



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ

Е. В. ДЕМЧЕНКО

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

Автор, используя комплексный подход, позволяющий учитывать совокупность различных факторов, изучает и анализирует современные тенденции развития рынка услуг мобильной связи. Дается оценка основных показателей развития рынка услуг мобильной связи, выявляются его особенности и факторы роста с учетом инновационных технологий. Выделяются современные направления развития рынка услуг мобильной связи, определяется приоритетный ассортимент услуг с учетом изменений внешней среды, технологий, а также потребительских предпочтений. Рассматриваются ценовые и неценовые ключевые точки выбора мобильных услуг.

Ключевые слова: рынок услуг мобильной связи; потребительские предпочтения; мобильные приложения; мультимедийный контент; мобильная коммерция; искусственный интеллект; конвергентные услуги; ключевые точки выбора услуг.

УДК 339.138:338.46

В условиях цифровой экономики на рынке услуг происходит расширение возможностей первичного спроса, технологические изменения, переопределение рынка, означающее предпочтение услуг, характеризующихся системным подходом к выполнению работ, изменением маркетинговых каналов. Особенности рынка услуг определяют специфику инструментов маркетинга. В настоящее время одним из динамично развивающихся рынков является рынок услуг мобильной связи. На начало 2024 г. количество мобильных телефонов в мире, включая смартфоны и обычные сотовые телефоны, составило 8,31 млрд. Число пользователей мобильных устройств достигло 5,61 млрд человек (69,4 % населения в мире). С начала 2023 г. прирост составил 138 млн пользователей. Численность интернет-аудитории составила 5,35 млрд пользователей (66 % населения мира), прирост 97 млн человек. За 2023 г. среднее время использования мобильных устройств в мире увеличилось на 6 % и достигло нового максимума (более шести часов в день) [1]. Определение основных тенденций развития рынка услуг мобильной связи является одним из важнейших

Елена Владимировна ДЕМЧЕНКО (demlena@inbox.ru), кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

направлений совершенствования маркетинговой деятельности организаций с учетом специфики отрасли и изменения внешней среды.

Некоторые детерминанты маркетинга услуг связи рассматривались в работах известных отечественных и зарубежных авторов: Г. Беквита [2], К. Лавлока [3], А. Майкла, Б. Солтера [4] и др. Однако в связи с развитием цифровых технологий и модификацией потребительских предпочтений наблюдается определенный недостаток работ, посвященных вопросам развития маркетинговых инструментов рынка услуг мобильной связи.

При изучении современных тенденций развития рынка услуг мобильной связи необходимо учитывать специфику 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 [5, с. 66].

На рынке услуг мобильной связи Республики Беларусь в 2024 г., несмотря на некоторое снижение количества потребителей в 2023 г., наблюдается тенденция роста. Так, на июль 2024 г. количество пользователей сети Интернет на 100 человек составляло 151, а количество абонентов сети сотовой подвижной электросвязи — 128 человек. Общее количество абонентов сети сотовой подвижной электросвязи достигло 11,84 млн человек. Сотовой подвижной электросвязью охвачено 87,1 (4G) % территории Республики Беларусь, на которой проживает 98,4 % населения, 98,6 (3G) и 99,9 % соответственно [6]. Необходимо отметить, что на территории Беларуси проводится работа с пилотными зонами сетей сотовой связи пятого поколения (5G). Стандарт 5G позволяет значительно увеличить скорость передачи данных, совершенствовать функции динамического конфигурирования. Это необходимо мобильным операторам как для удовлетворения возросших потребностей пользователей, так и для внедрения новых сервисных трендов в различных сферах деятельности. Однако, несмотря на то, что технология 5G предполагает частоту радиоканала 3ГГц и выше, за счет чего скорость передачи данных значительно возрастает, область покрытия одной базовой станции крайне узкая. Поэтому 5G, скорее всего, будет популярна в крупных городах, а в небольших городах и поселках актуальной останется технология LTE.

Рассмотрим основные тенденции развития рынка услуг мобильной связи. Прежде всего это рост неигровых приложений. За последние 10 лет наблюдается впечатляющий рост расходов потребителей вне мобильных игр. Цифра поднялась с 3 млрд долл. США в 2014 г. до 64 млрд долл. США в 2023 г. [7]. Этот динамичный тренд открывает огромные возможности для рекламодателей. Неигровые приложения становятся главным источником роста мобильного рынка. Так, в 2023 г. по сравнению с 2022 г. их количество выросло на 11 %. Потребители проявляют особый интерес к приложениям для стриминга, знакомств и создание UGC-контента. Особенно растет популярность UGC-платформ (в частности, TikTok), все больше брендов обращаются к пользовательскому контенту. Эти приложения все чаще воспринимаются как «необходимые» услуги, аналогичные традиционным утилитам. Причем наблюдается готовность потребителей инвестировать в эти услуги. В 2023 г. четыре новых приложения достигли уровня годового дохода в 1 млрд долл. США,

включая лидера рынка Royal Match. Причем до 2020 г. ни одно приложение, не связанное с играми, не достигло такого годового дохода. Первым этот рубеж преодолел Tinder, а затем еще 5 приложений включились в их ряды, в том числе Google One и Max.

Кроме того, в связи с развитием потребительских предпочтений и технологических возможностей разрабатываются новые категории приложений. Например, приложения для медитации, психического здоровья и хорошего самочувствия. Необходимо отметить, что происходит и диверсификация потребительских расходов. Так, в 2023 г. лидировали приложения для развлечений, социальных сетей, утилит и повышение производительности. Согласно State of Mobile 2024, гиперказуальные игры продолжают быть самыми популярными среди пользователей. Гиперказуальные разработчики отдают предпочтение геймплею, не фокусируясь на привлечении новой аудитории.

Вместе с тем с ростом конкуренции ожидается, что они будут и дальше совершенствоваться, а также добавлять новые интересные элементы для захватывающего геймплея. Более того, гиперказуальные игры не только завоевывают популярность среди игроков, но и привлекают внимание издателей. Сейчас у разработчиков появилась новая цель: вместо стремления к привлечению новой аудитории, акцент смещается на создание увлекательных игровых впечатлений. Причем инновационные игры, такие как Avatar Life и Party Royale, готовы переписать правила игры и вытеснить текущих лидеров с рынка гиперказуальных развлечений. В 2023 г. RPG (компьютерные ролевые игры) лидировали по затратам игроков. Сразу за ними идут стратегии, матч-игры, казино и симуляции. Теперь они являются топовыми жанрами с высокой монетизацией в игровой индустрии. Кроме того, на рынке наблюдается и рост потребительских расходов на приложения для потокового видео. Это OTT-сервисы, короткие видеоролики, обмен видео и приложения для прямых трансляций спортивных мероприятий. Платформы для обмена медиа, в том числе такие, как Instagram и Snapchat, продемонстрировали наиболее существенный рост — на 35 % по сравнению с прошлым годом [7]. Этот рост демонстрирует предпочтение пользователей платформам, которые позволяют создавать и обмениваться контентом, что еще больше подчеркивает важность интерактивного и заманчивого контента для привлечения внимания пользователей.

Происходит и рост децентрализованных приложений (dApps). Технология блокчейн может привести к появлению децентрализованных приложений (dApps), которые работают в одноранговой сети, а не размещаются на централизованных серверах. Эти приложения предлагают преимущества с точки зрения целостности данных, безопасности и устойчивости к цензуре. По мере развития технологии блокчейна можно ожидать более широкого внедрения dApps в различных секторах, включая финансы, социальные сети и управление. 5G, машинное обучение и периферийные вычисления будут способствовать дальнейшему преобразованию ландшафта мобильных приложений. Это позволит создавать более сложные и ресурсоемкие приложения и предоставит новые возможности для получения доходов и вовлечения пользователей.

Необходимо отметить, что искусственный интеллект активно интегрируется в различные отрасли мобильных приложений. При этом он не ограничивается чат-ботами и генераторами искусства, а улучшает функционал всей мобильной экосистемы.

Кроме того, наблюдается рост пользователей приложений, ориентированных на конфиденциальность. Согласно данным State of Mobile 2024, самыми популярными категориями приложений стали те, которые помогают пользователям в повседневной жизни и обеспечивают конфиденциальность. Например, рост VPN-сервисов и ускорителей веб-трафика составил 42 %. Этот всплеск

подчеркивает растущее внимание потребителей к конфиденциальности и онлайн-безопасности.

Одной из тенденций развития рынка мобильных услуг выступает интеграция AR и VR. Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR) систематизируют пользовательский опыт в играх, образовании и социальных сетях. Поскольку оборудование становится более доступным, а контент более богатым, эти технологии могут стать стандартными функциями во многих приложениях, еще больше стирая границы между цифровым и физическим мирами.

Происходит и расширение мобильной коммерции, так как ритейлеры совершенствуют свои приложения, чтобы предлагать более персонализированный и удобный опыт покупок. Это включает в себя интеграцию AR для виртуальных примерок, AI для персонализированных рекомендаций и повышенную безопасность платежей для укрепления доверия потребителей. Сектор электронной коммерции укрепил свое место в качестве главного конкурента в сфере загрузки приложений, а услуги Over-the-Top (OTT) лидируют по потребительским расходам, т. е. происходит сдвиг в поведении потребителей в сторону покупок с мобильных устройств и предпочтения цифровых потоковых сервисов. Также искусственный интеллект занимает важнейшее место в персонализации пользовательского опыта, поскольку алгоритмы точно настраивают доставку контента в соответствии с индивидуальными предпочтениями и поведением. Автоматизация в приложениях на базе искусственного интеллекта позволяет оптимизировать задачи, прогнозировать потребности пользователей и предлагать своевременную помощь или рекомендации, тем самым повышая эффективность и удовлетворенность пользователей. По мере расширения Интернета вещей приложения, которые беспрепятственно работают на нескольких устройствах и платформах, станут более распространенными. Эта синергия позволит пользователям начинать решение задачи на одном устройстве и завершать ее на другом, создавая систему, которая повышает удобство работы с пользователем. Данные мировые тенденции характерны и для белорусских абонентов. 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 мобильных 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 ним 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.

Необходимо отметить, что ключевыми точками выбора услуг выступают наличие входного барьера на рынок (цена за телефон, 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 мобильной 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.

В связи с вышеизложенным можно выделить следующие современные тенденции развития рынка мобильных услуг:

- рост неигровых приложений, разработка новых категорий приложений, а также децентрализованных приложений;
- рост потребительских расходов на приложения для потокового видео и интенсивный рост мобильных видеотрансляций;
- интеграция искусственного интеллекта в различные отрасли мобильных приложений;
- рост пользователей приложений, ориентированных на конфиденциальность;
- интеграция дополненной (AR) и виртуальной (VR) реальностей;
- расширение мобильной коммерции;
- увеличение скорости, качества передачи данных и инфраструктуры для развития мультимедийного контента;
- увеличение объема выгружаемого мобильного трафика данных в сети Wi-Fi;
- рост потребления конвергентных услуг связи;
- активное внедрение инструментов цифрового маркетинга (поисковое продвижение SEO, контекстная реклама, SMM, медийная реклама);
- внедрение различных платежных систем, партнерских программ и программ лояльности абонентов.

Таким образом, комплексный анализ современных тенденций развития рынка услуг мобильной связи позволяет учесть изменения внешней среды, технологий и потребительских предпочтений, что будет способствовать росту эффективности и повышению качества услуг мобильной связи.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Digital 2024: Основные выводы из ежегодного отчета Datareportal. — 2024. — URL: <https://www.byyd.me/ru/blog/2024/02/digital-2024-datareportal/> (дата обращения: 22.10.2024).
2. Беквит, Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Г. Беквит. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2019. — 252 с.
Bekvit, G. Chetyre kljucha k marketingu uslug [Four keys to service marketing] / G. Bekvit. — 4-e izd., ispr. i dop. — M. : Al'pina Biznes Buks, 2019. — 252 p.
3. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. — М. : Вильямс, 2005. — 997 с.
Lavlok, K. Marketing uslug: personal, tehnologii, strategii [Service marketing: personnel, technologies, strategies] / K. Lavlok. — M. : Vil'jams, 2005. — 997 p.

4. Майкл, А. Мобильный маркетинг. Создание конкурентного преимущества с помощью беспроводных технологий / А. Майкл, Б. Солтер. — М. : ИТД, 2007. — 396 с.

Majkl, A. Mobil'nyj marketing. Sozdanie konkurentnogo preimushhestva s pomoshh'ju besprovodnyh tehnologij [Mobile marketing. Creating a competitive advantage with the help of wireless technologies] / A. Majkl, B. Solter. — М. : ИТД, 2007. — 396 p.

5. Демченко, Е. В. Рынок услуг мобильной связи: драйверы роста, инновации, потребительские предпочтения / Е. В. Демченко // Научные труды БГЭУ ; под ред. А. В. Егорова. — Минск, 2024. — С. 66–72.

Demchenko, E. V. Rynok uslug mobil'noj svjazi: drayvery rosta, innovacii, potrebitel'skie predpochtenija [Mobile communications services market: growth drivers, innovations, consumer preferences] / E. V. Demchenko // Nauchnye trudy BGJeU ; pod red. A. V. Egorova. — Minsk, 2024. — P. 66–72.

6. Министерство связи и информатизации Республики Беларусь [сайт]. — Минск, 2024. — URL: <https://www.mpt.gov.by/ru/set-sotovoy-podvizhnoy-elektrosvyazi> (дата обращения: 22.10.2024).

7. State of mobile 2024: тенденции мобильного рынка и другие данные из отчета Data.ai. — 2024. — URL: <https://www.bygd.me/ru/blog/2024/01/state-of-mobile-2024/> (дата обращения: 22.10.2024).

ALENA DZEMCHANKA

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF MOBILE COMMUNICATION SERVICES

Author affiliation. *Alena DZEMCHANKA (demlena@inbox.ru), Belarus State Economic University (Minsk, Belarus).*

Abstract. The author studies and analyzes the current trends in the development of the market of mobile communication services, using a comprehensive approach, allowing to take into account a combination of different factors. The main indicators of development of the market of mobile communication services are evaluated, and its peculiarities and growth factors are identified, taking into account innovative technologies. Current trends in the development of the market of mobile communication services are highlighted; the priority range of services is determined, taking into account changes in the external environment, technology, as well as consumer preferences. Price and non-price key points of the choice of mobile services are considered

Keywords: mobile services market; consumer preferences; mobile applications; multimedia content; mobile commerce; artificial intelligence; convergent services; key points of service selection.

UDC 339.138:338.46

*Статья поступила
в редакцию 30. 10. 2024 г.*