

Зюбан Е.В.

аспирант кафедры бухгалтерского учета
и анализа хозяйственной деятельности
Тюменского государственного университета

алло, барышня, соедините!..

**Влияние конкурентоспособности
на объем инвестиций в сотовую связь**

Динамичное развитие ведущих отечественных операторов сотовой связи всех стандартов позволило, начиная с 2001 г., привлечь значительные инвестиционные ресурсы в развитие этой отрасли.

Операторы, обладая финансовыми средствами акционеров и инвесторов, наиболее активно занимались развитием своих сетей.

Стратегия по приоритетному развитию в России стандарта сотовой связи GSM и сворачиванию других малоэффективных технологий привела к резкому увеличению количества операторов GSM в регионах и создала объективные условия для передела российского телекоммуникационного рынка.

Рост количества сотовых компаний в регионах России, а также региональная экспансия крупнейших российских операторов значительно обострили конкуренцию на этом рынке. Появление на основных региональных рынках 3-4 и более операторов сетей GSM способствует переходу от конкуренции стандартов связи к конкуренции услуг.

В этих условиях очень важной и весьма непростой задачей для сотовых компаний является правильный выбор конкурентной стра-

тегии и маркетинговых инициатив, которые были бы наиболее высоко оценены абонентами и увеличили доход. В этой связи возникает необходимость дополнительных исследований с целью выработки комплекса мер, которые будут способствовать повышению конкурентоспособности услуг рынка сотовой связи.

В ближайшее время телекоммуникационному рынку России гарантировано повышенное внимание иностранных и отечественных инвесторов. В условиях, когда инвестиционная привлекательность региональных АО электросвязи значительно уменьшилась в результате резкого сокращения объемов выручки от телефонных линий общего пользования по сравнению с размерами задолженности в иностранной валюте перед поставщиками оборудования, главным объектом интересов

становятся крупнейшие сотовые сети, операторы сетей и Internet-провайдеры.

Так как нет точного определения инвестиций в сотовую связь, мы попробуем сформулировать его следующим образом – это долгосрочное вложение капитала в освоение новых видов связи с целью начала и поддержания предоставления услуг связи, а также получения прибыли в течение определенного периода времени и (или) достижения иного полезного эффекта.

Инвестиционная деятельность организаций, участвующих в реализации проекта по оказанию услуг связи, представляет собой комплекс согласованных и взаимосвязанных действий по управлению процессами проектирования, строительства и эксплуатации сетей с целью достижения максимально возможной величины прибыли и поддержанию конкурентоспособности при экономически обоснованном уровне капитальных вложений.

В связи с этим, причинами, обуславливающими необходимость инвестиций, являются освоение новых видов деятельности, наращивание объемов производства, обновление имеющейся материально-технической базы.

Российский рынок сотовой подвижной связи динамично развивается в условиях возрастающей конкуренции, оставаясь одним из наиболее инвестиционно привлекательных сегментов телекоммуникационного рынка страны. Присутствие в субъектах РФ операторов нескольких стандартов сотовой связи (GSM, AMPS, NMT), среди которых во многих регионах уже

действуют 6-7 компаний стандарта GSM, во многом предопределяет стратегии действующих и новых операторов на рынке, стимулируя скорейшее внедрение современных технологий передачи данных и реализацию широкого спектра дополнительных услуг на основе этих технологий.

На сегодняшний день, для того чтобы оценить инвестиции в сотовую связь, аналитики предлагают различные методики расчета. Согласно распространенной американской методике, инвестиции в сотовую связь составляют примерно 1000 долл. на абонента. Если руководствоваться данным подходом и исходить из количества существующих сейчас абонентов, то уже существующие инвестиции в системы сотовой связи составят порядка 1 млрд. долларов США (включая оборудование, программное обеспечение, инвестиции в установку, поддержку систем и др.).

В данной оценке есть определенная некорректность, так как объемы продаж, безусловно, не могли

рост количества сотовых

компаний в регионах

России, а также

региональная экспансия

крупнейших российских

операторов значительно

обострили конкуренцию

на этом рынке

быть одинаковыми на протяжении многих лет. Однако средняя величина более четко определяет тенденцию развития. Кроме того, не все производители и поставщики оборудования официально публикуют информацию о сумме своих контрактов. Необходимо также учесть, что часть технологий была поставлена в кредит или внесена в уставный фонд, когда компания-производитель оборудования связи становилась акционером того или иного оператора.

С целью правильной оценки эффективности вложений в сотовую связь необходимо провести анализ конкурентоспособности предприятия. Для этого необходимо правильно определить конкурентоспособность каждого оператора, представленного на рынке.

Конкурентоспособность услуг сотовой связи – это свойство оператора, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требовани-

ям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов.

Следствиями приведенного определения являются достаточно очевидные утверждения: полностью конкурентоспособным может быть признан только тот оператор, который обладает различными показателями, не уступающими соответствующим показателям представленного в условиях конкретного рынка. При выборе оператора потребитель останавливает свой выбор на том, который в наибольшей степени удовлетворяет его потребность.

Конкурентоспособность в том или ином сегменте базируется на ключевых факторах успеха, при полном соблюдении которых, а также при полном использовании имеющихся ресурсов и прочих равных условиях компания занимает максимальное коммерческое пространство в своём целевом рынке.

Ключевыми факторами успеха на рынке сотовой связи остаются:

- низкая стоимость услуг;
- высокое качество связи;
- широкое присутствие в точках розничной торговли (развитая дилерская сеть);
- сервис (дополнительные услуги связи);
- индивидуальный подход к абонентам, правильно выстроенная система их поддержки.

На основе ключевых факторов успеха вычисляется конкурентная позиция оператора для каждого сегмента рынка. Одним из важнейших факторов для выбора потребителем оператора является

в ближайшее время

телекоммуникационному

рынку России

гарантировано

повышенное внимание

иностранных

и отечественных

инвесторов

качественная связь – это возможность быстро дозвониться, хорошая слышимость во время разговора, отсутствие помех, искажений, выпадения отдельных слов и фраз и т.п. Одним из направлений рынка мобильной связи стало предоставление абонентам дополнительных услуг: видеотелефония, беспроводный доступ в Internet, электронная коммерция через сотовый телефон, а также многочисленные службы интеллектуальных сетей. Предоставление сервисных услуг в будущем будет не только приносить значительный доход операторам, но и во многом определять привлекательность телекоммуникационной компании для абонентов. Именно поэтому совершенствование сервисных услуг приобретает все большее значение для сотовых компаний, а для этого необходимо и далее систематизировать существующие представления о сервисе и сервисных услугах и выработать единые подходы к их организации. На российском рынке во второй половине 2005 года сформировалась устойчивая тенденция к сни-

жению объемов прироста абонентских баз сотовых операторов. В январе 2006 года сокращение объемов прироста абонентских баз российских операторов привело к установлению «антирекорда»: он составил всего 39% и 65% от объема прироста декабря и ноября 2005 года соответственно. Поэтому для поддержания темпов роста абонентских и привлечения инвестиций в сотовую связь необходимо введение новых технологий, таких как связь третьего поколения. Она включает в себя новые возможности: голосовая телефония, экстренные вызовы, высокоскоростной доступ к сетям передачи данных и др.

Литература

1. Вопросы экономики. – 2004. №7.
2. Разроев Э.А. Маркетинг сотовой связи. – СПб. : Питер-пресс, 2004.
3. www.sotovik.ru/ratings/rus991231_2.htm
4. <http://www.cnews.ru/reviews/free/cellular/ural/>

pn

Ye. V. Zyuban,

*Postgraduate Student of Business Accounting and Analysis Department,
Tyumen State University*

Impact of competitive capacity on the scale of investments into mobile communications

Fast growth of major Russian operators of cellular communications of all standards has made it possible from 2001 to secure massive investments into the development of the sector. With financial resources of shareholders and investors available to them, the operators have been most active in the development of their networks.