

Szczeciński s.101.

4. Ustawa z dnia 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami.

5. Raport o sytuacji na rynku nieruchomości mieszkaniowych i komercyjnych w Polsce w 2018 r., wrzesień 2019 r., Narodowy Bank Polski.

6. Rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 21 września 2004 w sprawie wyceny nieruchomości i sporządzania operatu szacunkowego.

УДК 338.1

Савельев А. А., аспирант

ГАО ВО г. Москвы «Московский городской педагогический университет»,
г. Москва, Российская Федерация

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА

В настоящей статье автор исследует влияние политических, экономических, социальных и технологических факторов на развитие российского телекоммуникационного рынка. Выбранный инструмент проведения исследования – PEST-анализ.

Современный телекоммуникационный рынок в Российской Федерации представлен федеральными, мультирегиональными, региональными и локальными операторами подвижной и фиксированной электросвязи, а также так называемыми «виртуальными» операторами, предоставляющими услуги с использованием физической инфраструктуры других операторов [5, с. 268].

Ключевую долю рынка занимает мобильная связь (>60%), ~16, 12 и 11% занимают мобильная передача данных, фиксированная передача данных, и фиксированная телефония, соответственно. Более 90% рынка занимают 5 крупнейших компаний: МТС, МегаФон, Ростелеком, Вымпелком (Beeline) и Tele2 [1]. Всего Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) на сегодняшний день выдано >6000 лицензий на оказание услуг связи по передаче данных, за исключением услуг связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации, >8000 лицензий на оказание телематических услуг связи, и т. д. [4].

Как и любой современный рынок, телеком подвержен постоянному воздействию различных институциональных факторов макро- и мезосреды, таких как политические институты (законодательные и исполнительные), экономические институты (государственные и рыночные), социальные институты (потребительское сообщество, рынок труда), технологические институты (производственные и информационные).

В России развитие телекоммуникационной отрасли происходит путём преодоления множества трудностей в процессе развития инфраструктуры и обеспечения граждан и предприятий по всей стране необходимыми современными средствами связи. Неотъемлемость телекоммуникационных сервисов в условиях информационного общества обуславливает интерес к рассмотрению факторов, влияющих на развитие рынка услуг связи.

В качестве инструмента для проведения исследования автором настоящей статьи выбран PEST-анализ – инструмент, предназначенный для выявления следующих аспектов макросреды, которые могут повлиять на стратегию: политических (policy), экономических (economy), социальных (society), технологи-

ческих (technology) [10, с. 36].

Далее рассмотрим несколько факторов для каждой из перечисленных составляющих, проследим их воздействие на участников исследуемого рынка и сформулируем выводы относительно характера влияния соответствующих факторов.

Можно выделить несколько ключевых *политических факторов*, влияющих на современный российский телекоммуникационный рынок.

В 2013-м году вступил в силу федеральный закон, обязывающий операторов подвижной связи реализовать услугу переносимости мобильных номеров (Mobile Number Portability, MNP), предоставляющую абоненту право сохранить свой абонентский номер (на безвозмездной или возмездной основе) при заключении договора на оказание услуг связи с другим оператором [2, с. 56]. Таким образом операторы потеряли один из инструментов удержания абонентской базы, ранее абоненты, несмотря на наличие претензий к конкретному оператору, не спешили переходить к конкурентам, поскольку изменение телефонного номера могло привести к потере части контактов. После внедрения MNP операторы прибегают к новым активностям в конкурентной борьбе, таким как разработка индивидуальных тарифных предложений, внедрение дополнительных услуг, постоянный мониторинг и повышение качества абонентского обслуживания и др. Несмотря на то, что внедрение MNP представляло собой сложный и затратный процесс, в целом влияние данного фактора можно оценить как положительное.

Присоединение Крыма к территории России в 2014 году достаточно быстро привело к тому, что сети сотовой связи украинских операторов на полуострове были выведены из эксплуатации. Дочерние компании российских телекоммуникационных операторов были вынуждены реорганизовать свои крымские филиалы в отдельные юридические лица российской юрисдикции во избежание санкций со стороны западных стран. Позднее некоторые из указанных организаций были реорганизованы путём присоединения к российским операторам связи в качестве структурных подразделений. Данные организационные мероприятия в целом потребовали крупных и срочных инвестиций со стороны бюджетов российских компаний, что привело к отклонению от заданных планов развития бизнеса. С этой точки зрения влияние данного фактора можно оценить как отрицательное в краткосрочной перспективе. Абоненты сетей сотовой связи на территории Крыма были вынуждены менять SIM-карты для получения в пользование российских телефонных номеров. В общероссийском плане телефонной нумерации были выделены новые ёмкости для обслуживания крымских абонентов, что привело к снижению тарифов на звонки, т. к. стала применяться междугородняя тарификация взамен международной. Снижение тарифов на телефонные вызовы было компенсировано ростом трафика между Крымом и регионами РФ. С этой точки зрения влияние данного фактора можно оценить как положительное.

Самым заметным фактором влияния политических институтов на телекоммуникационный рынок за последнее десятилетие можно считать принятие в июле 2016 года двух Федеральных законов (ФЗ) антитеррористической направленности (№ 374-ФЗ и № 375-ФЗ), которые в публичных обсуждениях получили название «закон Яровой» - по фамилии одного из инициаторов процесса рассмотрения и последующего утверждения данных ФЗ. Федеральный закон № 374-ФЗ, в числе прочего, выдвигает жёсткие требования к операторам связи в части хранения информации, как служебной, так и пользовательской, транслируемой по сети, в течение 6 месяцев с момента передачи. По оценкам операторо-

ров связи и независимых источников, реализация требований, изложенных в Федеральном законе № 374-ФЗ, потребует колоссальных инвестиций и затрат [9, с. 64]. Поскольку законопроект не предполагает компенсации затрат операторов на создание и эксплуатацию инфраструктуры, позволяющей хранить гигантские объёмы информации, прогнозируется повышение тарифов на услуги связи для абонентов. Кроме того, внедрение таких технологий потенциально может привести к злоупотреблениям и нарушению частной жизни и тайны связи. В целом влияние данного фактора оценивается как отрицательное.

В качестве примера влияния государственных *экономических* институтов на развитие телекоммуникационного рынка рассмотрим налоговую политику, проводимую государством в постсоветский период. Желание предпринимателей защититься от притязаний государства на участие в доходах от коммерческой деятельности формирует тенденцию придания бизнесу непрозрачного характера (например, организационные границы фирм, входящих в локальные сообщества, чрезвычайно размыты) и активизации трансфертов активов между фирмами (как если бы они представляли собой одно целое) [3, с. 146]. Так, среди региональных операторов фиксированной связи можно найти множество примеров, где одну телекоммуникационную инфраструктуру одновременно эксплуатируют несколько юридических лиц, де-юре не связанных между собой, а де-факто являющихся одной компанией с централизованным управлением, единой штатной структурой, сотрудники которой могут быть официально трудоустроены в разных юридических лицах. Повышение НДС с января 2019 года на 2 процентных пункта привело к пропорциональному (а иногда и непропорциональному) повышению тарифов на услуги связи для абонентов. В целом влияние налоговой политики на развитие рынка можно охарактеризовать как отрицательное.

Рассматривая влияние факторов мезосреды, следует отметить, что ключевой особенностью телекоммуникационного рынка является тот факт, что потребители являются не разовыми покупателями, а регулярными абонентами – подписчиками, использующими услуги на постоянной основе. Данная особенность послужила причиной уникальной в своём роде конкурентной политики, сложившейся на рынке: когда ценовая конкуренция теряет свою эффективность, менеджмент компаний делает акцент на иных стратегиях, в т. ч. направленных на повышение качества оказания услуг связи и абонентского обслуживания (клиентского сервиса) [5, с. 269]. В условиях тенденции к олигополизации и замедления темпов развития рынка [7], [8] влияние данного фактора следует считать, безусловно, положительным.

К факторам воздействия *социального* института на развитие рынка следует отнести взаимодействие операторов связи с потребителями и собственным персоналом.

Принято считать, что мы живём в эпоху информационного общества. Сегодня, как никогда, наблюдается рост потребности человека в получении быстрого и качественного доступа к информационным ресурсам, потребности в оперативной деловой и личной коммуникации, молодое поколение с трудом способно организовать собственный досуг без наличия доступа к средствам связи и информационным технологиям. Потребители предъявляют всё более жёсткие требования к доступности и качеству услуг связи, имеют возможность выбора. Эти требования диктуют необходимость непрерывного технологического, инфраструктурного и маркетингового развития услуг связи, сегодня потребители имеют возможность выбрать поставщика услуг связи не только в крупных го-

родах, но и в провинции. Влияние данного фактора на развитие рынка можно охарактеризовать как положительное.

В условиях экономического кризиса повышается уровень безработицы в государстве, что заметно сказывается на отношении населения к работе. В «тяжелые времена» работники склонны усмирять свои карьерные амбиции, находить пути разрешения конфликтов на работе, прилагать усилия для профессионального совершенствования и достижения наилучших результатов в рамках занимаемой позиции [6, с. 229]. Лояльность персонала позволяет руководству телекоммуникационных компаний проводить грамотную кадровую политику, включать перспективных служащих в кадровый резерв и т. д. Данный социальный фактор можно оценить как позитивный.

В качестве примеров влияния *технологических* факторов на сети фиксированной электросвязи приведём изобретение и распространение волоконно-оптических кабелей в конце 2000-х годов по настоящее время. Операторы связи быстро оценили экономичность и производительность передачи данных по оптическим каналам по сравнению с медными, что позволило расширить производительность сетей связи и обеспечить потребителей широкополосным доступом к сети Интернет на высоких скоростях передачи данных.

В мобильном секторе телекоммуникаций технологии развиваются более быстрыми темпами. Технологии мобильной связи классифицируются по поколениям в соответствии с технологическими разработками. Поколения определяются как 1G-5G, в зависимости от скорости передачи данных, определенной Международным союзом электросвязи (МСЭ). В таблице 1 приведена сводная информация о поколениях технологий мобильной связи.

Таблица 1 – Поколения мобильной связи

	1G	2G	3G	4G	5G
Сервисы	Только голос	Голос и текст	Видеосвязь, беспроводной Интернет	Высокое качество воспроизведения голоса, мультимедиа	Связь в режиме реального времени, передача голограмм
Пропускная способность	10 Кбит/сек	64 Кбит/сек	2 Мбит/сек	1 Гбит/сек	20 Гбит/сек
Ввод в коммерческую эксплуатацию	1981	1991	2000	2012	2020
Технологии	AMPS	CDMA, GSM	WCDMA	LTE	IMT-2020

Согласно классификации МСЭ, в настоящее время мы находимся в эре 4G [11, с. 12].

В целом влияние института технологий на телекоммуникационный рынок следует оценить как положительное.

По итогам проведённого анализа можно заключить, что российский телекоммуникационный рынок представляет собой динамичный организм, обеспечивающий эффективную жизнедеятельность современного общества и развивающийся в соответствии с актуальными глобальными тенденциями. Несмотря на наличие негативного воздействия некоторых внешних факторов, развитие не останавливается. Для того, чтобы развитие не стояло на месте, менеджменту операторов связи следует использовать весь имеющийся в распоряжении инструментарий стратегического

анализа, а учёные – экономисты должны своевременно разрабатывать и предлагать рынку актуальные инструменты.

Литература

1. Анализ российского рынка телекоммуникационных услуг: итоги 2016 г., прогноз до 2019 г. [Электронный ресурс] / РБК. – 2017. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/10081>. – Дата доступа: 10.11.2019.
2. Бухарев, И.А. Развитие проекта MNP в Российской Федерации / И.А. Бухарев, В.В. Плахов // Т-Comm: Телекоммуникации и транспорт : – 2017. – Том 11. № 1. – С. 52-56.
3. Ломовцева, О.А. Институциональные факторы развития сетевых форм организации бизнеса // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. – 2005. – №9. – С. 145-149.
4. Реестр лицензий в области связи [Электронный ресурс] / Роскомнадзор – 2019. – Режим доступа: <https://rkn.gov.ru/communication/register/license/> – Дата доступа: 10.11.2019.
5. Савельев, А. А. Mystery shopping, CSI&NPS vs AI: актуальные методы контроля качества клиентского сервиса на российском телекоммуникационном рынке // Гуманитарное образование в экономическом вузе : материалы VII Международной научно-практической очно-заочной конференции. 1-28 ноября 2018 г. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2019. – С. 268-272.
6. Савельев, А. А. PEST-анализ как инструмент определения стратегического развития на примере федерального оператора почтовой связи // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях: сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции – Санкт-Петербург – 2016. – № 3. – С. 226-230.
7. Телеком 2018 [Электронный ресурс] / CNews. – 2018. – Режим доступа: http://www.cnews.ru/reviews/telekom_2018 – Дата доступа: 10.11.2019.
8. Телеком 2019 [Электронный ресурс] / CNews. – 2019. – Режим доступа: https://www.cnews.ru/reviews/telekom_2019 – Дата доступа: 10.11.2019.
9. Углов, И. В. Пути реализации «закона Яровой» в телекоммуникационной отрасли // Т-Comm: Телекоммуникации и транспорт.– 2017. – № 7. – С. 62-64.
10. Чернышев, М. А. Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 506 с. – (Высшее образование).
11. Choi Ch. Predicting customer complaints in mobile telecom industry using machine learning algorithms // A Thesis Submitted to the Faculty of Purdue University In Partial Fulfillment of the Requirements for the degree of Master of Science in Industrial Engineering : School of Industrial Engineering, West Lafayette, Indiana – 2018. – 77 с.

УДК 338.266.4

Струц А. И., магистрант

УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ОСНОВЕ КРИТИЧЕСКИХ ОБЪЕМОВ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТРЕСТ № 8»)

В современных условиях необходимо уделять больше внимания вопросу управления затратами, поскольку только так можно достигнуть преимущества над своими конкурентами путем получения более низкой по сравнению с ними себестоимости выпускаемых изделий, а также выполняемых строительно-монтажных работ (далее – СМР). Результатом и целью деятельности предприятий является извлечение конечной прибыли, на что непосредственно влияет процесс управления затратами.

Участники строительства сегодня поставлены в очень тяжелые условия ра-