

ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГИ «МАКСИФОН» РУП «БЕЛТЕЛЕКОМ» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ

В декабре 2013 г. компания «Белтелеком» вывела на рынок новую услугу – первую официальную в Беларуси услугу SIP-телефонии, которая представляет собой приложение для ПК либо смартфона с реальным телефонным номером из номерной емкости телефонной сети «Белтелеком». Уникальность этого номера состоит в том, что он не имеет привязки к географическому местоположению и поэтому может перемещаться со своим обладателем в любую точку мира. Главным условием работы приложения является наличие у абонента доступа в сеть Интернет [1].

Услуга «Максифон» ориентирована на частных и корпоративных клиентов. Но при помощи личных продаж услуга продвигается только корпоративным клиентам, причем преимущественно двум целевым аудиториям: юридическим лицам, не подключенным к традиционной телефонии, и юридическим лицам с потребностью во внутреннем коммуникаторе. Результаты первого месяца продаж услуги «Максифон» филиалом «МГТС» РУП «Белтелеком» оказались существенно ниже планируемого объема.

В рамках анализа личных продаж услуги «Максифон» были рассмотрены все возможные схемы использования услуги «Максифон» корпоративными клиентами в сравнении со всеми возможными схемами использования стационарной телефонии и телефонных услуг конкурентов (операторов VoIP-телефонии и мобильной связи). Результаты проведенного анализа представлены в таблице 1.

Наиболее выгодными схемами использования «Максифон» является осуществление звонков при нахождении за рубежом, из чего следует, что целевая аудитория услуги сотрудниками «Белтелеком» была определена неверно, что привело к низкому уровню показателя количества заключенных договоров в ходе личных продаж. Нами произведены расчеты, подтверждающие это на примере использования услуги «Максифон» для пользователя, находящегося временно на территории Российской Федерации.

Таким образом, целесообразно перенаправить личные продажи «Максифона» на новую целевую аудиторию – юридических лиц, контактирующих с зарубежными бизнес-регионами (например, с российским).

По результатам проведенного исследования нами была произведена оценка возможного годового дохода от продажи услуги «Максифон»

данному сегменту, которая составила 9530,4 млн рублей (24,9 тыс. потенциальных абонентов). Экономические расчеты показывают, что ожидаемая выручка более чем достаточна для того, чтобы покрыть издержки на оказание услуги и ее реализацию и получить прибыль в размере, обеспечивающем окупаемость услуги «Максифон».

Таблица 1

Схемы использования услуги «Максифон» и услуг конкурентов

Вид связи	Максифон	Наиболее выгодная схема конкурентов
1. Звонки по Беларуси		
В пределах города вместо стационарной связи	80 руб./мин.	Стационарная связь 44 руб./мин.
В пределах города вместо сотовой связи	300 руб./мин.	Сотовая связь 0–360 руб./мин.
В разных городах РБ	80 руб./мин.	Внутренняя сеть Skype и Viber 0 руб./мин.
		Сотовая связь 0–360 руб./мин.
2. Звонки при нахождении за рубежом		
Входящие звонки	Минимум 2275 руб. (75 руб./мин. за исходящий со стационарного номера+700 руб./мин. за входящий на номер «Максифона»+1500 руб./сут. за Интернет+0 руб. за переадресацию)	Внутренняя сеть Skype и Viber Минимум 1500 руб. (0 руб./мин.+1500 руб./сут. за Интернет)
	Исходящие звонки	Минимум 4950 руб. (3450 руб./мин.+ 1500 руб./сут. за Интернет)

Список использованных источников

1. Сайт национального оператора электросвязи РУП «Белтелеком» [Электронный ресурс] / Нац. оператор электросвязи Респ. Беларусь. – Минск, 2014. – Режим доступа: <http://beltelecom.by/>. – Дата доступа: 15.03.2014.

Е. В. Макаревич

Научный руководитель – кандидат экономических наук В. В. Зазерская
БрГТУ (Брест)

**ОПТИМИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОГО
ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Транспорт является важнейшим фактором эффективного развития экономики. Становление рыночных экономических отношений усиливает эту роль транспорта, так как при его непосредственном участии формируются региональные товарные рынки. Беларусь является наиболее оптимальным связующим звеном между странами СНГ и Евросоюза. Значение этого преимущества будет усиливаться по мере углубления интеграционных процессов в рамках таможенного союза Беларуси, России,