

**Е.В. Демченко**  
кандидат экономических наук, доцент  
БГЭУ (Минск)

## ДЕТЕРМИНАНТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*В статье рассматривается специфика рынка услуг связи, проводится анализ рынка, тенденций его развития, исследуются актуальные вопросы маркетинга услуг сотовой связи, определяются перспективы развития рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь.*

*The article deals with the specifics of the communication services market, analyzes the market, its trends, examines current issues of marketing cellular services, outlines the prospects of development of cellular market in the Republic of Belarus.*

В современной экономике сфера услуг представляет одно из наиболее сложных и малоизученных направлений деятельности. Это связано прежде всего с противоречивостью процессов и явлений, происходящих в международной экономике сферы услуг, со спецификой условий ее функционирования в отдельных государствах, а также с недостаточным уровнем развития информационно-методологических основ маркетинга в этой области. Кроме того, деятельность в сфере услуг рассматривается как фактор, обеспечивающий динамичное развитие всей экономики.

Специфика услуг во многом определяет особенности практической реализации концепции маркетинга. Отдельные аспекты маркетинга услуг рассматривались в работах известных отечественных и зарубежных авторов: М. Битнера [1], К. Гренрооса [2], Г. Беквита [3], К. Лавлока [4], А. Майкла, Б. Солтера [5], И.В. Мишуровой, Н.А. Лысенко [6] и др. Однако рассмотрение отдельных аспектов маркетинга услуг не позволяет в полной мере использовать потенциал маркетинга как реального инструмента интенсификации рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь и роста конкурентоспособности предприятий. Признавая важность проведенных разработок и ценность полученных результатов, необходимо отметить, что вопросы системного и комплексного формирования и реализации маркетинга услуг сотовой связи изучены недостаточно. Поэтому целью исследования является анализ особенностей, тенденций и перспектив развития рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь.

При всем разнообразии традиционных и относительно новых услуг связи можно выделить ряд общих черт, объединяющих их в одну сферу:

- единая социальная направленность услуг (непосредственное удовлетворение потребностей человека);
- историческая общность возникновения и развития услуг;
- наличие определенных условий производства и потребления услуг;
- сходство услуг в отношении возможности их хранения и транспортировки;
- почти идентичный набор качественных характеристик.

Развитие современных сетей связи сопровождается глобализацией услуг связи, техническим прогрессом, реструктурированием и либерализацией телекоммуникационного сектора. GSM на сегодняшний день является наиболее распространенным стандартом связи. По данным ассоциации GSM (GSMA), на данный стандарт приходится 82 % мирового рынка мобильной связи. В GSMA в настоящее время входят операторы более чем 210 стран и территорий.

Согласно прогнозам компании Эрикссон (Ericsson), число мобильных подключений в 2016 г. составит почти 5 млрд. Основным фактором роста станет передача видеоконтента. Отмечается также, что очень высокими темпами будет расти трафик от мобильных устройств (телефонов и смартфонов). По оценкам компании Ericsson, к 2016 г. свыше 80 % жителей планеты будут иметь доступ к высокоскоростным сетям 3G/HSPA. Главными драйверами потребления трафика будут оставаться все более функциональные модели смартфонов и популярные мобильные приложения. Популярность смартфонов растет во всех регионах мира. По оценке компании, смартфонами в России пользуется около 20 % населения, в ближайшие четыре-пять лет эта цифра утроится. Кроме того, трафик от многофункциональных смартфонов в среднесрочной перспективе увеличится в 12 раз, достигнув объема, сопоставимого с мобильным трафиком данных от ноутбуков.

Также продолжает расти количество мобильных пользователей сервисов 3G. По оценке Wireless Intelligence, в 2009 г. в мире насчитывалось 624,2 млн абонентов 3G (технологии CDMA 1x EV-DO и WCDMA/HSPA). Как ожидается, к концу 2014 г. этот показатель достигнет 2,3 млрд, т.е. абонентская база сетей 3G в мире за пять лет увеличится более чем в 3,6 раза.

Дальнейшая эволюция мобильных сетей стандартов UMTS/CDMA связана с технологией LTE. Первые коммерческие сети LTE уже запущены TeliaSonera в Стокгольме (Швеция) и Осло (Норвегия) на частоте 2,6 ГГц (в качестве абонентских устройств при запуске использовались LTE-модемы от Samsung на базе чипсета Kalmia собственной разработки). К 2016 г. число абонентов LTE в мире вырастет до 448 млн.

Ключевым фактором быстрого развития сетей LTE эксперты считают появление разнообразных терминальных устройств, в том числе смартфонов. Пользовательское оборудование LTE выпускает ряд компаний, среди которых Apple, Cisco, Ericsson, LG, HTC, Samsung, Huawei, ZTE, HP и др.

Эксперты считают, что рост устройств с LTE-модулем может значительно увеличить количество потребляемого трафика пользователями, что приведет к перемене позиций на рынке операторов. Уже сейчас многие операторы в США активно занимаются усовершенствованием технологий LTE. Стоит отметить, что значительную часть из проданных устройств с модулем LTE можно отнести на iOS-устройства от компании Apple.

В настоящее время в отрасли связи реализуется Программа развития связи Республики Беларусь на 2011–2015 годы. Она предусматривает следующие мероприятия:

- дальнейшее развитие и техническое перевооружение сетей местной телефонной связи путем замены устаревших АТС на современное цифровое коммутационное оборудование и развитие сети беспроводного доступа;

- внедрение современных систем связи на междугородных линиях;
- дальнейшее внедрение стандарта GSM 900 и 1800 МГц в областях мобильной связи, создание сети стандарта CDMA;
- развитие сети радиовещания в диапазоне 87,5–100 МГц;
- начало опытного цифрового радиовещания и телевидения;
- дальнейшее внедрение систем широкополосного кабельного телевидения.

Основные тенденции на рынке услуг сотовой связи в РБ следующие:

- проникновение сотовой связи постоянно растет как в крупных, так и в небольших городах, агрогородках;

- развитие рынка происходит за счет абонентов, подключающихся к оператору-конкуренту, существует тенденция к обладанию двумя-тремя SIM-картами с целью удешевления звонков;

- операторы подвижной сотовой электросвязи развернули свои сети практически на всей территории Республики Беларусь;

- постоянно вводятся разнообразные дополнительные услуги и мобильные сервисы;
- операторы стараются использовать более гибкую форму оплаты, а также различные программы лояльности клиентов;
- операторы подвижной сотовой электросвязи постоянно проводят акции среди существующих и потенциальных абонентов;
- операторы-лидеры регулярно устраивают рекламные игры с ценными призами, снижают стоимость абонентского оборудования, что приводит не только к привлечению новых абонентов, но и в целом к снижению тарифов на сотовую связь;
- дальнейшее развитие 3G-услуг, рост трафика при передаче данных;
- смена 2G-телефонов на телефоны 3G с продажей в рассрочку;
- подключение 3G-модемов, 3G-Wi-Fi;
- подключение SIM-карт для использования в различных устройствах (ноутбуки, нетбуки, геолокационные устройства, телеметрия, видеонаблюдение и т.д.);
- активное продвижение на рынок новых моделей телефонов, модемов и планшетов в комплексе с пакетом услуг на условиях рассрочки.

Рынок подвижной сотовой электросвязи в Республике Беларусь начал развиваться в 1993 г. с появлением первого оператора сотовой подвижной электросвязи ООО СП «БелСел», начавшего работать в аналоговом стандарте NMT-450. До 1998 г. только этот оператор обладал лицензией на право предоставления услуг сотовой связи в Беларуси. Рынок развивался медленно, тарифы были высокими, общее количество абонентов составило всего 12 тыс. чел. — 0,1 % населения республики.

В июле 1998 г. была выдана первая лицензия на работу в цифровом стандарте подвижной сотовой электросвязи GSM 900/1800 МГц СП ООО «Мобильная цифровая связь» (торговая марка Velcom). Сеть ИП «Велком» была запущена в апреле 1999 г. и более трех лет сохраняла монопольную позицию на рынке GSM-услуг, в силу чего рост клиентской базы по-прежнему происходил очень медленно, тарифы оставались довольно высокими, что создавало барьер для подключения. Поэтому к концу 2000 г. общий охват услугами сотовой связи составлял всего 1,3 %.

Однако с приходом в 2002 г. второго оператора — СООО МТС рынок подвижной сотовой электросвязи стандарта GSM 900/1800 МГц получил более интенсивное развитие. Это выразилось в высоких темпах роста клиентской базы у обоих операторов и значительным снижением тарифов. В 2005 г. на рынок вышел третий оператор подвижной сотовой электросвязи стандарта GSM 900/1800 «Белорусская сеть телекоммуникаций», который с 2008 г. имеет торговую марку «life». С приходом на рынок третьего оператора сотовой связи, работающего в стандарте GSM, возросла конкуренция, что выразилось в дальнейшем снижении тарифов, а также росте неценовых факторов.

В 2002 г. ООО СП «БелСел» также перешел на работу в цифровом стандарте CDMA, выведя на рынок торговую марку «Dialog». Однако в настоящее время этот стандарт развивается недостаточно интенсивно из-за ограниченного ассортимента абонентских терминалов, недостатка средств у оператора на маркетинговую поддержку и развитие инфраструктуры сети. В 2014 г. предприятие прекратило работу на рынке.

В 2012 г. по сравнению с 2006–2011 гг. темпы роста рынка сотовой связи замедлились. В 2006 г. прирост количества абонентов составил 1860 тыс. пользователей, в 2007 г. — 1000 тыс., в 2008 г. — 1168 тыс., в 2009 г. — 1558 тыс., в 2010 г. — 647 тыс., в 2011 г. — 432 тыс., а в 2012 г. — количество абонентов уменьшилось на 50 тыс.

В 2014 г. суммарное количество абонентов сотовой связи Беларуси составило примерно 10,5 млн пользователей. Уровень проникновения сотовой связи в республике — около 113,6 %. Объем рынка услуг сотовой связи приведен в табл. 1.

Таблица 1. Объем рынка услуг сотовой связи, млн дол. США

Оператор	Год									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Велком	166,9	249,3	328,3	400,0	453,9	418,6	455,1	407,3	385,8	452,3
МТС	138,5	217,7	308,0	392,9	462,9	417,1	452,4	380,7	357,4	403,6
БелСел	10,0	10,0	12,0	12,0	12,0	9,0	10,0	5,0	5,0	5,0
БеСТ	0,0	0,0	0,2	1,3	1,1	17,4	49,0	57,2	59,2	89,5
<i>Итого</i>	315,4	476,9	648,5	806,2	929,9	862,1	966,5	850,2	807,4	950,4
Темп роста, %		151,2	136,0	124,3	115,3	92,7	112,1	88,0	95,0	117,7

Источники: [7–10].

В настоящее время рынок сотовой связи в Республике Беларусь находится в стадии насыщения. Однако потенциальные абоненты стали более внимательно подходить к выбору оператора и рассматривать как ценовые, так и неценовые факторы. Они учитывают такие обстоятельства, как:

- наличие входного барьера (цена за телефон, наличие предоплаты, размер абонентской платы);
- «эффект сети» (выбор сети для общения по низким внутрисетевым тарифам с большим количеством знакомых);
- «эффект престижа» (какой оператор считается более престижным);
- приверженность клиента определенному оператору (советы от знакомых);
- подключение 3G-модемов;
- подключение SIM-карт для использования в различных устройствах;
- смена 2G-телефонов на телефоны 3G с операторским субсидированием;
- подключение на акционные предложения операторов;
- отказ от второй-третьей карты неосновного оператора для снижения расходов (звонки по Беларуси, роуминг и международная связь со скидками).

Сектор услуг сотовой подвижной электросвязи будет характеризоваться умеренным подъемом по сегменту передачи голосовых сообщений, спросом на услуги передачи данных, контентные услуги.

По состоянию на 01.06.2014 г. рыночные доли по размерам активных абонентских баз распределились между участниками рынка так, как представлено в табл. 2.

Таблица 2. Распределение абонентских баз на 01.06.2014 г.

Оператор	Количество абонентов, млн чел.	Рыночная доля, %
Велком	4,75	44,6
МТС	5,14	48,0
БеСТ	0,76	7,4
<i>Итого</i>	10,65	100,0

Источники: [7, 8, 10].

Можно сделать вывод о том, что на рынке подвижной сотовой электросвязи сохраняется дуополия, рынок поделен между двумя GSM-операторами: ИП «Велком» и СООО МТС.

На текущий момент лидером по территории покрытия остается СООО МТС. ИП «Велком» и СООО МТС обеспечили связью территорию страны, охватив 100 % го-

родского населения РБ, и вплотную приблизились к этому же показателю относительно общего количества населения.

Сети операторов подвижной сотовой электросвязи ИП «Велком», СООО МТС, ЗАО «БеСТ» функционируют в Минском метрополитене, на основных автомагистралях и на всех пограничных переходах. Операторы работают с биллинговой системой в режиме online, предоставляют услуги MCN и CRBT, а также оказывают услуги в стандарте UMTS/HSDPA/HSPA+.

ИП «Велком» предоставляет услуги GPRS и MMS, разнообразные интерактивные и голосовые развлекательные услуги, услуги роуминг-пакетов. В 2010 г. ИП «Велком» получил лицензию на оказание услуг 3G, что позволило увеличить спектр и возможности оказания услуг. Дополнительно ИП «Велком» усовершенствовал параметры радиосети и внедрил новые функции для оптимизации работы технологии пакетной передачи данных. Оператор предлагает новые телефонные аппараты с операционной системой Android, нетбуки, планшеты и модемы, в том числе и в рассрочку.

СООО МТС совместно с РУП «Белтелеком» оказывают услуги Wi-Fi. В 2010 г. оператор получил лицензию на оказание услуг 3G. СООО МТС предлагает самый широкий спектр дополнительных услуг, а также полный перечень товаров, аналогичных ассортименту ИП «Велком».

ЗАО «БеСТ», первым запустивший в коммерческую эксплуатацию 3G/3G+, работает над заключением соглашений с иностранными операторами для расширения возможностей по услуге «Международный роуминг», разрабатывает новые услуги для абонентов. Как и прерывающие операторы, ЗАО «БеСТ» предлагает широкий ассортимент товаров, которые можно купить одним платежом и в рассрочку.

Следует отметить различную ориентацию маркетинговых стратегий GSM-операторов. До 2006 г. ИП «Велком» строил свою стратегию в направлении бизнес-клиентов, СООО МТС ориентировался на менее обеспеченных служащих и молодежь, ООО СП «БелСел» занял нишу по передаче данных. Этим обусловлены различные темпы роста абонентских баз и уровни их доходностей. Однако, исходя из действий конкурентов на рынке в 2008–2012 гг., можно сделать вывод, что стратегии операторов подвижной сотовой электросвязи постоянно корректируются.

Так, во второй половине 2007 г. на белорусский рынок услуг сотовой связи пришел крупный международный инвестор — Mobilkom Austria Group. Эта компания выкупила оставшуюся долю оператора «Велком», получив 100 % -й пакет акций. Основной целью проведенного в 2008 г. ребрендинга новое руководство определило репозиционирование компании. ИП «Велком» становится более открытой для всех клиентов (в том числе и абонентов других сетей). Можно сделать вывод, что долгосрочными целями ИП «Велком» выступают:

- развитие возможностей интернет-доступа с помощью 3G;
- предложения телефонов, модемов и планшетов в рассрочку при условии заключения дополнительного соглашения на оказание услуг оператора;
- удержание позиций престижного и качественного оператора для бизнеса;
- запуск программ лояльности для существующих абонентов в связи с запуском услуги переноса номера;
- развитие молодежного сегмента, на котором традиционно работает МТС и life:);
- выведение на рынок новых тарифных планов, повышающих возможности абонентов при звонках в другие сети.

Следует отметить смещение позиционирования данного сотового оператора от оператора для бизнеса к оператору для современного активного пользователя.

СООО МТС придерживается наступательной стратегии. В ее рамках реализуются:

- развитие тарифных планов с выгодными предложениями по дополнительным услугам связи, по звонкам в другие сети, предоставление пакета бесплатных минут внут-

ри сети при подключении на определенные тарифные планы, создание тарифных планов, направленных на более узкие сегменты потребителей;

- постоянное расширение спектра дополнительных услуг и мобильной коммерции;
- предложения телефонов, модемов и планшетов в рассрочку при условии заключения дополнительного соглашения на оказание услуг оператора.

ЗАО «БеСТ» позиционирует себя как оператора, предоставляющего качественные инновационные услуги связи по доступным для всех категорий потенциальных клиентов тарифам, применяя стратегию 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, смартфонов, андроидов и модемов на условиях рассрочки.

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

1. *Bitner, M. Services marketing* / M. Bitner, V. Zeithaml. — Massachusetts : McGraw-Hill, 2000.
2. *Gronroos, C. Service management and marketing* / C. Gronroos. — West Sussex : John Wiley, 2007.
3. *Беквит, Г. Четыре ключа к маркетингу услуг* / Г. Беквит. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005.
4. *Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии* / К. Лавлок. — М. : Вильямс, 2005.
5. *Майкл, А. Мобильный маркетинг* / А. Майкл, Б. Солтер. — М. : ИТД, 2007.
6. *Мишурова, И. В. Менеджмент профессиональных услуг: стратегия и тактика* / И. В. Мишурова, Н. А. Лысенко. — М. : МарТ, 2004.
7. VELCOM [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.velcom.by>. — Дата доступа: 15.10.2014.
8. МТС: на шаг впереди [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mts.by>. — Дата доступа: 15.10.2014.
9. БелСел [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belcel.by>. — Дата доступа: 15.10.2014.
10. Life:) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.life.com.by>. — Дата доступа: 15.10.2014.

*Статья поступила в редакцию 20.11.2014 г.*

**Е.Б. Дорина**

*доктор экономических наук, профессор  
БГЭУ (Минск)*

## УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ: ИННОВАЦИОННЫЙ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

*В статье рассматриваются инновационные и институциональные аспекты устойчивого развития регионов. Научная новизна состоит в исследовании инновационных механизмов устойчивого регионального развития во взаимосвязи с институциональными преобразованиями. Область применения: результаты могут быть использованы научными работниками, преподавателями, органами государственного управления при принятии управленческих решений и при разработке прогнозов и программ социально-экономического развития регионов.*