

Модуль 3. Характеристика рынка услуг в отрасли инфокоммуникаций

Под инфокоммуникационной услугой понимают результат экономической деятельности по удовлетворению потребностей пользователей в передаче и распространении созданной с помощью информационных и телекоммуникационных технологий информации. Определяющим признаком отнесения продукта и услуги к отраслевому рынку инфокоммуникаций является однородность потребности в передаче (пересылке) созданной на материальном или цифровом носителе информации и технологической основы производственного процесса — применении инфокоммуникационных технологий и сетей. В связи с тем, что номенклатура инфокоммуникационных услуг постоянно расширяется, это создает определенные трудности в выполнении их классификации. На рисунке 3.1 представлена одна из возможных, наиболее полных и удачных, с точки зрения авторов, классификация услуг и продуктов инфокоммуникационного рынка.

Инфокоммуникационные услуги по рыночным сегментам подразделяются на три группы: сектор связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Рыночная среда оказания инфокоммуникационных услуг отражает взаимодействие как всех участников рынка, так и внешних его субъектов (рисунок 3.2).

На потребительском рынке выделяются две, отличающиеся характером потребления и участием в производстве и потреблении инфокоммуникационных услуг, группы клиентов: частные и корпоративные.

Производственный рынок инфокоммуникаций представлен совокупностью конкурирующих на рынке производителей и провайдеров инфокоммуникационных услуг (операторов связи, инфокоммуникационных компаний, сервис-провайдеров), оказывающих взаимозаменяемые услуги, и производителей инфокоммуникационного оборудования.

Остановимся более подробно на **особенностях отрасли**.

Первая особенность связана со спецификой создаваемого продукта, который не является новым вещественным продуктом, а представляет собой конечный полезный эффект процесса передачи информации, выступающий в форме услуги.

Вторая особенность характеризуется неотделимостью во времени процесса потребления услуг связи от процесса их производства.

Третья особенность отрасли состоит в том, что в производственном процессе информация как предмет труда должна подвергаться только пространственному перемещению.

Четвертая особенность заключается в том, что процесс передачи информации всегда является двусторонним и участвуют в нем, как правило, несколько организаций связи.



Рисунок 3.1– Классификация услуг и продуктов инфокоммуникационной отрасли



Рисунок 3.2-Рыночная среда оказания инфокоммуникационных услуг

Телекоммуникационный рынок имеет ряд своих специфических особенностей.

1. Телекоммуникационная отрасль представляет собой отрасль доступа. Потребителям услуг предоставляется право доступа к технологическим возможностям сети без права владения.

2. Телекоммуникационный рынок – это рынок с сетевым эффектом. Под сетевым эффектом понимают дополнительные преимущества, получаемые новыми потребителями услуг в следствии того, что этими услугами уже пользуется большое число других потребителей, т.е. ценность услуги для одного потребителя зависит от количества потребителей этой услуги.

Специалисты выделяют прямые сетевые эффекты, при которых ценность услуги напрямую зависят от роста числа пользователей, и косвенные, обусловленные развитием комплементарных рынков, доступность и ценность которых связана с потреблением базовой услуги. Например, рост числа абонентов мобильной связи увеличивается количество точек продаж телефонов и оплаты услуг мобильной связи. Для телекоммуникационного рынка особую роль и значимость имеет косвенный сетевой эффект.

3. Телекоммуникационный рынок представляет рынок с вертикальной дифференциацией продукта, при которой качественные характеристики предоставляемой услуги повышаются или снижаются одновременно для всех ее потребителей.

4. Телекоммуникационный рынок характеризуется сетевой олигополией, при которой увеличение размера рынка не приводит к росту числа фирм и их рыночной доли при росте абсолютной величины продаж.

Связь является одной из отраслей производственной инфраструктуры страны, это **отрасль материального производства**, а результат деятельности отрасли не имеет вещественного характера.

Функции связи состоят в оказании потребителям услуг по передаче различного рода сообщений: писем, телеграмм, телефонных разговоров, данных и других видов информации.

В отрасли связи создается потребительная стоимость и стоимость.

Потребительная стоимость – это полезный эффект процесса передачи сообщений, который потребляется в производственной и непроизводственной сферах, общественной и личной жизни людей. Создаваемая в отрасли связи стоимость включается в валовой внутренний продукт.

В создании услуг связи аналогично промышленности и другим отраслям производства участвуют средства труда, предметы труда и труд работников связи.

Услуга связи — это конечный полезный результат производственной деятельности операторов (организаций) связи по передаче информации.

Наиболее часто встречающиеся классификационные признаки и соответствующие им характеристики услуг представлены в таблице 3.1.

В зависимости от характера создаваемого потребительского эффекта услуги связи выступают в двух формах:

–в форме передачи (пересылки) единичных сообщений (отправлений), например, телеграмм, телефонных разговоров, писем, посылок и др. или, как условно принято называть, в форме обмена;

–в форме предоставления потребителям абонентского устройства доступа к сети (абонентских линий, таксофонов, радиоточек, установок абонентского телеграфа и других) или технических средств в аренду, которые используются абонентами для передачи и приема различных видов информации.

Таблица 3.1 - Классификационные признаки услуг связи и их характеристики

Признаки классификации услуг	Классификационные характеристики услуг
По характеру создаваемого потребительского эффекта	–Услуги в форме передачи единичных сообщений. –Предоставление абонентского устройства доступа к сети или технических средств в пользование (аренду)

По потребительским свойствам	–Основные –Дополнительные
По виду передаваемой информации	–Текст –Голос –Изображение –Мультимедиа
По виду доступа	–Доступ в течение определённого времени –Фиксированный доступ –Подвижный доступ
По территориальному охвату пользователей	–Услуги местной связи –Услуги внутризоновой связи –Услуги междугородной связи –Услуги международной связи
По способу обмена информацией	–Односторонний –Двухсторонний (интерактивный)
По скорости обмена	–Простые –Срочные –Низкоскоростные –Высокоскоростные
По уровню доступности потребителям	–Общедоступные –Универсальные
По характеру использования	–Услуги конечным потребителям –Услуги доступа и передачи трафика
По стадии (фазе) жизненного цикла	–Традиционные –Новые (инновационные)
По используемому механизму ценообразования	–Услуги, тарифы на которые регулируются государством –Услуги, тарифы на которые устанавливаются операторами самостоятельно –Бесплатные услуги

Услуга связи обладает стоимостью и потребительной стоимостью.

Стоимость определяется необходимыми затратами, связанными с передачей информации, и включает в себя себестоимость и прибыль.

Потребительная стоимость выражается в полезном эффекте каждого вида услуг, удовлетворяющего конкретные потребности в передаче различного рода информации.

С точки зрения методики расчетов различают три группы показателей услуг, выраженных:

— обменом (числом телеграмм, междугородных телефонных разговоров или почтовой корреспонденции);

— каналами связи, предоставляемыми в длительное пользование потребителям (например, радиотрансляционные точки);

— числом каналов-часов работы средств радиосвязи, радио- и телевизионного вещания, космической связи.

Таблица 3.2—Доходы отрасли за 9 месяцев 2022 года, млн.руб.

Наименование показателей	9 месяцев 2022 года
Доходы от услуг связи - всего	1 461 730,7
Объем реализации услуг связи населению-всего	736 847,6
Почтовая связь - всего	130 070,4
Почтовая связь от населения	25 818,2
Спецсвязь - всего	8 256,8
Междугородная, внутризоновая и международная телефонная связь-всего	33 026,6
Междугородная, внутризоновая и международная телефонная связь от населения	2 139,5
Местная телефонная связь в городской местности - всего	54 227,2
Местная телефонная связь в городской местности от населения	21 079,8
Местная телефонная связь в сельской местности - всего	5 269,4
Местная телефонная связь в сельской местности от населения	3 591,7
От соединений, предоставленных с использованием всех типов таксофонов - всего	4,8
От соединений, предоставленных с использованием всех типов таксофонов от населения	1,0
Документальная электросвязь - всего	573 204,4
Документальная электросвязь от населения	363 580,7
Радиосвязь, радиовещание, телевидение и спутниковая связь - всего	97 613,7
Радиосвязь, радиовещание, телевидение и спутниковая связь от населения	39 931,6
Проводное вещание - всего	2 483,5
Проводное вещание от населения	2 295,2
Подвижная связь - всего	343 327,1
Подвижная связь от населения	278 409,0
От услуг присоединения и пропуска трафика - всего	211 728,8
От услуг по обеспечению регулирования использования радиочастотного спектра и радиоэлектронных средств (РЭС)-всего	2 218,7

От услуг по обеспечению регулирования использования радиочастотного спектра и радиоэлектронных средств (РЭС) от населения	0,9
От взаимодействия операторов почтовой связи с операторами электросвязи-всего	299,4

К универсальным услугам связи, оказание которых является обязательным для операторов универсального обслуживания любому пользователю в заданный срок, с установленным качеством и по доступной цене, на отечественном рынке относятся:

- услуги почтовой связи по удовлетворению нужд пользователей в обмене письменной корреспонденцией в пределах территории Российской Федерации;
- услуги телефонной связи с использованием таксофонов;
- услуги по передаче данных и предоставлению доступа к сети Интернет с использованием пунктов коллективного доступа.

Важнейшие тенденции развития производства и потребления услуг связи представлены на рисунке 3.3.



Рисунок 3.3–Тенденции производства и потребления услуг связи

В планово-экономической работе организаций связи используют натуральные измерители, являющиеся единицами измерения потребительной стоимости, и денежные, которые выступают в качестве доходов.

В отрасли связи существуют два специфических термина:

–нагрузка–число сообщений, поступивших в организацию связи за определенный период времени (час, сутки, месяц);

-обмен–фактически переданный объем сообщений за тот же период времени.

Объем работ, связанный с техническим обслуживанием каналов и трактов, сооружений связи определяется числом обслуживаемых средств и сооружений связи.