

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