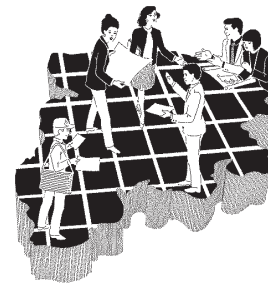


# ВЫЗОВЫ XXI ВЕКА И СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ



**И.Л. АКУЛИЧ, В.А. БАРАНЧУК**

## *ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ*

Мобильная связь — одна из приоритетных, наиболее эффективных, высококонкурентных и динамичных сфер экономики во многих странах. Она постоянно развивается и, сливаясь с другими отраслями, продвигается к созданию глобального информационно-телекоммуникационного сектора.

Рынок мобильной связи оказывает существенное позитивное влияние на экономику и социальное развитие белорусского общества, способствуя дальнейшему повышению качества жизни, все более полному удовлетворению возрастающих потребностей населения страны в необходимых услугах. Мобильные технологии и услуги в составе телекоммуникационных технологий представляют технологический базис и основную движущую силу перехода к информационному обществу. Поэтому ускоренное развитие сферы мобильной связи — задача государственной важности.

Для определения основных направлений развития рынка услуг мобильной связи были выявлены его особенности, проведен SWOT-анализ и построена текущая модель рынка.

Установлено, что рынок услуг мобильной связи имеет ряд специфических особенностей:

- операторы мобильной связи технологически зависят от операторов телефонной связи общего пользования;
- технологическая база имеет несколько стандартов, что определяет сложность формирования рынка и наличие непрямой конкуренции;
- в создании конечной услуги, продаваемой абоненту, участвует цепочка предприятий, что предполагает взаимодействие игроков рынка (в том числе и конкурентов) по присоединению сетей, осуществлению взаиморасчетов за услуги и совместному использованию технических средств связи;
- конкуренты делят между собой ограниченные ресурсы в области связи (ресурс нумерации, радиочастотного спектра);
- рынок мобильной связи в силу мультисервисности услуг состоит из значительного числа субрынков: рынок голосовых услуг мобильной связи, рынок контент-услуг, рынок услуг мобильной передачи данных, рынок передачи сообщений, рынок бизнес-услуг и т.д.;

---

*Иван Людвигович АКУЛИЧ, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой маркетинга Белорусского государственного экономического университета;  
Вероника Альбертовна БАРАНЧУК, аспирантка кафедры маркетинга Белорусского государственного экономического университета.*

- действующие операторы имеют большие преимущества перед новыми: владение “базовыми средствами” (оборудование транспортной сети, замена которого сопряжена с техническими или экономическими трудностями, номерной массив, радиочастотный спектр); экономия, обусловленная полноценным циклом (вертикальная экономия); контроль над стандартами услуг; возможности перекрестного субсидирования одних услуг через другие; инертность клиентов;

- выход на рынок услуг мобильной связи требует значительных объемов долгосрочных инвестиций, которые в большинстве случаев не подлежат последующему возврату при уходе с рынка;

- как правило, рынок существует в форме монополии или олигополии, поскольку присутствие на одной территории большого числа операторов сотовой связи нецелесообразно как с экономической точки зрения (затраты по созданию сети каждого из них велики, а общая абонентская база ограничена), так и из-за отсутствия достаточного спектра свободных частот;

- роль рынка услуг мобильной связи, кроме обеспечения услугами связи населения, состоит в выполнении задач общегосударственной значимости — обслуживание льготных категорий граждан, силовых и государственных структур (операторы обязаны предоставлять минимальный набор услуг всем пользователям на территории страны в заданный срок по доступным тарифам для соблюдения принципа равенства прав всех граждан вне зависимости от рентабельности этих услуг, а в некоторых случаях на безвозмездной основе);

- операторы обязаны обеспечить бесперебойное функционирование систем связи для обеспечения национальной безопасности и обороны.

С учетом указанных особенностей модель рынка услуг мобильной связи должна основываться на принципах:

- партнерства и кооперации между участниками рынка, в том числе конкурентами;

- незначительного количества конкурентов (не более 5—7), большее их количество экономически нецелесообразно, поскольку речь идет об ограниченных ресурсах, высокой цене выхода на рынок и необходимости возврата инвестиций;

- сохранения государственного регулирования для минимизации негативных социально-экономических и стратегических последствий, возникающих вследствие недостаточной эффективности рыночных механизмов, путем объединения противоречащих интересов участников, с одной стороны, и предотвращения олигополистического сговора — с другой.

В мировой практике существуют 2 подхода к формированию рынка услуг мобильной связи. При первом выделяют американский и европейский варианты развития рынка мобильной связи.

Американский рынок услуг мобильной связи получил развитие в 80-х гг. XX в. в результате демонополизации и разделения монополиста ЭйтТи энд Ти, когда в США появились альтернативные провайдеры дальней связи. Американские операторы совершенствовались под пристальным антимонопольным контролем федерального правительства, поэтому они пытались максимально увеличить число клиентов путем внедрения инновационных технологий. Важным фактором здесь явилось то, что в Америке отсутствует поминутная оплата местных телефонных разговоров. Поэтому там достаточно сильны позиции фиксированной связи, а проникновение мобильной значительно ниже, чем в Европе.

На европейском рынке услуг мобильной связи до недавнего времени господствовала монополия государственных провайдеров. Кроме того, в Европе применяется поминутная оплата разговоров в фиксированных сетях. Это способствовало более бурному развитию мобильной связи в Европе, чем в США, поскольку она считалась экономически оправданной альтернативой проводной связи [1, 8].

При втором подходе, учитывающем степень и характер государственного участия, особенности конкурентных отношений и охват территорий, в мировой практике сложились следующие рынки услуг мобильной связи.

- Территориально разделенные по операторам монопольные рынки (США, Канада, Финляндия, Дания) — операторы с частным капиталом, государственное участие сохраняется только там, где предпринимателям невыгодно организовывать услуги связи.

- Специализированно разделенные рынки по операторам (Италия, Испания) — операторы с государственным и частным капиталом разделены на право монопольного предоставления отдельных видов услуг (междугородная, международная связь и т.д.) по всей территории страны. Так, в Италии компания ЭсАйПи обслуживала местную связь, компании ЭйЭсТиТи и ЭсАйПи — междугородную связь на короткие расстояния, ЭйЭсТиТи — международную телефонную связь с Европой, странами Средиземноморского бассейна, Интеркейбл — межконтинентальную, а Интеркейбл и Италтел — телеграфную связь.

- Государственная монополия (начальная стадия развития рынков Великобритании, Швеции, Германии, Франции, Польши, России и др.) — рынок без рынка, когда услуги оказывает единый государственный оператор, типичный рынок продавца. Это объяснялось в основном тем, что независимо от политической системы традиционно во всех перечисленных странах была велика роль государства в экономике. В свою очередь государственная монополия существует в следующих формах:

- естественная монополия — ситуация на рынке, когда затраты на производство таковы, что удовлетворение спроса одним поставщиком обходится дешевле, чем несколькими. Эта модель существовала на основе традиционной точки зрения, заключавшейся в том, что весь сектор электросвязи имеет свойства естественной монополии;

- регулируемая монополия (легальная) — компромиссный вариант, направленный на получение выгод естественной монополии без предоставления монополисту неограниченных свобод;

- государственное предприятие — наиболее часто используемая модель. Считалось, что для такой модели регулирование не нужно, так как оказывающее услуги предприятие и без того находится под прямым контролем государства.

В последние годы правительства многих государств отказались или отказываются от модели нерегулируемого государственного предприятия, параллельно с этим в большинстве стран стали осуществляться процессы дерегулирования, приватизации и либерализации, выражающиеся в изменении отношений между предприятиями связи и государством, невмешательстве последнего в их деятельность.

*Основными причинами либерализации рынка услуг мобильной связи являются:*

- либерализация экономики в целом;
- неэффективность функционирования монополистического рынка;
- необходимость модернизации сетей связи и появление новых технологий и услуг, коммерческий успех которых не определен, — для регулирующих органов выгоднее позволить частным инвесторам делать ошибки самостоятельно;

- развитие сети “Интернет”, в результате чего объем передачи данных во многих странах превысил объем голосового трафика и способствовал появлению новых участников рынка.

В результате проводимых мероприятий по либерализации рынка услуг мобильной связи обеспечивается:

- создание благоприятных условий для развития конкуренции и, как следствие, ускоренное внедрение инноваций, снижение тарифов, минимизация издержек и повышение качества услуг;

- повышение эффективности привлечения иностранных инвестиций.

После либерализации ключевым является наличие независимого регулирующего органа, отделенного от оператора связи и способного разрешать споры по вопросам присоединения сетей.

В Республике Беларусь развитие мобильной связи во многом зависит от функционирования рынка электросвязи, который в свою очередь входит в отрасль связи. В отрасли выделяется связь внутриведомственного пользования (обслуживание производственных нужд отдельных отраслей и предприятий) и связь общего пользования. Последняя подразделяется на 3 подотрасли — почтовая связь, телевидение и радиовещание и электросвязь.

Рынок электросвязи существует в форме государственной регулируемой монополии — доминирующее положение на рынке занимает национальный государственный оператор электросвязи РУП “Белтелеком”, номинально регулируемый другой государственной организацией — Министерством связи и информатизации Республики Беларусь. Такая ситуация сложилась, как и во многих других странах мира, исторически ввиду специфики отрасли и обусловлена широкой поддержкой государства.

Функции государственного регулирования и разработки стратегии развития отрасли выполняет Министерство связи и информатизации Республики Беларусь.

К предприятиям основной формы деятельности относятся государственные предприятия:

РУП “Белтелеком” — национальный оператор электросвязи Республики Беларусь — предоставляет услуги местной, междугородной и международной связи. Является монополистом по предоставлению услуг международной связи и доступа к сети “Интернет”. Все операторы мобильной связи в своей деятельности зависят от монополиста, так как пользуются его проводными линиями, все взаимодействия между операторами происходят через Белтелеком, который устанавливает тарифы на “интерконнект”.

Государственная комиссия по радиочастотам Республики Беларусь отвечает за разработку и реализацию политики в области планирования, распределения и эффективного использования радиочастотного ресурса.

Основной задачей РУП БелГИЭ является упорядочение использования радиоспектра, создание условий работы, исключающих взаимные помехи радиостанций и других средств связи.

Помимо того, государство владеет пятьюдесятью и более процентами уставных фондов трех операторов мобильной связи. А в 2005 г. при участии Минсвязи и информатизации Республики Беларусь был создан четвертый оператор на рынке ЗАО БеСТ с государственной формой собственности.

В стране весьма сильны позиции фиксированной связи — Беларусь занимает первое место среди стран СНГ по количеству стационарных телефонов на 100 жителей (35 шт.), что является в какой-то степени сдерживающим фактором для развития мобильной связи [2].

Важным индикатором, характеризующим структуру рынка и позволяющим определить форму конкуренции, является известный индекс Херфиндалля-Хиршмана (НИ). Для Беларуси в настоящее время он составляет: 4680, что означает установившуюся на рынке монополию [2; 3].

На основе изучения мирового опыта была разработана *модель фаз развития рынка услуг мобильной связи*, показывающая влияние рыночных факторов на уровень спроса, позволяющая определить основные направления развития для каждой фазы и на этой основе выработать конкретные маркетинговые мероприятия. Основные параметры фаз развития рынка мобильной связи приведены в табл. 1.

В соответствии с данной моделью, учитывая текущий уровень проникновения (около 60 %) и тот факт, что еще в июле 2005 г. количество мобильных абонентов превысило число фиксированных [2], можно констатировать, что

белорусский рынок мобильной связи переживает вторую стадию развития, называемую фазой роста (экспансии), и приблизился к переходу на стадию зрелости. В этой фазе в сфере мобильной связи Беларуси происходят те же события, которые были характерны для других стран: число операторов достигло четырех (БелСел, Велком, МТС, БеСТ), усилилась конкуренция, акценты в политике операторов сместились на удержание абонентов, повышение качества, брендинг, развитие дополнительных услуг. Ключевыми индикаторами эффективности работы на рынке являются количество активных абонентов, территориальный охват, доля рынка и уровень оттока абонентов.

Таблица 1. Основные характеристики фаз развития рынка услуг мобильной связи

Показатель	Внедрение (начало)	Рост (экспансия)	Зрелость (консолидация)
Модель рынка электросвязи	Естественная монополия (государственная либо частная)	Регулируемая монополия	Стандартная институциональная модель
Число операторов	1–2	3–4	Более 4
Проникновение	До 5 %	5–65 % (превышение мобильных абонентов над фиксированными)	Более 65 %
Прирост абонентов в год	Более 100 %	30–85 %	15–25 %
Факторы роста	Бизнес-аудитория. Новаторы	Бизнес-аудитория. Частные лица с доходами выше среднего. Ранние последователи	Все сегменты рынка
Ключевые индикаторы развития	Прирост новых абонентов. Капитальные затраты	Количество активных абонентов. Доли рынка операторов. Территория покрытия сетей	Уровень оттока абонентской базы. Капиталовложения на одного абонента на этапе привлечения (SAC). Среднемесячный доход на одного абонента (ARPU). Размеры каналов продаж. Индекс инновационности (доля доходов от дополнительных услуг)
Базовый набор услуг	Базовые сетевые услуги (АОН, переадресация, конференц-связь и др.). “Вам звонили”. SMS P2P. SMS-контент. Голосовой контент. Мгновенные сообщения (USSD)	Базовые сетевые услуги (АОН, переадресация, конференц-связь и др.). “Вам звонили”. SMS P2P. SMS-контент. Голосовой контент. Мгновенные сообщения (USSD). Мобильный Интернет. WAP. MMS. RBT. DMS	Базовые сетевые услуги (АОН, переадресация, конференц-связь и др.). “Вам звонили”. SMS P2P. SMS-контент. Голосовой контент. Мгновенные сообщения (USSD). Мобильный Интернет. WAP. MMS. RBT. DMS. Мобильный портал на базе DSTK. Сервис широковещательных рассылок ICBC. Обмен мгновенными сообщениями между абонентами (Instant Messaging). Мобильное телевидение. Мобильный банк

Для более глубокого изучения рынка услуг мобильной связи Республики Беларусь был проведен SWOT-анализ, который позволил определить основные направления его развития.

Был сделан вывод, что существующий рынок услуг мобильной связи имеет слабые стороны и содержит потенциальные угрозы, так как не всегда позволяет экономически эффективно решать задачи удовлетворения населения услугами связи. Весь комплекс проблем вызван монополией, зарегулированностью на рынке мобильной связи. Развитие рынка в основном связано с необходимостью проведения в отрасли связи соответствующих реформ. Это в значительной мере может быть достигнуто благодаря запланированным в соответствии с Программой развития связи в Республике Беларусь на 2006—2010 гг. внедрением технологий следующего поколения.

С учетом отраслевых особенностей, модели фаз развития рынка услуг мобильной связи, результатов SWOT-анализа и мирового опыта был сделан ряд выводов относительно наиболее приемлемой организации конкурентных отношений на белорусском рынке услуг мобильной связи. Проблема выбора оптимальной модели конкурентного рынка услуг мобильной связи для каждой страны сводится к тому, чтобы определить оптимальное сочетание модели конкурентных отношений, архитектуры и структуры рынка, собственности на активы, принципов взаимодействия операторов рынка и системы. В основе такой модели для Республики Беларусь могут быть:

1. Либерализация сектора электросвязи, облегчающая доступ на рынок юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям. Имеются в виду:

- прозрачные условия лицензирования услуг мобильной связи;
- упрощение процедуры сертификации оборудования;
- внедрение общепринятых в мире эффективных механизмов и принципов взаимодействия операторов и альтернативность присоединения сетей — снятие ограничений по взаимодействию сетей путем предоставления возможности прямого соединения (без коммутационного транзита через национального оператора) между операторами связи для пропуска голосового трафика и передачи данных;
- снятие госмонополии на международную связь и каналы Интернет, получение операторами связи права на осуществление самостоятельной деятельности международного оператора сотовой и проводной связи (телефония и передача данных);
- свободное создание и использование инфраструктуры связи. Она сможет реализовываться путем предоставления услуг связи с применением IP-технологий абонентам сотовой связи, операторам сотовой и проводной связи, другим потребителям в Республике Беларусь, а также организациям в ближнем и дальнем зарубежье;
- переход на принятые в мировой практике методы тарифного регулирования услуг мобильной связи.

2. Разгосударствление национального оператора РУП «Белтелеком» и некоторых других государственных организаций электросвязи для обеспечения независимого регулирования деятельности всех участников рынка, конкуренции, устранения искусственно поддерживаемой монополии. Возможны 3 варианта структурных изменений:

- государственный оператор переходит в сектор конкурентной борьбы;
- государственный оператор разделяется на самостоятельные предприятия;
- существенно преобразуется структура государственного оператора.

3. Сохранение государственного регулирования с учетом того, что без него невозможно функционирование сферы мобильной связи, в рамках которой должно сочетаться обеспечение интересов операторов с государственными. Как это ни парадоксально, в краткосрочной перспективе регулятивное вмешательство со стороны государства должно возрасти, а не снизиться. Успех преобразования монопольных рынков в конкурентные зависит от вмешательства регулирующих органов. Создание после полной либерализации рынка независимого относительно национального и других операторов связи органа регули-

рования деятельности в области связи. Цели регулирования сектора должны соответствовать общепризнанным. Это:

- содействие универсальному доступу населения к базовым услугам и выполнение задач обеспечения национальной безопасности;
- стимулирование развития конкурентных рынков для обеспечения эффективного оказания услуг, надлежащего качества и уровня обслуживания, доступных тарифов;
- обеспечение “прозрачности” процессов регулирования и лицензирования;
- защита прав потребителей, в том числе права на неприкосновенность частной жизни;
- установление прямых запретов на предоставление конкретным операторам сотовой подвижной электросвязи преференций, ставящих участников в неравные условия [4, 12].

4. Создание равных условий при использовании “базовых средств”. В том числе ограниченного частотного ресурса за счет оптимизации его использования и применения принципа свободного недискриминационного доступа к нему путем внедрения экономических методов управления (ввод платы за его использование).

5. Принципы стратегического партнерства и сотрудничества при взаимодействии участников рынка: укрупнение рынка, создание альянсов, конфедераций, аутсорсинговых и агрегаторских схем, базирующихся на управлении взаимоотношениями, а не на рыночных транзакциях.

6. Конвергенция в области информационных, компьютерных, платежных и других технологий.

7. Переход к технологиям третьего поколения мобильной связи (с интеллектуальными сетями, мультимедиауслугами, эффективными транспортными системами) для ускорения формирования информационного общества. При этом для формирования конкурентной среды должно быть выдано несколько лицензий, возможно, не только действующим операторам, но и новым, учитывая, что на стадии зрелости на рынке должно присутствовать, как правило, более четырех операторов. Порядок предоставления лицензий на UMTS должен быть прозрачным.

8. Создание законодательной и нормативно-правовой базы для внедрения всех вышеперечисленных изменений.

9. Переподготовка и повышение квалификации специалистов, создание сети информационно-технических центров (бизнес-инкубаторов), поскольку в новых условиях прогнозируется появление таких нетрадиционных специальностей, как управляющий системоаналитик, “этичный хакер”, метапосредник-аутсорсер, контакт-менеджер, виртуальный организатор и другие, задачами которых будет обработка информационных потоков и маркетинговых результатов, оказание помощи руководству в процессе принятия решений в условиях ускоренных производственных циклов.

В условиях новой модели трансформируется структура конкуренции, бизнес-схемы и бизнес-операции из-за появления *новых участников рынка*, начинающих выполнять функции, закрепленные в настоящее время за операторами мобильной связи:

- *виртуальные операторы* (Mobile Virtual Network Operator (MVNO)) — компании, которые не имеют собственного частотного ресурса, вступающие в кооперацию с операторами, выкупающие оптом трафик и перепродающие его конечным пользователям, реализуя собственный брендинг, разрабатывая тарифные планы, используя возможности мобильной связи в маркетинговой деятельности компаний (например, брендовые MVNO Верджин, ЭмТиВи или Дисней). Привлекательность такой бизнес-модели в гибкости небольшого оператора и чуткости к конкретным потребителям, ориентация на узкие группы пользователей (спортивные болельщики, домохозяйки, пожилые люди, модная молодежь или представители различных профессиональных прослоек,

например, таксисты, которые в определенной части города могут говорить со своим диспетчером с большой скидкой). Поэтому они зачастую более эффективно продают услуги мобильной связи, чем крупные операторы. Таким образом, занимают узкие ниши рынка, что еще больше усиливает конкуренцию;

- *контент-провайдеры* — компании, производящие и занимающиеся реализацией контента (информационно-развлекательное содержимое) или прав на его использование. Их основные функции — технологическое решение для предоставления контент-услуг, сбор прав и правообладание (авторские, смежные), изготовление и хранение контента, маркетинговое управление контентом. Один контент-провайдер может выполнять функции *агрегатора* для других провайдеров;

- *системные интеграторы* — выполняют функцию интеграции разных систем с помощью комплексов прикладного программного обеспечения, разработки новых.

Развитие белорусского рынка мобильной связи по предлагаемой модели позволит:

- развить и поддерживать конкуренцию, увеличить число участников рынка, и, в конечном итоге, повысить эффективность работы рынка услуг мобильной связи, улучшив качество, доступность услуг, расширив их номенклатуру, снизив издержки и тарифы;

- Минсвязи проводить политику в национальных интересах, без противоречий, которые возникают, когда государство является собственником оператора;

- независимому государственному органу эффективно решать вопросы, возникающие из-за конфликта интересов, что вызовет рост доверия к беспристрастности решений и позволит создать благоприятный инвестиционный климат на рынке мобильной связи Республики Беларусь;

- операторам, находящимся в частной собственности, принимать экономические обоснованные решения — быстрее реагировать на изменяющиеся потребности общества в новых и разнообразных услугах и внедрять их ускоренными темпами;

- удовлетворить требования программы подготовки к вступлению во Всемирную торговую организацию;

- создать новые рабочие места;

- ускорить внедрение новых технологий и переход страны к информационному обществу.

В свое время в Европе подобные предлагаемым мерам действия обусловили значительный рост мобильной связи и обеспечили превышение 100 % уровня проникновения.

Однако внедрение новой модели рынка может иметь и негативные последствия. Так, в Европе проведенную либерализацию рынка электросвязи нельзя в полной мере назвать успешной: многие новые операторы, переоценившие свои силы, стали банкротами, финансовые сложности испытывают и существовавшие компании из-за необходимости постоянного снижения цен в силу ужесточения конкуренции и чрезмерно оптимистичных оценок потенциала рынка.

### Литература и электронные публикации в Интернете

1. Глазер, С. Телекоммуникационные компании всегда будут интересны инвесторам / С. Глазер // Рынок ценных бумаг. — 2000. — № 16.

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2006: стат. сб. — Минск: М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2006.

3. GSM Facts and Figures [Electronic resource] // GSM Assosiation. — 2006. — Mode of access: <http://www.gsmworld.com/news/statistics/index.shtml>. — Date of access: 03.05. 2007.

4. Справочник по регулированию электросвязи / под ред. Х. Итвена. — Вашингтон: Всемирный банк, 2006.