

## **РАЗВИТИЕ РЫНКА СОТОВОЙ СВЯЗИ БЕЛАРУСИ**

Актуальность маркетингового исследования рынка сотовой связи Беларуси обусловлена тенденциями и особенностями, присущими данному объекту изучения. Указанный рынок является одним из самых динамично развивающихся не только в Беларуси, Центральной и Восточной Европе, но и в мире в целом, что обуславливает его инвестиционную привлекательность.

Исследование рынка сотовой связи предусматривало оценку влияния макро- и микроэкономических факторов на объект изучения.

К группе основных макроэкономических конъюнктурообразующих факторов относятся: технические и технологические; фактическое отсутствие возможности производства собственного сотового оборудования; экономические; политические. На микроэкономическом уровне исследована конкурентная среда. Прямая конкуренция: белорусский рынок сотовой связи находится в стадии становления и развития с ярко выраженными признаками олигополии. Основными участниками исследуемого рынка являются: в стандарте NMT 450, в стандарте cdma 2000 – «Белсел». В стандарте GSM 900/1800 фактически функционируют две компании: СП ООО «Мобильная цифровая связь» и ОАО «Мобильные Телесистемы». Несмотря на, появление нового оператора сотовой связи стандарта GSM 900/1800 ОАО «БелСТ» конкурентная среда принципиально не изменится. Ориентирами нового участника рынка является обеспечение связью, в большей степени сельского населения, что потребует значительных инвестиций, в то время как отдача возможна лишь в долгосрочной перспективе. Данное обстоятельство позволяет утверждать, что в ближайшее время структура мобильно-сотового рынка принципиально не изменится.

Мониторинг основных участников рынка позволил выделить следующие технологические и маркетинговые факторы конкуренции, способные определять уровень конкурентной активности исследуемого рынка: полнота покрытия территории; необходимость значительных инвестиционных ресурсов; соперничество стандартов NMT 450, GSM 900 и появление средств коммуникаций поколения 3G; уровень абонентского обслуживания; ограничение рекламной активности использованием лишь традиционных средств: радио, периодическая печать.

Основу косвенной (опосредованной) конкуренции в РБ составляют: телефоны беспроводного доступа к сетям общественного пользования; спутниковые системы мобильной связи; стационарные системы коммуникаций.

Положительные конъюнктурные сдвиги, способные в ближайшее время послужить стимулом к развитию сотового бизнеса в РБ: продолжающийся экстенсивный и интенсивный рост и развитие телекоммуникаций в мире и в Европе; относительно постоянное снижение цен на услуги связи и, как результат, некоторый рост числа абонентов; появление новых услуг и средств коммуникаций поколения 3G.

## **СОДЕРЖАНИЕ И ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

На развитых рынках в проблемное содержание маркетинга входят находящиеся в едином комплексе функции и проблемы товарной и ценовой политики, политики распределения и продвижения, а также проблемы персонала.