

УДК 338.46

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ В РОССИИ

Ларичкина Д.А.

*ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,
Владивосток, e-mail: disha106@mail.ru*

В статье проанализированы особенности развития рынка телекоммуникации в России и дана характеристика существенных признаков присущих сотовой связи, сбалансированное воздействие на развитие которых приводит не только к развитию самого рынка, но и к развитию территории в целом. Обобщен подход к наполнению структуры экономического развития отрасли телекоммуникации в России.

Ключевые слова: отрасль, телекоммуникационные услуги, операторы, мобильная связь, телекоммуникация, сотовые компании

FEATURES OF DEVELOPMENT OF TELECOMMUNICATIONS SERVICES IN RUSSIA

Larichkina D.A.

Vladivostok state University of economics and service, Vladivostok, e-mail: disha106@mail.ru

The paper analyzes the features of the telecommunications market in Russia and characteristics essential features inherent cellular balanced impact on the development of which leads not only to the development of the market itself, but also to the development of the territory as a whole. Generalized approach to filling the structure of economic development of the telecommunications sector in Russia.

Keywords: industry, telecommunications services, operators, mobile communications, telecommunications, cellular companies

В современном обществе в период длительной глобализации хозяйственной деятельности повышаются экономические факторы: открытость национальной экономики, информатизация и компьютеризация. Факторы характеризуются повышением темпов роста и развития телекоммуникационных услуг в мировой экономике (услуги по предоставлению интернета и сотовой связи). В мире спрос на эти услуги растет во всех сферах жизни деятельности человека (системы телекоммуникационных услуг необходимы для развития рынка).

Обязательным условием ведения современного бизнеса является использование современной инфраструктуры. Специализированные базы данных по основным рынкам, интернет торговля, поиск сырья, комплектующих и технологий рекламная и маркетинговая деятельность, системное администрирование процессов и технологий, а также обслуживание цифровых систем – являются обязательным атрибутом современного предприятия. [12]

Цель исследования: рассмотреть и охарактеризовать особенности развития телекоммуникационного рынка в России.

Материалы и методы исследования

Анализ первичной информации о телекоммуникационном рынке России и специализированной базы данных российских предприятий; мониторинг печатных, электронных специализированных изданий; ана-

литический обзор рынка; материалы маркетинговых и консалтинговых компаний.

Результаты исследования и их обсуждение

В 2006-2007 годах российский рынок телекоммуникации находился в режиме ожидания. Виноват в этом был не мировой кризис, а неуверенность и сомнения российских игроков, которые не знали в какие объекты вкладывать инвестиции. Российский рынок связи развивается по разным направлениям, стараясь максимально снизить издержки и увеличить доходы. Операторы сотовой связи выполнили более 100% уровня проникновения на рынок услуг связи.

Динамичное развитие мобильной связи пришелся на 2005 год, в следствии этого, удвоилась абонентская база. Разные способы были использованы для рекрутинга клиентов, одним из них была раздача sim-карт. К концу 2006 года рост клиентов данной отрасли практически закончился, так как до 2006 года основная масса населения России подключилась к мобильной связи. Продажи sim-карт сильно сократились, и на это повлияло то, что продвижение в Россию сотовой связи достигло – 100%. Но в 2006 г. первый раз в Российской истории сотовой связи начался рост дохода операторов на одного пользователя (ARPU).

Не обращая внимания на рост ARPU, цена минуты звонка в России снижается.

Россия занимает последнее место в мире по данному показателю. По развитости сотовой связи и услуг Россия находится на одном месте с Западной Европой. Затраты на мобильные услуги в России самые низкие из всех экономически развитых стран. Даже учесть то, что разговаривает население РФ с каждым годом больше, количество минут на одного человека меньше, чем во всем Мире, поэтому в данной области России есть куда расти. Для этого создаются новые тарифы, стимулирующие абонентов на более длинные разговоры. В 2007 году появились кредитные тарифы, которые позволяют звонить и разговаривать даже при нулевом балансе. Данный тариф воздействует на психологию личности. В России доход от дополнительных услуг составляет в два раза меньше, чем в Мире. Доля не голосовых услуг – 11%, в странах Западной Европы – 18%.

Компании «большой тройки» (МТС, Мегафон, Билайн) в 2007 году выиграли конкурс на получение необходимых лицензий для развития 3G в России.

Если сравнивать с европейскими операторами, тройка получила лучшие условия для создания и развития 3G: среда без конкурентов, низкая стоимость лицензий и недорогое оборудование в отличие от 4-5 лет назад, и ряд моделей телефонов, поддерживающих 3G горизонт стал шире.

Вспоминая европейский опыт, операторы не торопятся с внедрениями новых услуг для абонентов. Количество 3G абонентов увеличивается, но желаемой большой прибыли владельцам сети они не принесли.

По приобретенной лицензии тройка обязана развернуть сеть 3G в течение трех лет и установить несколько базовых станций в каждом регионе.

Существуют компании предоставляющие услуги по трем направлениям: высокоскоростной интернет, мобильная связь, телевидение. Такой вид услуг называют triple play.

Существуют на сегодня три основных массовых информационно-коммуникационно-развлекательных сервиса: телевидение, телефония и интернет-коммуникации. Раньше у каждого сервиса была своя собственная инфраструктура, например для телевидения-телевизионный кабель, для телефона-телефонный провод, для интернета-интернетный провод или розетка. И за этим следует разграничение операторов по предоставляемым услугам. На сегодняшний день существует мультисервисная сеть, с помощью которой можно получить доступ ко всем сервисам.

Оператору очень выгодно предоставлять широкий доступ к триединому серви-

су: три услуги-тройной доход. Из-за того, что в России на сегодня уже чуть ли не вчетверо больше мобильных аппаратов, чем проводных для традиционных операторов мультисервисная сеть единственный шанс выжить на динамичном рынке услуг, с условием стабилизации доходов.

Зарубежный опыт доказывает выгодность развития данной отрасли, в том числе для традиционных телефонов.

На 2009 год рынок российской телекоммуникации вырос на 36%, тем самым увеличился на 3,5 млн. и составил 13,2 млн. и 79% новых абонентов пришлось в основном на регионы РФ, все это может свидетельствовать об устойчивых темпах роста [11].

Абонентская база столицы выросла лишь на 17%, так как рынок был перенасыщен. Городами-лидерами стали как крупные города Урала, так и маленькие: Пенза и Ижевск. Конкурентная борьба стала причиной лидерства этих городов, которая была между межрегиональным оператором и крупными местными провайдерами, она привела к упадку цен на тарифы с безлимитными пакетами.

Проблема регионов заключается в том, что даже если услуга доступна, цены значительно выше, чем в столице, и низкая скорость интернета. Очень это заметно в маленьких городах, хотя есть исключения.

Главная особенность крупных городов – это присутствие одного крупного оператора, помимо традиционного оператора. Это может быть как местный оператор, так и межрегиональный провайдер. В общем, в регионах РФ уровень проникновения в 3 раза ниже, сравнивая с крупными и успешными городами.

Со временем развивается кабельное, цифровое и интернет-телевидение. Первой из компаний сотовой связи, которая внедрилась в рынок телекоммуникаций была компания «ВымпелКом» в 2008 году.

J'son & Partners Consulting обнародовала результаты исследования отечественного рынка решений OSS (Operation Support System) и BSS (Business Support System), предназначенных для комплексной автоматизации операционной деятельности телекоммуникационных компаний в рамках бизнес-процессов, услуг и функций управления.

По оценкам аналитиков, в 2013 году общий ежегодный объем российского рынка телекоммуникационных OSS/BSS-решений приблизился к 1 миллиарду долларов США. При этом, около 80% рынка в денежном выражении пришлось на операторов «большой четверки» (МТС, «ВымпелКом», «МегаФон», «Ростелеком»), оставшиеся 20% раз-

делили между собой средние и малые телекоммуникационные операторы.

Доля BSS-систем составила около 70% рынка, менее востребованными оказались OSS-решения (30% рынка). В сегменте BSS наибольшей популярностью среди российских компаний в 2013 году пользовались системы биллинга и CRM.

В сегменте OSS корпоративные заказчики чаще делали выбор в пользу систем управления сетью (Network Management, Inventory), а также инструментов планирования и оптимизации сети (Planning, Provisioning, Network Performance).

По прогнозам J'son & Partners Consulting до 2017 года прорывными направлениями развития рынка телекоммуникационных OSS/BSS-решений в России станут концепции SDN (Software Defined Network) и NFV (Network Function Virtualization), автоматизация перспективного направления M2M (причем как в OSS, так и в BSS-части), а также рост потребности у отечественных операторов в монетизации данных и окупаемости сетей 3G/LTE [1].

Отрасль российской телекоммуникации приобрела новшества, в условиях перехода экономики к рыночным отношениям. Такую функцию, как контроль, лицензирование и регулирование над уровнем цен по тарифам, государство осуществляло, а вот от поддержки в финансировании оно отказалось. Создавались альянсы с зарубежными партнерами при организации новых телекоммуникационных предприятий. Один из факторов развития отечественного рынка мультисервиса, приносящий основные инвестиции и кредиты на новое оборудование – это международное сотрудничество.

Динамика доходов операторов сотовой связи в мире представлена в таблице.

После посткризисного периода объемы инвестиций в отрасль стали расти. С 2008-2012 гг. темп роста мировой телекоммуникации (сотовой связи) составил 4,2%. Рост осуществлялся с помощью развивающихся стран Европы. Данная тенденция будет действовать до 2016 года, но со временем на рынке телекоммуникации рост снизится. На это будет влиять экономические проблемы в мировой экономике, переход в стадию завершения процесса охвата населения мобильной связью и существенно малый рост доходов от услуг интернета. В общем, аналитики ассоциации GSMA прогнозируют снижение показателя GAGR с 2012-2016 гг. в два раза до 2,3%.

Главным интересом иностранных партнеров к российским компаниям было и остается неполнота рынка, стабильность и конкуренция с зарубежными иными компаниями за первое место на российском рынке коммуникаций.

Можно выделить пять таких областей, в которых шло наиболее интенсивное международное сотрудничество на российском рынке телекоммуникаций:

- развитие региональных сетей обычной телефонной связи;
- создание сетей мобильной связи;
- спутниковая связь;
- интернет и электронная коммерция;
- производство телекоммуникационного оборудования [2].

Множество альянсов, а именно несколько тысяч, создавались за все время развития телекоммуникационной отрасли в России. Они были разные по степени интеграции и по формам ведения общей деятельности. Так же было разработано множество программ освоения российской телекоммуникации. Долгосрочными программами

Динамика доходов операторов сотовой связи в мире

Мировой рынок	Фактические данные			Планируемые данные	
	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Азия	500	504	514	524	526
Европа	150	152	163	165	170
Северная Америка	150	157	158	160	160
Латинская Америка	70	75	80	85	85
Ближний Восток	60	64	65	67	71
Африка	40	45	46	47	52
Другие СНГ	32	37	38	40	43
Общий доход	1002	1034	1064	1088	1107

ми использовалось около 40% ресурсов организаций. Следовало и сокращение партнерских отношений (стратегических альянсов), к 1998 году их составило около 800. В дальнейшем к кризису этого же года разрушилось еще около 70% альянсов и повлекло за собой потерю инвестиций и уход большинства иностранных компаний с российского рынка, а оставшиеся российские компании были в печальном состоянии. В течение года состояние стабилизировалось, но потребовалось много дополнительных затрат, так как количество созданных стратегических альянсов зависит от целого ряда параметров:

- темпов развития рынка;
- инвестиций;
- особенностей национального рынка;
- регулирования, открытости, экономического развития данной страны;
- востребованности (необходимости) предлагаемой услуги на данном рынке;

– отношений между партнерами и т.д. [3].

В этот период имелся недостающий поток вложений в телекоммуникационную ветвь РФ. Наравне с потребностью усовершенствования инвестиционного прогноза телекоммуникационного рынка, принципиальное действие на данную отрасль оказывают независимые регулирующие агентства. Только присутствие независимого регулирующего агентства на рынке позволяет ошутимо понизить цены на услуги и существенно увеличить диапазон предлагаемых услуг. Но, к сожалению, в РФ такое агентство отсутствует. Все регулирующие органы сильно соединены с правительственными органами. Наверное, возможно принять регулирующее решение, имеющее политическую окраску, позволяющего повысить авторитет власти, однако никак не отвечающего заинтересованностям рынка и благополучию общества. В данном случае, никак не стоит менять координирующую роль страны и желание повлиять на рынок с помощью управленческого ресурса.

Невзирая на динамичное формирование государственной телекоммуникационной ветви в основном, показывающей большой рост становления телекоммуникации, у российского телекоммуникационного рынка имеется последующие индивидуальности:

- размер вложений мал для развития и пользования телекоммуникационной сферы деятельности;
- регулирующие отрасли считаются смешанной долей правительства и имеют отчетливо воплощенные протекционистские навыки;
- отсутствует исследовательский аргументированный долговременный фе-

деральный план создания, становления и улучшения государственной телекоммуникационной инфраструктуры.

Из всех частей рынка более динамичным и стабильным считается сектор мобильной связи, и в данном секторе сосредоточено величайшее численность альянсов (степень интеграции показывает возле 4%). В РФ имеются три основных оператора (Мегафон, МТС, Билайн), на которых держится телекоммуникационная отрасль в России.

На сегодня, значимая составляющая доля рынка услуг связи – IP-телефония. Мировой рынок развивается с широкомасштабными доходами и с их географическим перераспределением по продажам телекоммуникационных услуг.

Рост регионов в этой отрасли имеет различие в темпах роста и об этом нам говорят данные. В 2005 году общемировая прибыль лидировала в крупном регионе, с Европой, Африкой и ближним Востоком (34,2%), далее Северная Америка (32,2%) и Азиатско-Тихоокеанский регион (27%), а на 2010 год, части данных регионов приблизительно одинаковые.

Заключение

Данное исследование показывает значимость рынка телекоммуникационных услуг в современных условиях для роста качества жизни общества и экономики страны. Развитие услуг мультисервисной сети стоит рассматривать как основной этап на пути к преобразованиям, в лучшую сторону, в национальной экономике, как региона, так и государства. Стимулирование технологического и технического развития, информатизации субъектов экономики существенно помогают достигнуть главных социально-экономических результатов. Составной частью стратегии информатизации должна быть разработка стратегии развития телекоммуникации на всех уровнях мировой экономики, в которой уже должны учитываться требования управления, предпринимательской деятельности и совокупность процессов в обществе. Значимыми стимулами, способствующими для эффективности использования мультисервисной сетью в ходе хозяйственной деятельности являются экономический интерес (рост прибыли за счет использования технологий для распространения своего товара, услуг); быстрое реагирования на изменение внешней среды, ускорение информационного обмена между подразделениями и партнерами; разработка новых видов продукции и повышение эффективности результата с помощью осуществления контактов с потребителями; улучшение взаимоотношений с деловыми

партнерами на единой основе: распределения и потребления продукции, в которой заняты все участники данного процесса на равноправной основе; расширение сегмента рынка, возможность освоения новых рынков.

Список литературы

1. Новости высоких технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://servernews.ru/901986> (дата обращения: 10.02.2015).
2. Издательская группа «Дело и сервис» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dis.ru/library/detail.php?ID=23298> (дата обращения: 10.02.2015).
3. Издательство креативное экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/> (дата обращения: 10.02.2015).
4. Артеменко В.Г. Финансовый анализ: Учебное пособие / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендер. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и сервис, 2007. – 160 с.
5. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА –М, 2008. – 215 с.
6. Демчишин В.И. GSM в России сегодня // Сотовая связь. – 2009. – №. 5. – С. 166-174.
7. Данилин С.А. 4G: на пике скорости // Мобильные системы. – 2009. – №. 5. – С. 38-39.
8. Ассоциация российских сетей GSM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gsmrus.ru> (дата обращения: 10.02.2015).
9. Информация о мобильной связи в России GSM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sotovik.ru> (дата обращения: 10.02.2015).
10. Гольшко А.В. Интернет-сервисы как угроза традиционному телекому // Мобильные системы. – 2009. – №. 10. – С. 16-18.
11. Петрук Г.В. Состояние и перспективы развития отрасли связи Камчатского края // Глобальный научный потенциал. – 2014. – № 9 (42). – С. 183-185.
12. Лебединская Ю.С. Принципиальная структура экономического кластера для развития региона // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 5 (Часть 2). – С. 139-142.