

Заєць Т.

ОСНОВНІ МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІ ПОСЛУГИ В УМОВАХ РЕГУЛЬОВАНОГО РИНКУ

В останні роки всьому світу стало зрозуміло, що сфера інформації – це найважливіший фактор економічного зростання. У виробництві матеріальних благ саме вона грає все більшу роль, а висока ефективність використання інформації служить запорукою значних економічних досягнень як окремих країн, так і світової економіки в цілому.

Одним із важливих елементів інформаційної галузі є сектор телекомунікаційних послуг (ТКП), який з різних умов повинен піддаватися особливому регулюванню з боку держави. Так як ціноутворення є частиною цього регулювання, то актуальним питанням стає таке: якими повинні бути ціни на послуги операторів ТКП?

Розвиватися сектор ТКП спроможний лише на конкурентному ринку. Раніше були такі фіксовані зв'язки: телефонний зв'язок, поштові служби; зараз же з'явилися замітники – Інтернет і мобільний зв'язок. Але традиційний фіксований зв'язок продовжує доволі впевнено розвиватися. Питання регулювання буде ще тривалий час актуальним, особливо для традиційних видів телекомунікації. Економічна теорія пропонує так зване „перше наближення” ціни, яке засноване на граничних витратах виробництва, а суть „другого наближення”: продукція з менш чутливим до ціни попитом повинна мати найвищу ціну у відношенні до її граничної собівартості. В умовах конкуренції теорія припускає встановлення раціональної ціни. Така ціна встановлюватиме рівність між кількістю послуг, які продавець бажає запропонувати та кількістю послуг, якими покупець забажає скористатися.

В основу методів ціноутворення з боку оператора (виробника) покладено витрати, яких він зазнав при наданні ТКП. Для вирішення поставленої проблеми допоможуть нижче наведені методи формування цін:

- **метод повністю розподілених витрат (ПРВ)**, головним завданням якого є розподіл накладних витрат із суми загальних затрат;
- **методи вкладеного прямого аналізу (ВПА)**, які розпізнають лише ті витрати, які можна безпосередньо визначити для специфічної категорії послуг;
- **метод сумарних довгострокових витрат приросту на послугу (СДВПП)**, який вимірює різницю між витратами на надання та ненадання послуги;
- **метод сумарних довгострокових витрат приросту на елемент (СДВПЕ)**, який включає витрати приросту на додавання або вилучення певного елемента абонентської мережі в довгостроковому періоді та частину розподілених загальних витрат.

Після виникнення та розвитку телекомунікаційних мереж у світі, традиційно встановлювалася така цінова система: ціни на послуги місцевого зв'язку були меншими за їх собівартість, а наявний дефіцит оператори

зв'язку компенсували за рахунок високих цін на міжміський і міжнародний зв'язок.

Розумно використовуючи надані послуги, споживачі можуть поліпшувати і розширювати свої можливості.

Робота виконана під керівництвом доц. кафедри менеджменту Юхнова Б.Ю.