

DOI: 10.18454/IRJ.2016.54.091

Кузьмин Д. И.

Магистрант, Сибирский федеральный университет

**ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФИРМ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ****Аннотация**

Статья посвящена исследованию факторов внешней среды, оказывающих влияние на деятельность фирм телекоммуникационной отрасли. Установлена связь между факторами внешней микросреды, такими как потребители, поставщики, конкуренты и факторами внешней макросреды, такими как демографические, экономические, технологические, политические. Необходимость исследования данных факторов обусловлена снижением темпа роста доходов телекоммуникационной отрасли, снижения реальных доходов населения, усилением конкуренции.

Ключевые слова: отрасль телекоммуникаций, факторы внешней среды: экономические, технологии, покупатели, поставщики, конкуренты.

Kuzmin D.I.

Undergraduate student, Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

**THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL FACTORS ON THE FUNCTIONING OF FIRMS
IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY****Abstract**

The article is devoted to the study of environmental factors influencing the activities of firms telecommunications industry. The relation between the factors of the external microenvironment, such as consumers, suppliers, competitors and the external factors in the macro environment such as demographic, economic, technological, political. The need to study these factors due to the reduction in the rate of income growth of the telecommunications sector, decline in real incomes, increasing competition.

Keywords: telecommunications market, the factors of external environment: economic, technology, customers, suppliers, competitors.

В настоящее время отрасль телекоммуникаций приобретает роль ключевого сектора экономики и оказывает все больше влияние на социально-экономическую жизнь общества. Фирмы, предоставляющие телекоммуникационные услуги, удовлетворяют спрос различных субъектов на информацию, осуществляя передачу информационных потоков через системы кабельной, радиотрансляционной, релейной или спутниковой связи.

Любая фирма функционирует во внешней по отношению к ней среде, которая является источником ресурсов, необходимых для осуществления ее деятельности. Поскольку фирмы, работающие в одной отрасли, находятся в одной и той же внешней среде и претендуют на одни и те же ресурсы, им необходимо отслеживать происходящие изменения внешней среды и адекватно на них реагировать. Это характерно для всех отраслевых рынков, в том числе и для рынка телекоммуникаций.

В течение 1999-2006 гг. доходы от услуг связи выросли более чем в 8 раз [4] и до 2009 г. темпы роста рынка телекоммуникаций, как правило, превышали 20% в год [5]. В настоящее время наблюдается снижение данного показателя: в 2015 году по данным «ТМТ Консалтинг» темпы роста доходов рынка в целом составили 2,1%, что обуславливает необходимость выявления тех факторов, которые оказали влияние на фирмы, работающие на данном рынке.

Многие авторы в рамках внешней среды фирмы выделяют два уровня воздействия. Первый – это макросреда или макроокружение (среда косвенного воздействия), которая включает в себя демографические, экономические, технологические, политико-правовые, социо-культурные и другие факторы. Второй уровень – это микросреда (среда прямого воздействия), или непосредственное окружение, к которому относятся потребители, поставщики, конкуренты, инвесторы, рынок рабочей силы, посредники, государственные органы власти и другие.

Очевидно, что невозможно оценить все факторы, влияющие на деятельность фирмы. Мы считаем, что наиболее значимыми факторами внешней микросреды для фирм телекоммуникационной отрасли являются покупатели, поставщики, конкуренты. Рассмотрим далее их влияние во взаимодействии с факторами внешней макросреды.

Покупатели – один из наиболее важных факторов внешней микросреды, оказывающий влияние на выручку фирмы, на который воздействуют такие факторы внешней макросреды как демографический, социокультурный, экономический. Так, например, перспективы роста спроса на телекоммуникационные услуги весьма сомнительны в виду имеющихся демографических тенденций: в России в течение длительного периода с 1995 – 2011 гг. сохранялась естественная убыль населения, которую удалось переломить лишь в 2012 г. и в достаточно скромном масштабе (естественный прирост населения составил 0,22 % в 2013 г., 0,21% в 2014 г.) [2]. В ближайшие годы эксперты прогнозируют возвращение к тренду сокращения населения, хотя темпы будут не столь катастрофические, как это было в 90-е гг., начало 2000-ых гг. Кроме того, снижается покупательная способность населения: по данным Росстата среднедушевые доходы населения в России на конец 2015 г. составили 30,224 руб., за первый квартал 2016 г. 26 340,5 руб. [6].

Происходят также и изменения во вкусах и поведении потребителей: ежегодно в России становится на 0,8-1 млн. меньше абонентов фиксированной телефонии, они отдают предпочтение мобильной связи и VoIP, отличающимся доступностью и простотой организации связи, что приводит к существенному сжатию спроса в секторе фиксированной связи.

Эффективность работы фирмы, себестоимость и качество предоставляемых телекоммуникационных услуг зависят от ее взаимодействия с поставщиками телекоммуникационного оборудования, к которому относятся системы

спутниковой связи, сетевое оборудование, абонентское оборудование, системы коммутации, антенные устройства, кабельная продукция и другое.

Сохраняющаяся угроза экономических санкций и ограничений со стороны ЕЭС и США, а также зависимость рубля от цен на нефть оказывают негативное влияние на капитальные затраты фирм. Отметим, что доля российских производителей на российском рынке оборудования связи не превышает 12% (по данным Центра научных разработок Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики») [3]. То есть большинство поставщиков – это иностранные компании (Alcatel, Siemens, Ericsson, Philips и другие), которые выставляют цены в долларах или евро, что повышает валютный риск. Отметим, что отечественное телекоммуникационное оборудование не готово к конкуренции с зарубежным из-за высоких цен: общая стоимость владения отечественным оборудованием для транспортных сетей дороже импортного на 80%, а для коммутаторов уровня ядра – на 30% [3].

Важную роль играют также и быстро меняющиеся технологии, что вызывает необходимость опережающего развития телекоммуникационной инфраструктуры, что также связано с увеличением капитальных затрат. Так, например, к 2020 году прогнозируется изменение структуры соединений с точки зрения используемой технологии: сокращается количество соединений в диапазоне 2G, при этом расширяются покрытия сетей 3G, 4G, 5G.

Все более важное значение для фирм, функционирующих на рынке телекоммуникаций приобретает такой фактор, как конкуренция, имеющая неоднозначный характер. Это проявляется, например, в том, что конкуренция технологий совмещена с необходимостью их совместного использования: фирмы могут предоставлять свои услуги при наличии целого комплекса производителей, техническая база которых объединяется в общую сеть.

Если в секторе фиксированной связи сохраняется естественная монополия (государственное регулирование и контроль осуществляется в отношении 38 компаний), то в секторе мобильной связи преобладает олигополия: три крупнейшие компании (МТС, «ВымпелКом» и «МегаФон») контролируют порядка 85% рынка по числу абонентов и порядка 90% от совокупной выручки [7]. Динамика коэффициента Херфиндаля-Хиршмана (3243 в 2003 г., 2603 в 2015 г.) [1] также показывает, что сегмент сотовой связи является олигопольным рынком с высокой концентрацией.

Услуги мобильной связи могут быть отнесены к однородным, поскольку для потребителя нет большой разницы, какой оператор предоставляет ему эту услугу. Это обстоятельство обуславливает снижение тарифов на услуги и увеличение спроса, то есть приводит к ценовой конкуренции.

Однако в настоящее время конкурентная борьба переходит в плоскость неценовой конкуренции за счет продуктовой дифференциации (сервисы мобильной рекламы, мобильных платежей, мобильного интернета), пакетирования услуг, разработки новых продуктов, в том числе персонализированных, гибкости в предоставлении услуг. Наряду с предоставлением традиционных услуг (интернет, телефония, телевидение), многие фирмы осваивают услуги, не включаемые в настоящее время в телекоммуникационный рынок: виртуальные АТС, корпоративные сети, аренда каналов, видеонаблюдение, хостинг, облачные сервисы и другие.

Изменения, происходящие во внешней среде фирмы, требуют соответствующих изменений в ее стратегии: опережающих, адаптационных, или тех и других. Это важно как для снижения отрицательных воздействий внешней среды, так и для усиления позиций фирмы на рынке.

Список литературы / References

1. Бороздина Н. А. Тенденции развития российского рынка услуг мобильной связи / Н.А.Бороздина // Экономические науки, № 39–1, 10.12.2015.
2. Демографический ежегодник России. 2015: Стат.сб./ Росстат.- М., 2015. [Электронный ресурс] / Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. – URL: <https://goo.gl/6eF917> (дата обращения: 17.07.2016).
3. Кантышев П. Дорогой патриотизм [Электронный ресурс]/ П.Кандышев // Ведомости, № 4005 от 01.02.2016 – URL: <http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2016/02/01/626194-dorogoi-patriotizm> (дата обращения: 02.11.2016).
4. Кузовкова Т.А., Кузовков Д.В. Анализ развития российского рынка инфокоммуникаций / Т.А.Кузовкова, Д.В.Кузовков // Электросвязь, – 2008. - № 2. – С. 8-11.
5. Прогноз развития телекоммуникационной и ИТ отрасли в 2015 г. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.aetp.ru/market-news/item/394540> (дата обращения: 15.11.2016).
6. Среднедушевые денежные доходы населения [Электронный ресурс] / Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov (дата обращения: 17.08.2016).
7. Чугунов Г. К. Развитие рынка телекоммуникационных услуг в России как условие повышения качества жизни населения; автореф. дис. канд. экон.наук: 08.00.05 / Чугунов Григорий Константинович. – М., – 2008. – 28 с.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Borozdina, N. Trends of development of Russian market of mobile communication services / N.Borozdina // Economic science, No. 39-1, on 10.12.2015. [in Russian]
2. Demographic Yearbook of Russia. 2015: Stat.sat./ Rosstat.- M., 2015. [Electronic resource] / Official site of Federal state statistics service. – URL: <https://goo.gl/6eF917> (accessed: 17.07.2016). [in Russian]
3. The Sochi P. Dear patriotism [Electronic resource]/ P. Kadyshev // Vedomosti, № 4005 from 01.02.2016 – URL: <http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2016/02/01/626194-dorogoi-patriotizm> (accessed: 02.11.2016). [in Russian]
4. Kuzovkova T. A., Kuzovkov V. D. Analysis of development of Russian market of information and communication / T. A. Kuzovkova, D. V. Kuzovkov // Elektrosvyaz, – 2008. – No. 2. – P. 8-11. [in Russian]
5. Forecast of development of the telecommunication and it industry in 2015 [Electronic resource] / URL: <http://www.aetp.ru/market-news/item/394540> (accessed: 15.11.2016). [in Russian]
6. The average income of the population [Electronic resource] / Official site of Federal state statistics service. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov (accessed: 17.08.2016). [in Russian]
7. Chugunov, G. K. the Development of the telecommunications services market in Russia as a condition for enhancing the quality of life; abstract. dis. Cand. Ekon.Sciences: 08.00.05 / Iron Grigory Konstantinovich. – M., – 2008. – 28 p. [in Russian]