

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИИ ПАО «МТС» Троянова С.Э.

*Троянова Светлана Эдуардовна – студент магистратуры,
направление: бизнес-аналитика,
факультет информатики, учета и сервиса,
Байкальский государственный университет, г. Иркутск*

Аннотация: в статье анализируются различные направления деятельности одной из крупнейших отечественных телекоммуникационных компаний ПАО «МТС».

Ключевые слова: анализ, телекоммуникации, связь.

Публичное акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» – российская телекоммуникационная компания, оказывающая услуги в России и странах СНГ под торговой маркой «МТС». МТС предоставляет услуги сотовой связи в стандартах GSM и UMTS (3G) в России, Армении, Белоруссии, Узбекистане, Украине. Роуминг доступен абонентам МТС в 226 странах, GPRS-роуминг – в 169 странах. Компания оказывает услуги сотовой связи, проводной телефонной связи, широкополосного доступа в Интернет, мобильного, кабельного, цифрового телевидения и услуги по продаже контента [19, с. 802].

По состоянию на 1 октября 2016 г. компания во всех странах своего присутствия обслуживала более 79 млн абонентов. В эксплуатации находилось 28,5 тыс. базовых станций 3G. Численность сотрудников превышала 65 тыс. чел. Компания развивает собственную розничную сеть, которая насчитывает около 4,5 тыс. салонов сотовой связи по всей России. В своих магазинах, помимо телефонных аппаратов других марок, компания также продаёт мобильные телефоны под собственной торговой маркой «МТС» (выпуск аппаратов осуществляют сторонние производители, в числе которых компании TCT Mobile Limited, ZTE, Huawei). Также в магазинах предоставляют услуги по подключению к сети МТС, пополнению счета, оплате штрафов, денежным переводам.

Компания МТС известна на мировом рынке услуг сотовой связи с 2000 г. Акции компании продают и покупают на Московской межбанковской валютной бирже, Нью-Йоркской, Лондонской, Франкфуртской, Берлинской, Мюнхенской фондовых биржах.

По результатам исследования компании Interbrand, проведённого в 2010 г., торговая марка «МТС» стала самым дорогим российским брендом, заняв первое место с оценкой стоимости торговой марки в размере 213,2 млрд руб. В 2013 г. бренд МТС шестой год подряд вошел в топ-100 самых дорогих брендов в мире по рейтингу BRANDZTIN, опубликованному международным исследовательским агентством Millward Brown, и признан самым дорогим телекоммуникационным российским брендом стоимостью 10,63 млрд долл. [20, с. 309].

На рисунке 1.1 наглядно видно, какое значительное место на российском рынке услуг сотовой связи занимает компания МТС. Таким образом, российский рынок услуг сотовой связи уже сформирован, его современное состояние можно характеризовать как стабильное, а ценовые «войны» постепенно уступают место неценовым видам конкуренции [19, с. 803].

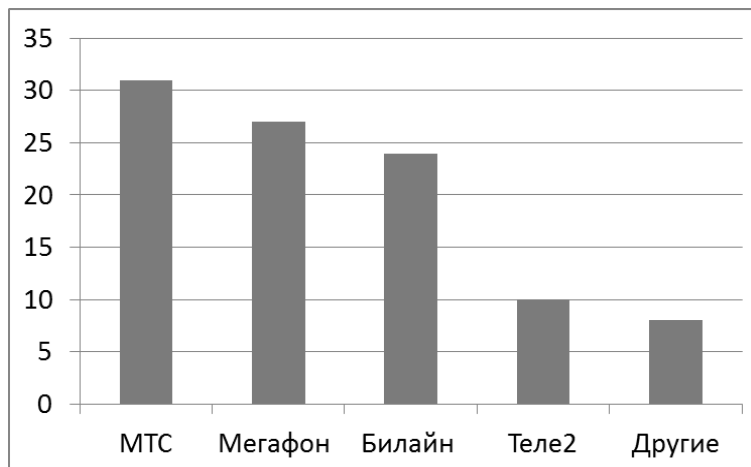


Рис. 1.1. Распределение 100% российского рынка сотовой связи между остальными участниками в 2016 году

ПАО «МТС» обладает лицензиями на работу на всей территории Российской Федерации. Дочерние компании ПАО «МТС» продолжают осуществлять свою деятельность на территории Украины (ПАО «МТС Украина»), Республики Армения (ЗАО «К-Телеком»), Республики Туркменистан

(ХО «МТС-Туркменистан»), Республики Узбекистан (ООО «Universal Mobile Systems»), а также Республики Беларусь (СООО «Мобильные ТелеСистемы»). Общая численность населения лицензионной территории ПАО «МТС» составляет более 230 млн человек. Наиболее крупными рынками услуг сотовой связи на территории Российской Федерации (по количеству абонентов) являются Москва и Московская область, а также Санкт-Петербург и Ленинградская область.

Сеть 3G МТС работает во всех федеральных округах России, Армении, Беларуси, Туркменистане, Украине. Сети LTE запущены в коммерческую эксплуатацию во всех регионах России (кроме Республики Крым). Группа МТС первой среди российских операторов связи предоставила возможность пользоваться сетями LTE в международном роуминге [21, с. 24–25].

Ключевые рынки группы ПАО «МТС»:

- Мобильная связь;
- Мобильный интернет;
- Фиксированная связь;
- Платное ТВ;
- Телефоны и смартфоны;
- Финансовые услуги.

Несмотря на то, что ПАО «МТС» на сегодняшний день является лидером рынка сотовой связи, и доходы компании стабильно растут, по данным Федеральной службы государственной статистики доходы операторов в целом по стране постепенно снижаются [23]. Данная тенденция явно просматривается на графике (рис. 1.2).

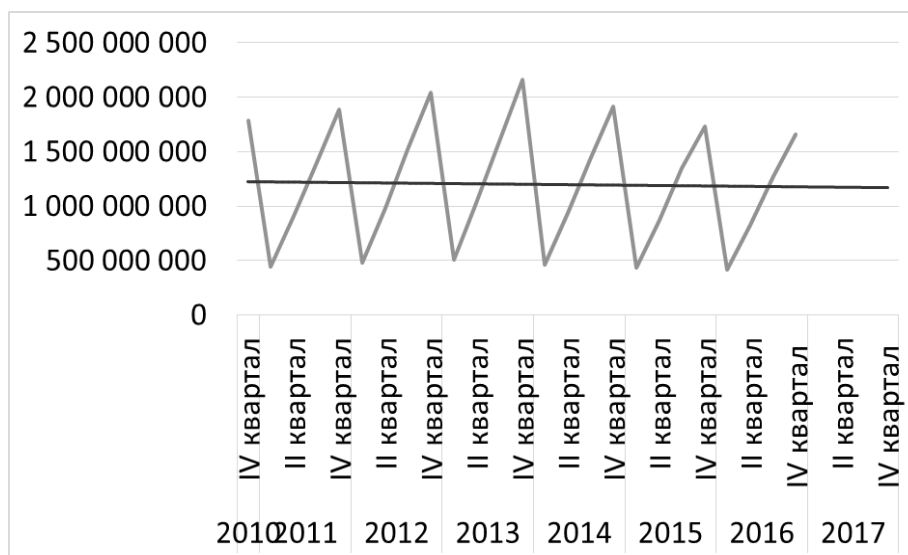


Рис. 1.2. Динамика доходов операторов подвижной связи от предоставления абонентам своих сетей основных и дополнительных услуг связи в РФ, тыс. руб.

Чтобы сохранить положительную динамику результатов своей работы, ПАО «МТС» должно внимательно относиться к анализу финансово-хозяйственной деятельности.

Список литературы

1. Бабешко А.С. Фундаментальный и технический анализ портфеля ценных бумаг российской телекоммуникационной компании «Мобильные ТелеСистемы» // Фундаментальные исследования, 2014. № 5-4. С. 801-805.
2. Жихор И.И. Основы формирования инвестиционной стратегии, необходимые для эффективной работы предприятия // Креативная экономика, 2013. № 2. С. 308-315.
3. Годовой отчет ПАО «Мобильные ТелеСистемы» за 2015 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.report2015.mts.ru/ru/markets.html>, 222 с. (дата обращения: 12.03.2017).
4. Единая межведомственная информационно-статистическая система. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/39564/> (дата обращения: 18.03.2017).