

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»)**.¹ В качестве основы для единой «мобильной корзины» был взят фиксированный объем услуг сотовой связи среднего уровня потребления, используемый в странах-членах ЕС и ОЭСР.²

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.

¹ 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».

² 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
В целом по России	0,247	-

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
В целом по России	0,247	-

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 (в скобках - уровень конкуренции)	Фиксированный набор потребительских товаров и услуг ³	
	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; 13 231,1 ⁴	1,36; 1,96
2. Москва и область	570,5	1,39	0,368 (низкий)	9 539,6; 7 235,7 ⁵	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
В среднем по России	409,1	1,00	0,247 (высокий)	6 760,8	1,00

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

³ Данные Росстата (май 2008)

⁴ Данные по Магаданской области и Чукотскому АО соответственно.

⁵ 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 (в скобках - уровень конкуренции)	Фиксированный набор потребительских товаров и услуг ⁶	
	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
В среднем по России	409,1	1,00	0,247 (высокий)	6 760,8	1,00

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

⁶ 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.
Мобильные внутрисетевые звонки:			
В пределах региона	25	38%	1,9
В пределах макрорегиона	7	10%	1,9
Звонки на другие сети сотовой связи	14	22%	1,7
Звонки на сети фиксированной связи:			
Внутризоновые	10	15%	1,8
Междугородные	5	7%	1,8
Звонки на голосовую почту	5	8%	0,8
SMS	50	-	-
MMS	0,67	-	-

Дополнительная информация:

Алексей Данилин
старший консультант ComNews Research (г. Москва)

Tel: +7 915 015 92 83

E-mail: a.danilin@comnews.ru