

ՀԵՌԱՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ՆՈՐ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԿԻՐԱՌՍԱՆ,
ՄԻՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՍԱՐՔԵԹԻՆԳԻ ԳՈՐԾԻՔԱԿԱԶՄԻ ԽԹԱՆՍԱՆ ՈԼՈՐՏ

Գիտության և տեխնոլոգիաների առաջընթացով պայմանավորված՝ արտադրողական ուժերի զարգացումն ու դրանց միջազգայնացումը, ինչպես նաև ազգային տնտեսությունների ազատականացումը, ապահովելով կապի ու տեղեկատվության փոխանակման միջոցների անմախաղեպ աճ, հանգեցրել են պետությունների, դրանցում գոյություն ունեցող ինստիտուտների, ընկերությունների, ազգային մշակույթների չլաված ու չտեսնված փոխկապվածության¹: Ինչպես նկատում է Մայքլ Պորտերը, այսպիսի գործընթացներն ինքնին խթանում են մրցակցությունը²:

Այսօր այս գործընթացների անմիջական խթան է հեռահաղորդակցությունը, որը կրճատելով տարածությունները, թափանցիկ դարձնելով ազգային և պետական սահմանները, կայծակնային արագությամբ ընդհանուրի սեփականությունն է դարձնում ամենահրատապ նորություններն ու իրադարձությունները: Բուռն զարգացումները համաշխարհային հեռահաղորդակցության ոլորտում հանգեցնում են ցանցային տնտեսությունների անմախաղեպ ընդլայնմանը, նոր տեխնոլոգիաների ներդրման խթանմանը, տարբեր հասարակություններում տարաբնույթ և այդ թվում՝ սոցիալական խնդիրների լուծմանը, կրթական բարեփոխումների ակտիվացմանը և մի շարք այլ դրական փոփոխությունների:

Պետք է նկատել, որ այս գործընթացներում իրենց ուրույն տեղն ու դերակատարումն ունեն վերազգային կորպորացիաները:

Բնական է, վերջին տասնամյակներում համաշխարհային ընկերությունների դասակարգման առաջին շարքերում պետք է գտնվեին ֆինանսական և էներգետիկ ռեսուրսներ վաճառող ընկերությունները: Սակայն իրենց դիմամիկայով անմախաղեպ են նաև տեղեկատվահեռահաղորդակցայինները: Եթե փաստենք, որ ոլորտը սկսել է ակտիվ զարգանալ վերջին 20-30 տարիների ընթացքում, ապա արդյունքները կարելի է համարել գերազանց:

Այսպես, ըստ Forbes Global 2000-ի 2013թ. տվյալների, 63 երկրներ ներկայացնող 2000 խոշոր ընկերությունների եկամուտները կազմել են 38 տրիլիոն ԱՄՆ դոլար, իսկ շահույթը՝ 2.43 տրիլիոն³: Ամերիկյաններն այստեղ կազմում են 543-ը, որին հետևում է Ճապոնիան՝ 251 ընկերություններով:

Ուշագրավ է 2000-ի մեջ 68 հեռահաղորդակցության ընկերությունների փաստը (աղյուսակ1), ընդ որում, չորսը՝ France telecom-ը, Vimpelcom-ը, Megafon-ը և Rostelecom-ը, ակտիվ գործունեություն են ծավալում Հայաստանում:

Այս ընկերությունների կողմից կապիտալի վերազգայնացումը զարգացող երկրներում, այդ թվում՝ Հայաստանում, արագացնում է սոցիալ-տնտեսական բարեփոխումները, նպաստում է նոր տեխնոլոգիաների ներդրմանը, արտադրության կազմակերպման և ծառայությունների մատուցման նոր ձևերի, մարքեթինգային ռազմավարությունների կիրառմանը, բնական և աշխատանքային ռեսուրսների արդյունավետ օգտագործմանը՝ այս ամենով նաև խթանելով միջազգային խոշոր այլ ծրագրերի իրականացումը տվյալ երկրներում:

¹ "Capital Markets". Investopedia.

² Майкл Портер, Конкурентные преимущества стран, 2004, ст 512.

³ <http://www.forbes.com/sites/scottdecarlo/2013/04/17/the-worlds-biggest-companies-2>

Forbes Global 2000-ի 2013թ. ի հեռահաղորդակցության ոլորտի խոշորագույն ընկերությունները (ներկայացված են 68-ից մի քանիսը)

Կարգ	Ընկերություն	Երկիր	Սպառողների քանակ, հազար մարդ	Աշխատակիցների քանակ, հազ. մարդ	Եկամուտ, մլրդ դոլար	Շահույթ, մլրդ դոլար	Ակտիվներ, մլրդ դոլար	Շուկայի կապիտալացում, մլրդ դոլար
24.	AT&A	ԱՄՆ	126.7	243,360	127.4	7.3	273.2	200.1
29.	China Mobile	Հոնկոնգ	759	175,336	88.8	20.5	168.7	213.8
33.	Vodafone	Մեծ Բրիտանիա	411	91,272	74.7	11.1	219.9	135.7
169.	France telecom	Ֆրանսիա	229.8	170,000	57.4	1.5	113.9	29.2
270.	Vimpelcom	Հոլանդիա	219	66,000	23.1	2.1	55.4	19
433.	Deutsche Telecom	Գերմանիա	37	229,456	76.7	-6.9	136.1	48.4
647.	Rostelecom	Ռուսաստան	9.8	170,000	10.4	1.1	17.7	11.3
696.	Megafon	Ռուսաստան	68.1	21,000	8.8	1.2	11.5	17.6

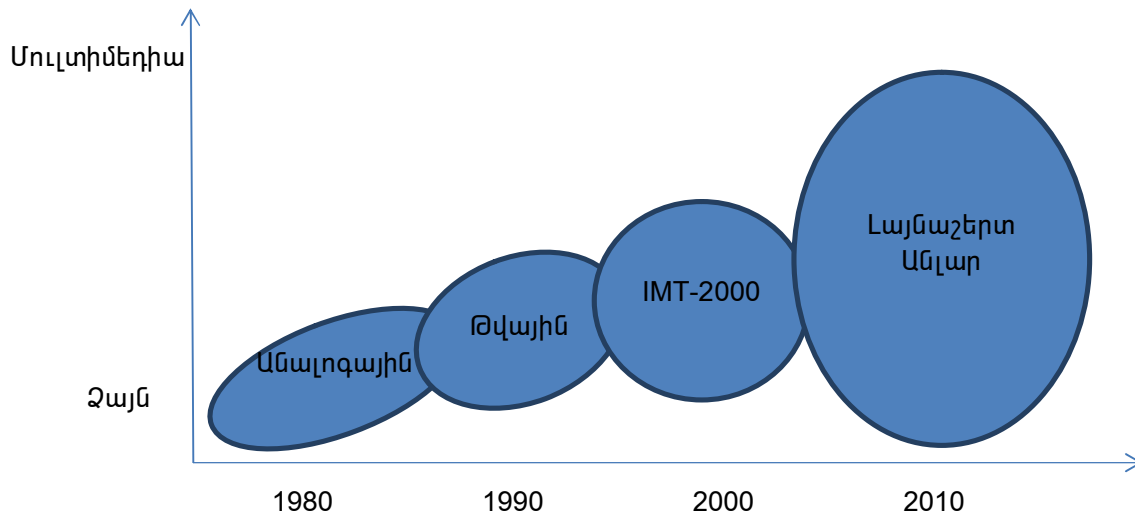
Իսկ ինչպիսին՝ են եղել տեխնոլոգիական զարգացումները ոլորտում, որոնք այսօր հանգեցրել են որակական թռիչքի, առաջարկվող ցածր գների, ցանկացած վայրում հասանելիության և ամբողջական ծածկույթի առկայության, սպառողների հարաբերությունների կառավարման կատարելագործված համակարգերի կիրառմանը, առողջ մրցակցության առկայության, սպառողների համար մրցավազքի և այս ամենով պայմանավորված՝ մարքեթինգային տարբեր գործիքակազմերի կիրառման անհրաժեշտությանը:

Այսպես, 1980-ական թվականների սկզբին Եվրոպայում սկսվեց բջջային կապի անալոգային համակարգերի բուռն զարգացումը, հատկապես Սկանդինավյան երկրներում, Գերմանիայում, Ֆրանսիայում և Մեծ Բրիտանիայում: Յուրաքանչյուր երկիր մշակում էր իր սեփական, մյուսներից ինչպես սարքավորումներով, այնպես էլ ծառայությունների մատուցմամբ չհամընկնող համակարգը: Դրա արդյունքում յուրաքանչյուր երկրի բջջային կապի համակարգի սարքավորումներն օգտագործվում էին միայն տվյալ երկրի սահմաններում և ունեին սահմանափակ իրացման շուկա: Այդ պատճառով անհրաժեշտություն առաջացավ ստեղծել համաեվրոպական միասնական բջջային կապի ստանդարտ:

1982թ. Եվրոպական փոստային և հեռուստահաղորդակցման կոնֆերանսը (Conference of European Posts and Telegraphs) ձևավորեց մի խումբ, որի նպատակն էր ուսումնասիրել և մշակել ընդհանուր օգտագործման համաեվրոպական բջջային շարժական կապի համակարգ, որն անվանվեց Group Special Mobile (GSM): Մշակված շարժական կապի համակարգը, որը հետագայում վերանվանվեց շարժական կապի գլոբալ համակարգ (GSM)¹, պետք է բավարարեր հետևյալ չափանիշներին՝

- ունենալ խոսակցական ինֆորմացիայի փոխանցման բարձր որակ,
- ապահովել սարքավորումների և մատուցվող ծառայությունների ցածր արժեք,
- լինել բջջային կապի համաեվրոպական համակարգ,
- ռադիոհաճախականություններն առավել արդյունավետ օգտագործել, ունենալ աճող պահանջներին համապատասխանող մեծ տարողունակություն,
- լինել համատեղելի թվային ցանցի ինտեգրացված ծառայություններին (ISDN, Integrated Services Digital Network) և այլ տվյալների փոխանցման համակարգերին,
- ապահովել ինֆորմացիայի հաղորդման անվտանգություն և միջազգային ռոումինգ,
- ապահովել օգտագործողի համար հարմար սարքավորումներ և այլն:

¹ Global System for Mobile communication loba System for Mobile GSM.



Ընդհանուր բջջային կապի տեխնոլոգիաների՝ ցանցերի էվոլյուցիան անալոգայինից այսօր դարձել է լայնաշերտ, անլար: Ցանցի միջոցով բարձր արագության, տվյալների փոխանցման, մուլտիմեդիա դիտումների նկատմամբ անընդհատ աճող պահանջարկը բավարարելու համար 90-ականներին մշակվեց 3G համակարգը, որը հնարավորություն տվեց սպառողներին բացի ձայնային փոխանցումից, կատարել նաև տվյալների փոխանցում: Նոր տեխնոլոգիաների առաջացումն ու սպառողական պահանջարկի անընդհատ աճը ստիպեցին ոլորտի հետազոտողներին արդեն 2000-ականների սկզբին հանդես գալ չորրորդ սերնդի՝ 4G բջջային կապի համակարգով: 4G տեխնոլոգիան ներառում է բոլոր նախկին համակարգերը և ամբողջովին հիմնված է IP անլար ինտերնետ համակարգի վրա, որն ապահովում է բազմաթիվ հեռահաղորդակցության ծառայություններ, այդ թվում՝ բջջային և ֆիքսված:

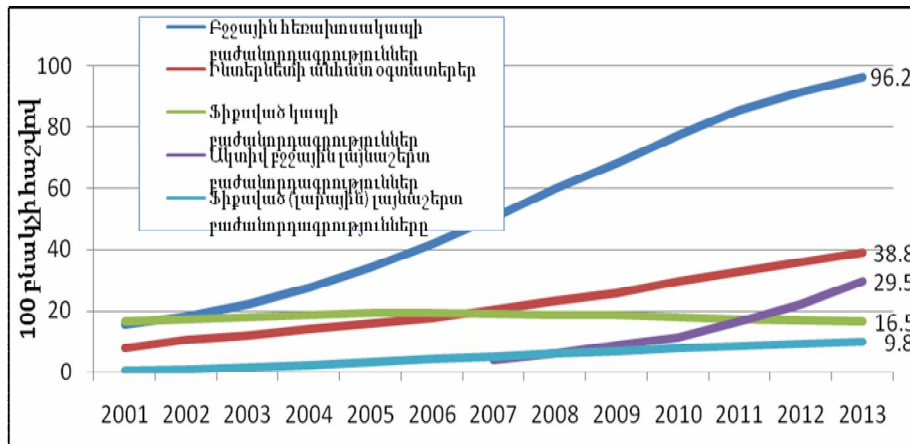
Թվային մեթոդների առավելությունները, որոնք օգտագործվում են GSM ստանդարտի բջջային շարժական կապի համակարգում, հանգում են հետևյալին.

- խոսակցության թվային կոդավորում ավելի ցածր արագություններով,
- թվային մոդուլյացում, որը թույլ է տալիս բարձրացնել հաճախականության շերտի օգտագործման արդյունավետությունը,
- հաճախականությունների շերտի լայնության ճկուն փոփոխում,
- թվային համակարգերի ավելի բարձր կայունություն խանգարումների դեմ,
- կանչերի հաղորդման և մուտքի հնարավորության, կառավարման արդյունավետության բարձրացում, հաճախականության շերտի ֆիքսված բաշխման համար ունակության տարողունակության մեծացումը ենթադրում է համապատասխանաբար բջիջների փոքրացում,
- լավագույն էներգետիկ բնութագրեր,
- կապի ավելի բարձր որակ,
- կապի անվտանգություն և գաղտնիություն:

Տեխնոլոգիական այսպիսի զարգացումները կարևոր էին և առաջատար դիրքեր կմղեին բջջային կապը սպառողների շրջանում: Այսօր փաստ է, որ բջջայինն առավել գործառնություններ ու գործիքներ է ընդգրկում և կապի այլ միջոցները դուրս մղում մեր առօրյայից և պահանջարկի շուկայից:

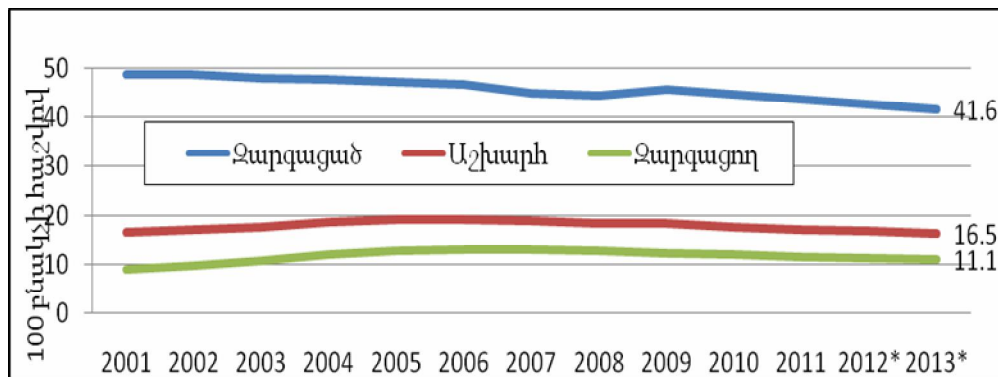
Այդ է վկայում նաև համաշխարհային հեռահաղորդակցության բնագավառում բջջային, ֆիքսված, ինտերնետից օգտվողների դինամիկան (գծապատկեր 1):

Համաշխարհային հեռահաղորդակցության զարգացումները 2001-2013թթ.



Ակտիվացում է 2010թ-ից մաս լայնաշերտ բջջային կապի և ինտերնետի օգտվողների քանակը, և սրան հակառակ՝ ֆիքսված կապը փորձում է պահպանել իր դիրքերը այս մրցավազքում (գծապատկեր 2):

2001-2013թթ. ֆիքսված կապի բաժանորդների թիվը 100 բնակչի հաշվով



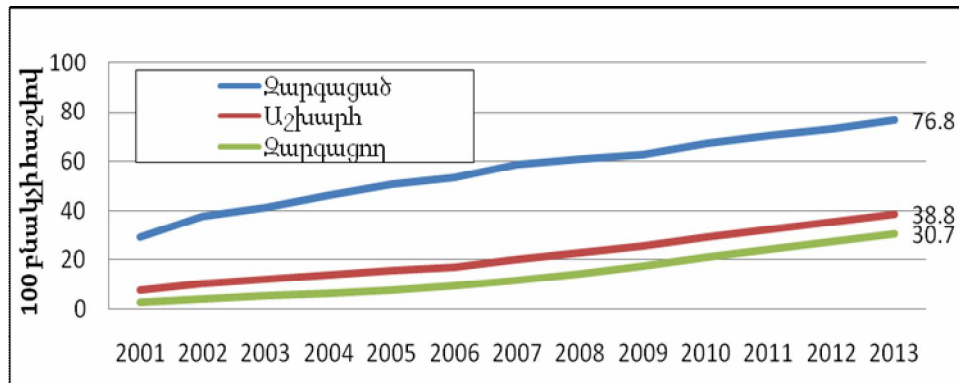
Աշխարհին արագ քայլերով մոտենում է 7 միլիարդ բջջային կապի բաժանորդների թվին, որը, սակայն, շարունակում է արագընթաց աճել օր-օրի¹: 2013 թ. դրությամբ բջջային կապի ներթափանցումը գլոբալ մակարդակով 96% է, զարգացած երկրներում՝ 126%, իսկ զարգացող երկրներում՝ 89%²:

Ուշագրավ է ինտերնետի բուռն ընդլայնումն ամբողջ աշխարհում: Այսօր այն դարձել է ինֆորմացիայի, կրթության կատարելագործման, կողմնորոշման, հաղորդակցման և կենսակերպի համար անհրաժեշտ տարր (գծապատկեր 3):

¹ <http://www.itu.int/ict/statistics>

² ICT Facts and Figures.

2001-2013 թթ. ինտերնետից օգտվողների քանակը ըստ 100 բնակչի հաշվով



Անհրաժեշտ է անդրադառնալ նաև կապի ծառայությունների ստեղծման և օգտագործման համար սարքավորումներ արտադրող կազմակերպություններին, քանի որ տնտեսության այս ոլորտի զլորալացման և հատկապես մրցակցության սրման հարցում պակաս կարևոր չէ նրանց ազդեցությունը: Աղյուսակ 1-ում բերված են հեռախոսային սարքավորումներ արտադրող կազմակերպությունների վաճառքները 2011 և 2012 թվականներին¹:

Աղյուսակ 1

Բջջային հեռախոս արտադրող կազմակերպությունների վաճառքները և շուկայում զբաղեցրած մասնաբաժինը 2011-2012 թթ

Կազմակերպություն	Վաճառքներ		Մասնաբաժինը շուկայում	
	2011	2012	2011	2012
Samsung	384.6	315.1	22.0%	17.7%
Nokia	333.9	422.5	19.1%	23.8%
Apple	130.1	89.3	7.5%	5.0
ZTE	67.3	56.9	3.9%	3.2%
LG	58	86.4	3.3%	4.9%
Huawei	47.3	40.7	2.7%	2.3%
TCL	37.2	34	2.1%	1.9%
BlackBerry (RIM)	34.2	51.5	0,02	2.9%
Motorola	33.9	40.3	1.9%	2.3%
HTC	32.1	43.3	1.8%	2.4%
Այլ	587.4	595.9	33.6%	33.6%
Ընդամենը	1,746.2	1,775.7	100.0%	100.0%

Ինչպես նկատում ենք, առաջին եռյակի մասնաբաժինը կազմում է շուկայի կեսը: Թվում է, թե Apple-ն անկում է ապրել, սակայն նոր և սպասվելիք (5-րդ և 6-րդ սերնդի) մոդելների առաջարկումը 2013-ին հեղաշրջում էր այս շուկայում: Ընկերության առաջարկվող արագ պատասխանեցին առաջատարները: Սա է հեղափոխականը այս բնագավառում, սա է մրցակցությունը, որից շահում է միմիայն սպառողը:

Որոշ հետազոտողներ գտնում են, որ GSM կապի այս հաջողությունները կապված են զլորալացման երևույթի հետ: Այս ընթացքի որոշ ասպեկտները հետևյալն են.

¹ ICT Facts and Figures.

- գլոբալ ստանդարտների ստեղծում,
- գլոբալ շուկաներ,
- բջջային հեռախոսների գլոբալ արտադրողներ:
Այս ամենի հետ մեկտեղ, բջջային կապի բաժանորդների աճի հիմնական խթանիչներն են նաև.
- մրցակցությունը բջջային օպերատորների միջև,
- կանխավճարային համակարգի ներդրումը և գնագոյացման նորարարական եղանակների մշակումը,
- նորարարական ծառայությունների ներդրումը,
- ենթակառուցվածքի ծախսերը,
- բջջային սարքավորումների արժեքը:

Այս ամենը ապահովեց մեկ բուստի արժեքի՝ 2005թ-ից սկսած անշեղորեն նվազող դինամիկան աշխարհում, զարգացած և զարգացող երկրներում: Այն 25 ցենտից հասել է 5.4-ի, և դեռ շարունակվում է անկումը:

Սա ևս մեկ անգամ վկայում է հեռահաղորդակցության ոլորտում նոր տեխնոլոգիաների ներդրման և օպտիմալ կառավարման փաստը, ազատ մրցակցության առկայությունը, սպառողների ակտիվությունը և փոխադարձությունը ընկերությունների գործունեության մեջ, պետական ակտիվ միջամտությունը սակագների վերահսկմանը և մրցակցային միջավայրի պահպանմանը: Իսկ այս պայմաններում մարքեթինգային գործիքակազմի՝ որակի վերահսկման, գնային ճկուն քաղաքականության, հասանելիության ընդլայնման, հետսպասարկային ծառայությունների ակտիվացման, սպառողների նկատմամբ ուշադրության կատարելագործման անհրաժեշտությունը դառնում է պարտադրված: Փաստ է. այսօր հեռահաղորդակցության ուղին առանց լուրջ մարքեթինգային ռազմավարության կիրառման, կործանարար կարող է լինել:

Այսպիսին են զարգացումները համաշխարհային հեռահաղորդակցությունում, որոնցից անմասն չէ նաև Հայաստանը՝ ոլորտի դինամիկ և ակտիվ զարգացումներով, հեռահաղորդակցության բնագավառի առաջատարների նկատմամբ հետաքրքրությունների շեշտադրումներով, սպառողներին օգտակար արդյունք ապահովելու նորանոր հնարավորություններով:

ՀԵՌԱՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ՆՈՐ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ, ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՄԱՐԶԵԹԻՆԳԻ ԳՈՐԾԻՋԱԿԱԶՄԻ ԽԹԱՆՄԱՆ ՈԼՈՐՏ

ԱՐՏԱՎԱԶԴ ԹԱԴԵՎՈՍՅԱՆ, տ.գ.թ., դոցենտ

ՏԱԹԵՎԻԿ ՆԱՍՈՅԱՆ

ՀՊԾՀ «Ճյուղի տնտեսագիտություն
& կառավարում 2» ամբիոնի վարիչ

ՀՊԾՀ ասպիրանտ

Համառոտագիր

Սույն հոդվածում ներկայացվել է հեռահաղորդակցության ոլորտի տեխնոլոգիական զարգացման գործընթացները և դրանցով պայմանավորված մրցակցության ու մարքեթինգային գործիքակազմի կիրառման ակտիվացման խնդիրները: Մասնավորապես, հեռահաղորդակցության ոլորտում նոր տեխնոլոգիաների ներդրման և օպտիմալ կառավարման փաստը խթանում է ազատ մրցակցության ձևավորմանը, ինչպես նաև պետական ակտիվ միջամտությունն իրականացվում է սակագների վերահսկողությամբ և մրցակցային միջավայրի պահպանմամբ:

Քանալի բառեր. հեռահաղորդակցություն, նոր տեխնոլոգիաներ, մարքեթինգային գործիքակազմ, նորարարական ծառայություններ, սակագին, սպառողական վարքագիծ, բջջային կապ, ցանցային տնտեսություն:

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ КАК ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ,
РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ И ИНСТРУМЕНТАРИЯ МАРКЕТИНГА

АРТАВАЗД ТАДЕВОСЯН, к.э.н., доцент

ТАТЕВИК НАСОЯН

зав. кафедрой Экономика отрасли и управление
Государственного инженерного университета Армении

аспирант Государственного инженерного
университета Армении

Аннотация

В статье представлены процессы технологического развития области телекоммуникаций и обусловленные ими задачи по активизации конкуренции и применению инструментария маркетинга. В частности, внедрение новых технологий и оптимальное управление в области телекоммуникаций содействуют формированию свободной конкуренции, а активное вмешательство государства осуществляется путем контроля за уровнем тарифов и сохранения конкурентной среды.

Ключевые слова: телекоммуникации, новые технологии, инструментарий маркетинга, инновационные услуги, тариф, потребительское поведение, сотовая связь, сетевая экономика.

TELECOMMUNICATIONS AS A SECTOR THAT PROMOTES APPLICATION OF NEW TECHNOLOGY,
COMPETITION AND UTILIZATION OF MARKETING TOOLS

Artavazd Tadevosyan, Candidate of Sciences (Economics)

Tatevik Nasoyan

Chair and Associate Professor

Ph.D. Student

Department of Economics of Branches of Economy and Management
Armenian State Engineering University

Armenian State Engineering University

Abstract

The article presents the processes of technological development in the telecommunications sector of the economy and issues on intensifying application/utilization of marketing tools and strengthening competition related to the processes. Namely, introduction of new technology and optimal management practices in the telecommunications sector promote free competition; and state active interference is implemented by regulating tariffs and ensuring competitive environment.

Keywords: telecommunications, new technology, marketing tools, innovative services, tariff, consumer behavior, mobile communication, networked economy.