2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Эксмо, 2016. – 684 с.
3. Туган-Барановский М.И. Промышленные кризисы в современной Англии, их причины и ближайшие влияния на народную жизнь / М. И. Туган-Барановский.– Archive publica, 2022. – 545 с.
4. Зобова Л.Л. Генезис и трансформация закона рыночных ареалов. / Л.Л. Зобова. – Кемерово: ТЕУС, 2021. – 173 с.
5. Музюкин Д.В. Правовое обеспечение рынка юридических услуг: автореф. дис. канд. юрид. наук, – Томск, 2007. – 20 с.
6. Демидов С. С. О конкурентных преимуществах субъектов рынка юридических услуг / С. С. Демидов // Потребительская кооперация стран постсоветского пространства: состояние, проблемы, перспективы развития: Сборник научных статей Международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию основания университета, Гомель, 31 октября – 01 2024 года. – Гомель: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2024. – С. 290-295

УДК[657.62:654]:004

Демченко И.В.[1], Сосновская И.Л.[2]
[1]к.э.н.доцент, [2]старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет»,
Мелитополь, РФ

ЦИФРОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В БИЗНЕСЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО СЕКТОРА

Актуальность рассмотрения темы распределения затрат всегда будет одной из важнейших сфер изучения экономического сектора. Телекоммуникационный сектор занимает ключевую позицию в мировой экономике, обеспечивая основу для цифровизации бизнеса и социальной жизни. Постоянное развитие технологий, рост конкуренции и изменения в потребительских предпочтениях требуют от компаний не только внедрения новых решений, но и эффективного управления затратами. Это становится критическим фактором для повышения рентабельности и устойчивости бизнеса в условиях динамично меняющейся среды.

Целью исследования данной стати является определение методов и подходов для оптимизации управления затратами и расходами в секторе телекоммуникации с учетом современных вызовов и возможностей. Многозадачность рассматриваемой темы так же остается многогранной, необходимость проведения анализа текущей структуры затрат в телекоммуникационном бизнесе, выявление

ключевых проблем и факторов, влияющие на их распределение, разработка и предложение эффективных методов оптимизации.Для достижения поставленных целей использованы методы анализа данных, сравнительного анализа и моделирования, а также изучение практических кейсов компаний телекоммуникационного сектора.

Современные подходы к управлению затратами акцентируют внимание на внедрении цифровых технологий, которые позволяют автоматизировать процессы и минимизировать человеческий фактор. Важную роль играет использование анализа данных для предсказания потребностей и предотвращения неэффективных расходов.

Телекоммуникационный сектор является капиталоемкой отраслью, что делает управление затратами одним из ключевых факторов успешного ведения бизнеса. Для анализа текущего состояния распределения затрат важно выделить их основные категории и определить ключевые факторы, влияющие на их динамику.

Затраты в телекоммуникационном секторе делятся на прямые и косвенные. Прямые затраты включают расходы на оборудование, инфраструктуру и обслуживание сетей. Косвенные затраты – это административные и маркетинговые издержки.

Рассматривая структуру затрат телекоммуникационных компаний, мы можем выделить:

- технологические затраты;
- операционные затраты;
- маркетинговые и клиентские затраты

Технологические затраты включают расходы на разработку, модернизацию и обслуживание сетевой инфраструктуры, закупку оборудования и программного обеспечения. Современные компании вынуждены поддерживать высокую производительность сетей, особенно с учетом роста потребления данных и внедрения технологий 5G.Согласно отчетам крупных телекоммуникационных компаний, доля технологических затрат может составлять до 40–50% от общих расходов. Устаревание оборудования приводит к необходимости частого обновления, что увеличивает финансовую нагрузку [1].

Операционные затраты связаны с повседневной деятельностью компании: содержание персонала, аренда офисов, расходы на энергоресурсы и логистику. Особенно значимы затраты на электричество, так как обслуживание сетей и дата-центров требует большого количества энергии. Увеличение стоимости энергоресурсов оказывает значительное давление на прибыльность бизнеса.

Маркетинговые и клиентские затраты включают привлечение и удержание клиентов. Расходы включают продвижение бренда, программы лояльности и обеспечение высокого уровня обслуживания. Конкуренция на рынке заставляет компании увеличивать эти затраты, чтобы сохранить долю рынка.

Обратим внимание на факторы, влияющие на распределение затрат. Одним из таких факторов является внедрение новых технологий, таких как 5G, IoT и облачные вычисления, требует значительных инвестиций. Компании вынуждены не только модернизировать сети, но и адаптироваться к меняющимся требованиям потребителей. Например, развитие 5G увеличивает пропускную способность сетей, но требует дорогого оборудования и высококвалифицированных специалистов. Следующим и не менее важным фактором является рост конкуренции.Данный бизнес является высококонкурентным, что вынуждает компании снижать тарифы на услуги. В результате они сталкиваются с необходимостью поиска баланса между сокращением затрат и сохранением качества обслуживания. Поэтому государственное регулирование играет важную роль в распределении затрат. Например, требования по обеспечению доступности услуг в отдаленных регионах или внедрение экологических стандартов может увеличить операционные расходы.

Для повышения эффективности управления затратами в данной сфере необходимы современные подходы, направленные на сокращение издержек без ущерба для качества услуг. Основными направлениями оптимизации могут быть автоматизация процессов, использование инструментов анализа данных и оптимизация операционной деятельности.Автоматические системы способны оперативно выявлять сбои и прогнозировать возможные проблемы, что позволяет минимизировать затраты на их устранение, проведение мониторинга сетей в реальном времени является неоспоримой необходимостью. Управления клиентскими заявками. Внедрение чат-ботов и голосовых помощников снижает нагрузку на операторов службы поддержки, сокращая расходы на персонал [2].

Применение программных инструментов анализа данных таких как анализ данных (BigData) и бизнес-аналитика (BI-платформы) предоставляют компаниям возможность принимать более обоснованные решения. С помощью этих инструментов компании могут определять сегменты клиентов с наибольшим потенциалом дохода и концентрировать усилия на их удержании, прогнозировать пиковую нагрузку на сети и распределять ресурсы для ее оптимального обслуживания, оптимизировать затраты на маркетинг, анализируя эффективность рекламных кампаний и корректируя их в реальном времени. Так же переход на более энергоэффективное оборудование сокращает эксплуатационные расходы. Например, внедрение технологий программно-определяемых сетей (SDN) позволяет снизить затраты на управление сетью.

Проведя данное исследование, мы можем сделать выводы о том, что оптимизация управления затратами позволит не только снизить операционные издержки, но и повысить качество предоставляемых

услуг.Руководителям компаний связей и телекоммуникаций следует активно инвестировать в цифровизацию и анализ данных, а также регулярно пересматривать подходы к управлению ресурсами и распределению затрат.

Статья подготовлена в рамках выполнения научной темы «Диджитализация учетно-аналитической деятельности в контексте социально-экономического развития региона».

Список использованных источников

1. Оптимизация расходов бизнеса: как сократить расходы без уменьшения прибыли. Статья, 2020. – URL: https://journal.tinkoff.ru/cut-costs(дата обращения 28.11.2024 г.).
2. Как оптимизировать расходы в бизнесе: пошаговое руководство. Статья, 2023. – URL: https: //brizo.ru/biznes-blog/kak-optimizirovat-raskhody-v-biznese(дата обращения 28.11.2024 г.).

УДК 339.138

Дубова П.Г.[1], Власова Т.А.[2]
[1]студент, [2]кандидат экономических наук, доцент
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», Белгород, РФ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ОБЩИЙ АЛГОРИТМ ПРОВЕДЕНИЯ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБНОВЛЕНИЕ

Высокий уровень конкуренции на рынке товаров и услуг определяет потребности организаций различных сфер деятельности в получении информации о рыночной ситуации, потенциальных конкурентах, характеристиках, запросах и возможностях целевой аудитории потребителей, что обуславливает высокую важность проведения маркетинговых исследований.Результаты маркетинговых исследований определяют приоритеты формирования и реализации маркетинговой стратегии, оказывающей существенное влияние на эффективность деятельности и повышение уровня конкурентоспособности организации.

Авторы под маркетинговыми исследованиями понимают «систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для повышения эффективности идентификации и решения маркетинговых проблем (возможностей)» [1].

Алгоритм проведения маркетинговых исследований реализуется в несколько этапов: