

УДК 338.47

## Анализ тенденций формирования товарно-ценовой политики на рынке телекоммуникационных услуг

Е.Ф. Пашкевичюс

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

katioxa92@bk.ru

Статья поступила 13.12.2014, принята 20.02.2015

*В статье проанализированы методы формирования товарно-ценовой политики на рынке услуг связи, а также особенности оптимизации тарифов на территории Иркутской области. Приведено сравнение стоимости тарифных планов телекоммуникационных компаний.*

**Ключевые слова:** ценообразование; динамика телекоммуникационного рынка; услуги связи; тарифы, стратегия.

## Analysis of commodity-price policy trends on telecommunication market

E.F. Pashkevichyus

Bratsk State University; 40, Makarenko St., Bratsk, Russia

katioxa92@bk.ru

Received 13.12.2014, accepted 20.02.2015

*The article analyzes commodity-price policy methods on telecommunication market as well as peculiarities of data plan optimization in the Irkutsk region. Cost for data plans from various telecommunication companies has been compared.*

**Key words:** pricing; telecommunication market dynamics; telecommunication services; data plans; strategy.

На рынке телекоммуникаций операторы предлагают своим абонентам услуги, которые будут удовлетворять их потребности как результат деятельности телекоммуникационной организации по приему, передаче и обработке информации. Для того чтобы услуга была конкурентоспособной, операторам необходимо разработать товарно-ценовую политику.

Товарно-ценовая политика — это элемент комплекса маркетинга, способствующий достижению предприятием стратегических целей путем установления стоимости на услуги. В условиях конкурентной рыночной среды важную роль играет оптимизация стоимости услуг на связь. Возможны три ва-

рианта установления цены на телекоммуникационные услуги:

- минимальный уровень, определяемый затратами;
- максимальный уровень, сформированный спросом;
- оптимально возможный уровень цены.

Установленная стоимость может считаться оптимальной при нескольких условиях: соответствие спросу потенциальных абонентов; обеспечение максимальной суммы доходов от реализации услуги; незначительное отклонение величины расчетной стоимости от стоимости на аналогичные услуги у конкурентов.

Особенности оптимизации стоимости на услуги рассмотрены на примере тарифов