

## Уровень конкуренции и тарифы на услуги сотовой связи в регионах РФ

### Резюме по итогам исследования

---

*Тарифы на услуги сотовой связи в различных регионах Российской Федерации неоднородны. Существует предположение, что данная дифференциация обусловлена различиями в конкурентной ситуации, сложившейся в том или ином регионе, однако исследований, в которых данное утверждение было бы подкреплено конкретными цифрами и расчетами, до сих пор не появлялось. Новое исследование компании ComNews Research призвано ликвидировать этот пробел. Ниже представлены его главные результаты.*

Для определения уровня тарифов в субъектах федерации компания ComNews Research использовала метод подсчета стоимости единого для всех регионов **фиксированного набора услуг сотовой связи («мобильная корзина»)**.<sup>1</sup> В качестве основы для единой «мобильной корзины» был взят фиксированный объем услуг сотовой связи среднего уровня потребления, используемый в странах-членах ЕС и ОЭСР.<sup>2</sup>

В качестве наиболее релевантного для сопоставления показателя экономической ситуации в регионе использовался показатель **стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг**, рассчитываемого Федеральной службой государственной статистики.

Для определения уровня конкуренции на региональных рынках сотовой связи использовался **индекс Хирфендаля-Хиршмана (индекс концентрации рынка)**, который является классическим показателем в антимонопольной практике и рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей участников рынка. Чем больше на рынке присутствует игроков и чем более равномерно распределены их рыночные доли, тем меньше итоговый коэффициент. Соответственно, чем *меньше* итоговый коэффициент (меньше концентрация), тем *выше* уровень конкуренции в регионе.

### Конкурентная ситуация в регионах

Использование указанной методики расчета (применение индекса Хирфендаля-Хиршмана), позволяет выявить следующее распределение региональных рынков сотовой связи (по состоянию на май 2008 г.):

- ⇒ рынки с низким уровнем конкуренции (индекс концентрации рынка свыше 0,35) - 54% регионов
- ⇒ рынки со средним уровнем конкуренции (индекс 0,28-0,35) - 24% регионов
- ⇒ рынки с высоким уровнем конкуренции (индекс ниже 0,28) - 22% регионов

*Таким образом, в большинстве регионов Российской Федерации местный рынок сотовой связи отличается неблагоприятной конкурентной ситуацией. Чаще всего это обусловлено отсутствием на региональном рынке активного четвертого, а иногда и третьего участника.*

Как видно из Таблицы 1, на рынках с наиболее высоким уровнем конкуренции в подавляющем большинстве случаев работает четыре или пять крупных GSM-операторов, причем операторы, альтернативные «большой тройке» имеют в этих регионах довольно значительную рыночную долю, а то и являются местными лидерами. К примеру, в Челябинской и Ростовской областях региональным лидером является компания TELE2, в Нижегородской области – компания НСС, в Свердловской области компания «Мотив» делит лидерство с МТС. В половине из приведенных в Таблице 1 регионов совокупная доля «большой тройки» не превышает 75%, причем в Челябинской и Нижегородской областях на трех федеральных операторов приходится чуть более половины от общей численности абонентов.

---

<sup>1</sup> Показатель стоимости «мобильной корзины» ни в коем случае нельзя путать с показателем среднемесячного дохода в расчете на одного абонента (ARPU), поскольку он показывает, не сумму, которую абонент потратил по факту, а сумму, которую он *мог бы* потратить на приобретение определенного набора услуг сотовой связи при существующем уровне цен. Показатель средней стоимости одной минуты разговоров (АРМ), в силу целого ряда причин, не отражает реальной стоимости услуг сотовой связи для конечного пользователя, вследствие чего было решено заменить его показателем стоимости «корзины».

<sup>2</sup> ОЭСР – Организация экономического сотрудничества и развития. Более подробное описание услуг, входящих в корзину и их объема – на стр. 5 данного бюллетеня.

## Уровень конкуренции и тарифы на услуги сотовой связи в регионах РФ

### Резюме по итогам исследования

В половине из десятки регионов с наиболее низким уровнем конкуренции (Таблица 2) работает всего два оператора. В остальных перечисленных в Таблице 2 регионах высокая концентрация рынка обусловлена слишком большим отрывом ведущего оператора от прочих игроков. К примеру, доля компании «МегаФон» на рынке Вологодской области составляет 70%, доля МТС на рынке Краснодарского края – 63%, доля компании «Вымпелком» в Алтайском крае – 62% от общей численности абонентов.

Таблица 1. Регионы с наиболее высоким уровнем конкуренции (май 2007)

| Регионы   | Индекс концентрации рынка | Количество операторов GSM |
|---|---------------------------|---------------------------|
| 1. Челябинская, Свердловская обл.                                 | 0,220                     | 5,5                       |
| 2. Нижегородская обл.   | 0,244                     | 5                         |
| 3. Ростовская обл.  | 0,250                     | 4                         |
| 4. Республика Мордовия  | 0,251                     | 5                         |
| 5. Ульяновская обл.   | 0,260                     | 4                         |
| 6. Республика Татарстан   | 0,262                     | 5                         |
| 7. Астраханская обл.  | 0,267                     | 4                         |
| 8. Воронежская обл.   | 0,272                     | 4                         |
| 9. Белгородская, Саратовская, Самарская обл., Республика Марий-Эл | 0,273                     | 4,5,4,5                   |
| 10. Волгоградская обл.  | 0,280                     | 4                         |
| <b>В целом по России</b>  | <b>0,247</b>              | <b>-</b>                  |

Источник: ComNews Research

Таблица 2. Регионы с наиболее низким уровнем конкуренции (май 2007)

| Регионы                             | Индекс концентрации рынка | Количество операторов GSM |
|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 1. Еврейская АО                     | 0,847                     | 2                         |
| 2. Чеченская республика             | 0,822                     | 2                         |
| 3. Забайкальский край               | 0,630                     | 2                         |
| 4. Республика Тыва                  | 0,540                     | 2                         |
| 5. Вологодская обл.                 | 0,536                     | 3                         |
| 6. Республика Саха                  | 0,509                     | 2                         |
| 7. Алтайский край, Республика Алтай | 0,487                     | 4,3                       |
| 8. Краснодарский край               | 0,471                     | 4                         |
| 9. Камчатский край                  | 0,444                     | 4                         |
| 10. Томская обл.                    | 0,432                     | 4                         |
| <b>В целом по России</b>            | <b>0,247</b>              | <b>-</b>                  |

Источник: ComNews Research

### Стоимость фиксированного набора услуг сотовой связи в регионах

Исследование показало, что *установившийся в регионах уровень тарифов далеко не всегда определяется параметрами их социально-экономического развития, в том числе уровнем потребительских цен и покупательной способностью населения. В ряде регионов причиной относительно высоких тарифов является неблагоприятная конкурентная ситуация.*

Несоответствие тарифов на сотовую связь сложившимся социально-экономическим параметрам в отдельных регионах видно из таблицы 3. К примеру, пятое место, занимаемое **Новосибирской областью**, во многом обусловлено неблагоприятной конкурентной ситуацией в данном регионе, в котором работает три оператора GSM (операторы «большой тройки»). В других сопоставимых по уровню развития сибирских регионах тарифы на услуги сотовой связи гораздо ниже, чем здесь. Аналогичная ситуация складывается и в **Забайкальском крае** (бывшая Читинская область), где работает всего два оператора, в результате чего тарифы на сотовую связь в этом регионе на 20% выше, чем в соседней, сопоставимой по уровню развития, Амурской области. Высокие тарифы характерны и для регионов, прилегающих к **Москве и Московской области**, которые при этом не отличаются ни

## Уровень конкуренции и тарифы на услуги сотовой связи в регионах РФ

### Резюме по итогам исследования

высоким уровнем доходов населения, ни соответственно высоким уровнем цен на потребительские товары и услуги. В частности, это видно на примере **Ивановской** и **Владимирской областей**, вошедших в десятку самых дорогих регионов.

Таблица 3. Регионы с наиболее высокими тарифами на услуги сотовой связи (ТОП-10), май 2007

| Регион                                  | Фиксированный набор услуг сотовой связи |   | Коэффициент концентрации рынка<br>( в скобках - уровень конкуренции) | Фиксированный набор потребительских товаров и услуг <sup>3</sup> |   |
|---|---|---|--|--|---|
|   | Стоимость, руб.                         | Отношение к уровню, среднему по России (Россия = 1) |  | Стоимость, руб.  | Отношение к уровню, среднему по России (Россия = 1) |
| 1. Магаданская область (с Чукотским АО) | 662,8                                   | 1,62  | 0,382 (низкий)   | 9 233,3;<br>13 231,1 <sup>4</sup>                                | 1,36; 1,96  |
| 2. Москва и область                     | 570,5                                   | 1,39  | 0,368 (низкий)   | 9 539,6;<br>7 235,7 <sup>5</sup>                                 | 1,41; 1,07  |
| 3. Республика Саха                      | 562,8                                   | 1,38  | 0,509 (низкий)   | 9 164,4  | 1,36  |
| 4. Ямало-Ненецкий АО                    | 536,8                                   | 1,31  | 0,383 (низкий)   | 9 868,1  | 1,46  |
| 5. Новосибирская область                | 534,0                                   | 1,31  | 0,424 (низкий)   | 6 727,3  | 1,00  |
| 6. Забайкальский край                   | 529,5                                   | 1,29  | 0,630 (низкий)   | 6 260,8  | 0,93  |
| 7. Ханты-Мансийский АО                  | 523,8                                   | 1,28  | 0,315 (средний)  | 9 255,6  | 1,37  |
| 8. Ивановская область                   | 499,7                                   | 1,22  | 0,310 (средний)  | 6 113,6  | 0,90  |
| 9. Сахалинская область                  | 497,7                                   | 1,22  | 0,319 (средний)  | 9 814,2  | 1,45  |
| 10. Владимирская область                | 482,4                                   | 1,18  | 0,399 (низкий)   | 6 499,6  | 0,96  |
| <b>В среднем по России</b>              | <b>409,1</b>                            | <b>1,00</b>   | <b>0,247 (высокий)</b>   | <b>6 760,8</b>   | <b>1,00</b>   |

Источник: ComNews Research

Подавляющее большинство регионов с наиболее низкой стоимостью фиксированного набора услуг сотовой связи (Таблица 4) являются высококонкурентными рынками, на которых работает 4-5 операторов. При этом для этих рынков характерно отсутствие значительного отрыва оператора-лидера от прочих участников и сильные позиции операторов, альтернативных федеральной тройке. В частности, в наиболее дешевом регионе России – **Волгоградской области**, где уровень тарифов на сотовую связь на 20% ниже среднероссийского уровня, около 29% рынка принадлежит компании СМАРТС. При этом уровень потребительских цен здесь лишь на 7% ниже среднего по России, что убедительно свидетельствует в пользу решающего влияния интенсивной конкуренции на тарифную политику операторов.

В **Удмуртии**, где уровень тарифов практически такой же, как в Волгограде, около 37% всех абонентов являются абонентами компании TELE2, которая делит в регионе лидерство с МТС. В **Нижегородской области** операторы

<sup>3</sup> Данные Росстата (май 2008)

<sup>4</sup> Данные по Магаданской области и Чукотскому АО соответственно.

<sup>5</sup> Данные по городу Москве и Московской области соответственно.

## Уровень конкуренции и тарифы на услуги сотовой связи в регионах РФ

### Резюме по итогам исследования

федеральной тройки в совокупности контролируют всего 54% рынка, в то время как около трети общей численности абонентов принадлежит региональному лидеру – компании НСС («ВолгаТелеком»), и еще 13% являются абонентами TELE2.

Таблица 4. Регионы с наиболее низкими тарифами на услуги сотовой связи (ТОП-10), май 2007

| Регион                             | Фиксированный набор услуг сотовой связи |   | Коэффициент концентрации рынка<br>(в скобках - уровень конкуренции) | Фиксированный набор потребительских товаров и услуг <sup>6</sup> |   |
|------------------------------------|---|---|---|--|---|
|                                    | Стоимость, руб.                         | Отношение к уровню, среднему по России (Россия = 1) |   | Стоимость, руб.  | Отношение к уровню, среднему по России (Россия = 1) |
| 1. Волгоградская область           | 325,1                                   | 0,79  | 0,280 (высокий)   | 6 290,6  | 0,93  |
| 2. Удмуртская республика           | 327,3                                   | 0,80  | 0,312 (средний)   | 5 722,2  | 0,85  |
| 3. Нижегородская область           | 333,3                                   | 0,82  | 0,244 (высокий)   | 6 666,0  | 0,99  |
| 4. Республика Ингушетия            | 340,3                                   | 0,83  | 0,363 (низкий)  | 6 017,3  | 0,89  |
| 5. Республика Мордовия             | 341,2                                   | 0,83  | 0,251 (высокий)   | 5 504,3  | 0,81  |
| 6. Астраханская область            | 342,8                                   | 0,84  | 0,267 (высокий)   | 6 119,9  | 0,91  |
| 7. Республика Марий-Эл             | 343,8                                   | 0,84  | 0,273 (высокий)   | 5 592,1  | 0,83  |
| 8. Кемеровская область             | 344,5                                   | 0,84  | 0,290 (средний)   | 5 749,4  | 0,85  |
| 9. Кабардино-Балкарская республика | 345,0                                   | 0,84  | 0,397 (низкий)  | 5 568,8  | 0,82  |
| 10. Курганская область             | 346,2                                   | 0,85  | 0,320 (средний)   | 6 028,3  | 0,89  |
| <b>В среднем по России</b>         | <b>409,1</b>                            | <b>1,00</b>   | <b>0,247 (высокий)</b>  | <b>6 760,8</b>   | <b>1,00</b>   |

Источник: ComNews Research

Другой показательный пример - Республика Саха (Якутия) и Ханты-Мансийский АО. Уровень потребительских цен в этих регионах практически одинаков, однако в Якутии номинальная стоимость фиксированного набора услуг сотовой связи на 7% выше, чем в ХМАО. Учитывая при этом, что среднедушевые доходы населения в ХМАО практически на 50% выше, чем в Якутии, реальная стоимость корзины для жителей республики будет гораздо выше, чем для жителей ХМАО. Низкий уровень тарифов в ХМАО объясняется довольно высоким уровнем конкуренции: в округе действует четыре оператора (коэффициент концентрации рынка 0,315), а уровень проникновения превысил 144% от общей численности населения. При этом федеральные операторы, вынужденные конкурировать с компанией «Уралсвязьинформ» (45% рынка), с самого начала ориентировались на более низкие, чем у местного лидера, тарифы.

Примечательно, что в группе наименее дорогих в отношении сотовой связи субъектов федерации преобладают поволжские, уральские, западносибирские и северокавказские регионы. В большинстве регионов Поволжья, Урала

<sup>6</sup> Данные Росстата (май 2008)

## Уровень конкуренции и тарифы на услуги сотовой связи в регионах РФ

### Резюме по итогам исследования

и Западной Сибири традиционно сильны альтернативные операторы: TELE2, СМАРТС, «Уралсвязьинформ», компании, входящие в холдинг «Волга Телеком».

### Методология расчета фиксированного набора услуг сотовой связи (средний уровень потребления)

Для расчета стоимости фиксированного набора услуг сотовой связи используется методология ОЭСР в ее последней версии от 2006 года (далее по тексту – Методология). При этом за основу корзины, используемой в нашем исследовании, был выбран набор услуг, соответствующий в Методологии среднему уровню потребления услуг сотовой связи. В Методологию были внесены отдельные изменения, связанные со спецификой российского рынка. В частности, сегмент мобильных внутрисетевых звонков был разделен на два подсегмента: звонки в пределах региона и в пределах макрорегиона. В силу превалирования предоплатной формы подключения, было решено отказаться от расчета фиксированной части корзины, состоящей из абонентской платы и рассроченной на три года стоимости подключения.

Как и было предусмотрено методологией ОЭСР, при расчете средней стоимости звонков учитывались только стандартные тарифы, в то время как любые виды льготных звонков и тарифных модификаторов оставались без внимания. Для расчета средней стоимости услуг сотовой связи анализировались тарифные предложения всех операторов, работающих в том или ином регионе.

Таблица 4. Основные параметры «мобильной корзины» среднего уровня потребления

| Тип услуг                                  | Количество, единиц | Распределение звонков по направлениям, % | Средняя продолжительность звонка, мин. |
|--|--------------------|--|--|
| <b>Мобильные внутрисетевые звонки:</b>     |                    |  |  |
| В пределах региона                         | 25                 | 38%                                      | 1,9                                    |
| В пределах макрорегиона                    | 7                  | 10%                                      | 1,9                                    |
| <b>Звонки на другие сети сотовой связи</b> | 14                 | 22%                                      | 1,7                                    |
| <b>Звонки на сети фиксированной связи:</b> |                    |  |  |
| Внутризоновые                              | 10                 | 15%                                      | 1,8                                    |
| Междугородные                              | 5                  | 7%                                       | 1,8                                    |
| <b>Звонки на голосовую почту</b>           | 5                  | 8%                                       | 0,8                                    |
| <b>SMS</b>                                 | 50                 | -  | -                                      |
| <b>MMS</b>                                 | 0,67               | -  | -                                      |

### Дополнительная информация:

**Алексей Данилин**  
старший консультант ComNews Research (г. Москва)

Tel: +7 915 015 92 83

E-mail: [a.danilin@comnews.ru](mailto:a.danilin@comnews.ru)