дальний доступ на ближнем направлении

стратегия конкурентных преимуществ и обеспечение конкурентоспособности \оператора сотовой связи

Лукашова Олеся Аркадьевна
аспирантка кафедры мировой экономики и коммерции, преподаватель кафедры менеджмента, Дальневосточный государственный университет путей сообщения, г. Хабаровск
lukashova-lyusya@mail.ru

Лосев Валерий Сергеевич
доктор экономических наук, профессор кафедры экономической кибернетики, Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск

Аннотация

Рассмотрена стратегия конкурентных преимуществ операторов сотовой связи как фактор обеспечения конкурентоспособности в данном секторе телекоммуникаций.

Ключевые слова: сотовая связь, конкурентные преимущества, конкурентоспособность, стратегия, алгоритм

В настоящее время для российского рынка услуг сотовой связи характерны определенные черты, обусловленные высокой динамичностью развития данной отрасли и ростом конкуренции между субъектами, где операторы оказывают давление друг на друга. Поэтому операторам сотовой связи необходим переход от простого наращивания абонентских баз к стратегии развития конкурентных преимуществ, что обеспечивает предоставление новых возможностей для клиентов: востребованных инновационных сервисов и дополнительных VAS-услуг (от *Value Added Services* – услуги с добавленной стоимостью) для обеспечения доходности, увеличения ARPU (от *Average Revenue Per User* – средний за период доход от одного абонента) и укрепления своего положения в данном сегменте.

Недостаточная степень разработанности рассматриваемой проблемы и отсутствие научно обоснованной методики управления конкурентными преимуществами предприятий-операторов с учетом специфики их деятельности и особенностей российского рынка услуг сотовой связи обусловливают актуальность данного исследования.

«Большая тройка»... операторов

Современный рынок сотовой связи является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики всех регионов нашей страны. В качестве тенденции отметим приближение российского рынка сотовой связи к стадии насыщения, уровень зарегистрированных абонентов (по количеству SIM-карт) превысил численность населения, особенно это заметно в наиболее населенных регионах РФ. Доля услуг сотовой связи в общем объеме телекоммуникаций составляет 43,8%, в данных условиях и без того сильная конкуренция между игроками рынка только обостряется [1,2].

На сегодняшний день сотовая связь представляет собой классический рынок олигополии. Количество участников на нем ограничено небольшим числом, основная доля рынка приходится на операторов «большой тройки»: «МТС», «Билайн», «Мегафон», предприятия-операторы имеют практически равные доли, предлагают похожие услуги и сервисы, копируют предложения друг друга (*табл. 1*) [3].

Таким образом, из данных рисунка видно, что основную долю российского рынка сотовой связи, а это около 85%, удерживает «большая тройка» предприятий-операторов. В данных условиях и без того сильная конкуренция между игроками рынка только обостряется.

Наиболее распространенные устойчивые конкурентные преимущества предприятий сотовой связи перед конкурентами-аналогами могут быть представлены следующим образом (*рис. 1*).

Иначе говоря, чтобы быть конкурентоспособным и иметь возможность обеспечить себе лидирующую позицию на рынке, предприятия сотовой связи должны постоянно совершенствовать свои конкурентные преимущества, проводить мониторинг

Таблица 1

Доля российского рынка по операторам сотовой связи (данные 2011 г.)

Операторы сотовой связи	Доля рынка, %
МТС	32,4
Мегафон	25,6
ВымпелКом	24
Другие	18

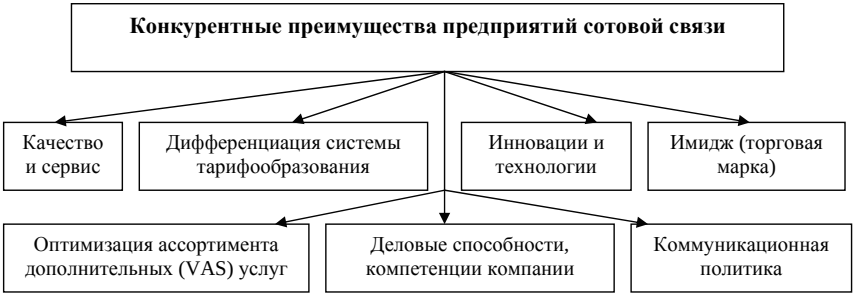


Рис. 1. Конкурентные преимущества предприятий сотовой связи

рыночной инфраструктуры, постоянно анализировать конкурентную среду и силу конкуренции.

С целью обеспечения конкурентоспособности оператора сотовой связи на *рис. 2* представлен алгоритм формирования стратегии конкурентных преимуществ на основе внедрения и использования VAS-услуг (услуг с добавленной стоимостью).

Стратегии конкурентных преимуществ

Алгоритм формирования стратегии конкурентных преимуществ оператора сотовой связи рассматривается как процесс, связанный с осуществлением мониторинга конъюнктуры рынка сотовой связи, оценкой деятельности и анализом достигнутых результатов. Эффективность реализации стратегии конкурентных преимуществ оператора сотовой связи определяется уровнем конкурентоспособности, то есть расширением границы рынка предоставляемых услуг, ростом доходов и увеличением ARPU (среднего за период дохода от одного абонента).

Таким образом, успех оператора сотовой связи зависит от обладания длительным и устойчивым конкурентным преимуществом. Длительность конкурентного преимущества определяется способностью предприятия-оператора сохранять и обеспечивать его защиту от возможного воспроизведения конкурентами. В настоящее время одним из устойчивых конкурентных преимуществ среди операторов сотовой связи является внедрение и расширение ассортимента дополнительных услуг. В разных сегментах телекоммуникаций под данным термином могут подразумеваться несколько разные понятия. В сотовой связи обычно этим термином обозначают

современный рынок сотовой связи является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики всех регионов нашей страны

На библиотеку



Рис. 2. Алгоритм формирования стратегии конкурентных преимуществ оператора сотовой связи

основную долю российского рынка сотовой связи, а это около 85%, удерживает «большая тройка» предприятий-операторов

все неголосовые услуги, или так называемые услуги с добавленной стоимостью. Потребность в развитии услуг с добавленной стоимостью появилась у операторов в связи с обострением конкуренции и насыщением рынка стандартными (голосовыми) услугами.

Вывод

Предоставление дополнительных услуг операторами сотовой связи может сегментироваться по нескольким направлениям: *передача сообщений, передача данных, контент-услуги*. В настоящее время операторы уделяют большое внимание планированию показателей дополнительных услуг, бюджета на их продвижение, оценке экономической эффективности с целью формирования устойчивого конкурентного преимущества и обеспечения конкурентоспособности.

Литература

1. Регионы России. Социально-экономические показатели 2011: Стат. сб. [Текст]. М.: Росстат, 2011.
2. Статистическое обозрение. Ежеквартальный журнал Федеральной службы государственной статистики, 2011, №3.
3. Официальный сайт ACM-Consulting. [Электронный ресурс] // http://www.acm-consulting.com.

КЭ

Olesya A. Lukashova
Postgraduate Student, Chair of World Economy and Commerce, Lecturer, Chair of Management, Far Eastern State Transport University
Valeriy S. Losev
Dr. of Econ. Sci., Professor, Chair of Economic Cybernetics, Pacific National University

Strategy of Competitive Advantages and Provision of Mobile Network Operator Competiveness

Abstract

Article considers strategy of mobile network operators' competitive advantages as factor of competitiveness provision in this sector of telecommunication.
Keywords: network, competitive advantages, competitiveness, strategy, algorithm