

## АНАЛИЗ ВНЕШНИХ СУБЪЕКТОВ МИКРОСРЕДЫ ПАО «МЕГАФОНА»

О.А. Абрамова, магистрант  
Самарский университет  
(Россия, г. Самара)

DOI: 10.24411/2500-1000-2019-10866

**Аннотация.** В данной статье анализируются внешние субъекты микросреды ПАО «МегаФон»: МТС и Билайн. Сначала автор вкратце описывает ситуацию на российском телекоммуникационном рынке. Далее в статье анализируется деятельность компании МТС, ее основные услуги как главного конкурента МегаФона. Затем автор изучает стратегию компании МегаФон. В конце приводится анализ выручки, чистой прибыли МТС, Билайна и МегаФона.

**Ключевые слова:** МегаФон, МТС, телекоммуникационный рынок, доля рынка, облачный сервис.

Основными конкурентами МегаФона являются такие компании, как МТС (основана в 1993 году, является крупнейшим оператором мобильной связи в России), Билайн (ВымпелКом, основанный в 1992 году) и Теле 2 (основанный в 2003 году). Стоит отметить, что сейчас на телекоммуникационном рынке наблюдается олигополия: три крупнейшие компании (МТС, Билайн и МегаФон) контролируют 83% рынка [1]. Их конкурентная борьба пере-

ходит в плоскость неценовой конкуренции за счет продуктовой дифференциации (сервисы мобильной рекламы, мобильных платежей, мобильного интернета), пакетирования услуг, разработки новых услуг.

Чтобы оставаться лидером на рынке, стратегия МегаФона нуждается в изменениях: опережающих, адаптационных.

На конец 2017 года МегаФон занимал второе место по количеству абонентов (рисунок 1).

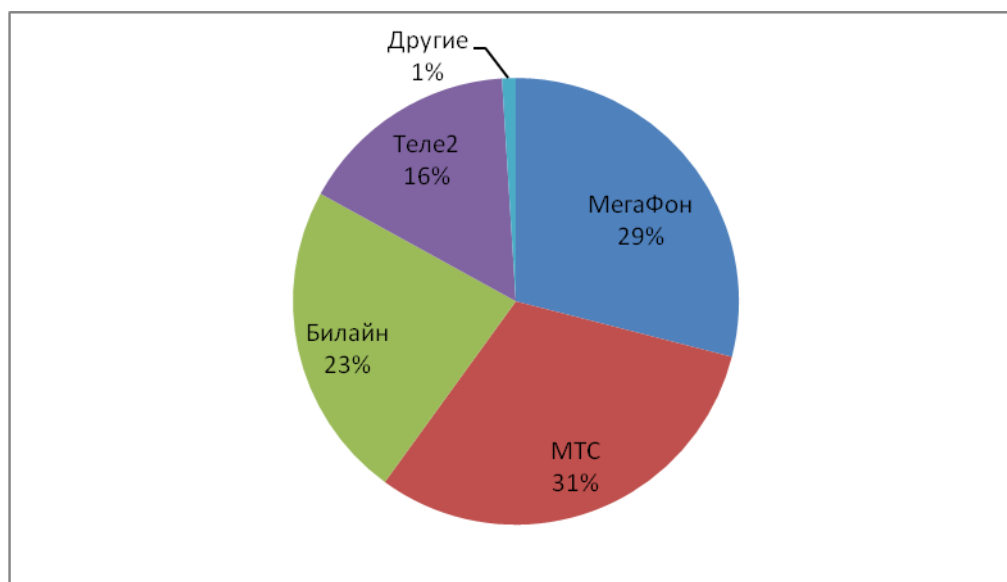


Рис. 1. Доля рынка телекоммуникационных услуг в России на 2017 год, %

На данный момент мобильные операторы в России уходят от традиционной телекоммуникационной бизнес-модели, предлагая не только мобильную и фиксированную связь, но и широкий спектр услуг в

сфере медиа, интернет-вещей и в целом цифровой экосистемы.

Чтобы удержать своих клиентов, МТС делает акцент на финансовых услугах, ин-

тернет – вещах, электронной коммерции и мобильных приложениях [1].

В сфере финансовых услуг, МТС расширяет функционал мобильного кошелька МТС Деньги, повышает проникновение финансовых услуг в абонентскую базу, интегрирует платежные, банковские и инвестиционные продукты в едином пользовательском интерфейсе.

В сфере интернет вещей МТС планирует реализовывать такие проекты, как авто-транспорт, ЖКХ, сфера безопасности.

В сфере электронной коммерции компания планирует и дальше развивать свой интернет магазин – как электронный канал продаж.

На рынок облачных сервисов МТС вступила в 2017 году и уже сделала большие успехи. Компания сформировала собственную систему центров обработки данных, включающую технологические площадки, каналы связи. В перспективе компания планирует занять не менее 20% этого рынка.

В сфере мобильных приложений МТС стремится охватит все больше пользователей для коммуникации бренда МТС, сближение с клиентом. На данный момент у компании есть такие приложения, как МТС деньги. МТС музыка и др.

Стратегия МегаФона в целом похожа на стратегию МТС в осваивании новейших сферах телекоммуникационного рынка и в некоторых областях опережает своего главного конкурента.

Так на 2017 год компания лидером российского рынка М2М– и IoT–услуг, предлагая широкий набор решений в B2B– (электронная площадка, на которой прово-

дятся тендеры МегаФона: торги по закупкам, товаров, услуг), B2C–, B2G–(запуск сервиса голосовой оплаты парковки Елены) сегментах. МегаФон активно участвует в государственной инициативе по развитию цифровой экономики в регионах России.

В III квартале 2017 года компания заняла первое место по доле рынка в мобильной выручке от M2M–сервисов, опередив МТС.

МегаФон стремится развивать цифровую экосистему в стране, внедряя такие продукты, как «Умные счетчики» для ЖКХ, «Цифровой регион», система мониторинга транспорта и промышленных объектов. Для улучшения благосостояния своих клиентов, компания разработала новый тарифный план «Включайся», который основан на анализе потребностей потребителей, сервисы МегаФон.ТВ (абонентская база за 2017 год увеличилась практически в два раза – с 1,7 млн до 3,2 млн. чел.), банковская карта МегаФон, система кешбэк, специальные предложения #Специи и другие [2].

Одним из важнейших показателей деятельности мобильных операторов является показатель ARPU – показатель, характеризующий средний доход в компании в расчете на одного абонента. Он показывает успешность бизнеса компании. Так в 2017 году у показатель ARPU у МТС составил 346 рублей, а у МегаФона 339 рублей. Это говорит о том, что МТС работает успешнее на телекоммуникационном рынке.

Рассмотрим динамику изменения выручки за период 2015–2017 у МегаФона, МТС и Билайн (рисунок 2) [2-4].

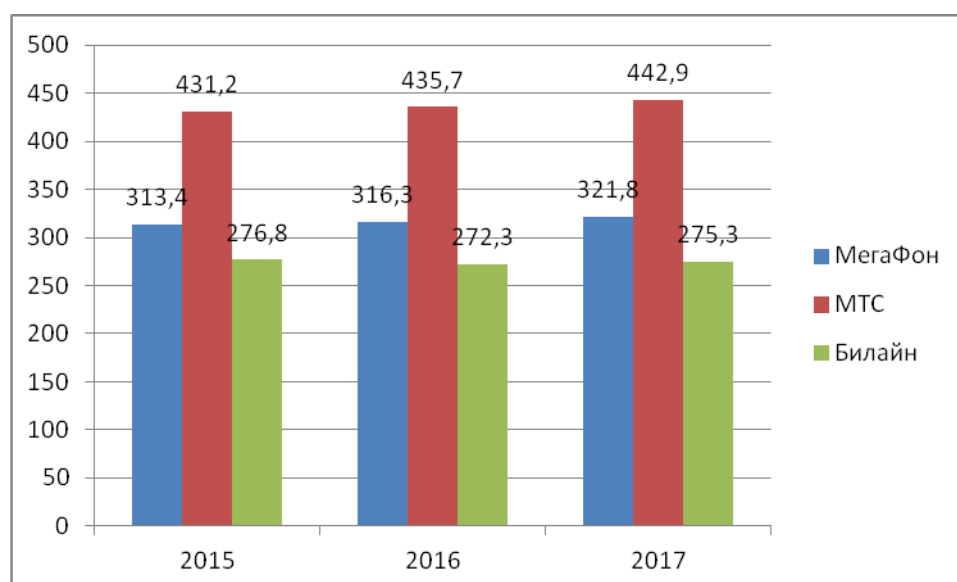


Рис. 2. Динамика изменения выручки, млрд руб.

На рисунке видно, что наибольшую выручку от своей деятельности за период 2015–2017 получает МТС, на втором месте МегаФон, а на третьем – Билайн. У МегаФона наблюдается тенденция к увеличению данного показателя с 313,4 в 2015 до 321,8 в 2017 году. МТС в свою очередь увеличил свой показатель с 431,2 в 2015 году до 442,9 в 2017 году. У Билайна же в 2016 году по сравнению с 2015 годом объем

выручки спал с 276,8 до 272,3 в 2016 году, однако в 2017 году компания увеличила показатель до 275,3 млрд руб. так и не достигнув значений 2015 года. Несмотря на то, что у МТС объем выручки больше, чем у МегаФона, темп роста в 2017 году меньше на 0,1% (у МегаФона 1,8%, у МТС 1,7%). У Билайна еще ниже – 1,1%.

Далее следует рассмотреть динамику чистой прибыли (рисунок 3).

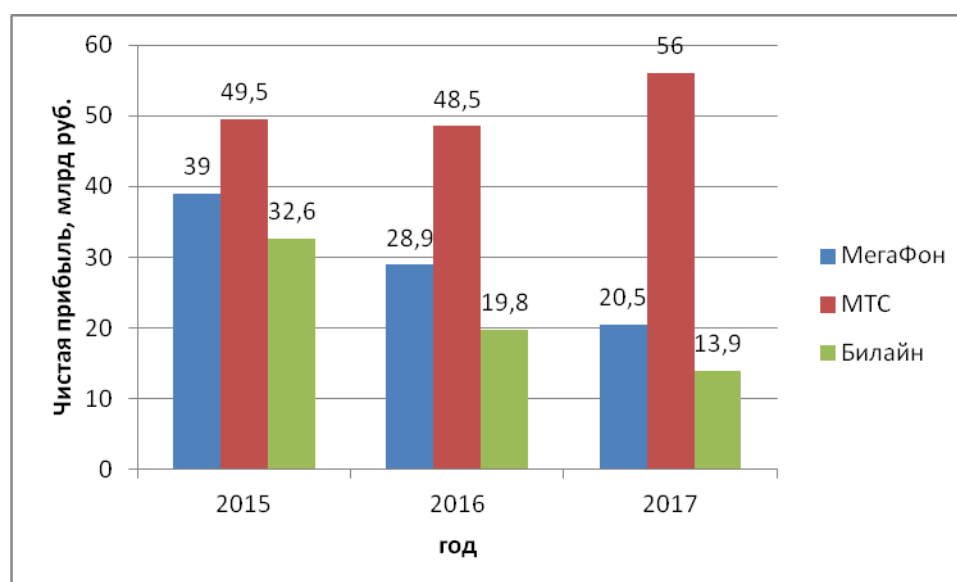


Рис. 3. Динамика изменения чистой прибыли

Ситуация схожа с динамикой изменения выручку. Наибольшая чистая прибыль остается за МТС за период с 2015 по 2017 год, на втором месте – МегаФон, а на третьем – Билайн. Однако, хоть у

МегаФона выручка с 2015 по 2017 росла, чистая прибыль с каждым годом снижается (с 39 млрд рублей в 2015 до 20,5 млрд в 2017 году). У Билайна ситуация схожая с МегаФоном. Вместе с

падением выручки в 2016 году, чистая прибыль у компании уменьшилась 12,8 млрд рублей. В 2017 году выручка увеличилась у Билайна, однако чистая прибыль продолжала падать и в 2017 году составила 13,9 млрд рублей.

В целом на российском рынке телекоммуникационных услуг лидером по финансовым показателям остается МТС, однако МегаФон является компанией-новатором, внедряя первым на российский рынок новейшие технологии и разработки.

#### Библиографический список

1. *Мобильная экономика России и СНГ* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gsma.com/> (дата обращения 23.11.2018).
2. *О компании ПАО «МТС»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://moskva.mts.ru/upload/contents/10677/Annual\\_Report\\_2017\\_rus.pdf](https://moskva.mts.ru/upload/contents/10677/Annual_Report_2017_rus.pdf) (дата обращения 30.11.2017).
3. *Годовая отчетность за 2017 год ПАО «Билайн»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moskva.beeline.ru/about/about-beeline/disclosure/annual-reports/> (дата обращения 16.11.2018).
4. *ПАО «МегаФон»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://corp.megafon.ru/press/news/federalnye\\_novosti/?page=4&year=2018](http://corp.megafon.ru/press/news/federalnye_novosti/?page=4&year=2018) (дата обращения 01.03.2019).
5. *Мобильная экономика России и СНГ* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gsma.com/> (дата обращения 23.11.2018).

#### ANALYSIS OF EXTERNAL MICRO-MEDIUM ENTITIES OF PJSC «MEGAFONA»

**O.A. Abramova**, *graduate student*  
**Samara university**  
**(Samara, Russia)**

**Abstract.** *This article analyzes external subjects of the microenvironment of MegaFon PJSC: MTS and Beeline. First, the author briefly describes the situation in the Russian telecommunications market. Next, the article analyzes the activities of MTS, its main services as MegaFon's main competitor. Then the author studies the strategy of MegaFon. At the end, an analysis of revenues, net profits of MTS, Beeline and MegaFon is given.*

**Keywords:** *MegaFon, MTS, telecommunications market, market share, cloud service.*