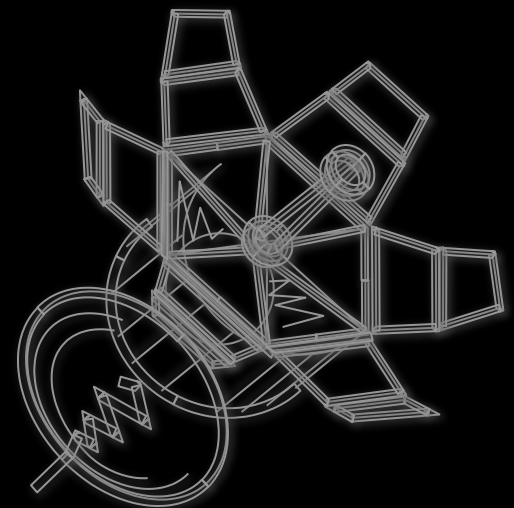


Экономическая характеристика отрасли связи



Отрасль связи – это отрасль материального производства

- в процессе труда происходит перемещение информации (передача изображений, звука, текста, знаков и так далее), в результате воздействия человека с помощью средств труда на материальный носитель информации;
- отрасль связи участвует в создании национального дохода и совокупного общественного продукта страны;
- продукция связи используется предприятиями производственной сферы и при потреблении ее стоимость добавляется к стоимости производственного продукта. Если услуги связи потребляются в непроизводственной сфере или служат личному потреблению, то вместе с потреблением исчезает и их стоимость;
- продукт не изменяет своей внешней формы, а только меняет свое пространственное положение и не является новым вещественным продуктом, то есть относится к услугам, участвующим в процессе производства и непроизводственной сфере.



Роль и место отрасли инфокоммуникаций в общественном производстве

Инфокоммуникации - это новая отрасль, которая развивается как единое целое информационных и телекоммуникационных технологий. В инфокоммуникациях технологии связи используются как средство передачи информации различной природы на произвольные расстояния.



Экономическая сущность отрасли инфокоммуникаций.

Для понимания экономической сущности инфокоммуникаций их, прежде всего, следует рассматривать как вид деятельности, направленный на удовлетворение вполне определённых потребностей - услуга информационная и телекоммуникационная.



Экономические характеристики телекоммуникационной связи и информационных услуг

Невещественность предмета и результата производства, материальность факторов производства

Многономенклатурность единичных продуктов и терминалов связи

Неотделимость производства от потребления, оплата целого портфеля продуктов

Неотделимость производства от потребления, оплата целого портфеля продуктов

Двусторонний характер передачи информации и сетевой характер построения сети доступа

Экономические характеристики отрасли инфокоммуникаций

Невещественность услуг, материальность факторов производства, виртуальная среда бизнеса

Мультисервисность и пакетность услуг (продуктов), единый терминал

Разделение производства продуктов по этапам, контент - агрегация, оплата продуктов по этапам или частям производственного процесса

Разделение производства продуктов по этапам, контент - агрегация, оплата продуктов по этапам или частям производственного процесса

Между операторами связи и клиентом имеются звенья: сервис-провайдер, системный интегратор; инфраструктура ИК имеет сетевой характер, сервис может не иметь сетевой инфраструктуры

Видовая и конкурентная
взаимозаменяемость и
взаимодополняемость продуктов

Макрогенерация (заменяемость) и
конвергенция услуг различных секторов
экономики на основе
инфокоммуникационных технологий
(ИКТ)

Неравномерность спроса влияет на
предложение и производственные
мощности

Влияние неравномерности спроса на
производственный потенциал
уменьшается из-за контент-продукции и
технологических возможностей
глобальных сетей

Несохраняемость услуг, значимость
качества и пассивность пользователя

Активная роль пользователя на основе
обратной интерактивной связи с
производителем и участия в процессе
создания продукта (генерации услуг)

Особенности отрасли

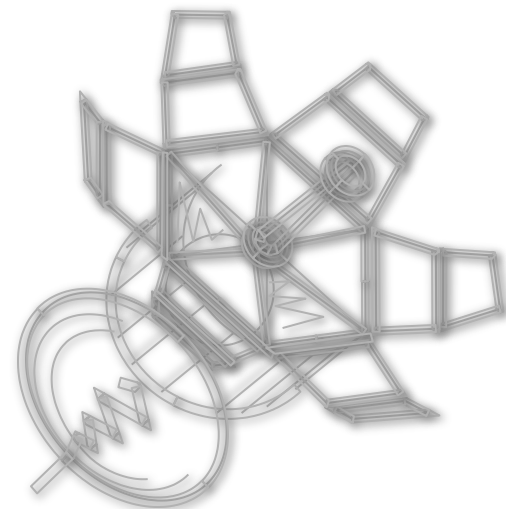
1. Продукция связи носит невещественный характер;
2. Процесс производства и процесс потребления продукции связи совпадают во времени;
3. Информация как предмет труда подвергается только пространственному перемещению.
4. Процесс передачи информации всегда является двухсторонним, т.е. между отправителем и получателем информации, возникает необходимость организации взаиморасчетов.
5. Неравномерность поступления нагрузки на предприятия связи.



Виды связи

Классификация в зависимости от характера и потребительной ценности услуг связи. К ним относятся:

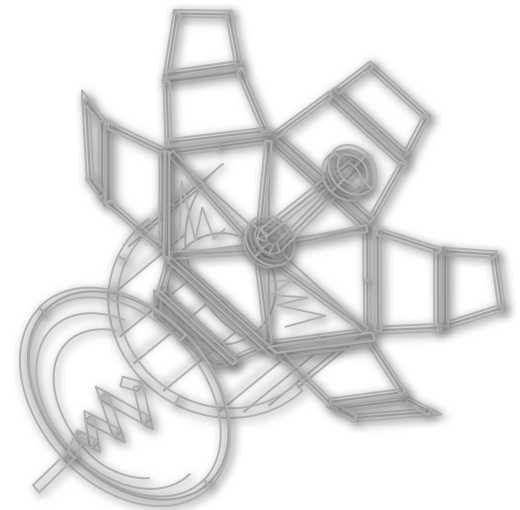
- а) почтовая связь;
- б) телефонная связь;
- в) видеотелефонная связь;
- г) документальная связь;
- д) передача данных;
- е) звуковое вещание;
- ж) телевизионное вещание.



Подотрасли связи

Классифицируются в зависимости от характера предоставляемых услуг связи, организации производства и управления средствами связи. Подотрасли связи являются более укрупненными совокупностями средств связи. Различают следующие подотрасли связи:

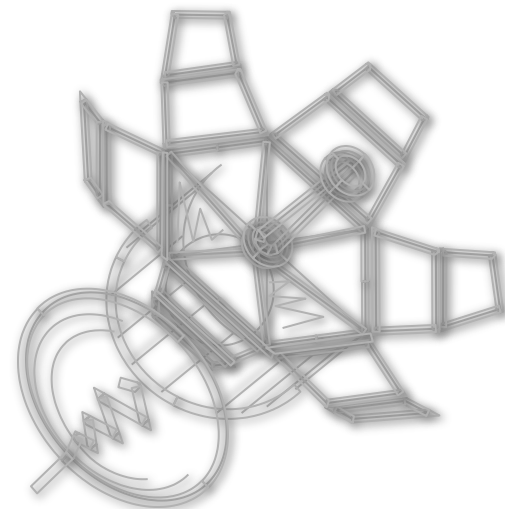
- а) почтовая;
- б) междугородная телефонная;
- в) местная (городская и сельская) телефонная;
- г) телеграфная;
- д) проводное вещание;
- е) радиосвязь;
- ж) радиовещание;
- з) телевидение;
- и) космическая связь.



Инфраструктура – это общественное производство обслуживающее материальное производство и непроизводственную сферу.

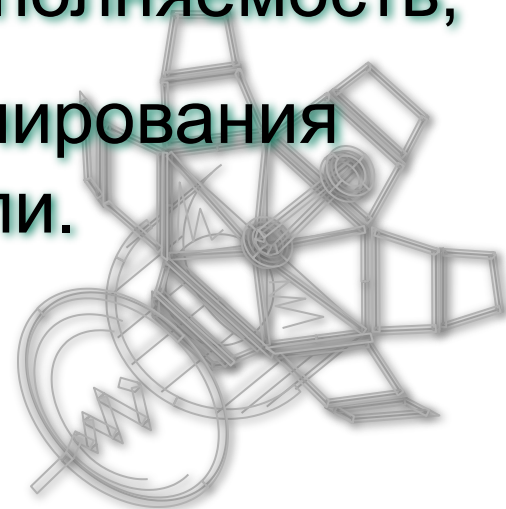
Состав основных элементов инфраструктуры:

- Производственная;
- Социальная;
- Рыночная;



Особенности отраслей инфраструктуры.

1. Всеобщий характер потребления услуг;
2. Сетевое построение;
3. Взаимозаменяемость и взаимодополняемость;
4. Основной эффект от ее функционирования проявляется за пределами отрасли.



НТП в отрасли связи

Под научно-техническим прогрессом (НТП) понимают развивающийся во времени процесс производства и практической реализации научных и технических знаний, обеспечивающий возможность развития материальной основы общества.

Научно-технические новшества называют инновациями.

НТП это основа и предпосылка экономического, производственного прогресса и от него зависит эффективность производства.



Цели НТП в отрасли связи

- а) создание набора технических средств наилучшим образом отвечающих требованиям, вытекающим из структуры сети и особенностей систем передачи;
- б) снижение удельных затрат при создании аппаратуры и кабелей по таким основным показателям как стоимость на 1км канала в системе передачи;
- в) уменьшение расхода дефицитных материалов, необходимых при создании каждого километра связи;

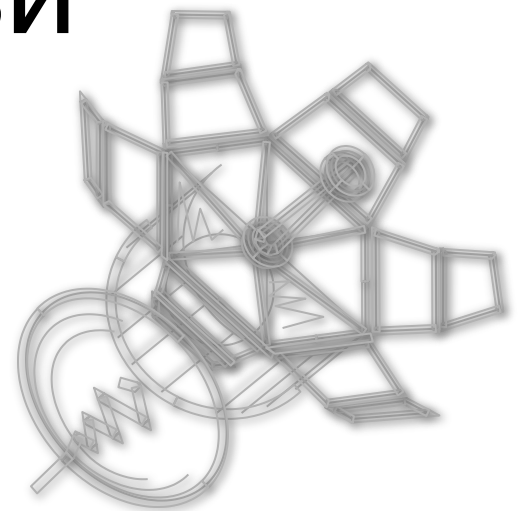


Цели НТП в отрасли связи

- г) повышение качества оборудования и в первую очередь его надежности;
- д) уменьшение удельных эксплуатационных расходов, за счет снижения численности, расхода электроэнергии, запчастей и другого, на единицу оборудования;
- е) уменьшение габаритов оборудования с целью сокращения объема гражданских сооружений для станции и узлов связи;
- ж) расширение комплекса услуг создаваемых сетями электросвязи для народного хозяйства и населения.



Управление и регулирование в отрасли связи

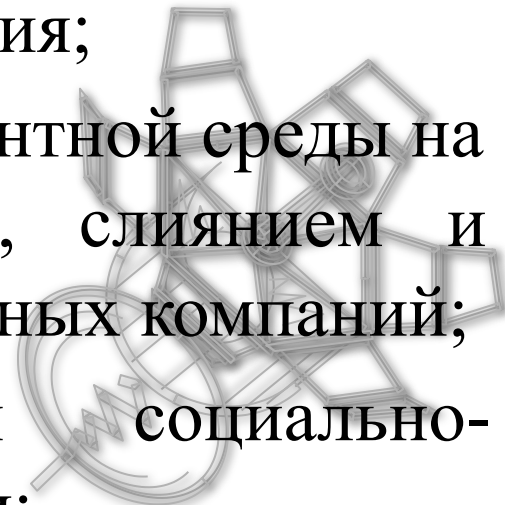


Управление – непрерывно осуществляемую систему мер целенаправленного воздействия на производственные коллективы и отдельных работников, а через них на материально-вещественные элементы труда с целью повышения эффективности производства и оптимального (наилучшего) функционирования общественного производства. В его основе лежит системный подход, предусматривающий наличие трех важнейших составляющих: управляющей подсистемы (субъект управления), управляемой подсистемы (объект управления) и внешней среды.

Управление и регулирование в отрасли связи осуществляется с помощью совокупности взаимосвязанных организационно-правовых, экономических и социально-психологических методов.

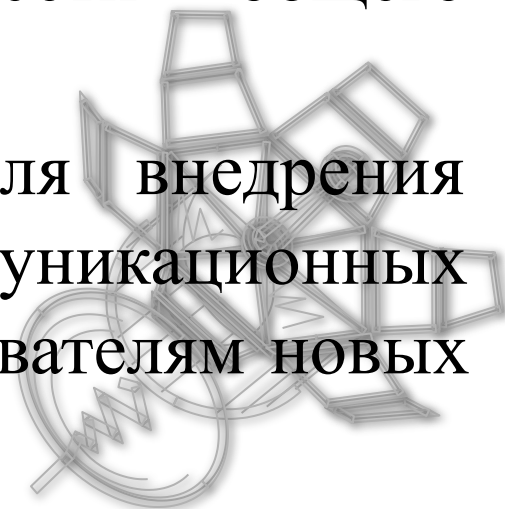
Основные цели и задачи государственного регулирования рынка инфокоммуникационных услуг:

- ✓ обеспечение национальной безопасности функционирования сетей и систем связи;
- ✓ предоставление возможностей приоритетного развития отечественных операторов и отечественных производителей инфокоммуникационного оборудования;
- ✓ демонополизация и развитие конкурентной среды на основе контроля за образованием, слиянием и реорганизацией инфокоммуникационных компаний;
- ✓ полное обеспечение населения социально-значимыми, базовыми услугами связи;



Основные цели и задачи государственного регулирования рынка инфокоммуникационных услуг:

- ✓ создание равных экономических условий функционирования операторов с целью повышения рентабельности предприятий;
- ✓ обеспечение недискриминационного доступа альтернативных операторов к сети общего пользования;
- ✓ создание необходимых условий для внедрения перспективных инфокоммуникационных технологий и предоставления пользователям новых услуг.

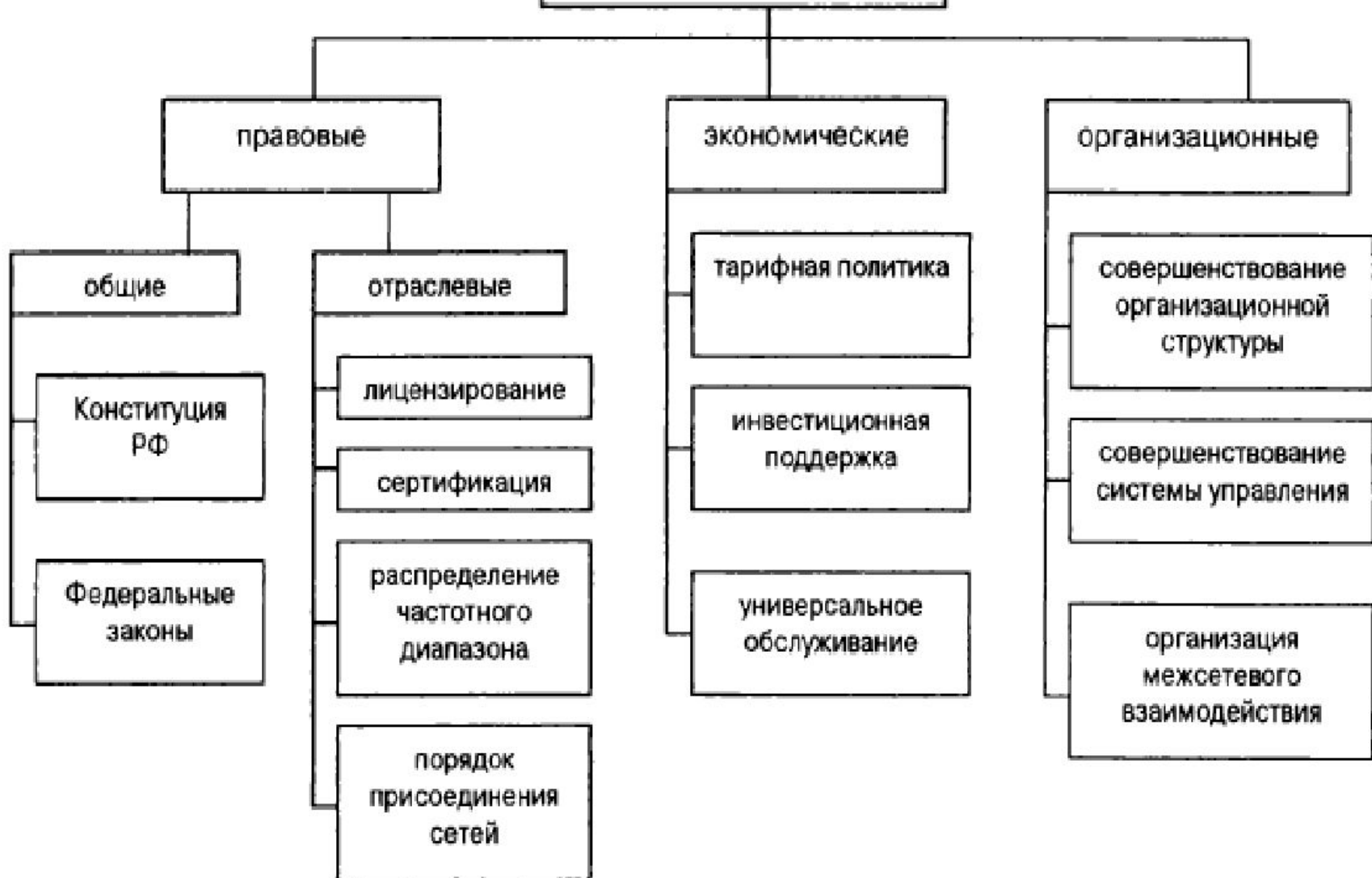


Организация управления в отрасли связи

Организационная структура управления и регулирования в отрасли связи представляет собой иерархическую систему, основанную на подчиненности субъектов управления низшего звена высшему, которое в свою очередь является объектом управления со стороны органа более высокого уровня.



Методы регулирования



Экономическая характеристика инфокоммуникационных услуг.

Конвергенция информационных и телекоммуникационных технологий привела к возникновению понятия «инфокоммуникации» и к появлению инфокоммуникационных сетей и услуг.

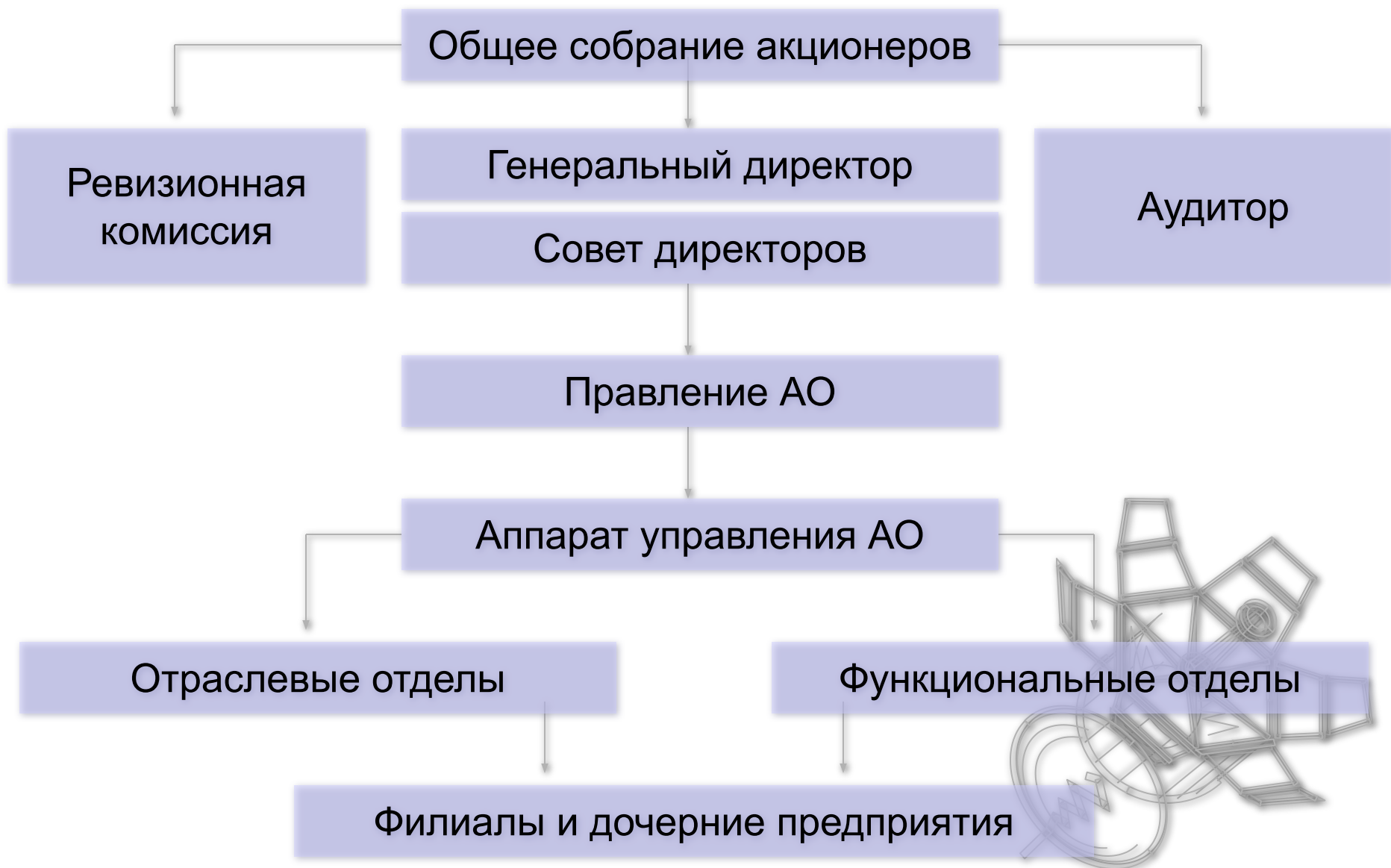
В условиях информатизации возрастают требования к скорости, точности и достоверности передачи информации, то есть к качеству работы инфокоммуникационных сетей и к качеству предоставления инфокоммуникационных услуг.

Укрупненная схема управления и регулирования сетью связи общего пользования



Сеть связи общего пользования

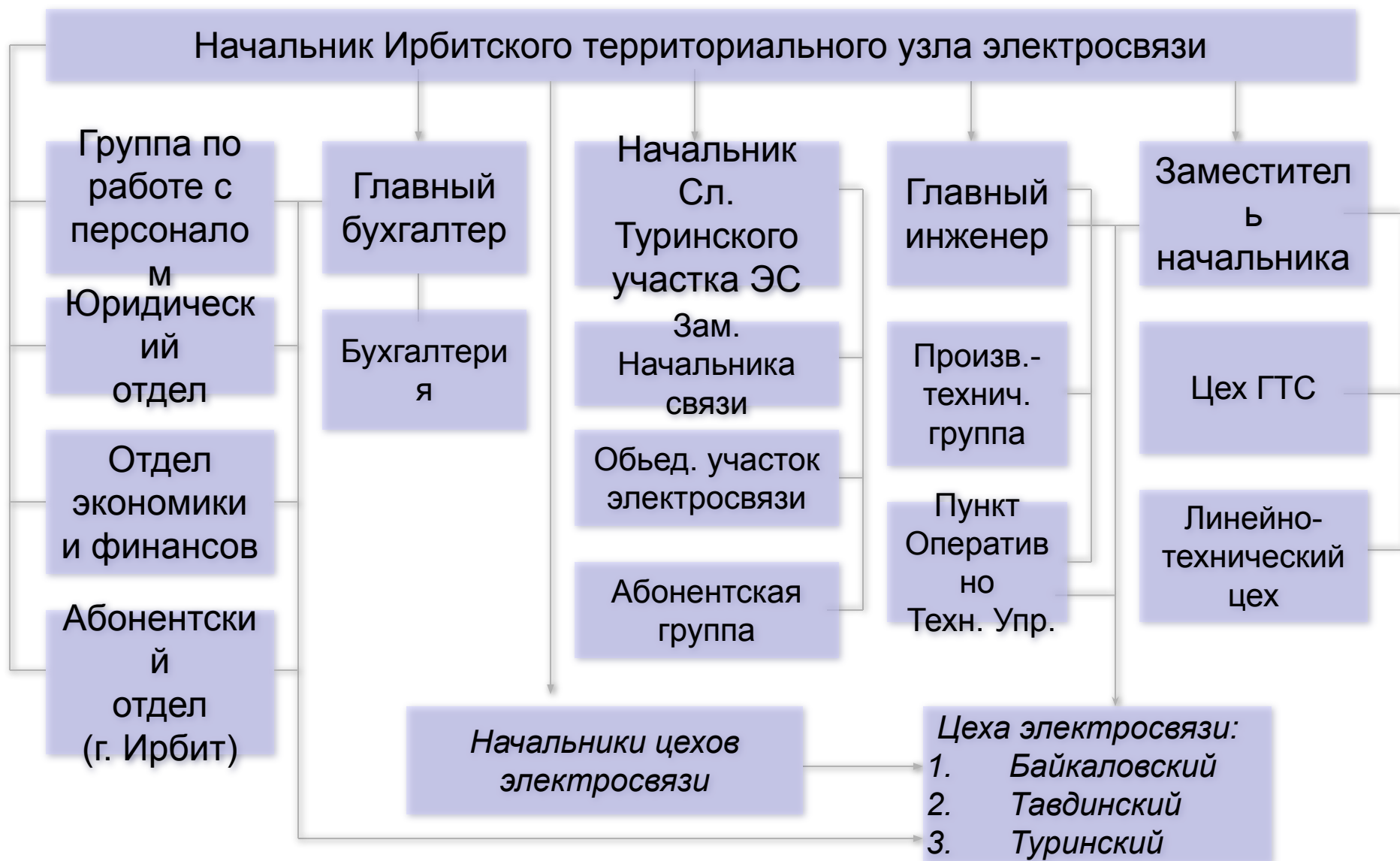
Структурная схема управления акционерным обществом электросвязи



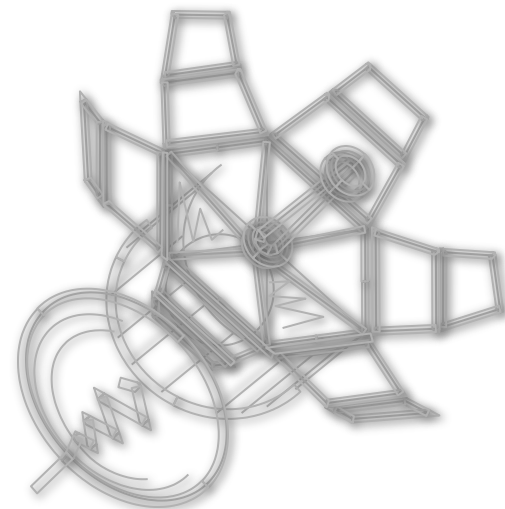
Упрощенная схема организационной структуры Екатеринбургского филиала электросвязи ОАО «Уралсвязьинформ»



Схема организационной структуры Ирбитского территориального узла электросвязи



Исследование рынка услуг связи



В создании услуги связи участвуют, как правило, несколько предприятий связи, работающих на каком-то конкретном этапе обработки сообщений или обслуживания средств связи. Поэтому понятие услуги предприятия связи, услуга подотрасли связи не совпадают.

Услугой предприятия связи - называется полезный результат деятельности данного предприятия по обработке сообщений на исходящем, транзитном, входящем участке или по обслуживанию средств связи. Продукция предприятия связи носит незавершенный частичный характер (за исключением продукции ГТС, СТС).




Услугой подотрасли связи — называется полезный конечный результат деятельности всех предприятий, участвующих в передаче сообщений или в организации обслуживания технических средств связи. Продукция подотрасли связи выступает в форме услуги, носит законченный (завершенный) характер, так как только услуга, прошедшая весь путь от отправителя (подателя) до адресата может быть пригодной для потребления и подлежать реализации.



Услуги связи выступают (предоставляются) в двух формах:

- в форме передачи (пересылки) отдельных сообщений (отправлений), то есть в форме обмена (например, телеграмм, междугородных разговоров, писем, посылок), потребительной стоимостью будет эффект перемещения отправленной потребителем информации;

- в форме предоставления потребителям в пользование или в аренду технических устройств связи для осуществления передачи и приема информации, а так же в форме обслуживания средств связи.

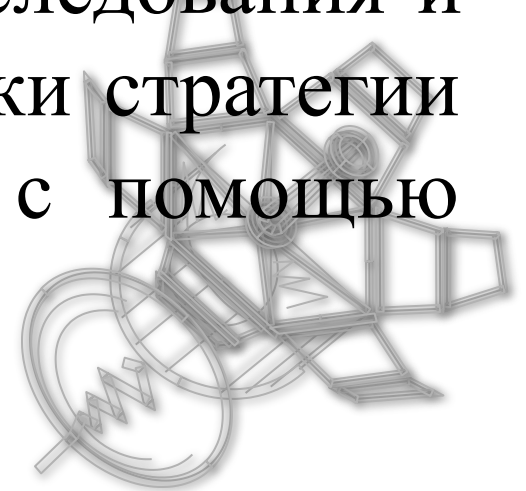


Группировка предприятий связи по характеру производимой продукции

Вид продукции	Предприятие связи с циклом производства	
	Незаконченным	Законченным
<i>Обмен</i>	Почтамт, телеграф, междугородная станция (МТС), городские узлы связи (ГУС), районные узлы связи (РУС)	-
<i>Предоставление средств связи в пользование</i>	-	Городские телефонные станции (ГТС), сельские телефонные станции (СТС), городские радиостанции (ГРС)
<i>Эксплуатационно-техническое обслуживание линейных сооружений и средств связи</i>	-	Эксплуатационно-технические узлы связи (ЭТУС), отдел перевозки почты (ОПП), прижелезнодорожный почтамт (ПЖДП), радиотелепередающие станции (РТПС), радиоцентры (РЦ)

Изучение потребителей и рынка услуг связи

Маркетинг – это комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ.



Маркетинг выполняет две основные функции:

- с одной стороны ориентирует производство на удовлетворение существующих и потенциальных потребностей;

- с другой стороны формирует и стимулирует спрос.



Изучение рынка услуг связи

Анализ потребителей

Сегментация потребителей

Выявление главных потребителей

Оценка тенденций изменения потребителей

Изучение рынка

Оценка отношения к услуге

Оценка качественных параметров услуги

Изучение жизненного цикла услуги

Отношение к новым услугам

Изучение спроса

Анализ существующего спроса

Изучение изменений спроса

Выявление и анализ факторов спроса

Прогнозирование факторов спроса

Анализ условий конкуренции

Определение конкурентов

Анализ деятельности конкурентов

Выявление преимуществ и недостатков конкурентов

Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности

Инфокоммуникационные услуги

