

ТОКМИН КОНСТАНТИН ИВАНОВИЧ

РАЗВИТИЕ РЫНКА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ  
(на материалах предприятий Московской области)

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (сфера услуг), область исследования - 15.117. Повышение эффективности использования рыночных инструментов в сфере услуг

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертация на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Москва - 2010

Диссертационная работа выполнена на кафедре коммерции и технологии торговли Автономной Некоммерческой Организации Высшего Профессионального Образования Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»

Научный руководитель: д.э.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ  
**Арустамов Эдуард Александрович**

Официальные оппоненты: д.э.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ  
**Семенов Альберт Константинович**

к.э.н., председателем подкомитета по франчайзингу  
ТПП РФ

**Рыкова Инга Викторовна**

Ведущая организация: Государственный университет управления

Защита состоится «22» декабря 2010 г. в 14.00 на заседании диссертационного совета Д 513.002.02. при АНО ВПО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации» по адресу: 141014 г. Московская область, Мытищи, ул. В.Волошиной, д.12/30, зал заседаний диссертационных советов (корп. 4, ауд. 235).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке АНО ВПО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации», автореферат размещен на официальном сайте [www.ruc.su](http://www.ruc.su)

Автореферат разослан « 20» ноября 2010 г.

Ученый секретарь  
Диссертационного совета Д 513.002.02.  
кандидат экономических наук, доцент

Т.В. Абалакина

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** В настоящее время телекоммуникационная отрасль относится к важнейшим секторам экономики, которые обеспечивают функционирование и согласованную работу всех государственных систем. Рынок телекоммуникационных услуг – это один из доходных и динамично развивающихся рынков России. Этот рынок является основой для вхождения России в мировое экономическое и информационное пространство.

Дальнейшее развитие телекоммуникационного рынка страны можно рассматривать как главный фактор подъема национальной экономики, роста деловой и интеллектуальной активности общества, укрепления авторитета страны в международном сообществе. Потребность населения в телекоммуникационных услугах растет из года в год, так как в ряде населенных пунктах доступ к средствам связи полностью отсутствует. Российский рынок телекоммуникационных услуг по-прежнему обладает большим потенциалом роста. И предпосылками и этого являются: разрыв по макроэкономическим показателям (ВВП, доля услуг в структуре ВВП, недостаточный рост инвестиций, невысокий уровень доходов населения) между Россией и ведущими экономически развитыми странами мира; неравномерное развитие регионов России, и, как следствие, огромный нереализованный потенциал; отставание России в развитии инфраструктуры связи: низкий уровень телефонной плотности и цифровизации телефонной сети, незначительное проникновение широкополосного доступа.

На рынке телекоммуникационных услуг выявились следующие приоритетные позиции: слияние групп предприятий, избыток технологий связи, качественно новые инвестиционные перспективы, которые открываются перед рынком связи. Слияние групп предприятий означает, во-первых, увеличение количественных характеристик, находящихся под единым менеджментом, во-вторых, усложнение и увеличение структуры управления.

Для обеспечения стабильной и эффективной работы телекоммуникационных услуг в сложившихся условиях должны постоянно совершенствоваться экономические механизмы. Важным условием создания более совершенного экономического механизма является переосмысление целого ряда экономических категорий, и к их числу относится категория телекоммуникационных услуг.

Создание системы критериев эффективности телекоммуникационных услуг связано с необходимостью принятием эффективных управленческих решений. К сожалению, часто решения, принимаемые руководителями, характеризуются импульсивностью и непредсказуемостью. Это является следствием как нестабильности правовой и экономической среды, так и недостаточного уровня знаний о собственном предприятии. Причем решения, как правило, касаются какой-либо одной области, а другие, не менее значимые направления выпадают

из-под контроля. Необходимо предложить руководителю такой инструментарий, который позволит оперативно и объективно оценивать внутренние резервы и недочеты хозяйственной деятельности и повышать ее эффективность.

**Степень научной проработанности проблемы.** Вопросы развития организации телекоммуникационных услуг исследуются отечественными и зарубежными экономистами и отражают соотношение различных аспектов анализа: результата и затрат, результата и целей, результата и потребностей, результата и ценностей.

Свой вклад в развитие телекоммуникационных услуг внесли ученые: Родионов И.И., Быховский М. А., Рейман Л.Д., Мардер Н.С., Кузовкова Т.А., Салютин Т.Ю., Гришанова Е.М., Макаров В.В., Довгий С.А.

Анализ широкого круга литературных источников и нормативных актов, а также практики деятельности предприятий в сфере телекоммуникационных услуг позволяет сделать заключение о том, что проблема организации работы предприятий в сфере телекоммуникационных услуг нуждается не только в глубоком теоретическом исследовании, но и в разработке новых методик, пригодных для применения в практике управления.

**Цель и задачи исследования.** Целью диссертационного исследования является оценка состояния и развитие рынка телекоммуникационных услуг, а также разработка комплексного критерия рыночного потенциала телекоммуникационных услуг.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- рассмотреть теоретические основы рынка телекоммуникационных услуг;
- обосновать необходимость современных подходов к мониторингу рынка телекоммуникационных услуг;
- проанализировать методы определения стоимости телекоммуникационных услуг;
- оценить состояние рынка телекоммуникационных услуг Московской области;
- обосновать и применить экономические факторы повышения эффективности работы предприятий на рынке телекоммуникационных услуг;
- разработать и апробировать комплексный критерий рыночного потенциала телекоммуникационных услуг на примере компаний Московской области;
- обосновать и применить стратегический подход к повышению эффективности предприятий на рынке телекоммуникационных услуг;

**Объектом исследования** выступают предприятия в сфере телекоммуникационных услуг Московской области.

**Предметом исследования** выступают экономические отношения и тенденции развития, соответствие спроса и потребительских предпочтений, представ-

ленным на рынке телекоммуникационных услуг, предложениям, а также комплекс мер по повышению эффективности работы предприятий.

**Область исследования.** 15.117. Повышение эффективности использования рыночных инструментов в сфере услуг.

**Методологическая основа исследования.** Теоретической и методологической основой диссертации послужили труды российских и зарубежных ученых, посвященные особенностям закономерностей и динамики развития телекоммуникационного рынка.

В диссертационной работе использованы методы абстрагирования, формализации, логический анализ и синтез, наблюдение, сравнение, экономико-статистические методы, методы детерминированного анализа, прогнозирования, методы экспертных оценок.

**Информационную и фактологическую основу работы** составили законодательные акты РФ, постановления Правительств России, Московской области, а также внутренняя управленческая и финансовая отчетность предприятий сферы телекоммуникационных услуг.

**Научная новизна.** Важнейшие результаты диссертационного исследования, обладающие научной новизной состоят в следующем:

**-уточнено понятие рынка телекоммуникационных услуг.** Автором внесено дополнение в определение рынка телекоммуникационных услуг – «это экономическое взаимодействие оператора и клиента в целях минимизации затрат и получения оптимального уровня дохода от услуг». Дано авторское определение термину «телекоммуникационная услуга», которое подчеркивает, что телекоммуникационная услуга должна обеспечивать не только возможность передачи, но именно возможность обмена информацией. Автором «телекоммуникационная услуга» определяется как «услуга по обмену информацией на расстоянии с использованием средств электросвязи в двухстороннем или многостороннем режиме».

**-систематизирована структура телекоммуникационного рынка.** Автор проводит систематизацию структуры телекоммуникационного рынка с сегментированием по потребителям, учитывая региональное развитие рынка телекоммуникационных услуг: местная связь; МГМН связь; сотовая связь; широкополосный интернет-доступ; платное ТВ. Впервые проведен анализ влияния новых услуг (беспроводный интернет-доступ, развитие 3-4G) на развитие различных сегментов телекоммуникационного рынка.

**-обоснованы и применены экономические критерии эффективной работы предприятий в сфере телекоммуникационных услуг.** Выдвинуты и обоснованы предложения по структуре операционных планов для предприятий телекоммуникационной сферы с целью оптимизации распределения и использования ресурсов, усовершенствования координации действий управленческих структур и дальнейшего совершенствования контрольных функций за процессом формирования и использования денежных доходов и поступлений,

усовершенствованы подходы к анализу денежных потоков и управления, ориентированные на стоимостную составляющую в оценке компании в сфере телекоммуникационных услуг, в частности - EBITDA.

**-представлена и применена структура информационных процессов в рамках применения клиентоориентированного подхода.** Автор впервые рассматривает вопрос клиентоориентированного подхода в сфере телекоммуникаций как составную часть социальной политики на примере Московской области. В представленной работе доказано, что телекоммуникационные услуги следует рассматривать как новый самостоятельный вид социальных услуг. Это обусловлено тем, что телекоммуникационные услуги являются элементом социального пространства, они активно формируют и преобразуют его на основе информационного обеспечения социальных институтов. На муниципальном уровне эти услуги активно реализуются для удовлетворения социальных потребностей населения в области охраны здоровья, образования и социальной и бытовой поддержки населения. Обеспечивая общение между людьми, телекоммуникационные услуги позволяют поддерживать и ускорять развитие общества, таким образом, также становясь важным элементом в наборе социальных услуг.

**-разработан комплексный критерий рыночного потенциала телекоммуникационных услуг на примере компаний Московской области.** Выявлены основные особенности телекоммуникационных услуг, оказывающие существенное влияние на формирование рыночного потенциала компании. Разработан комплексный подход к мониторингу критериев, включающий учет, анализ и прогнозирование системы из трех групп показателей: качество услуги, качество обслуживания потребителей и качество функционирования сети и обосновано их влияние на показатели деятельности компании. Предложен сквозной мониторинг и клиентоориентированный анализ поддержки системы показателей, позволяющий использовать возможности проактивного устранения их нарушений.

**-осуществлена апробация разработанного комплексного критерия рыночного потенциала телекоммуникационных услуг на примере компаний Московской области.** Получены практические результаты, позволяющие рекомендовать использование комплексного критерия для увеличения рыночного потенциала компаний телекоммуникационных услуг.

**-обоснован и применен стратегический подход к повышению эффективности предприятий на рынке телекоммуникаций.** Автором обоснован стратегический подход, основанный на повышении доступности и устранения неоднородности распространения телекоммуникационных услуг с помощью стимулирования конкуренции на отдельных сегментах рынка, внедрению новых технологий, совершенствованию отдельных законодательных актов. В частности, предлагается: 1) законодательно закрепить возможность смены абонентом мобильной связи его оператора без потери номера; 2) либерализовать рынок фиксированной связи путем предоставления альтернативным операторам дос-

тупа к кабельным сетям монополистов с целью обеспечить возможность выбора абонентом оператора фиксированной связи; 3) выделять большее количество радиочастот для компаний-операторов предоставляющих услуги связи населению.

**Практическая значимость диссертационного исследования** заключается в обобщении материалов по формированию критериев эффективной работы телекоммуникационных предприятий, а также выработке комплекса мер по совершенствованию эффективной работы предприятий на рынке телекоммуникационных услуг. Содержащиеся в работе материалы могут быть использованы в практической деятельности предприятий сферы телекоммуникационных услуг для совершенствования процессов планирования и управления, а также в учебном процессе при изучении разделов курсов экономики предприятий, экономического анализа для студентов и аспирантов специальности 060800 «Экономика и управление на предприятии».

**Апробация работы** проводилась в процессе дискуссии на международной конференции «Ломоносов – 2008» г. Москва, на научно-практических конференциях, на международных конференции при выпускающей кафедре коммерции и технологии торговли ОУ «РУК» Центросоюза РФ в 2008-2009, гг. и в порядке практического внедрения результатов при выпускающей кафедре коммерции и технологии торговли АНО ВПО ЦС РФ «РУК» Центросоюза РФ в 2007-2010 гг..

Разработанные научные и практические материалы диссертационного исследования использованы при разработке направлений развития и приняты к внедрению в ЗАО «Вест Колл ЛТД» (справка №10 от 20.10.10), ООО «Новые Телефонные Линии» (справка №7 от 11.05.09). Полученные результаты исследования используются в учебном процессе «Института Государственного Управления, Права и Инновационных Технологий» при преподавании дисциплины «Информационный менеджмент».

**Публикации** по теме диссертации представлены в пятнадцати научных работах общим объемом 3,14 п.л., из которых две публикации в журналах, рекомендованных ВАК России общим объёмом 0,9 п.л.

**Структура работы** обусловлена целями и задачами, поставленными в диссертационном исследовании. Работа состоит из введения, трех глав, выводов. Содержание изложено на 157 страницах компьютерного текста, содержит 35 таблиц, 18 рисунков. Список использованной литературы включает 153 наименования.

**Во введении** обоснована актуальность темы исследования, раскрыта степень ее изученности отечественными и зарубежными специалистами, сформулиро-

вана научная задача, подлежащая решению, цель и задачи исследования для ее достижения, сформулированы научная новизна и практическая значимость результатов, объект и предмет исследования, приведены данные по апробации, публикациям автора, объему и структуре работы.

**В первой главе** «Теоретические основы развития рынка телекоммуникационных услуг» рассмотрено значение и роль рынка телекоммуникационных услуг. Систематизированы современные подходы к мониторингу рынка телекоммуникационных услуг. Обоснованы методы оценки стоимости телекоммуникационных услуг. Приведены особенности системы государственного регулирования российского рынка телекоммуникационных услуг.

**Во второй главе** «Состояние рынка телекоммуникационных услуг в современных условиях». Проведен анализ и оценка рынка телекоммуникационных услуг России. Выявлены проблемы рынка телекоммуникационных услуг. Представлены особенности экономического состояния и перспективы развития рынка телекоммуникационных услуг на материалах Московской области.

**В третьей главе** «Совершенствование деятельности предприятий на рынке телекоммуникационных услуг». Обоснованы и применены экономические факторы эффективной работы предприятия. Произведена оценка соответствия спроса и предпочтений на рынке телекоммуникационных услуг. Разработан и апробирован комплексный критерий рыночного потенциала. Обоснован и применен стратегический подход к повышению эффективности предприятий на рынке телекоммуникационных услуг.

**В заключении** обобщены результаты диссертационного исследования, сформулированы основные выводы и предложения.

## **2. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ**

Создание современной динамичной рыночной экономики с механизмом саморегуляции невозможно без надёжной системы связи и телекоммуникаций, которая является важным фактором инвестиционного климата и непременным условием развития бизнеса. Современное состояние рынка телекоммуникационных услуг характеризуется глубокими структурными экономическими изменениями. Компьютеризация телекоммуникационного оборудования идёт параллельно с процессами приватизации национальных систем связи, появлением на рынке крупных фирм – операторов, что приводит к усилению конкурентной борьбы. В результате снижаются расценки на телекоммуникационные услуги, расширяется их ассортимент, а пользователи имеют возможность выбора.

Автором внесено дополнение в определение рынка телекоммуникационных услуг – «это экономическое взаимодействие производителя и клиента в целях минимизации затрат и получения оптимального уровня дохода от услуг».



В процессе развития телекоммуникационного рынка услуг сформировались следующие основные сегменты:

- мобильная связь. Данный сегмент рассматривает период динамического роста, в этом сегменте рынка преобладает высокий уровень конкурентоспособности. Инвестиционная и маркетинговая стратегия операторов мобильной связи со стороны государства не контролируется;

- местная телефонная связь. Операторы связи концентрируют свои усилия на привлечении наиболее платежеспособных клиентов, предлагая им весь спектр самых современных и качественных услуг. Инвестиционная и маркетинговая стратегия новых операторов связи со стороны государства не контролируется;

- междугородная и международная связь. Как правило, в данном случае доминирует в большей степени акционерное общество «Ростелеком». При этом операторы других сетей в той или иной степени используют инфраструктуру этого акционерного общества при оказании ими услуг связи. В условиях конкуренции доля акционерного общества в сегменте рынка услуг постоянно снижается;

- передача данных (включая Интернет). Один из наиболее быстро развивающихся сегментов телекоммуникационного рынка, в том, что касается роста абонентской базы и развития инфраструктуры. (Табл.1.). Автором систематизирована структура телекоммуникационного рынка.

Таблице 1. - Структура телекоммуникационного рынка

Сегмент рынка услуг	Оператор	Территория	Характер конкуренции
Мобильная связь	новые операторы и традиционные операторы	регион, где действует лицензия	КР
Местная телефонная связь	Традиционный оператор	определенный регион	услуги для населения – ДМ,
	новые операторы	регион, где действует лицензия	услуги для организаций – КРД
Междугородная и международная связь	акционерное общество «Ростелеком»	Российская Федерация	услуги для населения – КРД,
	новые операторы	регион, где действует лицензия	услуги для организаций – КРД
Передача данных, телематические услуги, включая Интернет	новые операторы, акционерное общество «Ростелеком» и традиционные операторы	регион, где действует лицензия	КР

\* ДМ – долговременная монополия

\*КРД - конкурентные рынки при высоком уровне доминирования одного или нескольких хозяйствующих субъектов

КР - конкурентные рынки без доминирования хозяйствующего субъекта

Изучение телекоммуникационного рынка – важнейшая часть исследований, необходимых для разработки программ в целях решения комплексных задач (закрепление на рынке, увеличение объема доходов и прибыли и д.р.) (Рис.1.).

Автором обобщена и представлена оценка возможности вывода на рынок новой телекоммуникационной услуги.



Рисунок 1. - Основные направления исследования рынка телекоммуникационных услуг.

Спрос на телекоммуникационные услуги рассматривается как платежеспособная потребность, т.е. как тот объем услуг, который потребитель готов оплатить при данных ценах.

Тенденции, необходимые и характерные для эффективного развития внутреннего российского рынка телекоммуникаций, в первую очередь связаны с его относительной неразвитостью и отставанием и включают в себя:

- а) рост рынка виртуальных сетей для корпоративных клиентов;
- б) рост рынка финансовых транзакций в розничной торговле;
- в) развитие программ «виртуальная Россия» на корпоративном и потребительском уровнях;
- г) интеграцию использования фиксированной и мобильной связи;

Российский телекоммуникационный рынок отличается сложной структурой, что обусловлено большим количеством предлагаемых услуг и наличием разных географических и территориальных условий. Известно, что выручка компаний на российском телекоммуникационном рынке по итогам 1 квартала 2009 года составила 1 137 млн. руб., увеличившись по сравнению с аналогичным периодом 2008 года на 11%. В том числе, суммарный доход операторов

российского рынка от предоставления услуг местной связи за 1 квартал 2009 года составил около 35 млрд. руб., увеличившись по сравнению с 1 кварталом 2008 года на 6%. Объем услуг междугородной, внутризонавой и международной телефонной связи, по данным Минкомсвязи, сократился по сравнению с 1 кварталом 2008 года на 4%, составив 29,1 млрд. руб.

В целом объем доходов предприятий связи Центрального Федерального округа (ЦФО) с населением около 37 млн. человек (или 26% от общероссийского населения), составил в 2008 году 43,1% объема всего рынка. Большая часть доходов, как и в прошлые годы - около 78%, в ЦФО пришлось на Московский рынок, который продолжает оставаться крупнейшим в России. Доля суммарного вклада других федеральных округов, население которых превышает 104,7 млн., в доходах отрасли соответствует 56,9%.

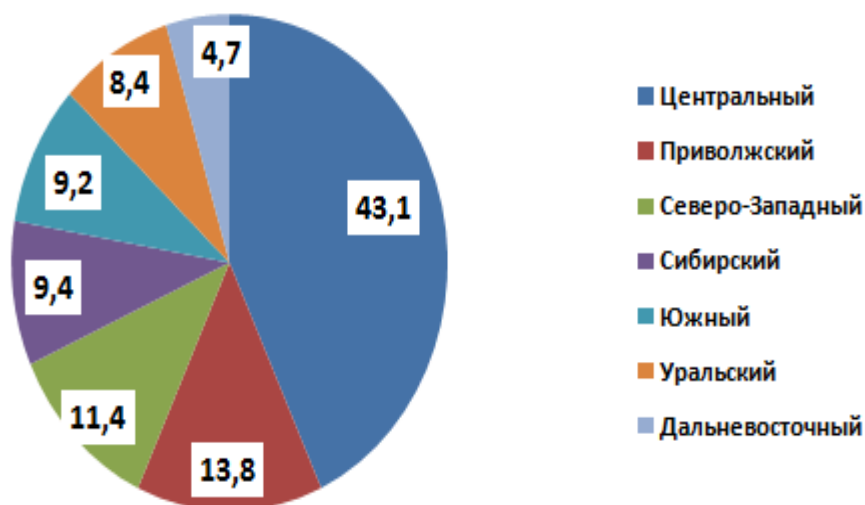


Рисунок 2. Особенности рынка телекоммуникационных услуг по географическому признаку в зависимости от объемов полученных доходов в 1 квартале 2009 года.

По прогнозам аналитиков, более высокие темпы роста региональных рынков будут способствовать выравниванию диспропорций региональной структуры телекоммуникационного рынка.

Одной из основных причин роста доходов рынка послужило привлечение в развитие средств связи значительного объема отечественных и иностранных инвестиций. Кроме того, рост был достигнут за счет повышения качества предоставляемых услуг и расширения перечня услуг, предоставляемых альтернативными операторами. Высокий уровень развития телекоммуникационных услуг Московской области (количество телефонов на сто жителей больше 33,3 - на каждую среднюю семью из трех человек приходится один аппарат фиксированной связи) представлен следующим образом (Табл.2).

Таблица 2.- Высокий уровень развития телекоммуникационных услуг Московской области

Муниципальное образование	Количество жителей	Количество телефонов	Количество телефонов на 100 жителей	Количество заявок	% заявок от числа жителей
Г. Дубна	60951	25632	42,05	663	1,09
Г. Пушкино	19964	7542	37,78	772	3,87
Г. Лыткарино	50798	18442	36,3	332	0,65
Химкинский район	177445	63430	35,75	6424	3,62
Г. Дзержинский	41488	14005	33,76	2894	6,98
Г. Троицк	32653	10989	33,65	751	2,3

Из таблицы 2. видно, что преобладает высокий процент заявок в следующих муниципальных образованиях- г.Пушкино (3,87%), Химкинский район -3,62%, г.Дзержинский -6,98%. Говоря о функционировании и развитии телекоммуникаций в Московской области, необходимо отметить, что социальной составляющей является тарификация телефонных соединений между сетями г. Москвы и Московской области. Необходимость успевать за высокими темпами развития технологий, низкий уровень прибыли и острая конкуренция требует от телекоммуникационных компаний максимальной гибкости и оперативности, заставляет эти компании искать нестандартные решения. Компании, действующие на телекоммуникационном рынке, не должны ограничиваться текущими проблемами, им надо вырабатывать стратегии, направленные на сохранение и повышение рентабельности.

Дальнейшее развития рынка телекоммуникационных услуг для потребителей, связано непосредственно с созданием единой системы мониторинга телекоммуникационной отрасли.

Необходимо создание эффективной системы рынка телекоммуникационных услуг, которая не только будет раскрывать основные этапы, но и отражать взаимосвязь всех ее элементов, а именно:

- определение масштабы рынка – его емкость, число фирм, выступающих на каждом рынке, их распределение по формам собственности, организационно-правовым формам и специализации, общий объем реализации услуг на рынке и распределение фирм по объему сбыта, доля малых, средних и крупных фирм;
- рассмотрение пропорциональности рынка – соотношение спроса и предложения, структура услуг в каждом сегменте, раздел рынка между операторами, структура потребителей, региональная структура;
- выявление уровня покупательского спроса на услуги – спрос в дифференциации по степени удовлетворения, вектору изменения, формам образования, покупательским намерениям, эластичности;
- высокий уровень конкурентоспособности;
- изменение основных параметров рынка: темпы прироста абонентских баз, степень проникновения по регионам, темпы роста основных сегмен-

тов и составляющих их услуг, векторы инвестиций и прибыли, их направленность, скорость, интенсивность;

- выявление основных тенденций рынка – ключевые сделки и события, слияние и поглощение капиталов, изменение правовой среды;
- систематизация и представление результатов: аналитические отчеты, таблицы, графики, диаграммы;

С ростом детализации информации и ее ценности с точки зрения анализа, растет ее стоимость, сложность, формализуемость и изменчивость.

Для повышения удовлетворенности клиента и последствия выбора пути развития, в круг задач этой работы входит определение способа анализа полученной информации от клиента.

Анализ должен обеспечивать получение двух типов данных: данные об относительной важности для клиента различных выгод, повышающих его удовлетворенность и лояльность организации; данные о том, как сам клиент воспринимает отдачу от приобретаемых услуг. Эти данные используются для построения стратегической матрицы, характеризующей состояние удовлетворенности клиента услугами данного оператора.

Применение стратегической матрицы удовлетворенности клиентов в сфере телекоммуникационных услуг должно быть ориентировано на выполнение следующих задач:

- повышение уровня удовлетворенности клиентов;
- увеличение стоимости бренда телекоммуникационной компании, как следствия положительного опыта работы;
- увеличение количества клиентов;
- определения прибыльности по каждому клиенту и управления взаимоотношениями с наиболее прибыльными из них (формирование прибыльной клиентской базы).

Для количественной оценки деятельности предприятия ОАО «Ростелком» необходимо провести следующие мероприятия:

а) для оценки степени важности выбранного потребителя телекоммуникационной услуги необходимо использовать такой коэффициент, как степень полноты охвата рынка. Данный коэффициент определяется соотношением числа потенциально реальных потребителей к общему числу потребителей рынка телекоммуникационных услуг.

б) для оценки показателя “индекс цен” воспользовались относительным ростом цен. Вес данного показателя был определен в результате проведенного экспертного анализа;

с) для оценки качества обслуживания ввели такую величину, как “коэффициент доверия”, он выражает мнения экспертов предприятия;

д) для оценки условий платежа ввели показатель “предоставление кредита”, отражающий состояние кредитных ресурсов для клиентов телекоммуникационных услуг.

е) при выборе клиентов также учитывается уровень цен на предлагаемую услугу. В отличие от индекса цен, этот показатель характеризует цены в конкретный момент времени.

Из таблицы 5. видно, что при оценке предприятия ОАО «Ростелеком» по степени охвата рынка Московской области было выявлено, что наблюдается высокий уровень цен, высокий уровень доверия у потребителя (0,26), а также преобладает достаточной высокий уровень индекс цен.

Таблица 5. - Оценка предприятия ОАО «Ростелеком» по степени охвата рынка Московской области

№	Показатель	значимость
1	Полнота предлагаемого охвата	0,16
2	Индекс цен	0,16
3	Коэффициент доверия	0,26
4	Предоставление кредита	0,16
5	Уровень цен	0,26
	Итого:	1,00

На рисунке 5. представлена оценка предприятия ОАО «Ростелеком» по степени охвата рынка Московской области

Монопольную компанию ОАО «Ростелеком» отличают следующие черты: предоставляет конкурентоспособные услуги; нет близких заменителей данной услуги; существуют барьеры для выхода на данный рынок.

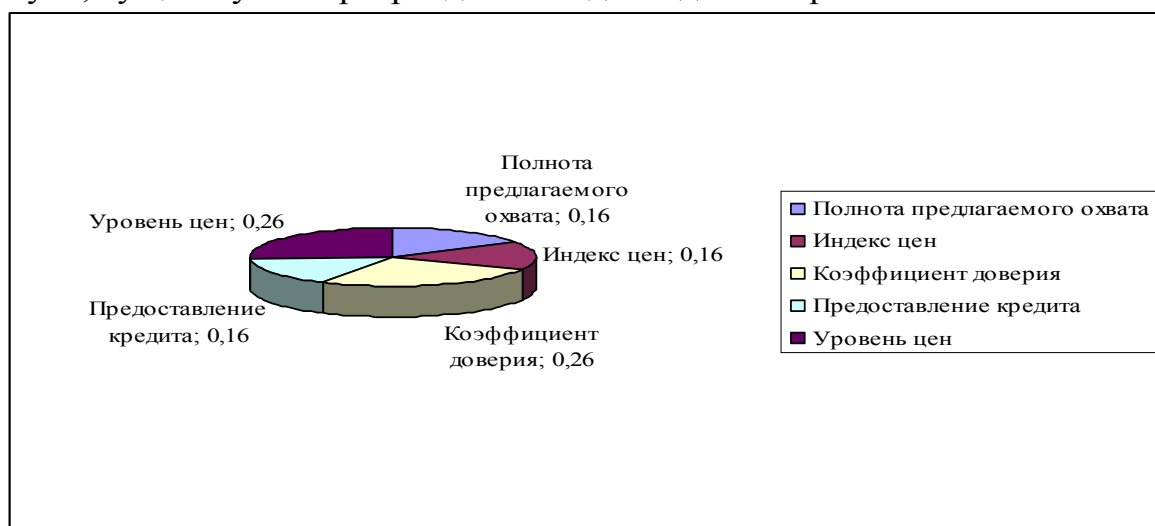


Рисунок 5. - Оценка предприятия ОАО «Ростелеком» по степени охвата рынка Московской области

Благодаря уникальности своей услуги или условий функционирования, предприятие-монополист способно контролировать рынок и проводить свою стратегию. В целях эффективной покупательской способности необходимо проведение стратегического подхода в сфере телекоммуникационных услуг,

который учитывает анализ взаимосвязи основных факторов внутренней и внешней среды.

В целях оптимизации телекоммуникационных услуг из выше представленных показателей оценки предприятия ОАО «Ростелеком» по степени охвата рынка Московской области экспертами были выделены следующие критерии по важности рыночного потенциала:

- полнота предлагаемого охвата рынка (по сегментам рынка);
- коэффициент доверия клиента.

При выборе показателей руководители предприятий нередко сталкиваются с многозначностью критериев деятельности телекоммуникационных услуг. Применение экспертных оценок позволило принять решение по выбору факторов, имеющих наибольшее влияние на формирование комплексного критерия рыночного потенциала телекоммуникационных услуг. Опыт показывает, что применение экспертных оценок позволяет не только рассмотреть множество аспектов и факторов, но и объединить различные подходы, с помощью которых руководители операторов связи находят наилучшее решение.

Полнота предлагаемого охвата зависит от сегментов, которые представлены на рынке телекоммуникационных услуг Московской области. Необходимо отметить, что при исследовании сегментов рынка были рассмотрены следующие рынки телекоммуникационных услуг - г. Дубна, Химкинский район, г. Дзержинский. Степень доверия потенциального клиента телекоммуникационной услуги зависит от уровня экономического состояния клиента. Экспертами было выявлено, что на 10 потенциальных клиентов реальных потребителей приходится всего 5 востребованных предлагаемых услуг.

Таблица 6. - Комплексный критерий рыночного потенциала телекоммуникационных услуг Московской области

Показатели	На октябрь 2009 Года		
	Сегменты		
	г. Дубна	Химкинский район	г. Дзержинский
Количество сегментов (полнота предлагаемого охвата рынка)	4	5	7
Количество потенциальных клиентов	2	3	5
Комплексный показатель оценки (W)	1,16	1,58	2,42

На рисунке 6. представлен комплексный критерий рыночного потенциала телекоммуникационных услуг

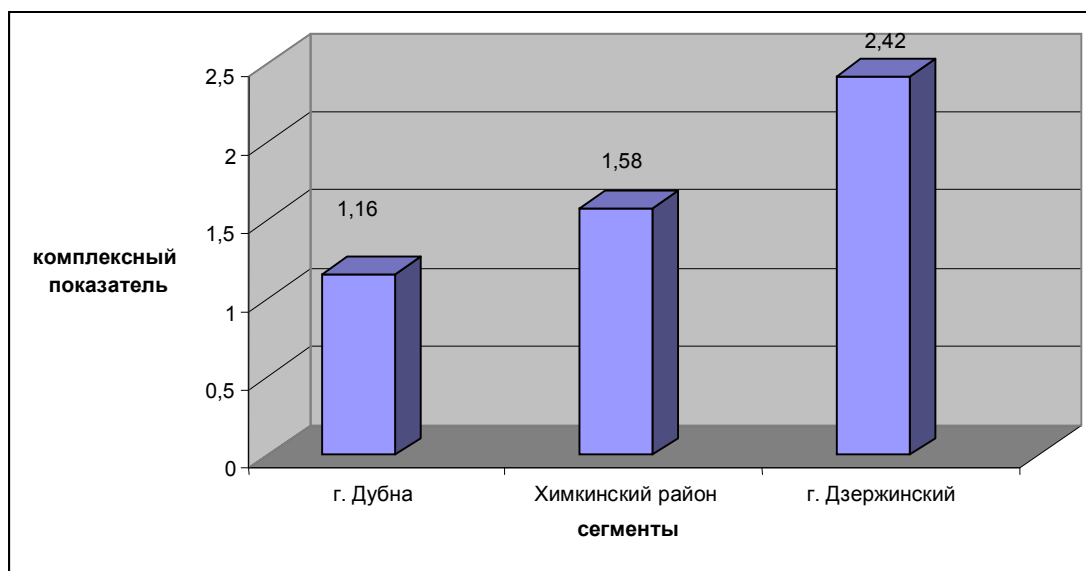


Рисунок 6. - Комплексный критерий рыночного потенциала телекоммуникационных услуг

Из рисунка 6 видно, что наблюдается тенденция роста критерия рыночного потенциала предприятия 2.42.- рынка г.Дзержинский, в меньшей степени – 1,16 г. Дубна. Применение комплексного критерия рыночного потенциала телекоммуникационных услуг в практике дает возможность повысить обоснованность управленческих решений, структурировать направления развития деятельности, ориентируясь на значимость различных составляющих комплексного критерия.

Комплексный критерий рыночного потенциала телекоммуникационных услуг является важным инструментом совершенствования управления на всех уровнях. Данная методика, являясь одним из инструментов комплексного экономического анализа, позволяет также расширить научный аппарат принятия решений.

Комплексный критерий дает возможность аналитическим службам предприятий, менеджерам, руководителям точнее выбирать наиболее важные цели и направления развития, находить наилучшие варианты решения сложных проблем в сфере развития деятельности операторов связи.

Стратегия компании ОАО «Ростелеком» должна быть нацелена на рост и перспективное решение существующих проблем путем совершенствования качества услуг, систем менеджмента, используя собственные сильные стороны и возможности внешней среды, а также, принимая во внимание факт наличия сильных конкурентов, предприятию необходимо придерживаться стратегии избирательной реакции на поведение конкурентов в области рекламы, ценообразования.



Автором предлагается схема организации внедрения телекоммуникационной услуги. Данная схема представляет собой практически все основные и вспомогательные процессы организаций деятельности в сфере телекоммуникационных услуг (Рис. 7).

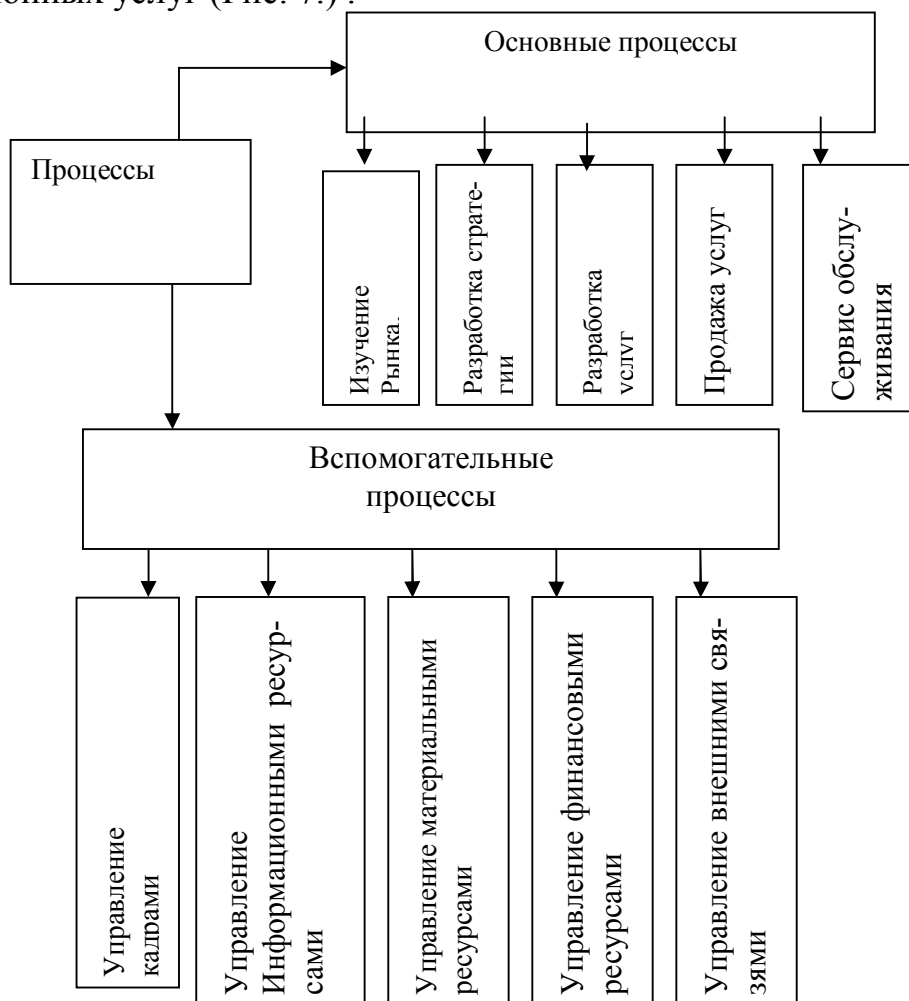


Рисунок 7. - Схема процесса внедрения телекоммуникационной услуги

Специфика каждой компании в сфере телекоммуникационных услуг определяется непосредственно тем, как устроены и реализованы эти процессы.

Подчинение структуры организации деятельности в сфере консалтинговых услуг процессам стратегии дает возможность предвидеть будущее организации и определить его стратегические цели, затем выстроить бизнес-процессы таким образом, чтобы каждый из них был ориентирован на достижение конкретной цели (Рис. 8.) и лишь после этого формировать организационную структуру компании, которая бы обеспечивала эффективное исполнение бизнес-процессов.

Из рисунка 8. видно, что используется процессно-ориентированный подход позволяющий объединить отдельные, иногда разрозненные усилия подразделений, направленные на выполнение конкретных функций, в единую цепочку объединенных усилий организации деятельности в сфере телекоммуникационных услуг, направленных на достижение конкретных стратегических результатов - предоставление клиенту качественной услуги в кратчайшие сроки.

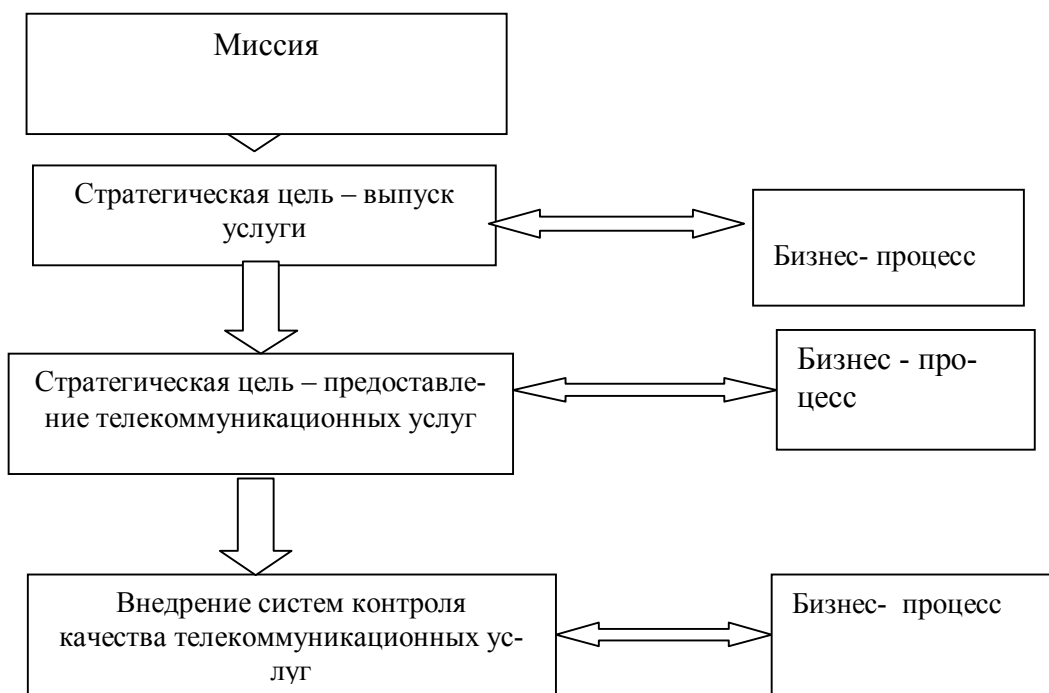


Рисунок 8- Схема стратегий организации деятельности в сфере телекоммуникационных услуг

Стратегии организации деятельности в сфере телекоммуникационных услуг позволяют учесть такие важные аспекты бизнеса, как ориентация на конечный продукт (услугу), заинтересованность каждого конкретного исполнителя в повышении качества услуги и, как следствие, заинтересованность в качественном выполнении своей работы.

Применение к организации комплексной системы управления телекоммуникационными услугами необходимо проведение следующих мероприятий:

- определить идею вертикальной интеграции и понятия естественной бизнес-единицы, уже заложенных в структуру управления этих организаций деятельности в сфере телекоммуникационных услуг;

- выявить структурные ошибки управления и выработать процедуры по их устранению;

- получить наилучшие результаты на этапе внедрения, снизить трудозатраты на поддержку и развитие системы (это обусловлено хорошей структурированностью полученной системы и введением стандартов);

- снизить стоимость проекта в целом и сократить сроки его внедрения.

Одной из наиболее важных стратегических проблем ведения бизнеса в телекоммуникационной отрасли является то, что постоянно приходится сталкиваться с рисками и оценивать возможности. Чтобы добиться успеха компаниям следует придерживаться нескольких рекомендаций:

- удерживать лидерство в отрасли, рискуя и используя созидательную стратегию. Сфокусированная стратегия дифференциации, направленная на достижение превосходства в качестве услуги, обычно является наилучшей для достижения начального конкурентного преимущества;

- активно поддерживать технологический процесс, улучшать качество услуги и разрабатывать привлекательные для потребителя характеристики услуги;
- выявить новые потребительские сегменты и новые способы применения услуги;
- быстро реагировать на технологические изменения, появившиеся новые технологии, когда определены пути их дальнейшего развития;
- использовать способ снижения цен для привлечения на рынок группы покупателей, которые реагируют на изменение цены;
- ожидать выхода на рынок финансово устойчивых аутсайдеров, использующих агрессивные стратегии. Это возможно в то время, когда предполагаемый риск от инвестиций в отрасль уменьшается.

## **ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

**1. С целью обоснования, упорядочения и частичного расширения понятийного аппарата необходимого для организации деятельности предприятий телекоммуникационных услуг проведен анализ и осмысление существующих и наиболее часто употребляемых экономических категорий: рынок телекоммуникационных услуг, телекоммуникационная услуга.**

Автором внесено дополнение в определение рынка телекоммуникационных услуг – «это экономическое взаимодействие производителя и клиента в целях минимизации затрат и получения оптимального уровня дохода».

**2. Представлены современные подходы к мониторингу рынка телекоммуникационных услуг. Для решения** данной проблемы автором предложено создание системы мониторинга рынка телекоммуникационных услуг на основе системного подхода, основанного на изучении существующего и прогнозируемого спроса.

**3. Осуществлена систематизация методов оценки стоимости телекоммуникационных услуг** с применением метода полных издержек, метод стоимости оказания услуги, маржинальных издержек, метод рентабельности инвестиций. Оценивая стоимость телекоммуникационных услуг необходимо определять базовые цены, т.е. цены без скидок, наценок, страховых, сервисных компонентов с целью достижения результатов работы компании.

**4. Автором обобщена и представлена оценка возможности вывода на рынок новой телекоммуникационной услуги.** Комплекс проблем телекоммуникационных услуг связан с законодательным разграничением телекоммуникационных рынков в области связи – прежде всего это отсутствие единого подхода, верифицируемых критериев классификации и идентификации рынков, несогласованность основных понятий, излишне усложненная классификация услуг, которая приводит к неизбежным противоречиям. Предметом регулирования рынка телекоммуникационных услуг являются: оптовые рынки доступа и использования сети связи, а также розничные рынки услуг связи для конечного пользователя. Дальнейшая классификация рынков строится на основании дан-

ных о спросе и предложении. Ведущая роль отводится регулированию доступа в инфраструктуру и межоператорских взаимодействий.

**5. Представлен анализ и оценка состояния рынка телекоммуникационных услуг.** Телекоммуникационная отрасль в условиях финансового кризиса 2008 г., сумела поддержать состояние надежного заемщика и осталась привлекательными для инвесторов. Российский рынок телекоммуникационных услуг обладает значительным потенциалом роста.

**6. Раскрыты особенности рынка телекоммуникационных услуг.**

Представлено распределение объема реализации телекоммуникационных услуг населению Московской области в 2007 г. Оно формируется следующим образом: 8 % - почтовая связь, 31% - междугородная, внутризоновая и международная связь, 42 % - городская телефонная связь, 5% - сельская телефонная связь, 9% - документальная электронная связь, 3 % - радиосвязь, радиовещание; 2% - другое. Развитие отрасли связи в Московской области связано с уменьшением диспропорций в уровне услуг связи в муниципальных образованиях, обеспечение доступности услуг связи, телевидения и Интернета населению Московской области, телефонизация населенных пунктов.

**7. Обоснованы и применены экономические факторы работы предприятия телекоммуникационных услуг.**

Произведена оценка факторов успеха работы предприятия. Автором предложены следующие технологические решения для устранения неэффективных работ: внедрение модуля ERP-системы для работы с дебиторами; внутрикорпоративная система формирования заказов с функциями планирования и прогнозирования – доступ к системе осуществить через WEB-интерфейс;

**8. Произведена оценка соответствия спроса и предпочтений на рынке телекоммуникационных услуг.** Автором обоснован и предложен ряд мероприятий. Предприятие можно представить в виде следующих блоков (составляющих): блок услуг, функциональный блок, ресурсный блок, организационный блок, блок управления. По этой методике потенциал предприятия может быть определен по состоянию каждого из блоков. Система оценок была произведена на основе баллов с учетом значимости каждого показателя или фактора.

Автором предложен и обоснован комплексный критерий рыночного потенциала телекоммуникационных услуг. Комплексный критерий рыночного потенциала телекоммуникационных услуг является важным инструментом совершенствования управления на всех уровнях. Данная методика, являясь одним из инструментов комплексного экономического анализа, позволяет также расширить научный аппарат принятия решений.

**9. Определены особенности анализа внешних стратегических факторов предприятия.** Реакция компании на факторы внешней среды находится на среднем уровне, что связано с недостаточным вниманием к такой важной составляющей внешней среды, как изучение спроса, динамики потребностей реальных и потенциальных потребителей услуг компании, удовлетворенности деятельностью предприятия, качеством, стоимостью услуг и сервисом, а также состояния и развития конкурентной среды.

Автором представлена структура информационных процессов в рамках применения CRM при предоставлении телекоммуникационных услуг.

**10. Автором на основе экспертных оценок проведен анализ внешних факторов влияющих на компанию ОАО «Ростелеком».**

Результаты анализа внешних и внутренних факторов деятельности организации позволяют выделить несколько основных проблем, стоящих перед предприятием ОАО «Ростелеком» на современном этапе:

1) совершенствование качества услуг исходя из результатов анализа требований потребителей, как основного конкурентного преимущества на рынке услуг Интернет-провайдеров;

2) непрерывное освоение инновационных технологий, разработок в сфере Интернет;

3) систематический сбор и анализ информации о динамике потребностей действительных и потенциальных клиентов предприятия.

## **ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ СЛЕДУЮЩИЕ РАБОТЫ**

*в изданиях, рекомендованных ВАК:*

1.Токмин К.И. Управление и планирование деятельности телекоммуникационных компаний в период финансового кризиса// Журнал «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция». – Москва, 2010 – № 2. – (0,5 п.л.).

2.Токмин К.И. Проблемы управления и планирования деятельности телекоммуникационных компаний в период финансового кризиса// Журнал «Вестник университета ГУУ».- Москва, 2010-№9.-(0,4 п.л.).

*в других изданиях:*

3. Токмин К.И., Арустамов Э.А. Развитие мирового рынка телекоммуникационных услуг// Сборник Международной научной конференции молодых ученых – преподавателей, сотрудников, аспирантов и соискателей «Новые идеи и потенциал молодых – коопераций в России». – Москва, 2007 – С.235-236 (0,2 п.л.).

4. Токмин К.И. Особенности развития мирового рынка телекоммуникационных услуг// Сборник Международной научной конференции молодых ученых – преподавателей, сотрудников, аспирантов и соискателей «Новые идеи и потенциал молодых – коопераций в России». – Москва, 2007 – С.237-238 (0,2 п.л.).

5. Токмин К.И. Перспективы развития рынка телекоммуникационных услуг// Сборник Международной научной конференции молодых ученых –

преподавателей, сотрудников, аспирантов и соискателей «Социально-экономические проблемы кооперативного сектора экономики». – Москва, 2008 – С.146-147 (0,2 п.л.).

6. Токмин К.И., Арустамов Э.А. Анализ организационно-экономической ситуации на рынке телекоммуникационных услуг Московской области // Сборник Международной научной конференции молодых ученых – преподавателей, сотрудников, аспирантов и соискателей «Социально-экономические проблемы кооперативного сектора экономики». – Москва, 2008 – С.148-149 (0,2 п.л.).

7. Токмин К.И. Динамика рынка телекоммуникационных услуг в России// Сборник Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов Российского университета кооперации, кооперативных вузов стран СНГ «Традиции и инновации в корпоративном секторе национальной экономики». – Москва, 2008 – С.647-648 (0,2 п.л.).

8. Токмин К.И. К вопросу о тарифной политике на рынке телекоммуникационных услуг// Сборник Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов Российского университета кооперации, кооперативных вузов стран СНГ «Традиции и инновации в корпоративном секторе национальной экономики». – Москва, 2008 – С.649-650 (0,2 п.л.).

9. Токмин К.И., Арустамов Э.А. Обеспечение равноправной конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг// Сборник международной научно-практической конференции «Управление торговлей: теория, практика, инновации». – Москва, 2008 – С.490-492 (0,3 п.л.).

10. Токмин К.И. Инфраструктура рынка телекоммуникационных услуг в России// XV Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». – Москва, 2008 – (0,2 п.л.).

11. Токмин К.И. Проблемы и тенденции развития предприятий в сфере телекоммуникационных услуг// Сборник Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов Российского университета кооперации, кооперативных вузов стран СНГ «Кооперация России: приоритеты развития». – Москва, 2009 – С.470-471 (0,2 п.л.).

12. Токмин К.И., Арустамов Э.А. Оценка соответствия спроса и предпочтений на рынке телекоммуникационных услуг Московской области// Международная научно-практическая конференция Чайновские чтения «Стратегия развития кооперации в России» – Москва, 2009 – С.451-455 (0,5 п.л.).

13. Токмин К.И., Арустамов Э.А. Проблемы регулирования и реформирования общероссийского и региональных рынков телекоммуникационных услуг// Сборник II Международной научно-практической конференции «Соци-

ально-экономические проблемы кооперативного сектора экономики». – Москва, 2009 – С.333-336 (0,4 п.л.).

14. Токмин К.И. Рынок «Цодостроения» в период экономического кризиса// Сборник II Международной научно-практической конференции «Социально-экономические проблемы кооперативного сектора экономики». – Москва, 2009 – С.337-341 (0,3 п.л.).

15. Токмин К.И. Специфика работы CRM в IT компании в период финансового кризиса// Сборник Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников вузов России и зарубежных стран «Современные формы взаимодействия общества, кооперации и государства в период модернизации». – Москва, 2009 – С.542-544 (0,3 п.л.).

Подписано в печать 15.11.2010г.  
Объем 1,69 уч.-изд. л. Тираж 100 экз.

Издательство РУК  
«Наука и кооперативное образование»  
141014, Московская область, г. Мытищи,  
ул. В. Волошиной, 12