

19. ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА УСЛУГИ ОПЕРАТОРОВ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Попов В.Д., Дундер Н.А., студенты гр. 172301

Аннотация. Цены являются важнейшим инструментом рынка. Формирование цены находится под воздействием различных факторов, одним из них является наличие рыночной власти у фирмы. В данной работе исследуются особенности формирования цены на услуги операторов сотовой связи в Республике Беларусь.

Ключевые слова. Методы ценообразования, тарифы, олигополия, дифференциация продукта, индекс концентрации.

Олигополия — тип рыночной структуры на котором доминируют относительно небольшое количество достаточно крупных фирм. Товары, которые они продают могут быть как стандартизированными, так и дифференцированными. Контроль над ценами и объемом продукции обусловлен из их способности дифференцировать свою продукцию наличием рыночной власти и доминированием на рынке.

Существуют несколько стратегий поведения в условиях олигополии:

1. Некооперативная олигополия (фирмы не вступают в контакт друг с другом).
2. Кооперативная олигополия, ориентированная на долгосрочную перспективу.
3. "Игра по правилам" (фирма сознательно делает свое поведение понятным и предсказуемым для конкурентов, тем самым обеспечивая равновесие в отрасли).

Рынок услуг сотовой связи в Республике Беларусь представляет олигополию (А1, МТС, life).

Рассмотрим взаимодействие по поводу формирования тарифной политики двух операторов сотовой связи (А1 и МТС) на рынке предоставляемых ими услуг.

Стратегия развития Группы МТС подразумевает предоставление абоненту множества цифровых продуктов за пределами телеком-услуг и ориентирована на создание на базе телеком-бизнеса продуктовой экосистемы с бесшовным переходом между сервисами. Клиентоцентричный подход МТС повышает лояльность и продолжительность нахождения клиента в экосистеме благодаря концентрации на его потребностях и предоставлении выгодных условий при пользовании комплексом продуктов.

А1 – провайдер телекоммуникационных и контент-услуг в Беларуси. Абонентами мобильной связи А1 в Беларуси являются более 4,8 миллионов человек, свыше 1,2 млн домохозяйств имеют возможность доступа к сети фиксированной связи по технологиям GPON и Ethernet в областных городах и крупнейших районных центрах. Кроме того, под брендом А1 предоставляются услуги цифрового телевидения VOCA, продукты для бизнеса, а также услуги хранения данных и облачные сервисы.

Тарифы мобильных операторов классифицируются по составу:

Простой – тариф, в состав которого входит одна услуга.

Составной тариф – тариф, в состав которого входит набор услуг.

Далее мы проведем анализ составных тарифов ведущих операторов сотовой связи А1 и МТС.

Оператор	А1	МТС
Тариф	Драйв 5	Супер 5
Абонплата (рублей)	15,99	17,9
Минуты внутри сети	Нет	Безлимит
Минуты во все сети	200	100
Трафик (ГБ)	5	5
Интернет сверх пакета		256 кбит/с

Рисунок 1 – Тарифы операторов сотовой связи до 20 рублей

А1. Самый доступный из тарифов оператора предлагает 200 минут звонков во все сети, а также 5 ГБ трафика.

МТС. Тариф дешевле на 2 рубля, при этом объем трафика одинаковый (5 ГБ), а пакет с минутами звонков во все сети у А1 вдвое более увесистый, чем у МТС. Внутрисетевым безлимитом и опять же невозможностью уйти в минус при истощении пакета с трафиком — безлимитным интернетом на скорости 256 Кбит/с.

Оператор	А1	МТС
Тариф	Драйв 20	Супер 20
Абонплата (рублей)	23,99	24,9
Минуты во все сети	400	400 Безлимит внутри сети
Трафик (ГБ)	20	20
Интернет сверх пакета		256 кбит/с

Рисунок 2 – Тарифы операторов сотовой связи до 25 рублей

А1. «Драйв 20» без внутрисетевого безлимита предусматривает 400 минут во все сети и 20 ГБ трафика — все это почти за 24 рубля.

МТС предлагает «Супер 20». 400 минут во все сети, 20 ГБ — но на рубль дороже. Это связано с тем, что безлимитное внутрисетевое общение и все та же новая гарантия от ухода в минус по трафику — 256 Кбит/с.

Оператор	А1	МТС
Тариф	Без Лимита 2.0	Безлимитище X
Абонплата (рублей)	29,99	29,9
Минуты во все сети	600	600
Трафик (ГБ)	Безлимит (с ограничениями)	Безлимит (с ограничениями)

Рисунок 3 – Тарифы операторов сотовой связи до 30 рублей

А1. Предложение оператора стоит 30 рублей. За эти деньги абоненту предоставляются 600 минут звонков во все сети (в том числе на А1) и безлимитный трафик. Ограниченный безлимитный интернет.

МТС. «Безлимитище X» предоставляет 600 минут во все сети и безлимитный трафик с ограничениями. У МТС раздача интернета стоит 60 копеек в сутки.

На начало 2023 услугами мобильной связи компании А1 пользовалось 4.9 миллионов абонентов, 800 тысяч которых используют услуги цифрового телевидения ВОКА. Таким образом доля компании А1 на рынке мобильной связи составила 42%. Абонентская база МТС в Республике Беларусь составляет примерно 5 миллионов. Данная статистика показывает практически одинаковую абонентскую базу.

На основе этих данных можно рассчитать индекс концентрации:

$$HH = \sum_{i=1}^m d_i^2$$

d_i - доля компании на рынке, m – количество компаний.

$$HH = 49^2 + 51^2 = 5002$$

Значит на рынке операторов услуг сотовой связи действует слабая конкуренция и высокий уровень концентрации.

Согласно статистики опубликованной за 2022 год, пользователи МТС ежедневно совершают 10 звонков в день общей длительностью 22 минуты. При этом 51% абонентов МТС являются женщины, 49% являются мужчины. Касаемо А1, процент абонентов мужчин составляет 53%, а женщин 47%. Что также, как и с кол-вом пользователей показывает примерно одинаковое соотношение абонентов мужчин и женщин у операторов сотовой связи.

Исходя из проведенного анализа рынка услуг сотовой связи Республики Беларусь сделаны следующие выводы:

59-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР, Минск, 2023

— Операторы сотовой связи А1 и МТС примерно одинаковы по ценовой политике и популярности среди абонентов в Республике Беларусь.

— На рынке операторов сотовой связи действует дифференцированная олигополия – это когда рынок делят несколько предприятий, производящих дифференцированную продукцию.

— Влияние на регулярный приток абонентов сотовой связи у данных операторов у А1 является тот факт, что он периодически проводит конкурсы на мобильную технику, что является один из способов популяризации. Однако МТС также, но реже проводит акции, в которых можно выиграть более ценные призы, такие как билет на двоих в самые интересные города мира.

— Операторы сотовой связи А1 и МТС придерживаются метода ценообразования "Игра по правилам".

— Каждый сотовый оператор пристально наблюдает за тем как устанавливают цены другие, такое поведение в процессе ценообразования называется взаимозависимым, т. е. каждый продавец назначает цену учитывая реакцию своих конкурентов.

Список использованных источников:

1. Вечканов Г.С., Вечканов Г.Р. микроэкономика Питер 2017: учебное пособие/Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканов. -Питер: Высшая школа, 2010. - 278с.
2. Все о мобильной технике и технологиях [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://mobile-review.com/all/news/interesnaya-statistika-ot-mts/>– Дата доступа 22.03.2023.
3. Выбираем лучшие тарифы А1, МТС и life:) [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://tech.onliner.by/2022/06/06/vybiraem-luchshie-tarif-y-a1-mts-i-life-4/>- Дата доступа 22.03.2023.
4. Составной тариф – InLib.biz [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://inlib.biz/mikro-ekonomika-makro/114-sostavnoy-tarif-23100.html>- Дата доступа 22.03.2023.