

Е. В. ДЕМЧЕНКО

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ

В статье исследуется специфика рынка услуг сотовой связи и тенденции его формирования, актуальные вопросы позиционирования услуг сотовой связи. Автор анализирует рыночные характеристики и параметры потребления услуг сотовой связи. Определяются перспективы развития рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь.

Ключевые слова: специфика услуг сотовой связи; рынок услуг связи; доля рынка; конвергентные услуги; параметры потребления услуг.

УДК 339.138:338.46

В условиях конкуренции успех производителя услуг зависит от характера взаимодействий с потребителями, степени их лояльности и приверженности, разработки процесса оказания услуги, а также оптимального позиционирования услуг. В настоящее время одним из динамично развивающихся рынков является рынок услуг сотовой связи. На основании этого возникает необходимость активизации и совершенствования маркетинговой деятельности предприятий. Некоторые аспекты формирования и развития рынка услуг рассматривались в работах известных отечественных и зарубежных авторов: К. Гренрооса [1], Г. Беквита [2], К. Лавлока [3], А. Майкла, Б. Солтера [4] и др. Однако вопросы системного и комплексного формирования и развития рынка сотовой связи изучены недостаточно. Кроме того, отсутствуют единый методологический подход и теоретические основы разработки концепции развития и анализа рынка сотовой связи с учетом отраслевого фактора. В связи с этим целью исследования является анализ отраслевых особенностей, специфики и тенденций развития рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь.

При исследовании развития и формирования рынка услуг сотовой связи целесообразно выделять следующие особенности рынка услуг сотовой связи:

- непрерывный рост спроса и предложения услуг сотовой связи;
- ориентация на географическую сегментацию, так как формы предоставления услуг связи в большей степени зависят от характеристик территории;
- пространственная очерченность рынка, его локальный характер;
- высокая скорость оборота капитала в связи с коротким производственным циклом;
- временные и пространственные ограничения производства и потребления услуг связи;
- мобильность и быстрое реагирование на изменения рыночной конъюнктуры (производителями услуг сотовой связи выступают малые и средние предприятия);
- идентичность качественных характеристик услуг;
- высокий уровень дифференциации услуг, обуславливающий появление новых нестандартных видов услуг связи [5, с. 45].

Услуги сотовой подвижной электросвязи в Республике Беларусь оказывают следующие операторы:

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

- унитарное предприятие по оказанию услуг «Велком»;
- совместное общество с ограниченной ответственностью «Мобильные ТелеСистемы»;
- закрытое акционерное общество «Белорусская сеть телекоммуникаций».

Рынок услуг сотовой связи в Республике Беларусь находится в стадии насыщения.

В 2018 г. количество абонентов сотовой подвижной электросвязи в республике составило 11,973 млн человек. Уровень проникновения сотовой связи в республике достиг 120,2 абонента на 100 жителей. Сотовой подвижной электросвязью охвачено 98,2 % территории республики, на которой проживает 99,9 % населения.

По итогам 2018 г. рыночные доли по количеству активных абонентских баз распределились между участниками рынка следующим образом (см. таблицу)

Распределение абонентских баз на 2018 г.

Оператор	Количество абонентов, млн	Рыночная доля, %
Велком	4,873	40,7
МТС	5,5	45,9
БеСТ	1,6	13,4
Итого	11,973	100,0

Примечание: наша разработка на основе [6–8].

Согласно проведенному анализу на рынке услуг сотовой связи сохраняется дуополия, рынок поделен между двумя операторами: УП «Велком» и СООО МТС, доля ЗАО «БеСТ» растет, идентичность и взаимозаменяемость услуг достаточно высокие.

В настоящее время можно выделить следующие основные рыночные тенденции:

- динамичное развитие конвергентных услуг связи;
- рост услуг широкополосного доступа и дополнительных услуг сети передачи данных;
- формирование услуг передачи данных с использованием технологий беспроводного широкополосного доступа;
- выведение на рынок услуг четвертого поколения;
- увеличение скорости передачи данных и инфраструктуры для развития мультимедийного контента;
- рост требований абонентов к качеству услуг передачи данных;
- подключение SIM-карт для использования в различных устройствах (ноутбуки, геолокационные устройства, телеметрия, видеонаблюдение и т. д.);
- введение акционных предложений операторов;
- развитие партнерских программ;
- внедрение различных платежных систем;
- операторы стараются использовать более гибкую форму оплаты, а также различные программы лояльности клиентов;
- отказ от второй-третьей карты неосновного оператора для снижения расходов (звонки по Беларуси, роуминг и международная связь со скидками) [9, с. 90].

Долгосрочными целями УП «Велком» являются:

- развитие возможностей интернет-доступа с помощью 3G и 4G;
- предложения телефонов, модемов и планшетов в рассрочку при условии заключения дополнительного соглашения на оказание услуг оператора;
- удержание позиций престижного и качественного оператора для бизнеса;

разработка программ лояльности для существующих абонентов в связи с запуском услуги переносимости номера;

развитие молодежного сегмента, на котором традиционно работают МТС и life:);

развитие конвергентных услуг;

внедрение платежных систем (система расчета ЕРИП, USSD-сервисы «Белагропромбанк», «Белинвестбанк», «Банк ВТБ», «Белгазпромбанк», «Белорусский народный банк», «Паритетбанк», «Беларусбанк», «Трастбанк»);

выведение на рынок новых тарифных планов, повышающих возможности абонентов при звонках в другие сети;

смещение позиционирования с оператора для бизнеса к оператору для современного активного пользователя.

СООО МТС придерживается наступательной стратегии. В ее рамках реализуется:

создание тарифных планов, направленных на более узкие сегменты потребителей;

дальнейшее внедрение тарифов с большим объемом мобильного интернет-трафика;

постоянное расширение спектра дополнительных услуг и мобильной коммерции;

развитие фиксированной связи;

реализация телефонов, модемов и планшетов в рассрочку.

ЗАО «БеСТ» позиционирует себя как оператора, предоставляющего качественные инновационные услуги связи по доступным для всех категорий населения тарифам, следуя стратегии проникновения. Приоритетными задачами являются:

развитие инфраструктуры;

набор качественной абонентской базы;

действия по увеличению доходов от существующих абонентов;

вывод на рынок широкого спектра новых услуг;

предложение планшетов, телефонов, смартфонов и модемов на условиях рассрочки;

разработка и внедрение новых технологических решений на основе инфраструктуры оператора сотовой связи.

При выборе оператора сотовой связи абоненты осуществляют интегрированную оценку как ценовых, так и неценовых факторов. В частности, потребителями исследуются:

рыночные характеристики (цена, технологии, ассортимент услуг);

характеристики услуги (надежность, доступность, безопасность, качество, способ предоставления услуги, дополнительные услуги);

параметры потребления услуги (комбинация выгод, решение специфических задач, имидж).

На протяжении последних лет на рынке услуг сотовой связи наблюдается тенденция изменения характера потребляемых услуг. Если совсем недавно в общем объеме абонентского трафика преобладали голосовые услуги, то сейчас их стремительно вытесняет трафик данных. При этом популярными становятся сервисы, основанные на сети передачи данных. Абонент, как правило, заинтересован получать полный спектр всех необходимых ему услуг связи от одного оператора, с гарантией качества и минимальным набором устройств.

Основная тенденция на современном рынке сотовой связи — переключение от отдельных мобильных услуг к конвергентным услугам, объединяющим в себе мобильную, фиксированную связь и широкополосный доступ с услугами.

Различают три основных уровня конвергенции: конвергенция сетей, конвергенция услуг и конвергенция приложений. На сетевом уровне конвергенция способствует снижению эксплуатационных расходов за счет перевода связи на единую транспортную платформу IP. Конвергентные сети предполагают перевод трафика SMS и MMS с традиционных платформ и сети сигнализации на IP. Конвергенция услуг предоставляет возможность развертывания высококачественных услуг нового поколения, обеспечивает доступ к услугам и приложениям с любого абонентского устройства: аудио- и видеоконференц-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.

В Республике Беларусь конвергентные услуги оказывают УП «Велком», СООО «Мобильные ТелеСистемы», РУП «Белтелеком». Среди них наиболее популярными у потребителей являются следующие:

- виртуальные частные сети VPN;
- услуга прямого номера;
- «связывание» call-центров с мобильными телефонами клиента;
- IP-телефония (в сетях передачи данных), голосовая проводная, мобильная телефония;
- веб-браузинг;
- мультимедийные услуги (видео, ТВ, радио, музыка);
- текстовые услуги (SMS, e-mail, IM, факс);
- интернет-сервисы (социальные сети и т. п.);
- сервисы глобального позиционирования (GPS, aGPS).

С целью развития конвергентных услуг УП «Велком» приобрел активы интернет- и ТВ-провайдеров. Так, за последний год оператор существенно расширил в рамках единого бренда базу клиентов фиксированного интернета путем реализации ряда сделок, а также строительства собственной сети. В 2018 г. покрытие фиксированной сети УП «Велком» с доступом к оптоволоконной связи превысило отметку в 1 млн домохозяйств.

С декабря 2015 г. СООО «Белорусские облачные технологии» (торговая марка beCloud) ввело в эксплуатацию технологию LTE. Технология LTE позволяет абоненту приобретать как традиционные услуги (видео-контент, просмотр TV программ и др.) в режиме реального времени с большой скоростью и высоким качеством, так и принципиально новые сервисы (например, высокоскоростная передача мультимедийных данных) при большой территориальной рассеянности, например для образования (проведение международных конференций и семинаров с ведущими учеными, специалистами, анализ результатов научных исследований в режиме on-line). К концу 2019 г. СООО «Белорусские облачные технологии» реализует строительство единой сети сотовой подвижной электросвязи по технологии LTE (4G). После принятия Международным союзом электросвязи соответствующего стандарта будет проводиться работа с пилотными зонами сетей сотовой связи пятого поколения (5G) на территории Республики Беларусь.

Кроме того, в 2017 г. в рамках развития передовых технологий УП «Велком» первым в мире запустил сеть с единым виртуальным ядром. В связи с этим была существенно преобразована архитектура основной сети и перенесены не только все существующие базовые компоненты ядра на новую «облачную» платформу с использованием технологии NFV (виртуализации сетевых функций), но и интегрированы новые. Как результат, сеть стала более гибкой, надежной и многофункциональной. Помимо этого была разработана и запущена в Минске первая в стране узкополосная сеть NB-IoT (Narrow

Band Internet of Things) для «интернета вещей». Новой технологией, которая считается передовой в мире, покрыта вся территория столицы. В 2018 г. абоненты УП «Велком» получили возможность совершать звонки по Wi-Fi с использованием технологии VoWiFi (Voice over Wi-Fi, или Wi-Fi Calling). Сервис позволяет звонить абонентам любых сетей даже без доступа к мобильной связи.

В условиях конкуренции на рынке сотовой связи наблюдается тенденция диверсификации бизнеса. Так, УП «Велком» в партнерстве с ЗАО «Банк Решение» и международной платежной системой Visa запустил первую виртуальную карту с кэшбэком. Виртуальная банковская карта V-BANKING позволяет совершать любые оплаты — от коммунальных платежей, услуг связи, налоговых платежей до покупки лотерейных билетов, оплаты товаров в интернет-магазинах и онлайн-такси как в Беларуси, так и в любой другой стране мира.

В 2016 г. УП «Велком» запустил в Беларуси солнечную электростанцию. Проект реализован в Гомельской области вблизи Брагина, солнечный парк состоит из 85 тысяч солнечных панелей.

Согласно исследованиям СООО «МТС» голосовой связью больше пользуется женская половина абонентской базы — в среднем 123 часа в год (против 98 у мужчин). Они же чаще отправляют SMS — около 56 сообщений в год, тогда как мужская половина обычно делает это в среднем 51 раз. При этом мужчины больше потребляют трафик в Интернете — около 58 ГБ в год (против 52 у женщин). Активнее всего белорусы пользуются мобильной связью с понедельника по пятницу. В эти дни голосовой трафик расходуют около 80 % женщин и 76 % мужчин. Высокая нагрузка на сеть начинается с 10 часов и достигает пика в 16 часов [7].

Основу параметров потребления составляет восприятие и ожидание потребителями услуги с учетом следующих факторов:

- наличие входного барьера (цена за телефон, предоплата, размер абонентской платы);

- возможность получения пакета услуг с учетом конвергенции;

- «эффект сети» (выбор сети для общения по низким внутрисетевым тарифам с большим количеством знакомых);

- «эффект престижа» (какой оператор престижнее);

- приверженность клиента определенному оператору (советы знакомых);

- подключение модемов 3G;

- подключение SIM-карт для использования в различных устройствах; (ноутбуки, геолокационные устройства, телеметрия, видеонаблюдение и т. д.);

- подключение на акционные предложения операторов;

- дополнительные услуги.

Таким образом, комплексный анализ особенностей, тенденций и перспектив развития рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь позволит разработать концептуальные и методические подходы к формированию маркетинговой стратегии, что будет способствовать росту эффективности и повышению качества услуг сотовой связи.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. *Gronroos, C.* Service management and marketing / C. Gronroos. — West Sussex : John Wiley, 2007. — 215 p.

2. *Беквит, Г.* Четыре ключа к маркетингу услуг / Г. Беквит. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 223 с.

Bekvit, G. Chetyre klyucha k marketingu uslug [Four keys to marketing services] / G. Bekvit. — М. : Al'pina Biznes Buks, 2005. — 223 p.

3. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. — М. : Вильямс, 2005. — 997 с.

Lavlok, K. Marketing uslug: personal, tekhnologii, strategii [Marketing services: personnel, technology, strategies] / K. Lavlok. — М. : Vil'yams, 2005. — 997 p.

4. Майкл, А. Мобильный маркетинг / А. Майкл, Б. Солтер. — М. : ИТД, 2007. — 396 с.

Maykl, A. Mobil'nyu marketing [Mobile Marketing] / A. Maykl, B. Solter. — М. : ITD, 2007. — 396 p.

5. Демченко, Е. В. Особенности позиционирования услуг на рынке сотовой связи Республики Беларусь / Е. В. Демченко // Экономика и упр. — 2016. — № 12. — С. 44–47.

Demchenko, E. V. Osobennosti pozitsionirovaniya uslug na rynke sotovoy svyazi Respubliki Belarus' [Features of positioning services in the cellular communication market of the Republic of Belarus] / E. V. Demchenko // Ekonomika i upr. — 2016. — N 12. — P. 44–47.

6. Официальный сайт УП «Велком» [Электронный ресурс]. — 2019. — Режим доступа: <http://www.velcom.by>. — Дата доступа: 20.03.2019.

7. Официальный сайт СООО «Мобильные ТелеСистемы» [Электронный ресурс]. — 2019. — Режим доступа: <http://www.mts.by>. — Дата доступа: 20.03.2019.

8. Официальный сайт ЗАО «БеСТ» [Электронный ресурс]. — 2019. — Режим доступа: <http://www.life.com.by>. — Дата доступа: 20.03.2019.

9. Демченко, Е. В. Особенности маркетинговой деятельности на рынке услуг сотовой связи / Е. В. Демченко // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2016. — Вып. 9. — С. 87–92.

Demchenko, E. V. Osobennosti marketingovoy deyatel'nosti na rynke uslug sotovoy svyazi [Features of marketing activities in the market of cellular communication services] / E. V. Demchenko // Nauch. tr. / Belarus. gos. ekon. un-t. — Minsk, 2016. — Vyp. 9. — P. 87–92.

ALENA DZEMCHANKA

**TRENDS IN THE MARKET OF CELLULAR
COMMUNICATION SERVICES**

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

Abstract. The article discusses specific features of the cellular communication services market and the tendencies of its formation, as well as the topical issues of cellular communication services positioning. The author analyzes the market characteristics and parameters of cellular communication services consumption. The prospects for the development of the cellular services market in the Republic of Belarus are identified.

Keywords: specificity of cellular communication services; communication services market; market share; convergent services; parameters of service consumption.

UDC 339.138:338.46

*Статья поступила
в редакцию 26.03. 2019 г.*