

УДК 339.13

***АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ НАСЫЩЕННОГО РЫНКА НА ПРИМЕРЕ  
РОССИЙСКОГО СЕГМЕНТА ШИРОКОПОЛОСНОГО ДОСТУПА В  
ИНТЕРНЕТ***

***Старикова М.С.***

*д.э.н., доцент, профессор кафедры маркетинга*

*Белгородский государственный технологический университет им.В. Г.*

*Шухова,*

*Белгород, Россия*

***Пономарева Т.Н.***

*к.э.н., доцент, доцент кафедры маркетинга*

*Белгородский государственный технологический университет им.В. Г.*

*Шухова,*

*Белгород, Россия*

**Аннотация**

В статье представлены основные проблемы управления рыночным спросом в условиях насыщенности рынка. Ключевыми вызовами для менеджмента компании, функционирующей на зрелом рынке, являются замедление притока новых клиентов, трансформация потребительской мотивации, усложнение инструментов конкурентов борьбы. Представлены подходы к определению насыщенности рынка. На основе проведенного экспресс-анализа сделан вывод о том, что возможности для органического роста на российском рынке широкополосного доступа практически исчерпаны. Обобщение факторов макросреды с помощью модели PESTLE-анализа позволило выявить драйверы роста рынка широкополосного доступа в Интернет.

**Ключевые слова:** насыщенность рынка, рынок широкополосного доступа в Интернет, поведение покупателей, зрелый рынок

***ANALYSIS OF THE FEATURES OF A SATURATED MARKET ON THE  
EXAMPLE OF THE RUSSIAN SEGMENT OF BROADBAND INTERNET  
ACCESS***

***Starikova M.S.***

*Doctor of Economical Sciences, Associate professor, Professor of the Department  
of Marketing*

*Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov  
Belgorod, Russia*

***Ponomareva T.N.***

*Candidate of Economical Sciences, Associate professor, Associate professor of the  
Department of Marketing*

*Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov  
Belgorod, Russia*

**Abstract**

The article presents the main problems of market demand management in the conditions of market saturation. The key challenges for the management of a company operating in a mature market are slowing down the influx of new customers, transforming consumer motivation, complicating the tools of competition. The approaches to the definition of market saturation are presented. Based on the conducted analysis, it was concluded that the possibilities for organic growth on the Russian broadband access market are almost exhausted. The generalization of macroenvironment factors using the PESTLE analysis model allowed us to identify growth drivers for the broadband Internet access market.

**Keywords:** market saturation, broadband internet access market, consumer behavior, mature market

Понятие насыщенности рынка отражает ситуацию, когда на рынке имеется переизбыток товаров. Насыщенный рынок – это рынок с верхней

границей емкости рынка, это рынок покупателя. Сейчас с каждым годом количество таких рынков увеличивается. К насыщенности рынка по отдельным товарным категориям, брендам очень часто приводят ошибки в менеджменте и маркетинге, такие как: ошибочная оценка перспектив развития, неправильно выбранная стратегия маркетинга, низкая мотивация персонала, поверхностный анализ рынка. Управление жизненным циклом спроса является одним из главных аспектов корпоративной политики компаний, гарантирующим долговременный рыночный успех [11].

Необходимо отметить, что насыщение рынка может быть как микроэкономическим, так и макроэкономическим. На макроуровне насыщение рынка происходит, когда обслуживается вся клиентская база, и нет новых возможностей привлечения клиентов для любой организации, работающей в отрасли. На микроуровне насыщенность рынка – это следствие жесткой конкуренции и снижения потребительского спроса на товар/услугу.

В случае, когда рынок насыщен, производители выбирают такие решения, как: уменьшение объемов производства, увеличение общего потребительского спроса за счет изменения ассортимента, изменение качества, изменение ценовой политики, коммуникационной и др. Насыщенные рынки характеризуются быстрой и опережающей потребности клиентов сменой свойств предлагаемых товаров, многофакторностью потребительского поведения, увеличением методов влияния на покупателей [2].

Таким образом, на насыщенном рынке продукт или услуга определенного производителя должны быть более инновационными, чем у конкурентов. Должны использоваться только конкурентные маркетинговые стратегии и главное здесь не устранять насыщение, а заблаговременно ликвидировать условия достижения насыщения рынка.

Для определения насыщенности рынка используются различные методы. Например, можно сравнить реальную емкость рынка с ее предельным показателем, определяющим его насыщение. Также выделяют методы, основанные на учете предельных норм потребления, на сравнении с другими рынками, на перенесение опыта одного региона/рынка на другой с учетом численности и доходов потребителей. Перечисленные методы аналогичны с методами оценки емкости рынка, но в данных расчётах используются предельно возможные величины показателей.

Кроме абсолютного показателя насыщения рынка используется и относительный показатель насыщенности. Показатель насыщения представляет собой потенциально достижимую или максимальную величину емкости рынка, а насыщенность – это отношение реальной емкости рынка к максимальной или потенциально возможной. Считается, что при показателе насыщенности 85-90% рынок является бесперспективным.

С целью выявления особенностей насыщенного рынка нами рассмотрен рынок широкополосного доступа в Интернет (рынок ШПД). В настоящее время практически все страны мира рассматривают широкополосный доступ как ключевой элемент программы развития страны, а инфраструктура широкополосного доступа (скоростной и суперскоростной интернет) обозначена как базовая инфраструктура для функционирования современной экономики в мире [9].

Развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) является одним из стратегических направлений модернизации экономики и является важным элементом достижения экономического благополучия. Доля сегмента Интернет доступа в структуре ИКТ рынка составляет 12%, а темп пророста около 4-5 % (рис. 1, 2).

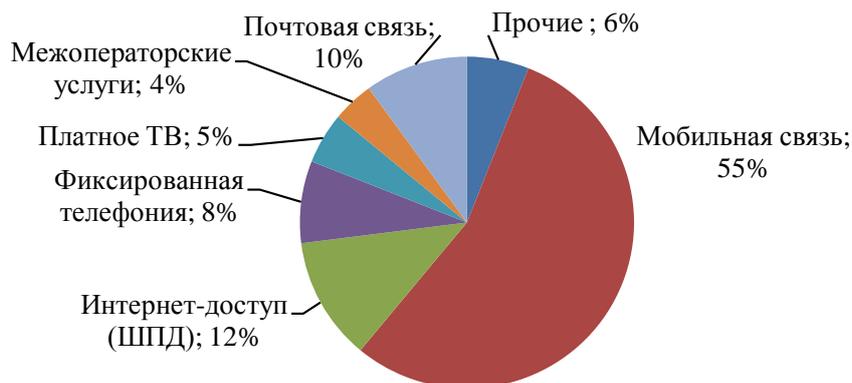


Рис. 1. Структура отечественного телекоммуникационного рынка [7]

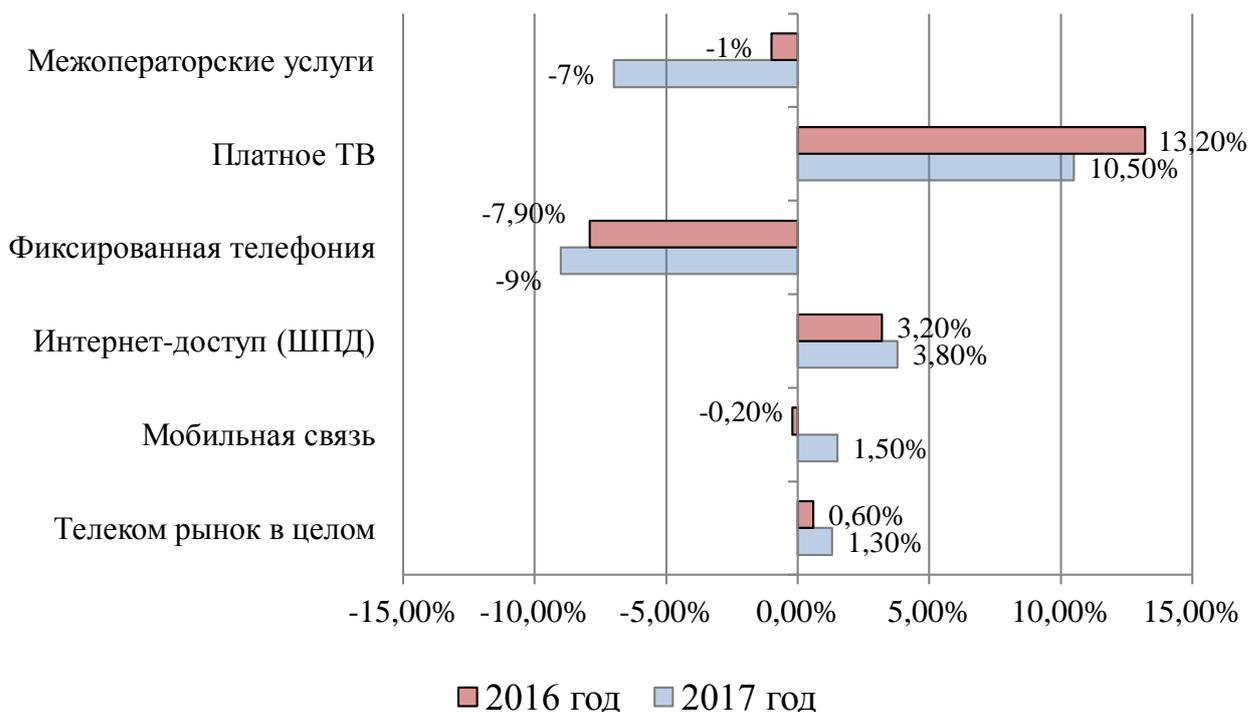


Рис. 2. Динамика отечественного телекоммуникационного рынка по сегментам в 2017 году [7]

Таким образом, видно, что рынок широкополосного доступа в 2017 году показал несколько лучшую динамику, чем годом ранее, и вырос на 3,8% против 3,2% в прошлом году.

Рынок ШПД можно разделить на ряд сегментов:

1. Рынок мобильного ШПД (3G, 4G) является самым динамично развивающимся сегментом телеком-рынка России.

2. Сети доставки контента (CDN)

3. Спутниковые сети массового ШПД в Ka диапазоне, которые составляют конкуренцию наземным сетям.

4. Проводной широкополосный доступ на основе технологий LAN (Local Area Network), DSL (Digital Subscriber Line), КТВ (кабельное телевидение), OAN (Optical Access Networks),- СКД (сети коллективного доступа) [1, 3].

За счет распространения ШПД страны могут повышать свою конкурентоспособность. Так, по мнению ряда аналитических ведомств (Всемирный банк, МСЭ, ОЭСР, МакКинзи и др.) на каждые 10 % увеличения уровня проникновения ШПД происходит рост ВВП от 0,25 до 1,5% (рис. 3).

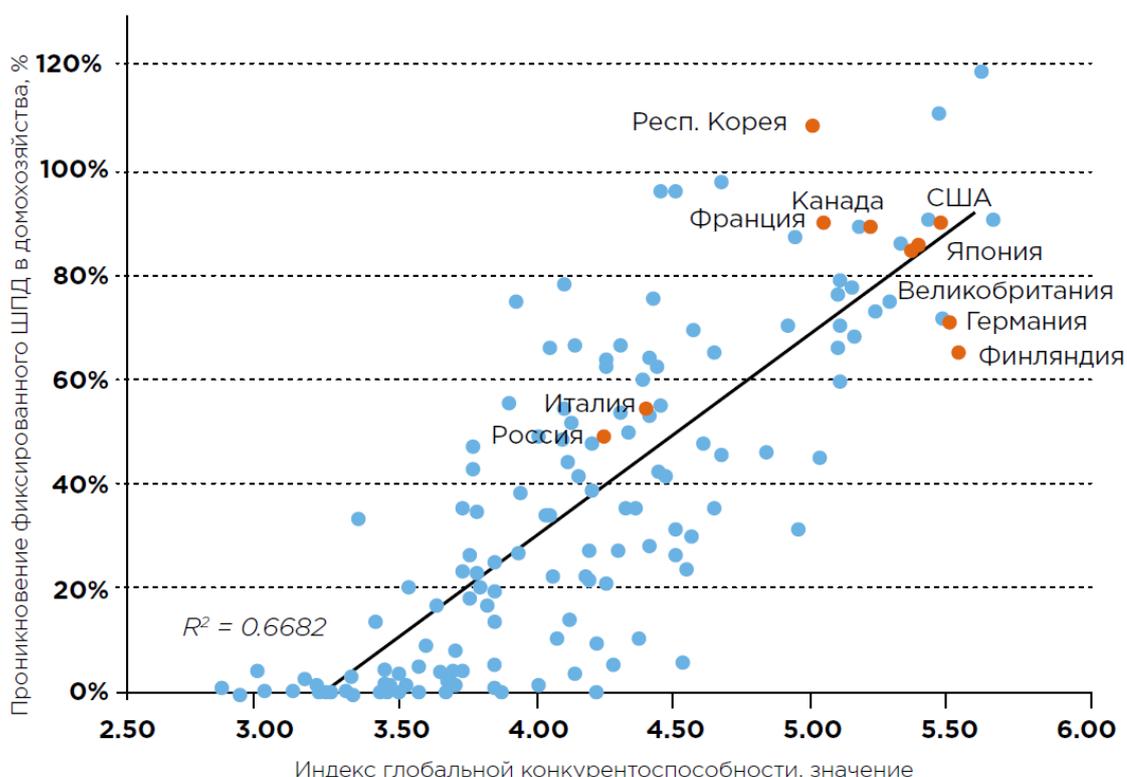


Рис. 3. Корреляция между проникновением фиксированного широкополосного доступа и конкурентоспособностью страны [9]

В настоящее время во всем мире Интернетом пользуется более 4 млрд. чел. Годовой рост составил в 2018 году 7%, соответственно можно говорить о том, что насыщения пока не происходит. При этом развитие рынка нельзя назвать линейным, поскольку наблюдается изменение онлайн-потребления: пользователи становятся мобильнее, изменяются устройства и услуги.

По данным отчета «Российский рынок телекоммуникаций 2017-2022» аналитического агентства «ТМТ Консалтинг» во 2 квартале 2018 года количество абонентов широкополосного доступа в интернет в сегменте частных лиц в России составило 32,7 млн., проникновение – 58%. Объем рынка в сегменте B2C за квартал достиг 34,0 млрд. руб., за год 2017 объем рынка составил 130,1 млрд. руб., ARPU (средняя выручка на одного пользователя) – 347 руб. на рынке B2C и в среднем 2 998 рублей на рынке B2B [5, 9]

В настоящее время наблюдается замедление темпов роста абонентских баз интернет провайдеров. Возможности для органического роста практически исчерпаны и рост абонентских баз может происходить за счет подключений нового жилого фонда, а также подключений в неохваченных населенных пунктах. Также рост на рынке происходит за счет проникновения пакетных услуг, развития конвергентных предложений, объединяющих услуги фиксированной и мобильной связи, платного ТВ, телефонии, за счет перехода абонентов на более высокоскоростные тарифные планы.

Для подведения итогов приведем факторы PESTLE-анализа по 6-ти категориям: P (Political) Политические, E (Economic) Экономические, S (Social-Culture) Социально-культурные, T (Technological) Технологические, L (Legal) Правовые и E (Environmental/Ecological) Экологические факторы (табл. 1).

Таблица 1 - Факторы PESTLE-анализа на рынке ШПД [4, 6, 8, 9, 10]

Факторы PESTLE-анализа	Направление влияния для провайдеров	Направление влияния для потребителей
<b>Политические факторы</b>		
Стабильность политической жизни и общий экономический рост в последние два года позволили активно развиваться отрасли ИТ-услуг.	Положительное	Положительное
Импортозамещение на рынке. Российское оборудование может стать конкурентоспособным, если стоимость владения импортным возрастет на 20–23%, например, за счет введения ввозных пошлин. В этом случае стоимость услуг связи в результате может вырасти на 27%.	Положительное	Отрицательное
Ограничение импорта в связи с политической ситуацией. Доля российских производителей на рынке оборудования связи не превышает 12%, большинство поставщиков – иностранные компании (Alcatel, Siemens, Ericsson, Philips и др.), которые выставляют цены в долларах или евро, что повышает валютный риск.	Отрицательное	Отрицательное
Факторы PESTLE-анализа	Направление влияния для провайдеров	Направление влияния для потребителей
<b>Правовые факторы</b>		
Минкомсвязь предлагает закрепить право граждан на доступ к услугам связи как средство реализации конституционного права на доступ к информации. Это позволит провайдерам размещать оборудование без одобрения двух третей собственников. Сейчас для размещения оборудования требуются большие затраты и согласие управляющей компании, вследствие этого нет свободного доступа новым игрокам, а понесенные затраты перекладываются на абонентов в виде повышенной абонентской платы.	Положительное (но в то же время повысится конкуренция, за счет свободного доступа в многоквартирные дома новых игроков)	Положительное
<b>Экономические факторы</b>		
Сохраняется 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.	Отрицательное	Отрицательное
Возрастающая конкуренция в ряде отраслей российской экономики стимулирует оптимизацию бизнес-процессов на базе использования ИТ-решений.	Положительное	Отрицательное (повышаются расходы на оптимизацию ИТ-решений в секторе В2В)
По данным Росстата, в 2017 году несмотря на снижение среднегодовой потребительской инфляции до 3,7% продолжилось падение	Отрицательное	Отрицательное

реальных располагаемых доходов россиян. В целом за 4 года падение реальных располагаемых денежных доходов населения России составило 11% от уровня 2013 г.		
<b>Технологические факторы</b>		
Быстро меняющиеся технологии вызывают необходимость опережающего развития телекоммуникационной инфраструктуры, что связано с увеличением капитальных затрат.	Отрицательное	Положительное (повышается качество предоставляемых услуг)
К 2020 году прогнозируется сокращение количеств соединений в диапазоне 2G, при этом расширяются покрытия сетей 3G, 4G, 5G.	Отрицательное (повышаются капитальные затраты)	Положительное (повышается качество предоставляемых услуг)
<b>Социальные факторы</b>		
Поведение потребителей эволюционирует. Изменение потребительских трендов характеризуется ростом вовлеченности; увеличением роли эмоционального восприятия; изменением форматов коммуникаций. Потребители отдают предпочтение мобильным решениям с бесшовной интеграцией и готовы пользоваться сервисами самообслуживания.	Положительное	Положительное

Окончание табл. 1

Факторы PESTLE-анализа	Направление влияния для провайдеров	Направление влияния для потребителей
Демографическая ситуация. Число жителей России продолжает сокращаться, несмотря на существенный миграционный прирост. Население страны за период с января по июль 2018 года включительно сократилось на 91 900 человек. При этом за аналогичный период 2017 года наблюдалось увеличение численности населения на 5,3 тыс. человек. Если такая динамика сохранится, то 2018-й станет первым годом убыли населения России начиная с 2009 года.	Отрицательное	Отрицательное
Дефицит кадров. За последние 15 лет Россию покинуло около миллиона высококвалифицированных кадров в области ИТ. Низкая зарплата преподавателей вузов не способствует процессу обновления преподавательских кадров, а старение профессорско-преподавательского состава тормозит внедрение в учебный процесс новых технологий.	Отрицательное	Положительное (существует потребность в кадрах)
<b>Экологические факторы</b>		
Развитие экосистем продуктов, услуг и клиентского сервиса. Рост «подключенных» устройств для решения бытовых и промышленных задач (умный дом, одежда, цифровое здравоохранение)	Положительное	Положительное

Подводя итог, можно отметить, что на сегодняшний день рынок проводного ШПД перенасыщен, темпы его роста не превышают 4%. Около 87 млн. россиян старше 21 года, или 71% населения, являются пользователями Интернета. Проникновение ШПД составляет 58%. Вместе с тем, по проникновению Интернета (отношение аудитории Сети к населению) Москва и Санкт-Петербург по-прежнему лидируют с большим отрывом, а сёла и города с населением до 100 тыс. человек отстают от среднего уровня по России. Основные игроки на рынке ШПД видят такие драйверы роста в будущем, как:

- услуги IPTV (сейчас темп прироста составляет 20% в год), этому способствует также рост доли устройств Smart TV;
- услуги VPN, ЦОД и интеллектуальных сетей связи;

- формирование нового рынка в рамках создания экосистемы «Интернета вещей»;
- технология Over the Top (OTT) – доставка видеосигнала профессионального контента на приставку (компьютер, мобильный телефон) без прямого контакта с оператором связи;
- рост сегмента интерактивного обучения, интерактивных учебных материалов с доставкой на планшетные компьютеры;
- развитие дополнительных сервисов (автоплатеж, файлообменная сеть, детский Интернет», бонусные/дисконтные программы);
- изменения конвергентных предложений: от пакетирования услуг фиксированной связи (интернет+ТВ и интернет+ТВ+телефония) переход к конвергенции фиксированных и мобильных услуг;
- совершенствование сервисной политики, клиентоориентированный (индивидуальный) подход.

Последний пункт связан в первую очередь с тем, что рынок ШПД в сеть Интернет является достаточно подвижным, поскольку до 30% граждан живут на съемных квартирах и с легкостью при переездах меняют интернет провайдеров. Поэтому распределение долей на рынке постоянно меняется. Абоненты отдают предпочтение тем провайдерам, у которых максимальная степень технической оснащенности, проверенное качество, широкий спектр услуг.

Таким образом, идет переориентация с экстенсивного развития на повышение доходов с существующей абонентской базой, за счет предоставления более качественного продукта по оптимальной цене с оптимальным сервисом. Другими словами, операторы перешли от тактики привлечения новых клиентов к работе на удержание абонента, при этом усилилась ценовая конкуренция, что негативно сказалось на финансовых показателях рынка.

**Библиографический список:**

1. Бакытов А.Б. Технология широкополосного беспроводного доступа / А.Б. Бакытов, Я.А. Ратахин, Ж.К. Ташенова // Актуальные вопросы технических наук: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). – Пермь: Зебра, 2015. – С. 41-43. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/tech/archive/125/7424/> (Дата обращения 15.06.2019)
2. Грибова Е.В. Основные черты современного состояния потребительского рынка/ Е.В. Грибова // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2013. – Т. 19. – № 6. – С. 51-53.
3. ИКС-МЕДИА – деловой журнал для бизнеса в сфере Телеком – ИТ-Медиа. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://www.iksmedia.ru/news/5215316-Rossijskij-rynok-platnogo-TV-krupne.html> (Дата обращения 18.06.2019)
4. Интернет 2017-2018 в мире и в России: статистика и тренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (Дата обращения 12.06.2019)
5. Отчет «Российский рынок телекоммуникаций 2017-2022» аналитического агентства «ТМТ Консалтинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://ict.moscow/static/TMT-reiting-CHPD-2q2018.pdf> (Дата обращения 18.06.2019)
6. Пищик Б.Н. Информационно-аналитический обзор ИКТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: [http://foresight.ifmo.ru/shared/files/201301/1\\_35.pdf](http://foresight.ifmo.ru/shared/files/201301/1_35.pdf) (Дата обращения 12.06.2019)

7. Российский рынок телекоммуникаций: предварительные итоги 2017г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2017/12/%D0%A2%D0%9C%D0%A2-%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC-20171.pdf/> (Дата обращения 15.06.2019)

8. Российский рынок ШПД. Итоги 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.cableman.ru/article/rossiiskii-rynok-shpd-predvaritelnye-itogi-2017-goda> (Дата обращения 18.06.2019)

9. Россотто К.М. Широкополосный доступ в России. Отчет всемирного банка и института развития информационного общества / К.М. Россотто, Н. Гелвановска, В. Мачуле, Ю. Хозлов, С. Шапошник [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://www.worldbank.org/en/country/russia/publication/broadband-in-russia> (Дата обращения 17.06.2019)

10. Рынок спутниковой связи и услуг в РФ в 2013-2025 гг. Обзор рынка компанией JSON.TV [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/rynok-sputnikovoy-svyazi-i-uslug-na-ee-osnove-v-rf-v-2013-2025-gg-20171020122411](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-sputnikovoy-svyazi-i-uslug-na-ee-osnove-v-rf-v-2013-2025-gg-20171020122411) (Дата обращения 20.06.2019)

11. Щетинина Е.Д. Методологические вопросы формирования корпоративной политики в новых социально-экономических условиях / Е.Д. Щетинина, Е.А. Щетинина // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2017. – № 3. – С. 192-199.

*Оригинальность 84%*