

Features oligopolistic competition on the example of the Russian market of mobile operators
Chetskaya Z. (Russian Federation)
Особенности олигополистической конкуренции на примере российского рынка операторов мобильной связи
Чецкая З. С. (Российская Федерация)

*Чецкая Злата Сергеевна / Chetskaya Zlata – студент магистратуры,
 кафедра финансов и кредита,
 высшая школа экономики и управления,
 Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова, г. Архангельск*

Аннотация: в статье анализируются рыночная структура – олигополия, рассмотренная на примере российского рынка операторов мобильной связи. В статье рассмотрены основные признаки олигополистической конкуренции, основные преимущества и недостатки, а также способы, при помощи которых фирмы конкурируют друг с другом, выходя при этом на новый технологический уровень и развивая отрасль мобильной связи.

Abstract: the article analyzes the market structure - an oligopoly, considered by the example of the Russian market of mobile operators. The article describes the main features of oligopolistic competition, the main advantages and disadvantages, as well as the ways in which firms compete with each other, leaving with a new technological level and developing the mobile sector.

Ключевые слова: олигополия, конкуренция, мобильная связь, преимущества и недостатки.

Keywords: oligopoly, competition, mobile communications, the advantages and disadvantages.

В настоящее время олигополистические модели конкуренции получили большое распространение и преобладают в отдельных отраслях экономики развитых стран, именно поэтому изучению олигополистических структур следует уделять значительное внимание. Знание всех причин определенного поведения участников олигополий и тонкостей реакции компаний на то или иное событие может обеспечить возможность влияния на своих конкурентов, а, следовательно, и возможность влияния на рынок в целом.

Российский рынок операторов мобильной связи удовлетворяет всем признакам олигополии, поэтому очевидна олигополистическая рыночная структура [1, с. 114].

Рейтинг операторов сотовой связи основан на нескольких параметрах: динамика развития, число абонентов, ценовая политика, репутация, ассортимент услуг, территориальный охват. На данный момент на рынке сотовой связи прочно обосновались трое лидеров, которые ведут непрерывную борьбу между собой.

Ведущими компаниями, обеспечивающими сотовую связь россиян, являются «МТС» («Мобильные Телесистемы»), «БиЛайн» (ПАО «Вымпелком») и «МегаФон».

БиЛайн (ВымпелКом): по итогам четвертого квартала прошлого года число абонентов составило 106 237 человек. Рентабельность компании составляет 42.2 %. Основные преимущества:

- низкие цены на роуминг, включая мобильный интернет;
- узкосегментированные тарифы, ориентированные на абонентов с различными потребностями.

Например, периодически у оператора появляются специальные предложения для школьников, пенсионеров, студентов, путешественников, любителей СМС и других групп.

Недостатки:

- недостаточное число официальных представительств (огромное количество больших городах, а небольшие населенные пункты обделены вниманием) [2].

МТС («Мобильные Телесистемы»): является одной из самых популярных среди населения нашей страны. Это в первую очередь связано с доступностью тарифных пакетов от данного оператора, а также большим разнообразием тарифов для корпоративных и частных клиентов. Основные преимущества:

- большое количество выгодных тарифных планов;
- большая площадь покрытия – даже в сельской местности мобильный телефон ловит сеть;
- наличие разнообразных акционных предложений от оператора.

Недостатки:

- время от времени у абонентов происходят перебои со связью;
- не слишком оперативный Интернет, а порою его подвисание [3].

Третий участник «Большой тройки» - «МегаФон». Относительно БиЛайна и МТС Мегафон является самым молодым мобильным оператором – свои услуги компания начала предлагать клиентам с

2002 года. Возможно, в ближайшие годы компания сможет обогнать своих конкурентов, но пока она смогла только захватить и удержать третье место. База МегаФона на начало года составляла 64 613 миллиона абонентов. Финансовые показатели за первые месяцы 2015 года, к сожалению, оказались неутешительны для оператора - выручка МегаФона упала на 1.2 % по отношению к прошлому году.

Основные преимущества:

- постоянно разрабатывают и предлагают узконаправленные тарифные планы, ориентированные на отдельные группы клиентов;

- постоянно экспериментирует с предоставлением льгот для жителей отдельных регионов.

Недостатки:

- высокие тарифные планы;

- бизнесменом оператор пока не очень балует вкусными предложениями – у конкурентов они гораздо интереснее [2].

В свете последних событий нельзя не отметить следующего по масштабам после «большой тройки» оператора мобильной связи «Tele2», который в последнее время развивается весьма быстрыми темпами и, по мнению экспертов, готовится потеснить трех настоящих лидеров и выйти на новый уровень.

В Москве и Московской области с октября начал действовать оператор Tele2, который подключил к концу года более миллиона абонентов. Основная причина популярности дискаунтера — невысокие цены на тарифные планы в сравнении с основными операторами «большой тройки». По этой причине Мегафон уже в ноябре обнулil расценки на внутрисетевую связь и поднял объем интернет-трафика. Не остался в стороне и Билайн, который незамедлительно усовершенствовал тарифные линейки.

Агентство TelecomDaily провело анализ качества голосовой связи, а также скорости мобильного трафика у всех московских операторов. Минимальную величину обрывов связи показал Мегафон, а затем Теле2. Далее следовали Билайн и МТС. В отношении интернета 3G в лидерах оказались Tele2, а LTE — МТС и Билайн [4].

В заключение хочется отметить, что рынок мобильной связи – подвижен, технологичен и конкурентоспособен. В процессе работы на российском рынке три крупнейших оператора мобильной связи «МТС», «БиЛайн» и «МегаФон» используют большое количество ценовых и неценовых методов конкуренции между собой, улучшая тем самым качество создаваемой ими продукции. Появление нового конкурента в лице оператора «Tele2» позволит данным компаниям выйти на новый уровень обслуживания, улучшить уже созданные технологии и разработать новые продукты, стремясь доказать потребителю свое превосходство.

Литература

1. *Максимова В. Ф., Горяинова Л. В., Максимова Т. П.* Микроэкономика: учебно–методический комплекс. М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2009. 204 с.
2. Рейтинг операторов сотовой связи (мобильных операторов) в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sdcompany.su/ratings/business/mobile-operators-russia/> (дата обращения: 26.06.2016).
3. Годовой отчет ОАО «МТС» 2015 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kgo.rcb.ru/2016/otchet/mts-ar2015-rus.pdf> (дата обращения: 26.06.2016).
4. Обзор рынка мобильной связи за 2015 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gotroitsk.ru/list/> (дата обращения: 26.06.2016).