все компании смогли сообщить стоимость подключения (например, «***», где стоимость подключения зависит от технических возможностей). В частности стоимость подключения у *** варьируется от *** рублей.

Что касается абонентской платы за телефонию — то наибольшее значение наблюдается у компании *** и составляет *** руб./мес., наименьшее значение у компании *** — *** руб./мес. Стоимость у *** колеблется от *** руб./мес. до *** руб./мес.

Наивысшая стоимость подключения дополнительной линии отмечается у компании *** — *** руб. У большинства компаний стоимость подключения



дополнительной линии находится в диапазоне между *** руб. и *** руб.

Если говорить о подключении дополнительных линий, то компания ***, готова организовать бесплатное подключение. *** подключает до 3х линий бесплатно. Если будет необходимо подключить *** и более линий, то стоимость подключения за *** телефонную линию составит *** руб. с учетом НДС. Стоимость дополнительной линии у *** равна *** руб. с учетом НДС, но такова стоимость подключения по определенному адресу <...>. Для компаний *** и *** все данные по стоимости дополнительных линий рассчитываются индивидуально.

По результатам исследования можно отметить, что <...>.

У компании *** нет фиксированной стоимости подключения услуги <...>.

Компания *** производит бесплатное подключение услуги <...>

*** предоставляет услугу <...>. Регистрационная плата составляет <...>

Подключения услуги ***, предоставляемой компанией *** осуществляется бесплатно, при условии <...> и внесении гарантированного платежа в размере *** руб., который пойдет в счет будущих абонентских платежей.

Что касается исходящих звонков на мобильные номера у компании *** она составляет *** руб./мин. и является наивысшей. У провайдеров телефонии *** этот показатель также достаточно высок — *** руб./мин. и *** руб./мин. соответственно. Самая низкая стоимость у компании ***- *** руб./мин.

Наивысшая стоимость подключения к сети Интернет отмечается у компании *** - ** руб. Сразу три компании показали одинаковую стоимость на данную услугу в размере *** руб. - <...>. <...> могут осуществить бесплатное подключение к сети Интернет. Компании *** и *** не смогли указать сумму на подключение (для данных компаний стоимость подключения зависит от месторасположения офисного помещения подключаемой компании).

Абонентская плата за пользование Интернетом при скорости *** Мбит/с варьируется от *** руб./мес. (компания ***) до *** руб./мес. (компания ***). Абонентская плата компании *** зависит от возможности реализовать Интернет на определенном адресе с необходимой скоростью (в данном случае – *** Мбит/с). Диапазон ежемесячной стоимости за использование сети Интернет, предоставляемой МТС находится в пределах от *** руб./мес. до *** руб./мес.

Как показал анализ в динамике за три года, наиболее выгодные тарифы на телефонию предоставляет компания ***, в то время как наибольшую сумму на данную услугу можно отметить у компании ***. Что касается услуги подключения к сети «Интернет», то лидером <...>.

Однако стоит отметить, что при комплексном заказе услуг у провайдеров, <...>.

Телекоммуникационный рынок России

Развитие рынка телекоммуникаций

Аналитическое агентство PMR опубликовало отчет о состоянии российского телекоммуникационного рынка, в рамках которого представило прогноз на *** год.

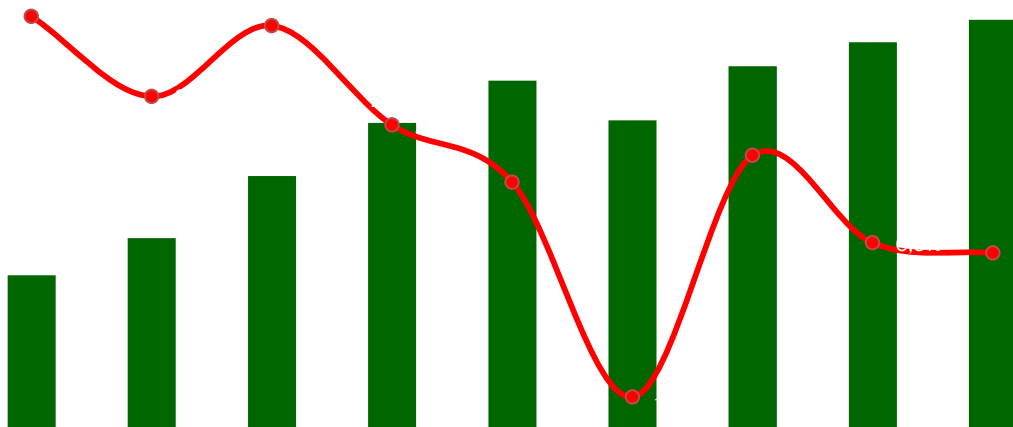
По данным аналитиков, за последний год рынок телекоммуникационных услуг в России <...>.

В 2010 году эксперты отметили рост рынка телекоммуникационных услуг на **%, что в денежном соотношении составило *** млрд. евро. Действительно кризисный 2009 год серьезно ударил по состоянию бизнеса. Так, в 2008 году объем рынка составлял *** млрд. евро, а уже в 2009 году было зафиксировано снижение на **%.

На 2011 год был спрогнозирован рост рынка, на **%, что в денежном эквиваленте составило *** млрд. евро. В 2012 году объем рынка составит *** млрд. евро.

Наиболее динамично в последние годы развивался сегмент мобильного и фиксированного ШПД. По мнению аналитиков, он и будет играть роль драйвера для всего телекоммуникационного рынка в России в дальнейшем.

Диаграмма 1. Объем и темпы роста телекоммуникационного рынка в России, 2004–2012



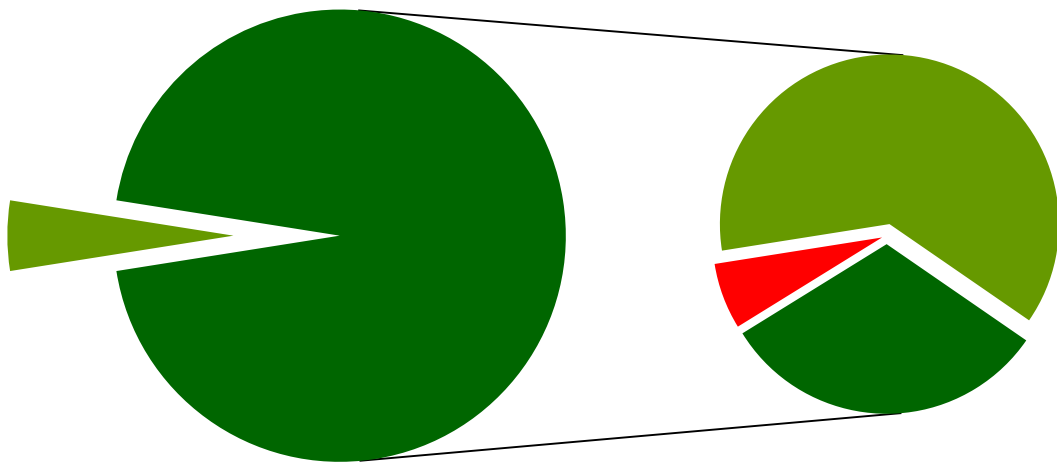
Источник: Аналитическое агентство PMR

Поведение потребителей на рынке телекоммуникационных услуг, корпоративная IP-телефония

В России первыми компаниями, начавшими внедрять у себя решения корпоративной IP-телефонии, были операторы связи. Потом этим занялись банки, крупные финансовые структуры, страховые компании. Затем за освоение IP-телефонии принялись сети продаж, крупные магазины, рестораны. Теперь же технологию внедряет малый бизнес. В 2010 году агентство Coleman Parkes ResearchLtd. провело исследование в 22 странах, рынки которых относятся к категории быстроразвивающихся. Были опрошены представители 2 209 компаний с количеством сотрудников от 20 до 249.

Респондентам в числе прочего был задан вопрос: знают ли предприятия об IP-телефонии? Оказалось, в России <...>

Диаграмма 2. Освоение IP-телефонии в России, 2010



Источник: Coleman Parkes ResearchLtd



Крупнейшие телекоммуникационные компании России

Телекоммуникационный рынок России вновь демонстрирует рост, хотя и на фоне пертурбаций. Три четверти оборота формирует ***, впервые меняется расстановка сил в сегменте мобильной связи, а фиксированная связь уходит в аутсайдеры. Дальнейшее развитие рынка будет происходить преимущественно за счет мобильного и широкополосного интернет-доступа, услуг платного ТВ на фоне постепенного снижения динамики фиксированной связи - как местной, так и МГ/МН направлений.

Таблица 1. Крупнейшие телекоммуникационные компании России

№	Компания	Преимущественная бизнес-модель	Выручка 2010, тыс. руб. (1)	Выручка 2009, тыс. руб. (2)	Рост 2010/2009, %

* - Оценка CNewsAnalytics

** - прогноз

(1) - консолидирована выручка Метроком и ГК Синтерра

(2) - без НДС

Источник: CNewsTelecom 2011





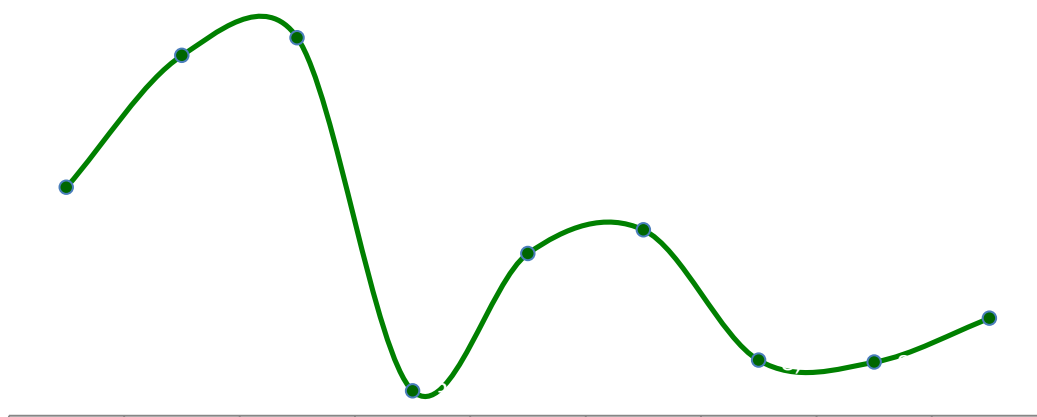
Основные игроки отечественного телекома

К отечественному телекому вернулась надежда на восстановление докризисного уровня после двухлетнего снижения. Игроки рынка проявляют высокую инвестиционную активность, а обилие сделок слияний и поглощений указывает на желание расти быстрее отрасли.

2010 год стал показательным для отечественных телеком-операторов, переживших кризис, – дешевающие активы региональных игроков приобретались практически на протяжении всего отчетного периода. Их покупатели – компании из первой десятки рейтинга CNewsTelecom 2011 – максимально ускоряли процессы консолидации, повышая тем самым свою капитализацию и усиливая стратегии по расширению бизнеса.

По оценкам J'son&PartnersConsulting, совокупная стоимость сделок M&A в российском телекоме в период 2009–2010 гг. превысила <...>. В указанный период наиболее активно совершались сделки в сегментах <...>.

Диаграмма 3. Динамика выручки 30 крупнейших операторов CNewsTelecom, 2002–2010



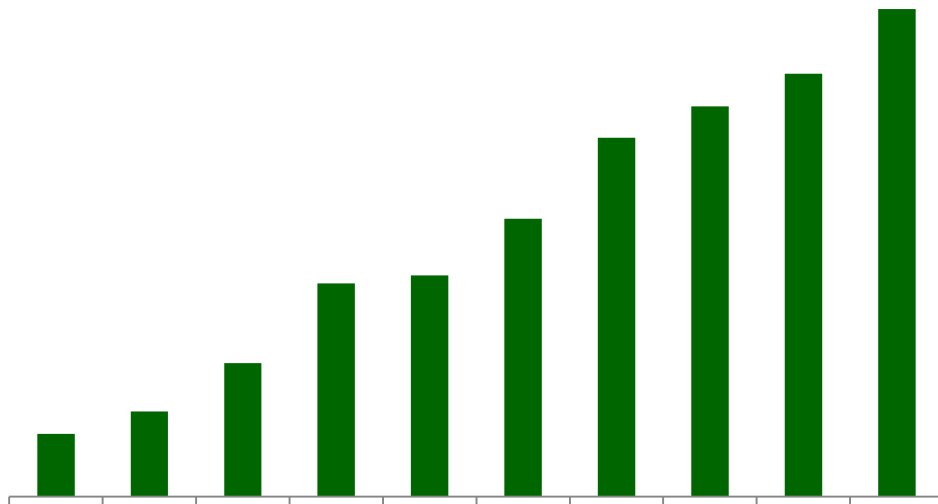
Источник: CNewsAnalytics, 2011

Абонентская база потребителей телеком-услуг вследствие кризиса изменялась разнонаправлено. В сегменте корпоративных пользователей наблюдалось <...>, а на активности физлиц кризисные тенденции отразились <...>.

Минэкономразвития считает, что ***% доходов операторов связи в 2010 году пришлось на частный сектор.

Темпы восстановления отрасли, несмотря на положительную динамику, все-таки ниже ожидаемых. Рост выручки выше роста инфляции в стране и курсовой разницы зафиксирован почти у половины списка топ-30 компаний.

Диаграмма 4. Рост совокупной выручки 30 крупнейших операторов CNewsTelecom, 2001–2010



Источник: CNewsAnalytics, 2011

В целом по отрасли, по оценкам Росстата и Минэкономразвития, объем услуг связи в России по сравнению с 2009 г. увеличился <...>.



Перестановки в первом эшелоне

Третий год подряд, начиная с 2008 г., лидером рынка телекоммуникаций в России становится компания ***, в 2010 году наиболее активно проводившая сделки слияний и поглощений. На счету этого игрока 5 приобретений, <...>

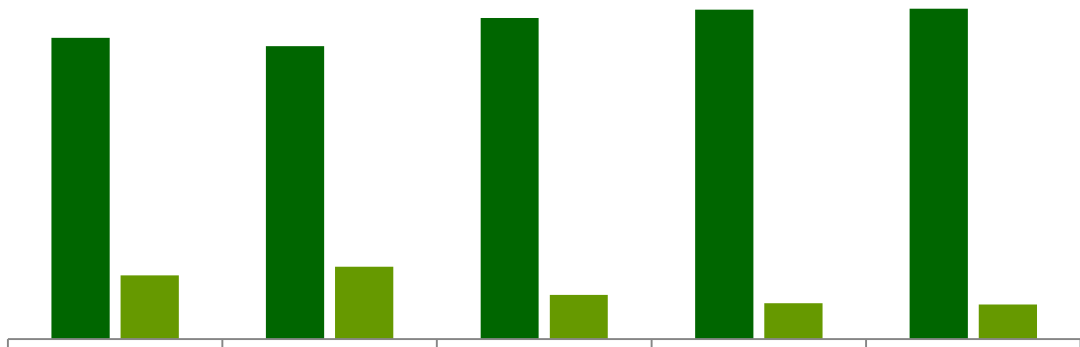
<...>.

На третьем месте рейтинга в последний раз оказался «Связьинвест», межрегиональные компании (МРК) которой подвели финансовые итоги перед окончательным присоединением «Ростелекома». У этого российского телеком-холдинга <...>.

Особо выделяется покупка оператора «Национальные телекоммуникации» (НТК) «Уралсвязьинформом», СЗТ и «Ростелекомом» суммарно за *** млрд. руб. Заметим, что у самого «Ростелекома», который стал основным предприятием «Связьинвеста», выручка в 2010 г. упала на ***% до *** млрд. руб., а показатель чистой прибыли - на ***% до *** млрд. руб., а в четвертом квартале 2010 года был зафиксирован <...>.

Причиной негативной динамики стало уменьшение доходов от <...> (выручка за 2010 год составила всего *** млрд. руб., снизившись на ***%; доходы от сдачи в аренду каналов опустились на ***% до *** млрд. руб.).

Диаграмма 5. Доля Топ 5 операторов CNewsTelecom в совокупной выручке, 2006–2010



Источник: CNewsAnalytics

Четвертое место в рейтинге CNewsTelecom 2011, как и в прошлом году, занял оператор ***, консолидированная выручка которого по итогам 2010 года достигла *** млрд. руб. (включая новый актив - <...>). После закрытия сделки с *** сотовый оператор смог увеличить протяженность магистральной сети до *** тыс. км (второй по величине показатель после ***). При этом он продолжил активность на <...>.

Пятое место в рейтинге ведущих телеком-операторов России по итогам 2010 года занимает ***. Прошедший год стал переломным для этого холдинга в связи с <...>.



Таблица 2. Самые быстрорастущие телеком-компании России, на 01.01.2011

№	Компания	Преимущественная бизнес-модель	Выручка 2010, тыс. руб. ⁽¹⁾	Выручка 2009, тыс. руб. ⁽²⁾	Рост 2010/2009, %	Рост 2009/2008, %

Источник: CNewsAnalytics, 2011

* - Оценка CNewsAnalytics

** - прогноз

(1) - консолидирована выручка Метроком и ГК Синтерра

(2) - без НДС

Среди второй половины компаний в десятке лидеров практически нет серьезных перестановок, кроме появления на 10/11 месте двух игроков – ***. Обе эти компании завершили год с выручкой на уровне *** млрд. руб., при том, что *** рос быстрее и второй год стремительно перемещается в рейтинге компаний на верхние позиции (в прошлом году провайдер был на *** месте с выручкой в *** млрд. руб.).

Изменения во второй и третьей десятке

Последние несколько лет повлияли на расстановку игроков во второй и третьей десятке. Из рейтинга 2010 года «выпало» несколько таких компаний - в том числе упомянутый *** и приобретенная ***, в марте 2011 года было объявлено о приобретении оператора *** компанией *** за *** млн долл.

Серьезные перемещения во второй десятке отражает также переход в третью десятку *** (вследствие прогноза негативной динамики выручки из-за неблагоприятной обстановки вокруг бизнеса этого провайдера, выраженной в аресте части его счетов по запросу ***), а также укрепление позиций *** и ***. Последняя компания показала самый быстрый рост - в ***% за год, переместившись с *** места на ***.

Третья десятка компаний рейтинга CNewsTelecom примечательна снижением порога входа – если в прошлые годы, в том числе, и кризисные, нижний показатель составлял около *** млрд. руб., то в 2010 году он упал до *** млн руб. (выручка петербургской компании *** на 30 месте). Это свидетельствует о том, что <...>.

По оценкам Минсвязи, отрасль телекома в России продолжит восстановление. К 2013 г. Минкомсвязь прогнозирует рост дохода от услуг связи на уровне *** трлн. руб., из которых *** млрд. руб. сформирует выручка от оказания услуг населению.





Развитие телекоммуникационных сервисов и услуг

По итогам конференции TelecomServicesEvolution 2011, которая прошла в начале декабря в Москве, были выделены некоторые направления для развития в сфере телекоммуникационных услуг. Основными тенденциями были выделены:

<...>.

Новые решения позволят развивать бизнес в условиях глобальной конкурентной среды и смене технологий, а также предоставлять услуги на всей территории России.

Помимо этого, опыт, которым обладают крупные компании по внедрению услуг для рынков B2B и B2C, по построению сетей и предоставлению мобильных платежей, может стать основой для развития других телекоммуникационных компаний.

На данный момент актуальными для рынка становятся такие темы как:

<...>.

Другим немаловажным событием, где обсуждались точки и драйверы роста рынков фиксированной и мобильной связи, а также конкуренция среди телекоммуникационных компаний, стал пятый форум «Интерком-2011».

На форуме были рассмотрены существующие проблемы и тенденции развития телекоммуникационного рынка:

<...>.

На форуме были озвучены тенденции, существующие на рынке коммерческой недвижимости:

<...>

Развитие конкуренции приводит <...>. В таких условиях одной из вынужденных мер поддержки бизнеса можно назвать конвергенцию. Многие топовые российские операторы (например, ***) совмещают помимо базовых провайдерских услуг <...>.

Среди прочих тенденций можно отметить следующие:

<...>





Обзор рынка операторов связи в Санкт-Петербурге

В течение 2008–2009 годов конкуренция среди операторов связи, предоставляющих услуги телефонии в БЦ, серьезно возросла, несмотря на то, что объем выручки в корпоративном секторе снизился примерно на треть.

Бизнес-центры обеспечивают существенную долю в корпоративных доходах связистов. На офисном рынке действуют около 80 телекоммуникационных компаний. Среди наиболее заметных игроков — <...>

Весомыми статьями в структуре выручки операторов остаются услуги передачи данных и доступа в Интернет, а также бизнес-телефония. Крупные и высокотехнологичные клиенты предпочитают информационные системы, для работы которых требуются широкие каналы передачи данных, емкий Интернет, стандартная цифровая и IP-телефония.

Как правило, клиенты, имеющие офисы вне бизнес-центров, чаще всего заказывают <...>. На данный момент эта ниша заполнена, и борьба идет за расширение спектра услуг, оказываемых небольшим компаниям.

Клиенты в бизнес-центрах чаще переезжают. И чтобы их удержать, приходится прилагать больше усилий. В существующей точке подключают арендатора за два рабочих дня, а строительство сети до «отдельно стоящей» компании может занять больше времени.

Конкуренция стала жесткой на всех направлениях обслуживания.

Количество бизнес-центров осталось фактически неизменным, поэтому <...>.

<...>

Некоторые игроки, воспользовавшись кризисной ситуацией, предпочли перекупить конкурентов. Так, *** в апреле 2009-го приобрел оператора, предоставляющего услуги в бизнес-центре <...>.

Компания *** тоже применяет классический принцип вытеснения конкурентов. Она становится резервным поставщиком у крупных клиентов, чтобы со временем превратиться в основного оператора. Другой вариант вхождения «прицепом» — переезд вместе с клиентами в другие бизнес-центры.

После кризиса <...>.

<...>.

На привычку клиентов выбирать более дешевую связь вместо качественной повлиял кризис 2008 года. Клиентскую базу смогли увеличить лишь те компании, которые благодаря внутренним ресурсам оперативно снизили цены. Наиболее успешными в вербовке новых корпоративных клиентов оказались организации-середнячки, способные быстро реагировать на изменения конъюнктуры. Некоторые из них добились роста клиентуры на 15–20%.





Тем не менее, удержать на докризисном уровне ARPU (среднюю выручку в расчете на одного абонента) в офисном сегменте не удалось практически никому.

Некоторые операторы демпингуют, другие все еще пытаются жестко диктовать условия клиентам.

<...>.

Впрочем, к откровенно демпингующим операторы причисляют только <...>. Клиенты стационарных операторов, которым был нужен минимальный пакет (в основном это арендаторы торговых центров), предпочли новичка.

Базовый набор услуг фиксированной связи к началу января 2011 года подешевел в различных компаниях на <...>.

Плата за телефон и Интернет традиционно выносится за рамки арендной ставки и регулируется контрактом между телекоммуникационной компанией и арендатором. Средняя стоимость по городу составляет <...>.

В зависимости от применяемой технологии и объема услуг абонентская плата может варьироваться от <...>. Если на объекте одна телекоммуникационная компания, то тарифная политика бесконтрольна. В городе сохранились еще бизнес-центры, где берут около *** рублей за одну телефонную линию в месяц.

Существует определенный спектр бесплатных услуг. Например, в *** бесплатно передается сеть IP-адресов при подключении к Интернету, а при продаже пакетных услуг в больших объемах — включение дополнительных телефонных номеров и некоторые дополнительные сервисы. Операторы связи готовы <...>.

Отсутствие взноса за подключение — не повсеместная практика, но <...>.

Сегодня для многих офисов характерно мирное сосуществование аналоговых и традиционных систем телефонной связи наряду с системами корпоративной IP-телефонии. Однако операторы надеются, что со временем современные IP-решения серьезно потеснят устаревший формат.

По мнению экспертов <...>.

Например, в Петербурге увеличивается число дата-центров. Сейчас их около <...>.

Большинство крупных операторов равномерно развивают собственные сети, как в центре города, так и во всех деловых районах, постепенно выходят в Ленинградскую область и другие регионы. В Северо-Западном округе основную конкуренцию *** составляют <...>.



Развитие рынка фиксированной связи за 2011 год в Санкт-Петербурге

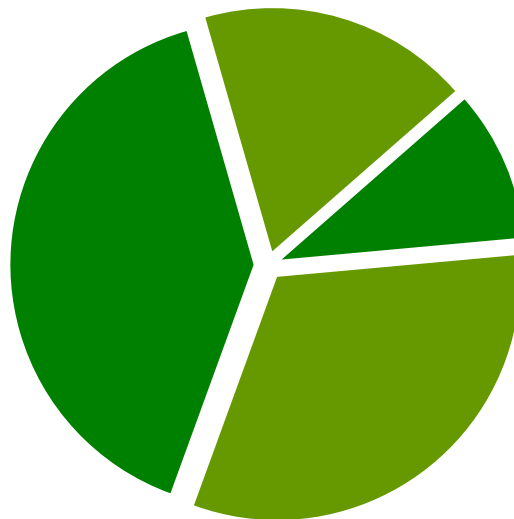
Обострение конкуренции за счет насыщенности рынка – один из основных трендов развития корпоративного сегмента рынка фиксированной связи Санкт-Петербурга на конец 2011 года. В сложившихся условиях борьбы за клиента телекоммуникационные компании делают ставку на <...>.

Еще один важный тренд – укрупнение рынка за счет слияний и поглощений. Так, благодаря ряду приобретений в данном сегменте серьезные позиции на сегодняшний момент заняли крупнейшие российские операторы, в том числе и сотовые операторы «большой тройки».

Крупнейшие игроки и услуги

На петербургском рынке фиксированной связи работает около ста операторов. По оценкам ИАА TelecomDaily, доли рынка распределяются следующим образом: первое место с большим отрывом занимает <...>, далее идут <...>. Также в число крупнейших игроков данного рынка входят <...> и др.

Диаграмма 6. Распределение долей рынка фиксированной связи для корпоративных пользователей Санкт-Петербурга



Источник: ИАА TelecomDaily



В данном сегменте, как и на рынке услуг фиксированной связи для физических лиц, наблюдается укрупнение за счет приобретения крупными игроками других операторов. Так, лидер рынка <...>.

В число услуг оператора входят <...>.

*** также укрепил свои позиции выгодной покупкой: в начале 2011 года стало известно о сделке по приобретению <...>.

В конце 2010 года *** приобрел 100% акций *** – одного из лидеров рынка корпоративной фиксированной связи Санкт-Петербурга, а в 2011 году было завершено слияние с компанией ***. В число услуг оператора <...>.

В 2011 году сделал очередное приобретение оператор <...>. Как сообщают в компании, на конец 2010 года *** в Санкт-Петербурге обслуживал около 7 тыс. корпоративных клиентов. К концу 2011 года прирост абонентской базы составил ***%.

Целый ряд операторов, работающих на корпоративном рынке Санкт-Петербурга, входят в состав <...>.

Компания *** также предоставляет все основные телекоммуникационные услуги: это местная, междугородная и международная телефонная связь, доступ к Интернету, создание <...>. Также оператор реализует комплексные телекоммуникационные проекты различной сложности в разных сферах бизнеса. В 2011 году была запущена <...>.

Среди других крупных операторов фиксированной связи, работающих на рынке корпоративных пользователей Петербурга, можно назвать <...> и др.

По мнению аналитиков, развивающимися направлениями в области телефонии можно назвать <...>.

Так, в компании *** отмечают медленный, но верный рост спроса на все дополнительные услуги: <...>. Например, VoIP решение. Оно привлекательно для корпоративных клиентов тем, что <...>.

Однако данные тренды отмечают не все игроки рынка. В частности, в компании *** говорят о том, что новых трендов 2011 год не принес и по факту в 2011-м все работали в тех же направлениях, что и в 2010 году. Также оператор не считает, что <...>.

Однако большинство операторов считает, что <...>.

В связи с тем, что в настоящее время клиенты не удовлетворены получением просто услуг связи, для них важны телекоммуникационные решения, причем все больший интерес вызывают <...>.

На данный момент планы операторов заключаются в <...>.

Операторы «большой тройки» делают упор на развитии <...>.

В связи с тем, что число новых бизнес-центров не так велико, перед телекоммуникационными компаниями встает задача <...>.





Основы корпоративной телефонии

Рынок услуг голосовой связи сегодня чрезвычайно широк. Это и <...>.

Для того чтобы определить, как будет организована телефонная связь для офиса, необходимо <...>.

Следующее требование – <...>.

Важным требованием является <...>.

Сокращение расходов на аренду городских телефонных номеров возможно при <...>.

Для обеспечения наиболее качественного обслуживания абонентов заказчика необходима <...>.

В случае если телефонная система офиса подключена не к одному провайдеру услуг, она должна <...>.

Выбор той или иной схемы реализации телефонной системы предприятия определяется, помимо необходимой функциональности, целым рядом факторов, в числе которых <...>.

Если в компании уже установлена офисная телефонная станция, организована <...>.

Иногда при проектировании информационных систем офиса возникает необходимость замены устаревшего телефонного оборудования на новое, отвечающее современным требованиям и обладающее необходимой функциональностью. В этом случае выбор схемы будет определяться <...>.

Учитывая существующую тенденцию объединения среды передачи данных и голоса, все наиболее крупные производители УПАТС закладывают в новое оборудование возможность <...>.

В случае проектирования новой системы телефонной связи, решающее значение будет иметь <...>.

Гораздо сложнее сделать выбор, когда речь идет о компаниях, имеющих большое число региональных представительств. В этом случае применение решения, целиком ориентированного на <...>.

Практически любое решение, разрабатываемое сегодня для систем информационного обмена предприятия, строится на <...>.

Уже сейчас взаимное проникновение VoIP и «традиционной» телефонии друг в друга настолько велико, что сделать выбор <...>.



Основные вопросы при выборе телекоммуникационной компании

При выборе того или иного провайдера необходимо учитывать несколько критериев:

<...>.

В большинстве случаев бизнес центры, а также помещения нежилого фонда распределены между провайдерами Санкт-Петербурга. Чтобы новой телекоммуникационной компании предоставлять услуги в том или ином здании, необходимо <...>.

Если оператор присутствует в БЦ, то <...>.

Чтобы ответить на эти и другие вопросы, компанией AnalyticResearchGroup было проведено исследование рынка телекоммуникационных услуг Санкт-Петербурга. Было выбрано 14 крупных компаний, которые предоставляют услуги телефонии для юридических лиц. Ими стали:

<...>

Каждой из них был задан определенный перечень вопросов:

<...>



Организация корпоративной телефонии

Каждая ситуация с подключением рассматривается <...>.

В первую очередь необходимо определить, <...>.

Следующий момент касается сотрудников компании. Необходимо определить следующие:

<...>

Чтобы организовать работу сотрудников, необходимо <...>.

Далее необходимо определить, какой из вариантов <...>.

<...>.

Наибольшее различие между рассматриваемыми вариантами заключается в следующем. <...>.

<...>.

Самый главный недостаток <...>.

Таким образом, список требований к <...>.

Каждый из методов организации телефонии имеет <...>.

На современном рынке телекоммуникаций существует еще одна интересная услуга, которая может стать альтернативой, либо промежуточным шагом при переходе от <...>.

На данный момент не каждая телекоммуникационная компания может предоставить услуги <...>.





Анализ деятельности телекоммуникационных компаний

В декабре 2011 года компанией AnalyticResearchGroup было проведено исследование по вопросам телефонии среди *** крупных телекоммуникационных компаний Санкт-Петербурга по стоимости предоставляемых услуг юридическим лицам.

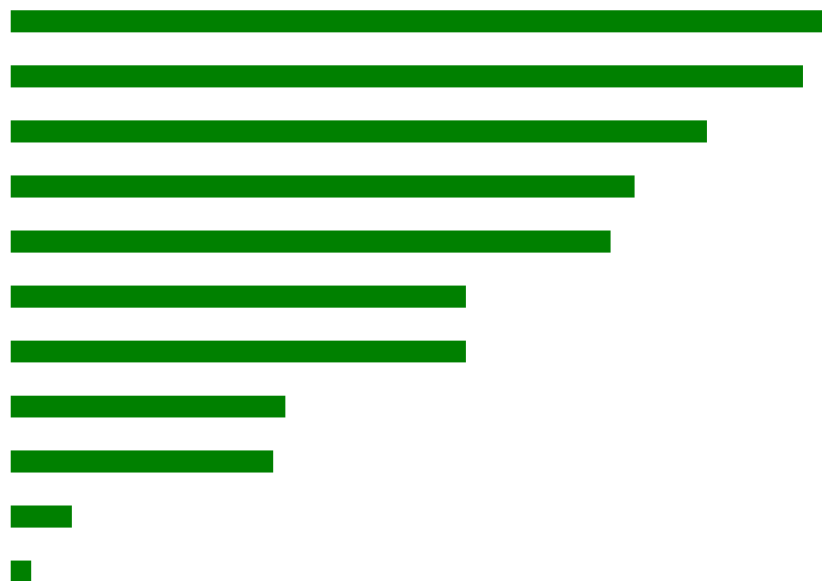
Телефония

Наиболее высокая стоимость подключения телефонной линии с номером у компаний <...>.

В некоторых ситуациях стоимость подключения зависит от технической возможности (например, у компании ***), либо она варьируется, как у компании *** (от *** до *** рублей).

Компания *** предоставляют бесплатное подключение, если количество линий менее трех.

Диаграмма 7. Стоимость подключения телефонной линии с номером

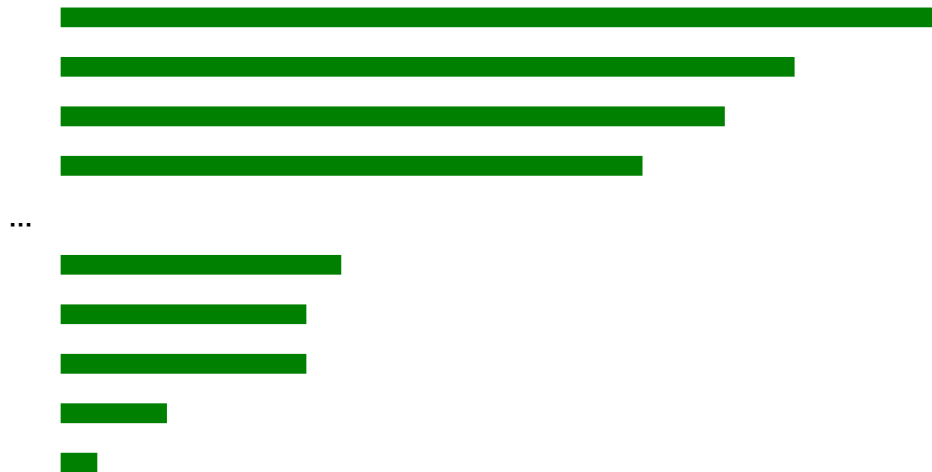


Источник: AnalyticResearchGroup



Наибольшее значение показателя «абонентская плата» наблюдается у компании *** и составляет *** руб./мес. В то время как у компании *** плата за линию в месяц практически в 3 раза меньше – *** руб./мес. Стоимость у *** колеблется от *** руб./мес. до *** руб./мес.

Диаграмма 8. Абонентская плата за линию в месяц

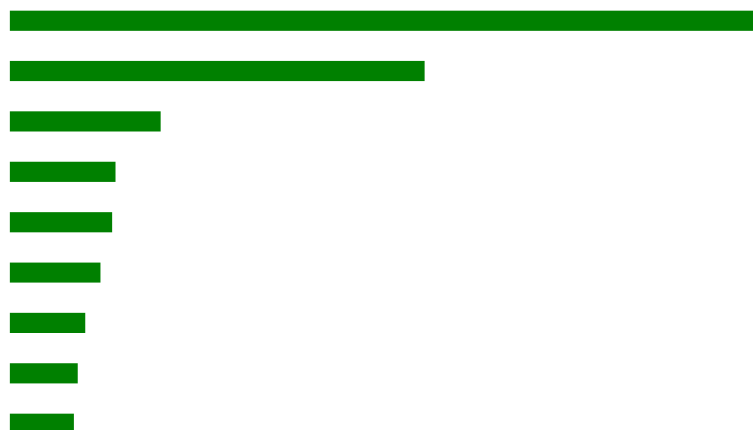


Источник: AnalyticResearchGroup

Наиболее высокая стоимость подключения дополнительной линии отмечается у компании *** - *** руб. У большинства компаний стоимость подключения дополнительной линии находится в диапазоне между *** руб. и *** руб.

Что касается <...>.

Диаграмма 9. Стоимость подключения дополнительной линии



Источник: AnalyticResearchGroup



«Виртуальная АТС»

Как показало исследование, большое количество компаний не предоставляют услугу по организации «Виртуальной АТС», или же она находится на стадии тестирования. В число таких компаний входят – <...>.

У компании *** нет фиксированной стоимости подключения услуги «Виртуальная АТС». Она зависит от выбранного тарифного плана (тарифные планы различаются по количеству включенных минут, чем их больше – тем стоимость подключения ниже).

Таблица 3. Тарифы на подключение «Виртуальной АТС» компании ***

Наименование тарифа	Стоимость подключения (руб., с учетом НДС)

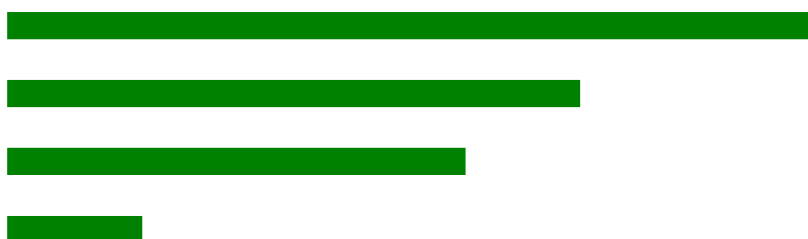
Источник: AnalyticResearchGroup

Компания *** производит бесплатное подключение услуги «Виртуальная АТС», однако при данной услуге <...>.

Компания *** предоставляет услугу «Виртуальная АТС», которая доступна с <...>.

Подключение услуги «Виртуальная АТС», предоставляемой компанией ***, осуществляется бесплатно при <...>.

Диаграмма 10. Стоимость подключения услуги «Виртуальная АТС»



Источник: AnalyticResearchGroup

Перед тем как выбрать необходимый тарифный план, с определенным количеством минут, целесообразно рассмотреть стартовый пакет, при котором количество минут равно нулю. Исходя из количества совершенных вызовов по различным направлениям – международным, междугородним, продолжительность звонков на городские (812), мобильные номера – выбрать соответствующий тарифный план, удовлетворяющий потребности по вызовам компании и имеющий оптимальную стоимость.



Каждая компания, предоставляющая данную услугу «Виртуальной АТС» имеет свою тарифную линейку, которая включает количество минут, соответствующих тому или иному тарифному плану, стоимость превышения трафика.

У компании *** абонентская плата за пользование услугой составляет <...>.

У компании *** ежемесячный платеж, равный <...>.

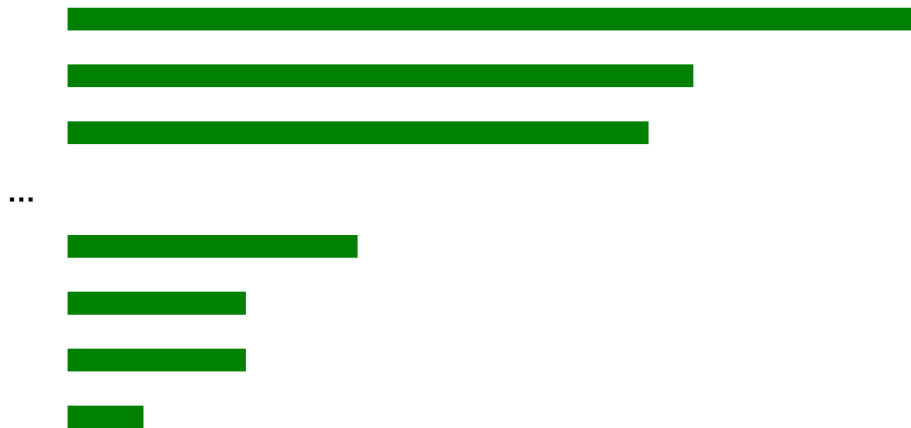
Остальные компании, предоставляющую услугу «Виртуальной АТС», предоставляют тарифные планы с определенным количеством включенных минут (предоплата на исходящие вызовы в месяц). При превышении включенного трафика, выставляется дополнительный счет, в котором отражается стоимость, длительность и направление на исходящие вызовы.



Мобильная связь

Самая высокая стоимость исходящих звонков на мобильные номера у компании <...>.

Диаграмма 11. Стоимость исходящих вызовов на мобильные номера

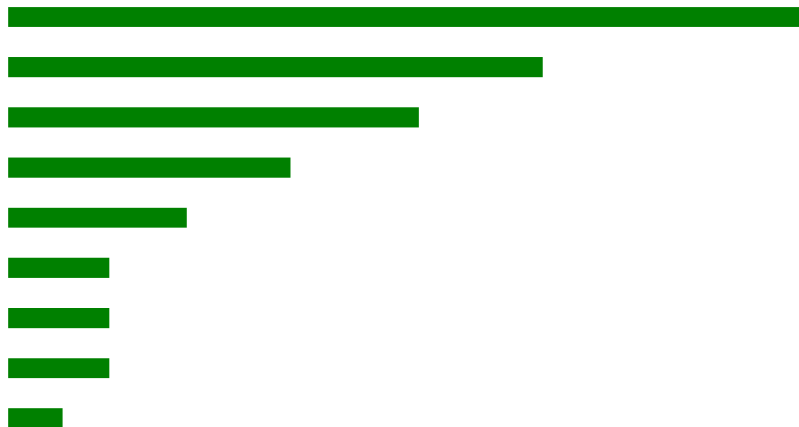


Источник: AnalyticResearchGroup

Подключение к сети Интернет

Наивысшая стоимость подключения к сети Интернет отмечается у компании ***. Сразу три компании показали одинаковую стоимость на данную услугу в размере ***. *** могут осуществить бесплатное подключение к сети Интернет.

Диаграмма 12. Стоимость подключения к сети Интернет



Источник: AnalyticResearchGroup

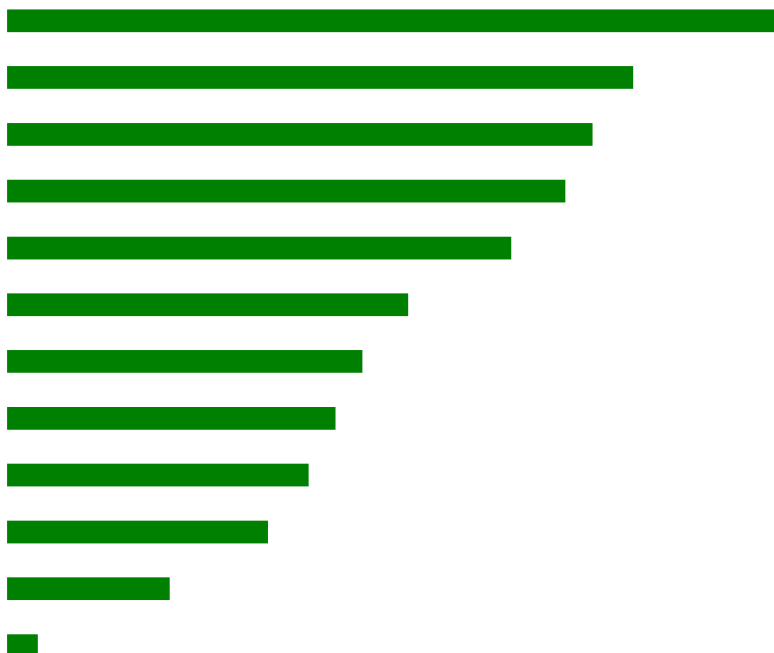
Компании *** не смогли указать сумму на подключение (для данных компаний стоимость подключения зависит от месторасположения офисного помещения подключаемой компании).



Абонентская плата за пользование интернетом при скорости 5 Мбит/с варьируется от <...>.

Диапазон ежемесячной стоимости за использование сети Интернет, предоставляемой <...>.

Диаграмма 13. Абонентская плата за пользование Интернетом при скорости 5 Мбит/с



Источник: AnalyticResearchGroup



Анализ тарифов

Для определения конкурентных преимуществ той или иной организации на рынке телекоммуникаций было рассмотрено два вида услуг, предоставляемых компаниями для юридических лиц – телефония и Интернет. Так как при заказе комплексного решения (как телефонии, так и интернета у одного провайдера) общая стоимость может быть снижена, два вида данных услуг были рассмотрены по отдельности.

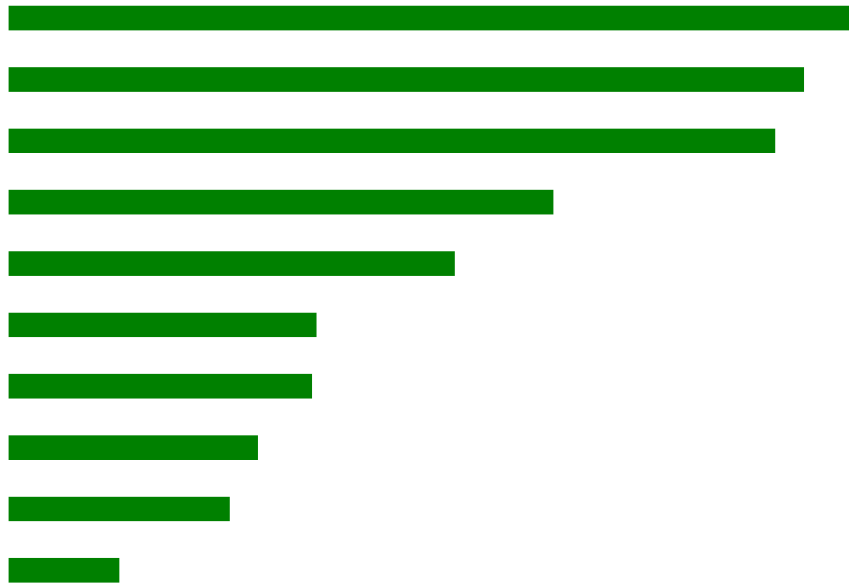
При расчете использовались следующие данные:

<...>.

Самыми «дорогими» операторами телефонии по результатам итоговых годовых сумм стали ***.

Самым дешевым оказался ***.

Диаграмма 14. Общая сумма за пользование услугами телефонии в первый год

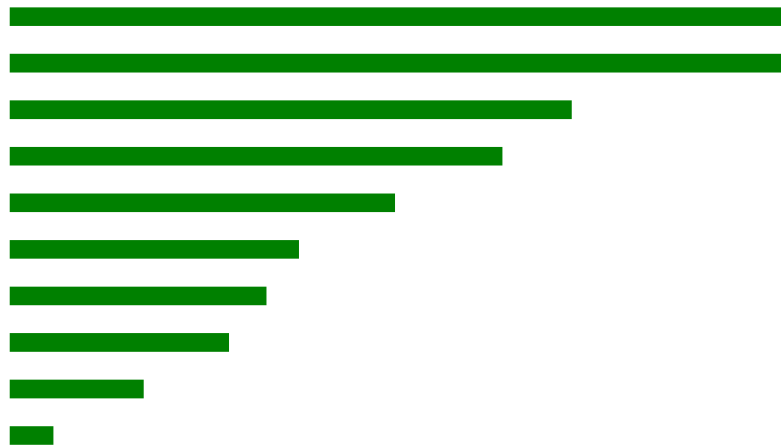


Источник: AnalyticResearchGroup



По итогам второго года можно отметить изменения в занимаемых позициях практически всех операторов, только *** и *** сохранили свое положение (5 и 6 соответственно). Компании *** потеряли свои позиции. Что касается остальных организаций – то общая стоимость их услуг оказалась ниже по сравнению с итогами первого года.

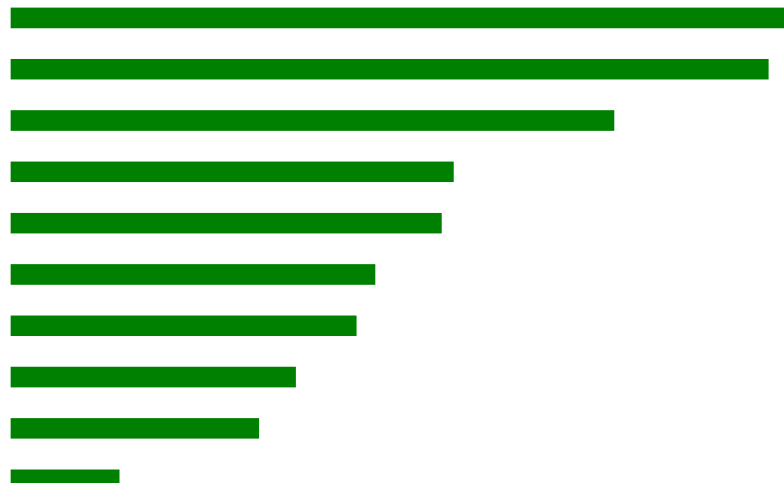
Диаграмма 15. Общая сумма за пользование услугами телефонии за два года



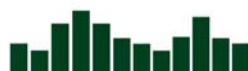
Источник: AnalyticResearchGroup

По итогам третьего года, все компании сохранили занимаемые позиции.

Диаграмма 16. Общая сумма за пользование услугами телефонии по итогам третьего года



Источник: AnalyticResearchGroup





При выборе той или иной телекоммуникационной компании не всегда представленная первоначальная сумма за подключение может в итоге оказаться такой же привлекательной и минимальной. Так например компания *** занимает третье место по стоимости подключения, однако, по итогам общих затрат она выходит на восьмую позицию рейтинга. *** наоборот – являясь одним из самых дорогих операторов по стоимости подключения, за счет невысокой абонентской платы по итогам 3х лет выходит на первое место.

Таблица 4. Рейтинг компаний по стоимости услуг телефонии в течение 3 лет

Телефония	Рейтинг по единовременному платежу	Рейтинг по общей сумме за 3 года,

Источник: AnalyticResearchGroup

Рейтинг компаний по стоимости услуги доступа в сеть Интернет более стабилен относительно стоимости на телефонию. С течением времени положение компаний остается одинаковым.

Таблица 5. Положение компаний по стоимости услуг в сети Интернет

Компания	Общая сумма за год, руб. (с учетом НДС)	Общая сумма за 2 года, руб. (с учетом НДС)	Общая сумма за 3 года, руб. (с учетом НДС)

Источник: AnalyticResearchGroup





Тенденции развития рынка телекоммуникаций

Глобализация экономической жизни и растущая роль технологических инноваций серьезно повысили роль информации, как одного из ключевых факторов обеспечения конкурентоспособности в современной экономике. Телекоммуникации стали <...>.

В процессе экономического развития активное использование телекоммуникационных технологий обеспечивает <...>.

На сегодняшний день рынок услуг голосовой связи чрезвычайно широк. Он включает в себя <...>.

Операторы, оказывающие услуги фиксированной связи для бизнес-абонентов Петербурга, признают, что <...>.

Обострение конкуренции за счет насыщенности рынка – один из основных трендов <...>.

Еще один важный тренд – <...>.

Каждая телекоммуникационная компания стремится развивать клиентскую базу. В связи с тем, что каждая ситуация индивидуальна, организации, предоставляющие услуги телефонии и Интернета, стараются <...>.

Внедрение новых сервисов, виртуальных услуг – одно из направлений развития телекоммуникационных компаний. Потребитель стремится <...>`.

Также новой и интенсивно внедряемой на рынке технологией является <...>.

Использование беспроводных сетей передачи данных в некоторых ситуациях может играть <...>.

Беспроводной доступ дает возможность развертывания компьютерной сети там, где прокладка традиционной кабельной системы невозможна или нежелательна. Сюда же можно отнести и <...>.

В настоящее время современные беспроводные технологии широкополосной передачи данных не требуют <...>.

Используя беспроводное оборудование, можно <...>.

Стоит отметить, что федеральные сотовые операторы сумели за несколько лет <...>.

Среди тенденций развития телекоммуникационных компаний можно отметить:

<...>.

Слияние компаний позволяет охватывать больше сегментов, за счет <...>.

На сегодняшний день запуск новых сервисов и укрепление своих позиций являются <...>. Помимо качества необходимо <...>, предоставление клиентам предложений на более выгодных условиях за счет различных конкурентных преимуществ.





Приложения

Приложение 1. Стоимость услуги «Виртуальная АТС»

Таблица 6. Стоимость услуги «Виртуальная АТС» компании ***

Наименование тарифа	Абонентская плата, руб. (с учетом НДС)	Количество минут переадресации, включенных в абонентскую плату, на номера в коде 812	Стоимость каждой последующей минуты переадресации на номера в коде 812 сверх лимита, включенного в абонентскую плату, руб. с НДС	Стоимость минуты переадресации на федеральные телефонные номера мобильных операторов СПб, руб. с НДС

Источник: AnalyticResearchGroup

<...>





Приложение 2. Стоимость на услугу доступа в Интернет

Таблица 7. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «*»**

Абонентская плата, руб./мес. (без учета НДС)	Кол-во Мб входящего трафика, включенных в абонентскую плату	Стоимость 1 Мб превышения трафика, руб.

Источник: AnalyticResearchGroup

<...>

Приложение 3. Тарифы МН/МГ связи

Таблица 8. Тарифы МН/МГ связи, компания «*»**

Направление	Стоимость вызовов руб./мин. (без НДС)

Источник: AnalyticResearchGroup

<...>

Таблица 9. Тарифы на телефонию и Интернет, предоставленные телекоммуникационными компаниями

Название компании	Тарифы
***	В соответствии с адресом - ***
***	Стандартные тарифы

Источник: AnalyticResearchGroup





Приложение 4. Список таблиц и диаграмм

Таблица 1. Крупнейшие телекоммуникационные компании России.....	10
Таблица 2. Самые быстрорастущие телеком-компании России, 2011.....	17
Таблица 3. Тарифы на подключение «Виртуальной АТС» компании «МТС».....	50
Таблица 4. Рейтинг компаний по стоимости услуг телефонии в течение 3 лет.....	59
Таблица 5. Положение компаний по стоимости услуг в сети Интернет.....	60
Таблица 6. Стоимость услуги «Виртуальная АТС» компании «Северен».....	65
Таблица 7. Стоимость услуги «Виртуальная АТС» компании «МТС».....	66
Таблица 8. Стоимость услуги «Виртуальная АТС» компании «ВестКолл» (Переадресация на стационарные телефоны СПб).....	67
Таблица 9. Стоимость услуги «Виртуальная АТС» компании «ВестКолл» (Переадресация на федеральные телефонные номера СПб).....	67
Таблица 10. Тарификация при переадресации на мн/мг телефонные номера и превышении лимита минут, компания «ВестКолл».....	68
Таблица 11. Стоимость услуги «Виртуальная АТС» компании «ПРОСТОР Телеком».....	69
Таблица 12. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «ВестКолл».....	71
Таблица 13. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «ВестКолл» (безлимитные тарифы).....	72
Таблица 14. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «Вэб Плас».....	72
Таблица 15. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «InterZet».....	73
Таблица 16. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «Метроком».....	73
Таблица 17. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «Комлинк».....	74
Таблица 18. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «ОБИТ».....	74
Таблица 19. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «Пин-Телеком».....	75
Таблица 20. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «Северен».....	75
Таблица 21. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «Смарт-Телеком».....	76





Таблица 22. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «Старт Телеком»	77
Таблица 23. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «Сумма Телеком»	77
Таблица 24. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «СитиТелеком»	78
Таблица 25. Стоимость на услугу доступа в Интернет, предоставляемой компанией «ПРОСТОР Телеком»	78
Таблица 26. Тарифы МН/МГ связи, компания «Интерзет»	79
Таблица 27. Тарифы МН/МГ связи, компания «ПРОСТОР Телеком»	80
Таблица 28. Тарифы МН/МГ связи, компания «МегаФон»	81
Таблица 29. Тарифы МН/МГ связи, компания «Вэб Плас», при использовании КТК (корпоративная телефонная карта)	82
Таблица 30. Тарифы МН/МГ связи, компания «МТС»	85
Таблица 31. Тарифы МН/МГ связи, компания «ОБИТ»	87
Таблица 32. Тарифы МН/МГ связи, компания «Пин-Телеком»	89
Таблица 33. Тарифы МН/МГ связи, компания «Северен Телеком»	92
Таблица 34. Тарифы МН/МГ связи, компания «ВестКолл»	94
Таблица 35. Тарифы МН/МГ связи, компания «СмартТелеком»	100
Таблица 36. Тарифы МН/МГ связи, компания «Метроком»	101
Таблица 37. Тарифы МН/МГ связи, компания «Сумма Телеком»	102
Таблица 38. Тарифы МН/МГ связи, компания «Старт Телеком»	102
Таблица 39. Тарифы МН/МГ связи, компания «Ситителеком»	107
Таблица 40. Тарифы на телефонию и Интернет, предоставленные телекоммуникационными компаниями	111
Диаграмма 1. Освоение IP-телефонии в России, 2010	9
Диаграмма 2. Объем и темпы роста телекоммуникационного рынка в России, 2004–2012	8
Диаграмма 3. Динамика выручки 30 крупнейших операторов CNews Telecom, 2002–2010	13
Диаграмма 4. Рост совокупной выручки 30 крупнейших операторов CNews Telecom, 2001–2010	14





Диаграмма 5. Доля Топ 5 операторов СNews Telecom в совокупной выручке, 2006–2010.....	16
Диаграмма 6. Распределение долей рынка фиксированной связи для корпоративных пользователей Санкт-Петербурга	28
Диаграмма 7. Стоимость подключения телефонной линии с номером	47
Диаграмма 8. Абонентская плата за линию в месяц	48
Диаграмма 9. Стоимость подключения дополнительной линии	49
Диаграмма 10. Стоимость подключения услуги «Виртуальная АТС»	51
Диаграмма 11. Стоимость исходящих вызовов на мобильные номера.....	53
Диаграмма 12. Стоимость подключения к сети Интернет	54
Диаграмма 13. Абонентская плата за пользование Интернетом при скорости 5 Мбит/с	55
Диаграмма 14. Общая сумма за пользование услугами телефонии в первый год.....	56
Диаграмма 15. Общая сумма за пользование услугами телефонии за два года	57
Диаграмма 16. Общая сумма за пользование услугами телефонии по итогам третьего года.....	58