

Анализ эффективности инновационной политики телекоммуникационных компаний в Израиле

Бизяев Антон Игоревич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Институт стран Азии и Африки, Москва, Россия

E-mail: abizyaev@ya.ru

Как известно, процесс активной демонополизации экономики в Израиле начался во второй половине 80х годов. После мощного кризиса, едва не приведшего страну к экономической катастрофе, правительством был принят ряд мер по созданию конкурентной среды вместе с приватизацией крупнейших монополий. Эти реформы постепенно затронули и сектор телекоммуникаций. До 1994 года абсолютной монополией на рынке была компания Безек (Bezeq), далее у нее появляется первый конкурент - компания Селком (Cellcom). В 1998, с приходом на рынок компании Партнер Коммуникейшнс (Partner Communications, ныне известная как Orange), формируется «большая тройка» израильских сотовых операторов, на тот момент примерно поровну разделивших между собой рынок [6].

Hande Kimiloglu и Birgul Kutlu (2011) [2] в своей работе показывают, что в современных условиях при достижении рынком телекоммуникаций определенной степени технологической оснащенности появляются предпосылки для возникновения мобильных виртуальных операторов (далее МВО, англ. *MVNO*). В Израиле появление МВО на рынке телекоммуникаций произошло в 2011-2012 годах, когда в дополнение к трем лидирующим компаниям появились 2 новых оператора, Голан Телеком (Golan Telecom) и ХОТ Мобайл (HOT Mobile), арендующие инфраструктуру у Селком и Партнер соответственно, а также ряд более мелких операторов, таких как Rami Levi и Alon Cellular.

В этой ситуации произошло резкое падение среднего дохода на абонента (далее СДНА, англ. *ARPU*), что соответствует общетеоретическому положению о том, что увеличение конкуренции на рынке приводит к снижению цен (в данном случае СДНА является в некотором роде эквивалентом цены), описанному, например, в работе Chiraz Karamti и Aida Kammoou (2011) [3]. Однако здесь возникает проблема: несмотря на падение СДНА трех лидирующих компаний, регуляторное введение МВО на израильском рынке не привело к значительному снижению степени монополизации рынка. «Большая тройка» по-прежнему контролирует около 90% рынка, а индекс Херфиндаля-Хиршмана для отрасли на 2014 год равен 2368, тогда как при значениях показателя выше 1800 рынок принято считать высокомонополизированным.

Изучив финансовые отчеты компаний Безек, Селком и Оранж (2003-2014), можно обнаружить один интересный факт. Примерно в то же время, когда на рынке появились МВО и произошел обвал СДНА «большой тройки», т.е. в 2011-2012, все три компании в той или иной очередности изменили структуру своего предложения. Это значит, что если раньше основным способом тарификации звонков была поминутная тарификация и предоплатная система, то с этого момента компании переходят на постоплатную систему и на предоставление пользователям пакетов услуг, в основном без лимита на звонки и СМС. Здесь можно выдвинуть следующую гипотезу: между появлением двух новых сотовых операторов в дополнение к трем «старым», изменением структуры предложения «старых» операторов и резким падением их среднего дохода на абонента в Израиле в 2011-2012 годах существует связь.

Далее можно сформулировать ряд основных вопросов. Во-первых, необходимо понять, почему степень монополизации рынка после реформы 2011-2012 годов остается очень вы-

сокой, является ли это общетеоретическим следствием или же особенностью израильского рынка. Во-вторых, следует выяснить, от чего зависит структура предложения израильских сотовых операторов и почему произошло ее изменение. Это поможет понять, как формируется их конкурентная стратегия, что, в свою очередь, поможет дать ответ на третий вопрос - каким образом изменение структуры предложения отражает реакцию компаний-монополистов на появление МВО в 2011-2012 годах.

Исследование будет включать в себя три направления. Первое направление будет посвящено олигополиям, в том числе ценнообразованию, конкуренции, равновесным состояниям и стратегиям поведения на олигополистическом рынке. В этом разделе экономической науки уже имеется достаточно большой объем работ, и в качестве модели для рынка телекоммуникаций можно взять модель, предложенную в работе Васильева, Севастьянова и Урусовой (2010) [7]. Второе направление будет посвящено изучению влияния МВО на рынок сотовой связи. Насколько известно автору, это явление пока еще недостаточно хорошо изучено экономистами. Безусловно, существуют примеры работ по этой теме, как, например, Hande Kimiloglu и Birgul Kutlu (2011) [2], однако в указанном труде авторы озвучивают лишь общие положения о МВО, не приводя измерений и не углубляясь в изучение взаимосвязей и взаимодействия между МВО и остальным рынком сотовой связи. В качестве одного из основных методов изучения влияния реформы 2011-2012 автор планирует использовать регрессионный анализ, чтобы отследить возможную взаимосвязь между показателями, претерпевшими изменения за этот период, как, например, СДНА. Третьим направлением станет изучение поведения фирм на рынке сотовой связи в условиях олигополистической конкуренции, определение их конкурентных стратегий и попытка спрогнозировать дальнейшие действия компаний и развитие рынка в целом. Кроме того, будут рассмотрены другие факторы помимо вышеобозначенных, влияющие на конкуренцию на рынке, такие как портирование номеров. В работе Belen Usero Sanchez и Grigorios Asimakopoulos (2011) [4] рассматривается пример Евросоюза, где портирование было введено посредством государственного регулирования, поскольку для самих фирм это означало снижение их рыночной силы. Аналогичная ситуация наблюдалась в Израиле, израильские компании в течение нескольких лет старались противодействовать введению портирования номеров. Авторы статьи, к сожалению, не рассматривают практические аспекты реализации этой меры, поскольку на практике сотовые операторы стали активнее использовать другие способы удержания у себя клиентов, как то введение высокой одноразовой оплаты приобретения SIM-карты или подключения пакета услуг. Что касается перехода с поминутной тарификации на безлимитные пакеты услуг, насколько автору известно, посвященных этой теме работ очень мало, а работы по этому процессу в Израиле отсутствуют. Тем не менее, аналогичные процессы можно заметить в других странах. В частности, как пишут в своей статье Sunanda Sangwan, Guan Chong и Louis-Francois Pau (2008) [1], в Китае 67% пользователей крупнейшего поставщика мобильной связи China Mobile используют предоплатные тарифы. Можно предположить, что процесс перехода на безлимитные тарифы связан не с появлением МВО, а с другими факторами, что может потребовать отдельного рассмотрения.

В качестве дальнейших возможных направлений для исследования автор хотел бы отметить изучение не только рынка сотовых операторов, но и интернет-провайдеров, где происходили во многом сходные процессы. Кроме того, было бы интересно проанализировать рынок с точки зрения изменения благосостояния не только компаний, но и потребителей, изучить их реакцию на введение пакетов услуг и безлимитных тарифов, а также рассмотреть формирование клиентской базы как молодыми, так и старыми компаниями. Для этого необходимо подробнее изучить такие явления, как переход клиентов от одного

оператора к другому (англ. *churn rate*) и «сетевые эффекты» (англ. *network effects*).

Источники и литература

- 1) Sunanda Sangwan, Guan Chong, Louis-Francois Pau Key Issues in Expansion of End-User Mobile Communication in China. Erasmus Research Institute of Management, Rotterdam, 2008
- 2) Hande Kimiloglu, Birgul Kutlu Market Analysis for Mobile Virtual Network Operators (MVNOs): The Case of Turkey. International Journal of Business and Management, vol. 6 N6, Istanbul, 2011
- 3) Chiraz Karamti, Aida Kammoun Privatization, Reforms and Firm's Performance in Mobile Telecommunication Industry. Recent Developments in Mobile Communications – A Multidisciplinary Approach, Higher Institute of Business Administration (ISAAS) in Telecom ParisTech, Tunisia, 2011
- 4) Belen Usero Sanchez, Grigorios Asimakopoulos Regulation and competition in the European mobile communications industry: an examination of the implementation of mobile number portability. Business Management Division, Universidad Carlos III de Madrid, C/Madrid, 126 (28903) Getafe, Madrid, Spain 2011
- 5) Ежегодные финансовые отчеты компаний Bezeq, Pelephone, Cellcom, HOT Mobile и Golan Telecom за 2003-2014 годы
- 6) Telecommunications in Israel. From Monopoly to Competition: 1994-2013. Министерство Связи Израиля, 2013
- 7) Васильев С.А., Севастьянов Л.А., Урусова Д.А. Построение экономико-математической модели рынка телекоммуникаций в случае олигополии, Российский университет дружбы народов, Москва, 2010

Слова благодарности

Автор хотел бы выразить благодарность Левину Марку Иосифовичу за идею работы и за те усилия и знания, которые он в меня вложил и продолжает вкладывать