

4. Бернейс, Э. Инженерия согласия / Э. Бернейс // Полис. – 2013. – № 4. – С. 122–131.

Bernaays, E. The Engineering of consent policy / E. Bernaays // Polis. – 2013. – № 4. – P. 122–131.

5. Бранд, А. М. Инжиниринг согласия в XX веке / А. М. Бранд // Smoke: всемирная история курения. – М. : Новое литератур. обозрение, 2012. – С. 441–456.

Brandt, A. M. The Engineering of consent in the 20th century / A. M. Brandt // Smoke: a world history of smoking. – Moscow : New Literary Review. – 2012. – P. 441–456.

6. Голубев, К. И. Некоторые вопросы иллюстрации модели поведения человека в условиях общества финансового капитализма / К. И. Голубев // Науч. тр. Белорус. гос. экон. ун-та. – Минск, 2018. – С. 115–119.

Golubev, K. I. Some questions of the illustration of the model of human behavior in the conditions of the society of financial capitalism / K. I. Golubev // Scientific works of the Belarusian State Economic University. – Minsk, 2018. – P. 115–119.

7. Голубев, К. И. Некоторые вопросы позиционирования идей институциональной экономики в системе современного образования / К. И. Голубев // Проблемы совр. экономики. – 2016. – № 3. – С. 267–268.

Golubev, K. I. Some issues of positioning the ideas of institutional economics in the system of modern education / K. I. Golubev // Problems of modern economics. – 2016. – №. 3. – P. 267–268.

Статья поступила в редакцию 30.11.2023.

УДК 339.138:338.46

A. Dzemchanka
BSEU (Minsk)

MOBILE SERVICES MARKET: GROWTH DRIVERS, INNOVATIONS, CONSUMER PREFERENCES

The article provides an assessment of the main growth drivers of the mobile communication services market in the Republic of Belarus, identifying its features and consumer preferences. The author has identified a priority range of services, and also highlighted innovative directions for the development of the mobile communication services market, taking into account the characteristics of services, consumer preferences and changes in the external environment.

Keywords: mobile communication services market; traffic; packet data technologies; range of services; consumer preferences; multimedia content; voice services; converged services.

Е. В. Демченко
кандидат экономических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

РЫНОК УСЛУГ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ: ДРАЙВЕРЫ РОСТА, ИННОВАЦИИ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

В статье дана оценка основных драйверов роста рынка услуг мобильной связи Республики Беларусь, выявлены его особенности, потребительские предпочтения. Автором

определен приоритетный ассортимент услуг, а также выделены инновационные направления развития рынка услуг мобильной связи с учетом характеристик услуг, потребительских предпочтений и изменения внешней среды.

Ключевые слова: рынок услуг мобильной связи; трафик; технологии пакетной передачи данных; ассортимент услуг; потребительские предпочтения; мультимедийный контент; голосовые услуги; конвергентные услуги.

Конкурентный характер рыночной среды предполагает комплексное изучение рынка мобильной связи, драйверов его роста, инноваций, процесса оказания услуги, а также позиционирования услуг. Под драйверами понимаются импульсы, источники развития отрасли. Это специальные механизмы управления процессами создания услуги, ее продвижения на рынок. При исследовании драйверов роста следует использовать комплексный подход, предполагающий учет совокупности факторов, условий, составляющих. При этом рассматриваются они в рамках взаимосвязанных структурных направлений активизации потребительских предпочтений, таких как технологические требования, позиции конкурентов и характеристики услуги.

В современных условиях на рынке услуг мобильной связи происходит расширение возможностей первичного спроса, технологические изменения, активное внедрение инноваций, переопределение рынка, означающее предпочтение услуг, характеризующихся системным подходом к выполнению работ. Рынок услуг мобильной связи включает в себя комплекс телекоммуникаций, мобильные технологии, услуги передачи данных с подключением в сеть Интернет.

В этой связи возникает необходимость активизации и совершенствования маркетинговой деятельности предприятий с учетом основных драйверов роста потребительских предпочтений. Следует отметить, что вопросам изучения направлений активизации потребительских предпочтений в научной литературе уделяется недостаточно внимания. Некоторые аспекты данной проблемы рассматривались в работах известных отечественных и зарубежных авторов: Г. Беквита [1], К. Гренрооса [2], К. Лавлока [3], А. Майкла, Б. Солтера [4] и др. В то же время наблюдается определенный недостаток работ, посвященных вопросам системного и комплексного формирования направлений и тенденций роста потребительских предпочтений на рынке услуг мобильной связи. Таким образом, целью исследования является анализ и изучение основных драйверов роста, инноваций, потребительских предпочтений с учетом отраслевых особенностей, специфики и тенденций развития рынка услуг мобильной связи в Республике Беларусь.

К началу 2023 г. число пользователей мобильных устройств достигло 5,31 млрд человек (67,1 % населения в мире). С начала прошлого года прирост составил 95 млн пользователей; численность интернет-аудитории – 4,95 млрд пользователей (62,5 % населения мира) [5].

При изучении тенденций развития рынка услуг мобильной связи необходимо выделить особенности отрасли:

- 1) неуклонный рост спроса и предложения услуг мобильной связи;
- 2) учет территориальной сегментации;
- 3) локальный характер рынка;
- 4) временные и пространственные ограничения производства и потребления услуг мобильной связи;

6) скорость реагирования на изменения внешней среды и рыночной конъюнктуры;

7) однотипность качественных характеристик услуг, а также субъективность их оценки;

8) высокий уровень дифференциации услуг, обуславливающий появление новых нестандартных видов услуг связи [6, с. 5].

Рассматривая структуру рынка услуг мобильной связи, необходимо оценить количественный и качественный состав потребителей и производителей услуг.

В первом полугодии 2023 г. количество абонентов сотовой подвижной электросвязи в Республике Беларусь составило 11 756 051 человек. Количество абонентов сотовой подвижной электросвязи, которые воспользовались услугой передачи данных с подключением в сеть Интернет, по технологии пакетной передачи данных достигло 8 005 736 человек, из них по технологии LTE – 6 194 794 человек. Пропускная способность каналов доступа в сеть Интернет составила 673 440 мбит / с. Уровень проникновения сотовой связи в Республике Беларусь достиг 127,2 абонента на 100 жителей. Сотовой подвижной электросвязью охвачено 99,3 % территории республики, на которой проживает 99,9 % населения. Исходящий трафик абонентов за данный период составил 7 835 054 тыс. мин., а общее количество исходящих коротких сообщений (SMS) – 77 990 тыс. ед., исходящих мультимедийных сообщений (MMS) – 2 263 тыс. ед. Трафик в расчете на одного абонента сети сотовой подвижной электросвязи достиг 4 737 мин. [7]. По итогам первого полугодия 2023 г. рыночные доли абонентских баз распределились между участниками рынка следующим образом (табл. 1).

Таблица 1 – Распределение абонентских баз

Оператор	Количество абонентов, млн чел.	Рыночная доля, %
А1	4,9	41,9
МТС	5,4	46,1
БелСТ	1,4	12,0
ИТОГО	11,7	100,0

Примечание – Источники: [8–10].

В условиях конкуренции всегда существует риск, что потребители не заметят особой разницы между различными конкурентными вариантами и будут принимать решение исключительно в зависимости от ценовых факторов. Поэтому при анализе развития рынка необходимо сформировать и выделить характеристики услуги наиболее значимые именно для тех абонентов, с которыми компания хотела бы развить долгосрочные взаимоотношения. При этом необходимо проводить четкое различие между важными и определяющими характеристиками услуг, оказывающими влияние на потребительский выбор. В связи с этим целесообразно систематически анализировать все аспекты услуг и придавать особое значение совершенствованию тех характеристик, которым отдают предпочтение потребители целевых сегментов, отличающиеся друг от друга поведенческими моделями. Целесообразен именно подход фокусирования,

т. е. определения стратегически важных элементов коммерческой деятельности и концентрации на них своих ресурсов. В экономической литературе выделяют фокусирование на рынках и фокусирование на услугах. Говоря о конкретном рынке услуг мобильной связи, целесообразно, прежде всего, учитывать его отраслевую специфику.

Рассматривая ассортимент услуг, необходимо отметить, что на рынке происходит изменение характера потребляемых услуг. Так, наблюдается тенденция резкого роста трафика данных за счет сокращения голосовых услуг в общем объеме абонентского трафика. Согласно исследованиям компании «Ericsson» за 10 лет мобильный трафик вырос в 300 раз [11].

По прогнозам Cisco основными тенденциями развития мобильного трафика данных будут являться следующие:

доля мобильного трафика данных составит более 20 % всего IP-трафика (в 2016 г. – 8 %);

на душу населения будет приходиться 1,5 мобильных устройства, количество устройств, подключенных к мобильным сетям, включая модули межмашинной связи, достигнет в мире 12 млрд (2016 г. – 8 млрд устройств и 1,1 устройств на душу населения);

распространение 4G и внедрение 5G позволит увеличить скорость мобильных подключений втрое, т. е. до 20,4 мбит / с (2016 г. – 6,8 Мбит/с);

около половины совокупного IP-трафика, а именно 49 %, будет формировать Wi-Fi;

M2M-соединения будут занимать 29 % (3,3 млрд) всех мобильных подключений (2016 г. – 5 % (780 млн)). Этот тип мобильных соединений в потребительском и бизнес-сегментах будет расти высокими темпами;

79 % мобильного трафика в мире будет составлять видеоконтент;

на долю 4G будет приходиться 58 % всех мобильных соединений (в 2016 г. – 26 %) и 79 % всего мобильного трафика передачи данных;

общее число смартфонов в мире достигнет 6,2 млрд и превысит половину всех устройств и подключений (2016 г. – 3,6 млрд) [12].

Увеличению объема мобильного трафика будет способствовать непрерывный рост числа популярных мобильных приложений, а также более функциональных моделей смартфонов. Согласно прогнозу Sensor Tower развития мобильного рынка в 2027 г. расходы пользователей в App Store и Google Play достигнут 186 млрд долл. США. При этом на App Store придется 125 млрд, а на Google Play – 60. Среднегодовые темпы роста 8,6 и 8,0 % соответственно [13].

По времени работы в приложениях по категориям в мире ожидаемо лидируют социальные сети и мессенджеры. Так, в магазине Google Play имеется 3,7 млн приложений; 2,1 млн – в Apple App Store. Более 1300 приложений ежедневно добавляются в Google Play Store. В 2022 г. среднестатистический владелец смартфона в США использовал более 35 приложений в месяц, 80 % пользователей открывали в среднем 15 приложений в день. Однако необходимо отметить, что среднестатистический пользователь тратит 70 % времени на использование всего трех приложений; 34 % абонентов выбирают приложения на основе рейтинга; почти все (96 %) пользователи загружают приложение от 4 звезд и выше, 50 % пользователей загружают менее 3 звезд; только 15 % пользователей будут загружать приложение с 2 звездами рейтинга [13]. Данные тенденции характерны и для белорусских абонентов. Кроме того, и операторы сотовой связи

разрабатывают мобильные приложения. Например, МТС предлагает: Мой МТС, МТС деньги, МТС Kids Club, Английский язык с МТС, МТС пресса, МТС Music, Знакомства с МТС и др. Причем основными качественными параметрами работы мобильного приложения выступают надежность, безопасность и скорость. В настоящее время для оптимальной работы пользователя 3-секундный показатель запуска приложения снизился до 2 секунд или менее. Помимо этого, из-за некачественных приложений и негативных отзывов в магазинах приложений происходит потеря доверия к бренду. Удаление приложений также занимает важное место в списке проблем. Различаются проблемы и по платформам iOS и Android, что может кардинально изменить мобильную разработку – ИИ, Low/no-code и AR/VR. При принятии решения об установке приложения одним из основных факторов выступают различные программы лояльности пользователей, скидки, бонусы.

Необходимо отметить, что в основном пользователи предпочитают мультимедийный контент. Это предполагает развитие соответствующей инфраструктуры телекоммуникационной отрасли с высокими скоростями и качеством передачи данных.

В то же время необходимо учитывать, что технологии развиваются быстрее, чем пользователи успевают адаптироваться к ним. Потребители отдают предпочтение тем технологиям, которые проще, удобнее и надежнее. Например, технология SMS, которая выдержала испытание временем, остается популярным каналом коммуникаций.

Рассматривая ассортимент услуг мобильной связи и анализируя потребительские предпочтения, необходимо отметить сдвиг потребления услуг от отдельных услуг к конвергентным услугам, объединяющим в себе мобильную, фиксированную связь и широкополосные сети передачи данных. Абоненты предпочитают получать полный спектр всех необходимых услуг связи от одного оператора, с гарантией качества и минимальным набором устройств. Технология xPON (Passive Optical Network – технология пассивных оптических сетей широкополосного доступа) является эффективным инструментом развития сети доступа. С помощью данной сети пользователю предлагаются как традиционные услуги (телефон, телевидение, Интернет), так и инновационные услуги связи. Например, РУП «Белтелеком» предоставляет услуги «Умный дом», «Видеоконтроль», домофонной связи. Обеспечена техническая возможность подключения по данной технологии для 95 % многоквартирной городской застройки. Положительным является то, что конвергенция услуг предполагает развертывание высокодоходных услуг нового поколения, обеспечивает доступ к услугам и приложениям с любого устройства абонента. В их числе аудио- и видео-конференц-связь, передача голоса, высокоскоростной обмен данными и множество других. Наиболее перспективным является разработка новых конвергентных услуг на платформе IMS, таких как PoC, weShare, IM&Chat, FT, SharedURL, White Board, Game, VoIP, IPCentrex, ConvergedTV и т. д. Рассматривая ценовой фактор, необходимо отметить, что ключевыми точками выбора услуг выступают наличие входного барьера на рынок (цена телефона, наличие предоплаты, размер абонентской платы), внедрение различных платежных систем, использование гибких форм оплаты услуг, а также активное использование акционных предложений операторов и партнерских программ. Однако при выборе оператора сотовой связи пользователи исследуют и неценовые факторы. Так, анализируются

различные показатели потребления услуги – подключение sim-карт для использования в различных устройствах (ноутбуки, геолокационные устройства, телеметрия, видеонаблюдение и т. д.); «эффект сети» (выбор сети для общения по низким внутрисетевым тарифам с большим количеством знакомых); «эффект престижа» (какой оператор престижнее); приверженность определенному оператору (советы от знакомых), покупательские риски.

Заключение. В связи с вышеизложенным можно выделить следующие приоритетные направления развития рынка услуг мобильной связи в Республике Беларусь:

- рост глобального трафика и сдвиг потребления услуг в сторону передачи данных с использованием технологий беспроводного широкополосного доступа;
- увеличение скорости, качества передачи данных и инфраструктуры для развития мультимедийного контента;
- интенсивный рост мобильных видеотрансляций;
- рост числа устройств со встроенной поддержкой сотовой связи, а также с виртуальной и дополненной реальностью;
- увеличение объема выгружаемого мобильного трафика данных в сети Wi-Fi;
- разработка и развитие мобильных приложений;
- рост потребления конвергентных услуг связи;
- активное внедрение инструментов цифрового маркетинга (поисковое продвижение SEO, контекстная реклама, SMM, медийная реклама);
- рост потребления дополнительных услуг сети передачи данных;
- внедрение различных платежных систем, партнерских программ и программ лояльности абонентов.

Таким образом, комплексный анализ тенденций и драйверов роста рынка услуг мобильной связи с учетом потребительских предпочтений позволяет учесть изменения внешней среды, направления формирования ассортимента услуг, их продвижения на рынок, что будет способствовать росту эффективности и повышению качества услуг мобильной связи.

Источники

1. Беквит, Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Г. Беквит. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2019. – 252 с.
Beckwith, G. Four keys to services marketing / G. Beckwith. – 4th ed., corrected and expanded. – М. : Alpina Business Books, 2019. – 252 p.
2. Gronroos, C. Servise management and marketing / C. Gronroos. – West Sussex: John Wiley, 2007. – 215 с.
3. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. : Вильямс, 2005. – 997 с.
Lovelock, K. Marketing of services: personnel, technologies, strategies / K. Lovelock. – М. : Williams, 2005. – 997 p.
4. Майкл, А. Мобильный маркетинг / А. Майкл, Б. Солтер. – М. : ИТД, 2007. – 396 с.
Michael, A. Mobile marketing / A. Michael, B. Salter. – М. : ITD, 2007. – 396 p.
5. Годовой отчет State of Mobil 2023 [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://apptractor.ru/info/analytics/godovoy-tchet>. – Дата доступа: 11.11.2023.

6. Демченко, Е. В. Направления и инструменты развития рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь / Е. В. Демченко // Вестн. БГУ. – 2022. – № 6. – С. 5–10.

Dzemchanka, A. Y. Directions and tools for the development of the cellular communication services market in the Republic of Belarus / E. V. Dzemchanka // Vestnik BSEU. – 2022. – № 6. – P.5 – 10.

7. Официальный сайт Министерства связи и информатизации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <http://www.mpt.gov.by>. – Дата доступа: 11.11.2023.

8. Официальный сайт УП «А1» [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <http://www.a1.by>. – Дата доступа: 11.11.2023.

9. Официальный сайт СООО «Мобильные ТелеСистемы» [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <http://www.mts.by>. – Дата доступа: 11.11.2023.

10. Официальный сайт ЗАО «БеСТ» [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <http://www.life.com.by>. – Дата доступа: 11.11.2023.

11. Глобальные Digital тренды 2023 [Электронный ресурс] : отчет Hootsuite по мировым соцсетям и поведению пользователей. – 2023. – Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/globalnye-digital-trendy-2023-otchet>. – Дата доступа: 11.11.2023.

12. Сотовая (мобильная) связь [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>. – Дата доступа: 11.11.2023.

13. Прогноз развития мобильного рынка 2027 [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://apptractor.ru/measure/app-store-analytics/prognoz-razvitiya-mobilnogo-rynka-2027-ot-sensor-tower.html>. – Дата доступа: 11.11.2023.

Статья поступила в редакцию 10.11.2023.

УДК 338.22:004.9

E. Dudko
T. Kuprevich
BSEU (Minsk)

SMALL BUSINESS IN THE REPUBLIC OF BELARUS: FORMATION, FEATURES AND DEVELOPMENT PROSPECTS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

The article provides a study of small business formation in the Republic of Belarus, identifies the features and development prospects in the conditions of digitalization, taking into account modern directions of digital economy development. In the course of the study, the specific advantages of digitalization for small businesses were highlighted, and efforts to economic policy improvement were identified. The results of the analysis indicate that increasing the efficiency of entrepreneurship contributes to the development of the national economy.

Keywords: *small business; entrepreneurship; SMEs; competitiveness; innovation; digitalization; digital economy; Republic of Belarus.*