

АНКЕТА

Самороковская Анастасия Витальевна – кандидат экономических наук, доцент, ст. преподаватель ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления»

Моб. тел.: 8-903-123-45-67

E-mail: guu@mail.ru

Почтовый адрес: 117292, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 33, к. 2, кв. 111.

Samorokovskaya Anastasia – PhD in Economics, associate professor, State University of Management

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация. Телекоммуникационные услуги являются наиболее ярким примером рынка с сетевыми эффектами, где формы конкуренции связаны с особенностями продуктовой дифференциации и стратегии рыночной сегментации. В статье анализируются ключевые характеристики конкурентных взаимодействий в телекоммуникационной отрасли с учетом мирового опыта и реалий российской экономики.

Ключевые слова: телекоммуникационная отрасль; конкурентные стратегии фирм; оптимизационное поведение; продуктовая дифференциация.

Anastasia Samorokovskaya

THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF COMPANIES IN THE MARKET OF TELECOMMUNICATION SERVICES

Annotation. Telecom products represent market with network effects, types of competition being connected with product differentiation and market segmentation strategy. Key characteristics of competitive interactions in telecom industry are analysed in the article, including foreign expertise and Russian economic realities.

Keywords: telecommunication industry; competitive strategies of firms; optimization behavior; product differentiation.

Стремительное развитие рынка телекоммуникационных услуг связывают, прежде всего, с научно-техническим прогрессом в области микроэлектроники и материаловедения, быстрым развитием интернет-технологий, инфраструктуры и построением больших корпоративных сетей. Качество и скорость передачи информации непосредственно влияет на правильность и своевременность стратегических управленческих решений, в этой связи важная роль телекоммуникаций в развитии страны очевидна [1]. Рынок телекоммуникаций является одним из самых динамичных и эффективно развивающихся за последние несколько десятилетий [2].

Основными сегментами рынка телекоммуникаций являются услуги мобильной связи, фиксированной (телефонной) связи, международной связи, услуги передачи данных (доступ в интернет) и продажи телекоммуникационного оборудования. Наибольшую долю составляют услуги связи. Как видно из рисунка 1, объем оказанных услуг связи непрерывно растет.

Отечественный рынок основных телекоммуникационных услуг в 2015 году можно распределить следующим образом:

- сотовая связь – 63%;
- фиксированная телефонная связь – 18%;
- широкополосный доступ – 8%;
- прочие – 10%;
- почтовая связь – 6%;
- платное ТВ – 2%.

Основными игроками на рынке телекоммуникаций являются бренды «Мегафон», «МТС», «Билайн», «Теле-2 Россия» и «Ростелеком». Лидером на рынке фиксированной связи является «Ростелеком». На рисунке 2 приведены данные по крупнейшим игрокам телекоммуникационной



Рис.1 Динамика рынка телекоммуникаций РФ, 2013-2020 гг.¹

данные по крупнейшим игрокам телекоммуникационной

отрасли по сегменту мобильной связи на 2014 г. («Ростелеком» отсутствует на графике из-за образования совместного предприятия с «Теле-2 Россия» и передачи абонентской базы в СП)¹.

Падение количества голосовых услуг в целом повторяет мировые тенденции. Также тенденцией российского рынка является сокращение корпоративного сегмента мобильной связи, однако корпоративные абоненты чаще всего остаются клиентами соответствующей компании, продолжая обслуживание как частные лица [3].

Возможно сокращение потребления в корпоративном и в частном сегменте в связи с нестабильной экономической ситуацией и общим трендом на оптимизацию расходов компаниями и отдельными потребителями. В таких условиях особенно актуально поддержание и повышение конкурентоспособности компании для сохранения рыночной доли и обеспечения устойчивого положения на рынке.

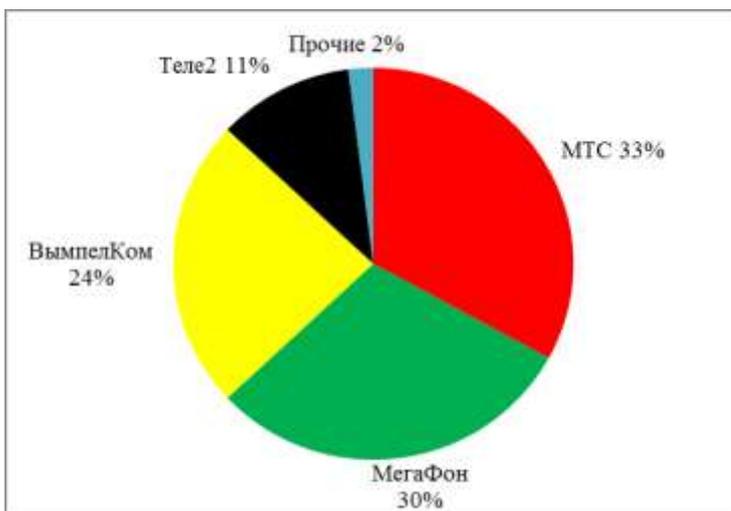


Рис.2 Структура рынка мобильной связи по доходам в 2014г.

Конкурентоспособность телекоммуникационной компании с позиции процессного подхода может быть определена как ее способность оказывать качественные, востребованные услуги, удовлетворяя потребности потребителей, сохранять или увеличивать рыночную долю. Это достигается повышением эффективности управления, внедрением инновационных технологий, оптимальным использованием имеющихся ресурсов, достижением высокого уровня инвестиционной привлекательности.

Уровень конкуренции в отрасли зависит, согласно М. Портеру, от пяти основных сил:

- конкурентов, уже действующих на рынке;
- новых конкурентов, появляющихся на рынке;
- влияния поставщиков;
- влияния покупателей;
- угрозы со стороны товаров-субститутов [4].

В сфере телекоммуникаций и особенно в сфере сотовой связи силен эффект экономии на масштабе, таким образом, существуют значительные барьеры входа в отрасль. Реклама и обслуживание уже сложившихся групп потребителей, узнаваемость существующих марок являются факторами, обуславливающими сильную позицию бренда. Лидеры сохраняют преимущество по издержкам и капиталовложениям, так как для развития сети требуется значительное количество вышек сотовой связи, сопряженное с покупкой дорогостоящего оборудования.

Наличие специализированного оборудования повышает барьеры выхода из бизнеса. Негативным моментом при позиционировании услуг мобильной связи является низкая дифференциация продукта, что затрудняет выбор одного из лидирующих на рынке игроков и облегчает переход к другому оператору под воздействием маркетинговых стимулов. Давление оказывает рынок альтернативных услуг связи, осуществляемых с помощью интернет-мессенджеров (WhatsApp, Skype, Viber, iMessage, Telegram и т.п.), снижение реальных доходов потребителей и общая экономическая ситуация в целом.

Можно сказать, что современное состояние рынка телекоммуникаций близко к насыщению, так как уровень проникновения сотовой связи близок к 100%. Количество активных абонентов остается постоянным в течение последних нескольких лет. При этом прирост абонентской базы осуществляется за счет покупки второй или третьей сим-карты для использования на других устройствах (планшет, телевизор), либо в преддверии каких-либо событий (поездка в отпуск, подача объявления о продаже машины и т.п.).

Развитие рынка возможно в сфере предоставления доступа в интернет и к цифровому

¹ Источник: TMT Consulting

телевидению, перспективными представляются видеозвонки (которые становятся возможными с ростом скорости интернет-трафика), рынок M2M устройств, развитие сетей 5G, услуги по идентификации с помощью мобильного телефона, развитие финансовых услуг и т.п. [5].

Соответственно, повышение конкурентоспособности телекоммуникационной компании актуально не только для непосредственных стейкхолдеров, но и для развития экономики региона и страны в целом, что обусловлено тесной взаимосвязью всех структурных элементов социально-экономической системы страны и региона.

Таким образом, актуальность повышения конкурентоспособности на рынке телекоммуникационных услуг очевидна. Проанализированные пять основных сил конкуренции по М. Портеру позволяют выделить основные направления повышения конкурентоспособности компании на рынке телекоммуникационных услуг. В условиях насыщенного рынка и при высоких темпах развития технологий поддержание конкурентоспособности компании является необходимостью для сохранения существующих позиций на рынке связи.

Характеризуя отрасль с точки зрения привлечения инвестиций, следует говорить о том, что телекоммуникационная отрасль наделена высокими технологиями. В связи с этим при изменении развития в них, осуществляется смена инвестиционной стратегии телекоммуникационных компаний на рынке. Важно отметить, что телекоммуникационный рынок с учетом продукта в теории является совершенным рынком конкуренции. Все дело в том, что услуги телекоммуникации, которые оказываются каждым оператором согласно сегменту, весьма похожи.

Инвестиционная политика федеральных операторов связи рассчитана на создание интегрированных операторов, которые смогут предоставлять полный перечень услуг фиксированной и мобильной связи. Подобным оператором на сегодняшний день является ОАО «Вымпелком», действующий на рынке под торговой маркой «Билайн». Компания оказывает полный ассортимент телекоммуникационных услуг. ОАО «Вымпелком» вышел на рынок в качестве интегрированного оператора после поглощения в 2008 г. ООО «СЦС Совинтел» (ТМ «Golden Telecom»).

Европейские телекоммуникационные компании благодаря своему опыту, акцентируют свое внимание на том, что слияния и поглощения в сфере телекоммуникаций являются закономерностью:

- в 2010 году произошла интеграция ОАО «Мегафон» и ЗАО «Синтерра»;

- в 2011 г. осуществлена реорганизация ОАО «Комстар» в ОАО «МТС», а также объединены все государственные межрегиональные компании связи (МРК), которые являлись собственностью ОАО «Связьинвест» на базе ОАО «Ростелеком». Такова тенденция инвестиционных стратегий телекоммуникационных компаний.

Еще не так давно каждый телекоммуникационный оператор, работающий в определенном сегменте, не зависел от других компаний, что полностью исключало прямую конкуренцию. Современный рынок телекоммуникационных услуг выглядит иначе. Именно поэтому сделки по слиянию и поглощению позволяют компаниям развиваться в различных направлениях:

1. Технологическое развитие стирает границы между фиксированной и мобильной связью. Появляются новые сервисы, которые создают конкуренцию для других компаний, осуществляющих свою деятельность в том же сегменте. Это делает слияние и поглощение весьма актуальным.

2. Развитие рынка и технологий создало усиленную конкуренцию. В этой связи необходимо свои позиции на имеющемся рынке, а также расширять его территориальные границы..

3. Централизация рынка заключается в расширении предприятий с точки зрения масштаба. На сегодняшний день он стал олигополией. Телекоммуникационные операторы с целью укрупнения начинают поглощение более слабых компаний, чтобы открыть новые территория для своего бизнеса.

4. Появления конвергентных продуктов стало возможным благодаря новым технологиям. Они сделали возможным объединение сервисов фиксированной и мобильной связи. Это позволило сделать конвергентные услуги важнейшим конкурентным преимуществом в сфере телекоммуникационных услуг.

5. Информационное общество и потребности пользователей телекоммуникационных услуг развиваются и растут пропорционально. Развитие потребностей в услугах телекоммуникационных компаний позволяет рынку телекоммуникаций развиваться оперативнее.

Вышеуказанные предпосылки объясняют причины, по которым произошло увеличение количества сделок слияния и поглощения в России за последние 10 лет. Безусловно, западный опыт оставил свой отпечаток на российском бизнесе и позволил перенять специфику ведения дел, сделав вышеуказанную стратегию слияния и поглощения способом развития телекоммуникационной

отрасли и экономики России в целом. Синергетический эффект от инвестиций в слияние или поглощение для операторов увеличивает эффективность прямых инвестиций, вложенных в развитие. Все дело в том, что услуги телекоммуникационных компаний схожи. То же самое можно сказать и о способах их производства, позволяющие сокращать трату финансов и времени на интеграционные процессы.

Таким образом, инвестиции телекоммуникационных компаний можно разделить на следующие виды:

- развивающие новые телекоммуникационные технологии;
- позволяющие осуществить слияние с иными компаниями рассматриваемого рынка, поглощая их.

Можно сделать вывод, что отечественные телекоммуникационные компании ставят перед собой задачи, направленные на развитие телекоммуникационных услуг. Инвестиции и инновационные проекты телекоммуникационных компаний, позволят приблизить важнейшие показатели отрасли к мировым.

Итак, развитие телекоммуникационных технологий сегодня – это стратегическое направление развития экономики страны в целом. Высокоскоростной широкополосный доступ в Интернет, мобильная связь, цифровые и электронные услуги – необходимые составляющие конкурентного преимущества страны и построения на её территории информационного общества.

Библиографический список

1. Богоутдинов Б.Б., Миронюк Н.Ю. Стратегическое инвестирование: практика заемного финансирования. // Сегодня и завтра российской экономики. Научно-аналитический сборник, № 63, 2014 г., с. 69-79.
2. Хамел Г., Прахалад К. К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня. М.: Олимп-Бизнес. 2014
3. Акимов В. Глава «ВымпелКома» — РБК: «Компания годами жила в кредит у абонентов». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rbc.ru/interview/technology_and_media/13/05/2015/55522c9b9a7947c15032b0a5 (дата обращения 16.02.2016).
4. Прогноз развития телекоммуникационной и ИТ-отрасли в 2015 году/ Статистика телекоммуникационного рынка РФ: //[Электронный ресурс]. URL://www.json.ru
5. Рынок продаж мобильных телефонов, смартфонов и планшетных ПК. Итоги 1-го квартала 2015 года/Статистика телекоммуникационного рынка РФ: //[Электронный ресурс]. – URL: www.json.ru
6. Федеральная служба государственной статистики //[Электронный ресурс]. URL:<http://www.gks.ru>
7. Индикаторы информационного общества: 2015 Стат. сборник. НИУ «Высшая школа экономики» //[Электронный ресурс]. – URL: <http://www.hse.ru>
8. Романова А.Ю. Сущность современной стратегии продвижения услуг компаний сотовой связи/ Дискуссия Политематический журнал науч. публ. №10 (51) ноябрь 2014 //[Электронный ресурс] URL: <http://www.journal-discussion.ru>
9. Российский рынок телекоммуникаций: итоги 2014 г. TNT рейтинг//[Электронный ресурс]. URL: <http://tmt-consulting.ru>
10. <http://minsvyaz.ru/ru/>