DOI: 10.17117/na.2015.05.019

Поступило в редакцию: 26.05.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.05.019.pdf>

Дюженкова Н.В., Комбаров В.А.
Современное состояние рынка
телекоммуникационных услуг в России

Dyuzhenkova N.V., Kombarov V.A.
The modern state of the market of
telecommunication services in Russia

Дано понятие телекоммуникационной услуги и показаны ее особенности. Отмечены современные тенденции на рынке телекоммуникационных услуг. Охарактеризованы основные потребители телекоммуникационной услуги

Ключевые слова: телекоммуникационные услуги, анализ рынка

The definition of telecommunications services is given. A current trends in the telecommunications market are described. The main consumers of telecommunications services are characterized

Key words: telecommunication services, market research

Дюженкова Наталия Владимировна
Кандидат экономических наук, доцент
Тамбовский государственный технический университет
г. Тамбов, ул. Советская, 106

Dyuzhenkova Natalia Vladimirovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Tambov state technical university
Tambov, Sovetskaja st., 106

Комбаров Владимир Александрович
Начальник участка
ОАО «Ростелеком»
г. Тамбов, ул. Астраханская, 2 В

Kombarov Vladimir Aleksandrovich
Head Area
OJSC «Rostelecom»
Tambov, Astrahanskaja st., 2 B

Телекоммуникационные услуги включают передачу звуковой информации, изображений и других информационных потоков через системы кабельной, радиотрансляционной, релейной или спутниковой связи, включая телефонную, телеграфную связь и телекс; услуги по аренде и техническому обслуживанию сетей передачи звука, изображения и данных. К данному виду услуг относятся услуги провайдеров – организаций, предоставляющих доступ в сеть Интернет. Таким образом, телекоммуникационная услуга – продукт деятельности оператора и/или провайдера телекоммуникаций, направленный на удовлетворение потребностей потребителей в сфере телекоммуникаций. В настоящее время рынок телекоммуникационных услуг в Российской Федерации активно развивается. Для реализации услуг продолжают появляться новые технологии, вызывающие интерес со стороны предприятий и населения. Основными сегментами рынка телекоммуникационных услуг являются услуги

телефонной связи, мобильной связи, передачи данных через Интернет, спутниковое телевидение.

Для рынка телекоммуникаций характерны высокие темпы роста по сравнению с другими отраслями, активное внедрение новых технологий, изменение структуры предоставляемых услуг. Сегодня всё чаще отмечается перенос объемов пользования с традиционных телекоммуникационных услуг к новым видам, таким как предоставление услуг на основе мультисервисных транспортных сетей, широкополосный Интернет-доступ, технологию мобильной связи третьего поколения, включающую набор услуг, которые объединяют как высокоскоростной мобильный доступ с услугами сети, так и технологию радиосвязи, которая создает канал передачи данных.

Отчеты крупных операторов связи за 2014 год подтверждают главную тенденцию развития отечественного рынка телекоммуникаций. Количество пользователей скоростного Интернета увеличилось более чем в два раза, по сравнению с предшествующим годом, соответственно и доля доходов в этом сегменте также возросла. В то же время усиливается миграция голосового трафика в сети Интернет-телефонии, развитие получают технологии виртуализации и аутсорсинг – создание веб-ресурсов, разработка, установка, сопровождение программного обеспечения, обслуживание техники специальными компаниями. Несмотря на складывающуюся макроэкономическую ситуацию, ожидается увеличение числа подключений, повышение скорости и качества передачи данных при сохранении и, возможно, снижении ценовых показателей.

Сейчас большинство операторов делают акцент на наиболее дешевых и проверенных услугах, расширяя абонентскую базу при минимуме инвестиций. Но в то же время есть операторы, использующие снижение темпов развития конкурентов в своих интересах, таким образом, привлекая клиентов новыми качественными услугами и разумными ценами.

Отрасль телекоммуникационных и информационных технологий является одним из важнейших секторов экономики, обеспечивающих функционирование других отраслей хозяйства и государства в целом. Без современной телекоммуникационной инфраструктуры в России невозможно ее вхождение в мировое экономическое и информационное пространство. Поэтому правительство Российской Федерации рассматривает дальнейшее развитие телекоммуникационной инфраструктуры страны как один из главных факторов подъема национальной экономики, роста деловой и интеллектуальной активности общества, укрепления авторитета страны в международном сообществе. Дальнейшее качественное развитие услуг операторов связи особенно важно, если учесть, что потребность населения в телекоммуникационных услугах растет из года в год. Несмотря на бурное развитие услуг связи за последние пять лет, рынок телекоммуникационных услуг России все еще далек от степени насыщения.

Количество пользователей интернета в России достигло уже 69 миллионов человек, а их ежегодный прирост составляет порядка 7%. При этом пользователи проводят в сети в среднем 121 минуту в день [1].

По данным Госкомстата России на конец 2014 года число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет в России

составляет 24,8 млн. человек, а в Тамбовской области – 163,8 тыс. человек. Число активных абонентов подвижной радиотелефонной связи, использующих услуги доступа в Интернет на конец 2014 в России составило 105.8 млн. чел., а в Тамбовской области – 587 тыс. человек [2].

На сегодняшний день рынок находится под влиянием процессов слияний и поглощений, начало тренда было положено в 2009 году, когда крупнейшая российская телекоммуникационная компания ОАО «Ростелеком» была объединена сначала с межрегиональными компаниями связи, а затем с ОАО «Связьинвест». В следующем году было организовано объединение еще двух операторов: ОАО «МТС» и ОАО «Комстар-Объединенные ТелеСистемы». В конце 2013 года была осуществлена сделка по объединению ОАО «Ростелеком» и ООО «Tele2 Россия» [3].

На сегодняшний день на российском рынке телекоммуникационных услуг доминируют четыре игрока: мобильные операторы ОАО «МТС», ОАО «Мегафон» и ОАО «Вымпелком» и ОАО «Ростелеком». ОАО «Ростелеком» и большая тройка занимают 86% рынка, при этом доля доходов ОАО «Ростелеком» составляет 25% рынка, ОАО «МТС» – 24%, ОАО «Мегафон» – 19%, ОАО «Вымпелком» – 18% [4].

Таким образом, сценарий развития российского рынка телекоммуникаций полностью повторяет мировые тренды постепенного снижения роли традиционных голосовых услуг в общем объеме рынка, развитие высокоскоростных технологий связи и доступа к сети Интернет и является глобальной тенденцией. Ожидается, что российский рынок продолжит развитие в том же направлении с сохранением существующих трендов.

По данным опроса проведенного Левада-центр [5] ежедневно или несколько раз в неделю пользуются интернетом и электронной почтой чаще всего учащиеся и студенты (92%), специалисты (86%), руководители и управленцы (79%) и в целом мужчины (71%), россияне моложе 25 лет (91%) и в возрасте 25-40 лет (84%), с высшим образованием (76%), высоким потребительским статусом – могут без особых проблем покупать товары длительного пользования (78%), жители Москвы (76%) и городов с населением более 500 тысяч человек (66%).

За последние два года количество пользователей интернета в России возросло с 52% до 62%. Больше всего пользователей среди студентов и учащихся (92%), специалистов, руководителей и управленцев (по 91%), а меньше всего – среди пенсионеров (15%). Среди россиян моложе 25 лет пользователей Интернета 91%, а старше 55 лет – 23%. Среди россиян с высшим образованием пользуются Интернетом 82%, а с образованием ниже среднего – 45%. Больше всего интернетчиков в Москве – 80%, а меньше всего среди сельских жителей – 51%.

В последнее время несколько изменились и интересы пользователей. Так, заметно больше они стали следить по Интернету за последними новостями и анализом событий в стране и за рубежом. Цели пользования Интернетом различаются в зависимости от принадлежности россиян к той или иной социально-демографической группе.

Ищут в Интернете нужную информацию чаще всего опрошенные руководители и управленцы (78% – от всех опрошенных), специалисты (76%), учащиеся и студенты (67%) и в целом россияне моложе 25 лет (67%) и 25-40 лет (63%), с высшим образованием (67%), с высоким потребительским статусом (65%), жители Москвы (69%) и городов с населением более 500 тысяч человек (52%) [5].

Для общения пользуются Интернетом больше других учащиеся и студенты (69%), специалисты (61%), домохозяйки (57%), руководители и управленцы (51%) и в целом россияне моложе 25 лет (70%) и 25-40 лет (65%), с высшим образованием (55%), с высоким потребительским статусом (55%) и проживающие в городах с населением более 100 тысяч человек (48%).

Для развлечения используют всемирную сеть скорее всего учащиеся и студенты (63%), специалисты (43%), предприниматели (42%) и в целом мужчины (32%), россияне моложе 25 лет (59%) и 25-40 лет (50%), с высшим образованием (37%), с высокими потребительскими статусом (42%), жители Москвы (44%) и городов с населением более 500 тысяч человек (32%).

Для приобщения к кино и музыке чаще всего пользуются сетью учащиеся и студенты (59% – кино и 60% – музыка), руководители (соответственно 43 и 23%), специалисты (37 и 35%) и в целом мужчины (31 и 25%), россияне моложе 25 лет (по 52%) и 25-40 лет (43 и 37%), с высшим образованием (33 и 28%), с высоким потребительским статусом (38 и 33%), проживающие в Москве (48 и 42%) и в городах с населением 100-500 тысяч жителей (29 и 28%).

За последними новостями и для понимания происходящего больше других заходят в Интернет учащиеся и студенты (52% – новости и 24% – аналитика), руководители (соответственно 45 и 37%), специалисты (43 и 26%) и в целом мужчины (30 и 21%), россияне моложе 25 лет (36 и 23%), с высшим образованием (39 и 25%), с высоким потребительским статусом (41 и 26%) и проживающие в Москве (49 и 45%).

Для поиска и покупок товаров пользуются сетью чаще всего руководители (35%), учащиеся и студенты (33%), предприниматели (27%), специалисты (26%) и в целом россияне моложе 25 лет (28%) и 25-40 лет (24%), с высшим образованием (27%), с высоким потребительским статусом (27%) и жители Москвы (41%).

Интересуются литературой в Интернете скорее всего студенты и учащиеся (39%), руководители, предприниматели (по 23%), специалисты (20%) и в целом россияне моложе 25 лет (26%) и 25-40 лет (21%), с высшим образованием (17%), с высокими потребительским статусом (20%) и жители Москвы (26%) [5].

Анализируя представленные данные опроса, можно сделать следующие выводы. В настоящее время при почти тотальном контроле «властной вертикали» основных каналов телевидения, формирующих общественное мнение большинства россиян по социально-политическим проблемам, Интернет начинает становиться их реальным конкурентом. Вполне вероятно с использованием возможностей Интернета создание оппозиционных политических партий способных уже на ближайших выборах преодолеть процентный барьер и

быть представленными в Госдуме влиятельными фракциями. Эти реальную угрозу практической монополии власти одной партии понимают её руководители. Всё чаще в СМИ появляется информации об ограничениях свободы различного рода обмена информации в рунете [5].

Российское телевидение, а вместе с ними телезрителей, ждут перемены. В 2009 году в России дан старт переходу на новый – цифровой – формат эфирного телерадиовещания. Для того, чтобы в максимально сжатые сроки охватить всё население страны цифровым телерадиовещанием, постановлением Правительства Российской Федерации от 3 декабря 2009 г. №985 утверждена федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009 – 2015 годы».

Согласно Программе, возможность бесплатного приёма общероссийских обязательных общедоступных телеканалов цифровом формате будет предоставлена населению России на базе государственной системы эфирного наземного телевизионного вещания, осуществляемого федеральным государственным унитарным предприятием «Российская телевизионная и радиовещательная сеть». Для доставки вещательных программ в регионы будут построены несколько тысяч наземных объектов связи и запущены новые космические аппараты.

Предполагается, что к концу 2015 года жители России смогут смотреть не менее 20 цифровых эфирных телеканалов, включая канал в формате телевидения высокой четкости.

В ходе реализации Программы решаются следующие задачи:

- модернизация инфраструктуры государственных сетей телевизионного вещания и переход на цифровые технологии телевидения;
- создание многофункциональных космических аппаратов для распределения телевизионных каналов по всем временным вещательным зонам;
- создание системы цифровизации архивных материалов, их обработки и классификации на базе ФГУ «Государственный фонд телевизионных и радиопрограмм»;
- развитие новых видов телевизионного вещания, включая телевидение высокой четкости.

Для обеспечения жителей страны многопрограммным цифровым телевизионным вещанием остаются востребованными и важными все виды телевизионного вещания. В конечном итоге цифровые технологии наземного, спутникового и кабельного вещания, а также технологии радиодоступа будут не вытеснять, а дополнять друг друга, что позволит обеспечить равные права граждан Российской Федерации на получение социально значимой информации [6].

Телевидение остается самым популярным источником информации для 88% граждан, а половина россиян ему больше всего доверяет, выяснили социологи «Левада-центра». Интернет-издания у россиян не в почете: только 21% граждан узнает оттуда новости, доверяют сведениям из сети лишь 14%. Эксперты утверждают, что россиянам вообще не нужны новости, а телевидение они используют как средство развлечения.

«Чаще всего» население (88%) узнает новости из телевизора, а половина граждан еще и доверяют этому СМИ больше всего. Таковы результаты исследования «Левада-центра». При этом четверть россиян (26%) считают новостные выпуски на «Первом канале», «России» и НТВ «совершенно» и «по большей части» необъективными. Впрочем, по мнению половины опрошенных, события на этих телеканалах освещаются «по большей части» беспристрастно, а по мнению 12% – «совершенно объективно».

Четверть граждан – 24% – узнают новости от друзей, знакомых и родных, причем 15% еще и доверяют больше всего именно этому «источнику информации». Интернет-издания только третий по популярности источник. 21% «чаще всего» получает оттуда сведения о событиях в стране и за рубежом. Доверяют изданиям в сети 14% граждан. Отметим, что совсем не пользуются интернетом 39% россиян. Чаще всего люди выходят в сеть, чтобы найти нужную им информацию (41%) и для общения (30%), а не для того, чтобы узнать новости. Еще четверть граждан (26%) используют интернет «для развлечения», столько же – чтобы зайти в социальные сети, почти четверть (24%) – чтобы послушать музыку, 21% – посмотреть фильмы. Отметим, что 27% россиян помимо прочего следят в интернете за новостями и 16% пользуются им, чтобы «разобраться, что происходит в стране и в мире».

Каждый пятый россиянин чаще всего узнает новости из газет, доверяют прессе 12%. Радио пользуется популярностью у 10% граждан, 11% более всего ему доверяют. А 15% черпают новости из социальных сетей, при этом 10% доверяют такой информации [5].

Список литературы:

1. Министерство связи и массовых коммуникаций России.
URL: http://minsvyaz.ru/ru/news/index.php?id_4=44509
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система.
URL: <http://fedstat.ru/indicators/start.do>
3. Газета «Ведомости».
URL: <http://www.vedomosti.ru/tech/news/19014611/sozдание-sp-rostelekoma-i-tele2-rossiya-otkladyvaetsya#ixzz2mhUnHhDx>
4. Деловой журнал «ИнформКурьер-Связь».
URL: <http://www.iksmedia.ru/news/4970493.html>
5. Левада-центр, Аналитический центр Юрия Левады.
URL: <http://www.levada.ru/11-11-2013/tseli-i-konfidentsialnost-rossiyan-v-internete>
6. Министерство связи и массовых коммуникаций России.
URL: <http://minsvyaz.ru/ru/directions/?direction=19>
7. Маркетинговая стратегия как средство формирования оптимального портфеля заказов фирмы сферы информационного бизнеса // Качество информационных услуг. Тамбов, 2010. Вып.12. С. 63-65.
8. А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса Тамбов: ФБГОУ ВПО ТГТУ, 2012. 88 с.