

# OPERATORII DE TELEFONIE MOBILĂ PREFERAȚI DE ABONAȚI

Dan-Ionuț COSTIN, Veronica PULBERE

Universitatea Tehnică a Moldovei

**Abstract:** Orice consumator simte necesitatea de mai multe nevoi printre care este și nevoia de a comunica, de a face schimb de informații. Pentru a-și satisface această nevoie consumatorul trebuie să aleagă în dependență de preferințele și posibilitățile sale, de opțiunile și alternativele propuse de operatorii de telefonie cea mai avantajoasă variantă un urma utilizării căreia abonatul va simți o satisfacție cu cel mai înalt rang. Operatorii de telefonie mobilă crează pe piața serviciilor de comunicații electronice relații de rivalitate, utilizând diferite mijloace și instrumente atât economice, cât și noneconomice au drept țintă ca să fie cei mai preferabili de către abonați. Ca rezultat luarea deciziei referitor la ce operator de telefonie mobilă o persoană să devină abonat devine un proces complicat.

**Cuvinte cheie:** preferințe, decizie, abonat, operatori de telefonie mobilă, alternați.

## 1. Comportamentul abonatului

Abonatul este un agent economic al cărui obiectiv este maximizarea satisfacerii nevoilor prin utilizarea serviciilor de comunicații prestate de numeroși operatori de telefonie. În realitate, acești abonați se află în situația de a alege dintr-o diversitate de servicii omogene sau diferențiate care există pe piață. Adică, ei se confruntă cu problema alegerii- proces de formare, în limita venitului disponibil și a tarifelor serviciilor prestate pe piață, a programului de consum.

În fiecare zi, oamenii în procesul liberei alegeri iau numeroase decizii în legătură cu aspectele curente sau de perspectivă ale vieții. În termeni generali, o decizie este procesul de selectare a unei acțiuni din două sau mai multe alternative de alegere posibile. Cu alte cuvinte, pentru ca o persoană să ia o decizie, trebuie să existe posibilitatea unei alegeri din mai multe alternative.

Există, din acest punct de vedere, patru tipuri primare de decizii pe care consumatorii trebuie să le ia:

1. Alocarea bugetului;
2. Cumpararea (sau nu) a unui produs;
3. Alegerea magazinului de la care să cumpere;
4. Alegerea mărcii și stilului.

Asupra comportamentului abonatului, a deciziilor ce trebuie luate în momentul alegerii variantei optime influențează o multitudine de diferiți factori, precum factorii social-demografici, social-economici, psihologici, instituționali. Multitudinea de factori de influență asupra comportamentului consumatorului/ abonatului semnifică complexitatea alegerii raționale în condițiile economiei de piață contemporană.

## 2. Analiza poziției pe piață a operatorilor de telefonie mobilă

În prezent pe întreg globul pamantesc, cât și în R.Moldova, datorită dezvoltării rapide a tehnologiilor informaționale, reieșind din clasamentul nevoilor/necesităților pe locul 3 se clasează nevoia de a comunica, de a face schimb de informații sau de a fi informat. Deci, abonații se află față în față cu o dilemă: care serviciu de telecomunicații este mai util astfel ca în urma utilizării să primească un grad înalt de satisfacție. La momentul actual pe piața serviciilor de comunicații electronice abonaților le sunt oferite astfel de servicii precum: telefonie fixă, telefonie mobilă, servicii de transmisie date, Internet, servicii de difuzare și retransmisie a programelor radio și TV. Din gama aceasta de servicii de comunicații cel mai preferabil, conform rapoartelor ANRCETI este telefonia mobilă.

Republica Moldova dispune de 3 operatori de telefonie mobilă: S.A. "Orange Moldova", S.A. "Moldcell" și "Unite" sub jurisdicția S.A. Moldtelecom. Ca rezultat al activității acestora apare o concurență pe piața internă. Pentru a determina care dintre operatori este cel mai preferabil de abonați se prezintă o analiză a structurii pieței în funcție de diferiți indicatori economici, ca de exemplu: cifra de afaceri, numărul de utilizatori a serviciului de telefonie mobilă.

Structura pieței operatorilor de telefonie mobilă în raport cu cifra de afaceri, conform datelor raportului anual din 2012 al Agenției Naționale pentru Reglementări în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației este prezentată în figura 1 conform căreia constatăm că compania "Orange Moldova" în trimestrul

2 al anului 2012 a obținut o cifră de afaceri în valoare de 69,73%, puțin mai mică decât perioadele precedente, totuși și la momentul actual este o companie dominantă a pieței de telefonie mobilă. Apoi cu aproximativ o pătrime din vânzarile de pe piață urmează compania “Moldcell” cu o cifră de afaceri pe perioada analizată de 25,60% și pe ultimul loc clasându-se compania “Unite” cu o creștere lentă care atinge 4,67% pe piața serviciilor de telefonie mobilă în trimestrul 2 al anului 2012.

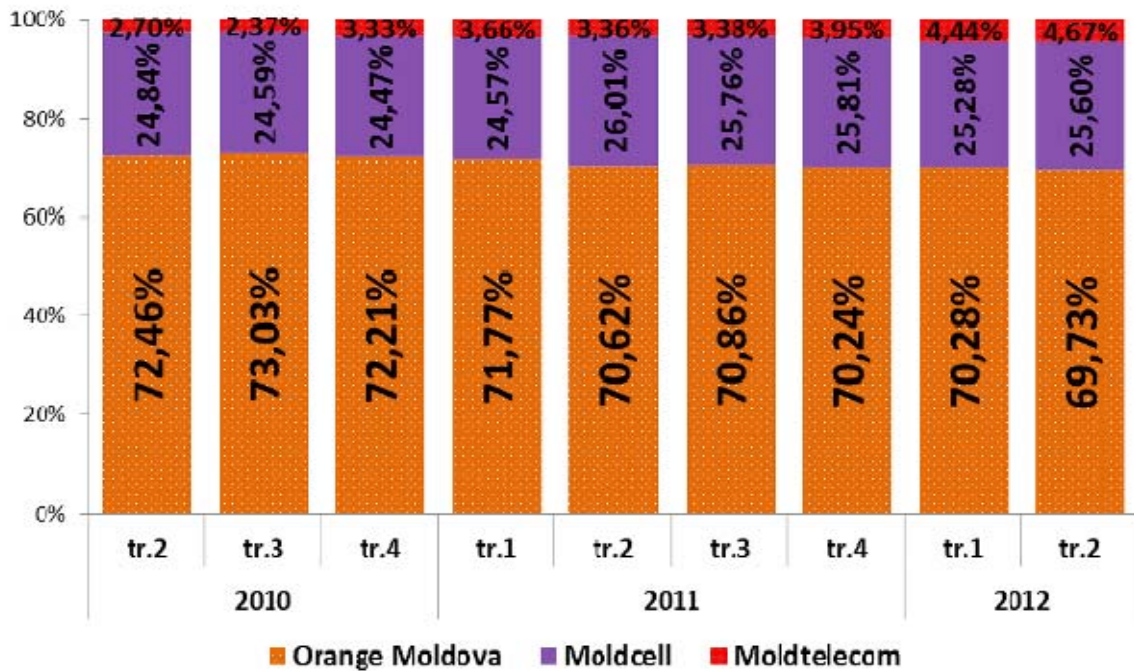


Fig. 1 Structura pieței de telefonie mobilă, în funcție de cifra de afaceri [2]

Un alt indicator economic care reflectă preferințele abonaților cu privire la telefonie mobilă este numărul de utilizatori ai acestui serviciu. Structura pieței de telefonie în raport de acest indicator economic este prezentată în figura 2.

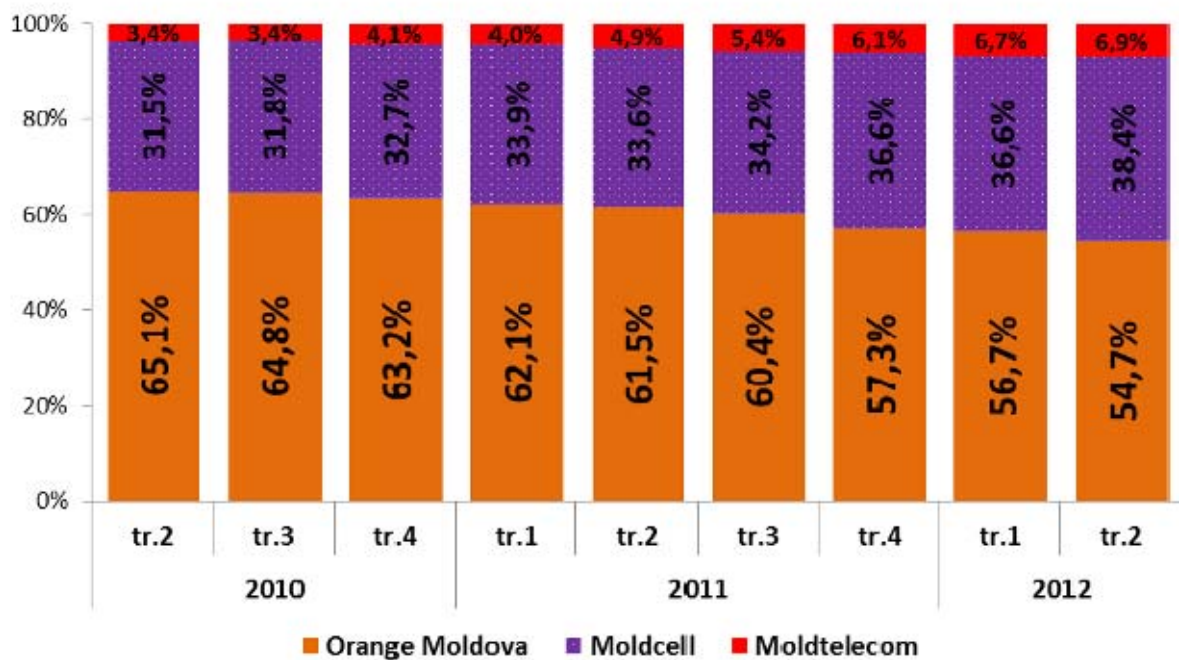


Fig. 2 Structura pieței, în funcție de numărul de utilizatori mobile [2]

Din datele prezentate în această diagramă se evedentiază clar o nouă orientare, modificare a preferințelor utilizatorilor confirmată printr-o creștere a numărului de utilizatori al companiilor “Moldcell” și “Unite” față de compania “Orange Moldova” care treptat în mediu cu 1,5-2% își pierde abonații săi, în comparație cu “Moldcell” la care numărul de utilizatori crește cu 6,9%, iar la “Unite” cu 3,5% din numărul total de abonați existenți.

### 3. Criteriile de alegere a operatorului de telefonie mobilă și preferințele abonaților

Modificările de poziții a operatorilor de pe piața telefoniei mobile se datorează în mare măsură a opțiunilor noi ce sunt oferite abonaților, a calității serviciilor prestate, a caracteristicilor tehnice, aria de acoperire cu semnal și valorii tarifelor la serviciile utilizate pe care se axează abonații când își fac alegerea în conformitate cu preferințele sale.

În dependență de valoarea venitului disponibil unul din cel mai important criteriu de alegere a operatorului de telefonie mobilă constituie tarifele serviciilor prestate în afara promoțiilor de companiile ce activează pe piață. Valorile tarifului celor 3 operatori de telefonie mobilă în funcție de opțiunile din cadrul prepaid este prezentat în tabelul 1.

Tabelul 1 Valorile tarifului operatorilor de telefonie mobilă la opțiunea prepaid

<b>Prepaid</b>	<b>Orange</b>	<b>Moldcell</b>	<b>Unite</b>
Minuta în rețea	1.2 lei	1.5 lei	0.6 lei
Minuta în afara rețelei	1.5 lei	2 lei	1.2 lei
Sms national	0.6 lei	0.5 lei	0.5 lei
Sms internațional	1.2 lei	1 lei	1 lei
MMS national	1.2 lei	1 lei	1 lei
MMS internațional	6 lei	5.5 lei	5.5 lei
MB internet mobil	3 lei	2 lei (p.med)	2.5 lei

Deci, putem menționa că cele mai ieftine servicii sunt prestate de compania “Unite”, apoi cu o ușoară dominantă asupra celor de la “Orange” urmează “Moldcell”.

O sistematizare a valorii tarifului celor 3 operatori de telefonie mobilă față de opțiunea postpaid este prezentată în tabelul 2.

Tabelul 2 Valorile tarifului operatorilor de telefonie mobilă la opțiunea postpaid

<b>Postpaid</b>	<b>Orange-50</b>	<b>Moldcell-50</b>	<b>Unite-60</b>
Minuta în rețea	40 min	100 min.	700+350 min. (Moldtelecom)
Minuta în afara rețelei	15 min	10 min.	70 min.
Tarif extra la apel în rețea	1 lei	0.6 lei	0.3/0.6 lei (Moldtelecom)
Tarif extra la apel în afara rețelei	1.5 lei	1.4 lei	1.2lei

\*Unite oferă abonament la procurarea unui telefon mobil.

Ca și în situația oferirii opțiunii prepaid, în cazul opțiunii postpaid iarăși se determină situația că compania “Unite” oferă cele mai avantajoase opțiuni, în comparație cu “Orange Moldova” ce oferă cu doar 5 minute mai mult în afara rețelei față de “Moldcell”.

La prima vedere majoritatea abonaților par să aleagă cea mai scumpă ofertă. Astfel creând iluzia efectului Veblen. Însă din punct de vedere al nivelului de calitate a serviciului de telefonie mobilă prestat de fiecare operator lucrurile sunt puțin diferite. Compania “Unite” care oferă cele mai mici tarife are următoarele dezavantaje:

1. La alegerea cartelei tip abonament este obligat să procure telefonul oferit de “Unite”.
2. Cea mai slabă acoperire pe teritoriul Republicii Moldova.
3. Lipsa serviciului HD voice.
4. Număr redus de centre comerciale și de deservire față de rivalii săi.

Comparând companiile “Orange” cu “Moldcell” din punct de vedere al calității serviciilor prestate aceasta este asemanătoare, fără mari abisuri între ele.

În urma unor sondaje efectuate în rândurile tinerilor, utilizatori ai serviciului de telefonie mobilă se delimitează următoarele păreri, preferințe:

1. Apeluri telefonice, acces la Internet la tarife mai ieftine, la fiecare reincarcare a contului primesc Bonus Loialitate, îmi place Serviciul Clientelă pentru ca este foarte generos și amabil, pentru mine este mai placut Moldcell.
  2. Cu telefonie mobilă de la operatorul Orange am mereu probleme, unicul lucru ce-mi place e acel număr magic cu care vorbesc 8 ore, în rest serviciile prestate de Orange nu impresionează.
  3. Viteza de acces la Internet oferite de companiile “Orange” și “Moldcell” nu depășește 4mb/s, chiar dacă este stipulată o viteză de 7mb/s.
4. Nu exista multe centre comerciale la compania “Moldcell” ca și la compania “Orange”, trebuie sa te plimbi pina ce dai de unul, etc.

Astfel, generalizînd preferințele majorității abonaților de telefonie mobilă în corelație cu criteriile de alegere avantajoasă a operatorului următoarea informație este sistematizată în tabelul 3.

Tabelul 3 Preferințele abonaților în raport cu criteriile de alegere a operatorului de telefonie mobilă

	Tarif	Calitate	Flexibilitate	Rasandirea rețelei de magazine	Gradul de acoperirea pe țară
Moldcell	Înalt	Înalta	Înalta	Medie	Înalta
Orange	Înalt	Inalta	Înalta	Înalta	Înalta
Unite	Mic	Medie	Medie	Medie	Inalta

#### 4. Concluzie

Concurența dintre cele 3 companii S.A. “Orange Moldova”, S.A. “Moldcell” și “Unite” sub jurisdicția S.A. Moldtelecom aduce un beneficiu utilizatorilor. Observăm ca toți utilizatorii au preferințe independente. Deoarece “Orange” este prima companie de comunicații mobile din Republica Moldova de rang internațional care s-a lansat la noi în țară a câștigat repede popularitate, prestigiu în rândurile cetățenilor, astfel efectul Veblen și-a pus amprenta. Rivalitatea pe care “Moldcell” o crează față de la “Orange Moldova” în ramura comunicațiilor electronice pe piața serviciului de telefonie mobilă din punct de vedere al nivelului înalt al calității serviciului prestat, precum și tarifele mai reduse, îi ajută să câștige rapid teren pe piață în fața celor de la “Orange Moldova”. Compania “Unite” prin strategiile pe care le implementează este preferată de abonați pentru tarifele joase și numărul mare de minute oferite pachetelor opționale, dar fiind ultima care s-a lansat pe piață cu serviciul de telefonie mobilă în baza standardului CDMA 2000 încă nu a avut destul timp să se afirme.

#### 5. Bibliografie:

1. Nelly Filip, O. Sorocean, *Teorie economică*, partea I, Chișinău 2009
2. [www.anrceti.md](http://www.anrceti.md)
3. [www.orange.md](http://www.orange.md)
4. [www.moldcell.md](http://www.moldcell.md)
5. [www.unite.md](http://www.unite.md)
6. [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)