



ISSN 2072-8441

## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

<http://elibrary.miu.by/journals!/item.eiup.html>

Демченко, Е.В. Современная стратегия развития рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь / Е.В. Демченко // Экономика и управление. – 2014. – № 1 (37). – С. 101–105.

# СОВРЕМЕННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е.В. Демченко <sup>а</sup>

### КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

услуга, специфика услуг сотовой связи, рынок услуг связи, доля рынка, маркетинговая стратегия, асимметричные тарифы

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются особенности рынка услуг связи, проводится анализ рынка, тенденций его становления и развития, дается сравнительная характеристика субъектов хозяйствования, исследуются актуальные вопросы маркетинга услуг сотовой связи, определяются перспективы развития рынка услуг сотовой связи в Республике Беларусь.

### СТАТЬЯ ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ

22 октября 2013 г.

### ВЕБ

<http://elibrary.miu.by/journals!/item.eiup/issue.37/article.18.html>

# CURRENT STRATEGY OF MOBILE PHONE MARKET DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

E.V. Demchenko <sup>а</sup>

### KEYWORDS

service, nature of cellular communication services, the market of telecommunication service, market share, marketing strategy, asymmetric tariffs

### ABSTRACT

The article deals with the features of the communication service market. The market analysis is carried out, tendencies of its development are studied, the comparative characteristic of the market participants is given, topical issues of mobile phone service marketing are examined, Belarus mobile phone market outlook is given.

### RECEIVED

October 22, 2013

### WEB

<http://elibrary.miu.by/journals!/item.eiup/issue.37/article.18.html>

В последнее десятилетие сформировалась и получила развитие концепция маркетинга, ориентированная на создание механизмов управления рыночной деятельностью. Специфика услуг во многом определяет особенности практической реализации концепции маркетинга. Отдельные аспекты маркетинга услуг рассматривались в работах известных отечественных и зарубежных авторов: Битнера М. [1], Гренрооса К. [2], Беквита Г. [3], Лавлока К. [4], Майкла А., Солтера Б. [5], Мишуровой И.В., Лысенко Н.А. [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. При-

знавая 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;
- сходство условий производства и потребления услуг;
- сходство услуг в отношении возможности их хранения и транспортировки;
- сходство услуг в отношении широты качественных характеристик.

Развитие современных сетей связи сопровождается глобализацией услуг связи, техническим про-

<sup>а</sup> Демченко Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга Белорусского государственного экономического университета

Demchenko Elena Vladimirovna, PhD in Economics, associate professor of the Department of Marketing of Belarus State Economic University  
demlena@inbox.ru

грессом, реструктурированием и либерализацией телекоммуникационного сектора. GSM на сегодняшний день является наиболее распространённым 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), в 2016 году число мобильных подключений составит почти 5 миллиардов. Основным драйвером роста станет передача видео-контента. Отмечается также, что очень высокими темпами будет расти трафик от мобильных устройств (телефонов и смартфонов). По оценкам компании Ericsson, к 2016 году 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 растёт во всех регионах мира. По оценке компании, проникновение смартфонов в России составляет около 20 %, в ближайшие четыре-пять лет оно утроится. Кроме того, трафик от многофункциональных смартфонов в среднесрочной перспективе увеличится в 12 раз, достигнув объёма, сопоставимого с мобильным трафиком данных от ноутбуков.

Также продолжает расти количество мобильных пользователей сервисов 3G. По оценке Wireless Intelligence, в 2009 году в мире насчитывалось 624,2 млн абонентов 3G (технологии CDMA 1x EV-DO и WCDMA/HSPA). Как ожидается, к концу 2014 года этот показатель достигнет 2,3 млрд, то есть абонентская база сетей 3G в мире за 5 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 году 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 выпускают 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 отрасль связи республики реализуется Программой развития связи Республики Беларусь на 2011—2015 гг. 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 растёт как в крупных, так и в менее крупных городах, агрогородках;

— развитие рынка происходит за счет абонентов, подключающихся к оператору-конкуренту, т.е. налицо тенденция к обладанию 2—3 сим-картами с целью удешевления звонков;

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

— операторы постоянно вводят разнообразные дополнительные услуги и сервисы;

— операторы стараются использовать все более гибкую форму оплаты, а также различные программы лояльности клиентов;

— операторы сотовой подвижной электросвязи постоянно делают разнообразные акционные предложения для существующих и потенциальных абонентов;

— операторы-лидеры активно проводят 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 по передаче данных;

— смена 2G телефонов на телефоны 3G с продажей в рассрочку;

— подключение модемов 3G, 3G-Wi-Fi;

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

— операторы активно продвигают на рынок новые модели телефонов, модемов и планшетов в комплексе с пакетом услуг на условиях рассрочки.

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

В июле 1998 года была выдана первая лицензия на работу в цифровом стандарте сотовой подвижной электросвязи GSM 900/1800 МГц СП ООО «Мобильная цифровая связь» (торговая марка «velcom»). Сеть ИП «Велком» была запущена в апреле 1999 года и более трех лет сохраняла монопольную позицию на рынке GSM-услуг, в силу чего рост клиентской базы происходил очень медленно, тарифы оставались довольно

высокими, что создавало барьер для подключения. Поэтому к концу 2000 года общий охват услугами сотовой связи составлял всего 1,3 %.

Однако, с приходом в 2002 году второго оператора — ООО «МТС», рынок сотовой подвижной 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. С приходом на рынок третьего оператора сотовой связи, работающего в стандарте GSM возросла конкуренция, что выразилось в дальнейшем снижении тарифов, а также ростом неценовых факторов.

В 2002 году 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 2005 году на рынок вышел третий оператор сотовой подвижной электросвязи стандарта GSM 900/1800 «Белорусская сеть телекоммуникаций», который с 2008 года имеет торговую марку «life!».

В 2012 году, по сравнению с 2006—2011 годами, темпы роста рынка сотовой связи замедлились. Если в 2006 году прирост количества абонентов составил 1860 тыс. пользователей, в 2007 году — 1000 тыс. пользователей, в 2008 году — 1168 тыс. абонентов, в 2009 году — 1558 тыс. абонентов, в 2010 году прирост — 647 тыс. абонентов, в 2011 году прирост — 432 тыс. абонентов, то в 2012 году произошло уменьшение количества абонентов на 50 тыс.

В 2013 году 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 таблице 1.

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 престижнее);
- приверженность клиента определенному оператору (советы от знакомых);
- подключение модемов 3G;
- подключение SIM-карт для использования в различных устройствах (ноутбуки, нетбуки, геолокационные устройства, телеметрия, видеонаблюдение и т.д.);
- 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 01.06.2013 г. рыночные доли по размерам активных абонентских баз распределились между участниками рынка следующим образом (таблица 2).

Можно сделать вывод, что на рынке сотовой подвижной электросвязи сохраняется дуополия, рынок поделен между двумя GSM-операторами: ИП «Велком» и ООО «МТС», доля ЗАО «БелСТ» не остается постоянной.

В 2013 году произошло изменение условий услуги переноса номера на рынке Беларуси. Однако сценарий «ценовых войн» между операторами в борьбе за новых абонентов маловероятен, так как на рынке останется практика взимания платы за данную услугу оператором-донором.

Переносимость мобильного номера — услуга, которая позволяет абоненту сохранять свой номер при переходе от одного оператора к другому. Асимметричные

Таблица 1 — Объем рынка услуг сотовой связи, млн долл. США

Оператор	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
БелСТ	0,0	0,0	0,2	1,3	1,1	17,4	49,0	57,2	59,2	89,5
ИТОГО	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%

Примечание: \* прогноз на конец 2013 года  
Источник: [7], [8], [9], [10].

Таблица 2 — Распределение абонентских баз на 1.06.2013 года

Оператор	Количество абонентов, млн	Рыночная доля, %
Велком	4,75	44,6 %
МТС	5,14	48,2 %
БелСел	0,01	0,1 %
БелСТ	0,75	7,1 %
ИТОГО:	10,65	100,0 %

Источник: [7], [8], [9], [10].

тарифы на межоператорские взаимосоединения (на основе объема рыночной доли) предназначены для нового, выходящего на рынок оператора. Регулирующие органы устанавливает пониженные тарифы на звонки в сети развитых операторов до момента достижения новым оператором определенной рыночной доли. Таким образом, государство стимулирует развитие нового оператора и создает условия равного конкурентного окружения. Проект по внедрению данной услуги является сложным и технически, и организационно, опыта реализации такого проекта нет ни в РБ, ни в странах ближнего зарубежья. Новшество предусмотрено постановлением Министерства экономики № 201 [11].

Согласно утвержденной постановлением инструкции, тариф на услугу по пропуску трафика определяется как отношение ставки интерконнекта оператора, занимающего большую долю рынка, к коэффициенту взаимной асимметричности, которое затем уменьшается на разность транзитной таксы оператора, занимающего большую долю рынка, и транзитной таксы оператора, занимающего меньшую долю рынка. В свою очередь, коэффициент взаимной асимметричности рассчитывается как отношение коэффициента асимметричности более крупного оператора к коэффициенту асимметричности более мелкого оператора. Такие коэффициенты соответствуют доле рынка (размеру абонентской базы), занимаемой тем или иным оператором связи. При этом при пропуске трафика из сети сотового оператора, занимающего меньшую долю рынка, в сеть более крупного оператора связи, тариф на услугу по пропуску трафика равен ставке интерконнекта. Такое же правило действует в случае, если в результате расчетов тариф на услугу по пропуску трафика окажется ниже действующей ставки интерконнекта, а также, что вполне логично, при пропуске трафика между сетями операторов сотовой подвижной электросвязи, занимающих более 40 % рынка. Перспективным является то, что с каждым годом коэффициенты асимметричности будут сближаться, в результате чего к 2015 году планируется вернуться к единым ставкам. Кроме того, при определении тарифов на 2013 и 2014 годы оператор, занимающий на конец года менее 15 % рынка, использует коэффициенты асимметричности, предусмотренные на следующий год. Если же доля оператора превышает 15 %, а выручка за год увеличилась на 5 %, то он применяет более низкие коэффициенты асимметричности текущего года. Таким образом, нововведение отразится на операторах связи, занимающих большую долю на рынке. Более мелкие операторы, напротив, получают дополнительную возможность увеличить свою абонентскую базу. Этому также поспособствует запуск услуги переносимости мобильного номера. Эти направления очень перспективны как для рынка в целом, так и для предприятия в частности.

На текущий момент, лидером по территории покрытия остается СООО «МТС». ИП «Велком» и СООО «МТС» обеспечили связью территорию страны, на которой проживает 100 % городского населения РБ, и вплотную приблизились к этому же показателю, относительно общего количества населения.

Сети операторов сотовой подвижной электросвязи ИП «Велком», СООО «МТС», ЗАО «БеСТ» работают в Минском метро, на основных автомагистралях и на всех пограничных переходах. Операторы работают с

биллинговой системой в режиме online, предоставляют услуги MCN и CRBT, 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 году 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 ОС Android, нетбуки, планшеты и модемы, в том числе и в рассрочку.

СООО «МТС» совместно с РУП «Белтелеком» оказывают услуги Wi-Fi. В 2010 году оператор получил лицензию на оказание услуг 3G. СООО «МТС» предлагает самый широкий спектр дополнительных услуг, а также новые телефонные аппараты с ОС Android, нетбуки, планшеты и модемы, в том числе и в рассрочку.

ООО СП «БелСел» на сегодняшний день оказывает услуги передачи данных на базе EV-DO и EV-DO Rev.A.

ЗАО «БеСТ» первым запустил в коммерческую эксплуатацию 3G/3G+, работает над заключением соглашений с иностранными операторами для расширения возможностей по услуге «Международный роуминг», расширяет перечень дополнительных услуг. Оператор предлагает широкий выбор телефонных аппаратов с ОС Android, планшетов и модемов, в том числе и в рассрочку.

Следует отметить различную ориентацию маркетинговых стратегий GSM-операторов. До 2006 года 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 году, можно сделать вывод, что стратегии операторов сотовой подвижной электросвязи постоянно корректируются.

Так, во второй половине 2007 года на белорусский рынок услуг сотовой связи пришел крупный международный инвестор — Mobilkom Austria Group. Mobilkom Austria Group выкупила оставшуюся долю оператора «Велком», получив 100 % пакет акций. Основной целью проведенного в 2008 году ребрендинга новое руководство Велком определило репозиционирование компании. ИП «Велком» становится более открытой для всех клиентов (в т.ч. 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 с оператора для бизнеса к оператору для современного активного пользователя.

ООО «МТС» — придерживается наступательной стратегии. В ее рамках реализуется:

— развитие тарифных планов с выгодными предложениями по дополнительным услугам связи, по звонкам в другие сети, предоставление пакета бесплатных минут внутри сети при подключении на определенные тарифные планы, создание тарифных планов, направленные 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.

ООО СП «БелСел» (TM Diallog) следует стратегии концентрации (специализации на определенной рыночной нише). Высокоскоростная передача данных остается одним из главных атрибутов позиционирования оператора.

ЗАО «БелСТ» 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 / References

1. Bitner, M. Services marketing / M. Bitner, V. Zeithaml. — Massachusetts: McGraw-Hill, 2000. — 168 p.
2. Gronroos, C. Service management and marketing / C. Gronroos. — West Sussex: John Wiley, 2007. — 215 p.
3. Беквит, Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Г. Беквит. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 223 с.
4. Беквит, Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Г. Беквит. — М.: Alpina Biznes Bucs, 2005. — 223 p.
5. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. — М.: Вильямс, 2005. — 997 с.
6. Лавлок, К. Marketing uslug: personal, tekhnologii, strategii / K. Lavlok. — М.: Vilyams, 2005. — 997 z.
7. Майкл, А. Мобильный маркетинг / А. Майкл, Б. Солтер. — М.: ИТД, 2007. — 396 с.
8. Майкл, А. Mobilnyy marketing / A. Maykl, B. Solter. — М.: ITD, 2007. — 396 p.
9. Мишурова, И.В. Менеджмент профессиональных услуг: стратегия и тактика / И.В. Мишурова, Н.А. Лысенко. — М.: Издательский центр «МарТ», 2004. — 172 с.
10. Mishurova, I.V. Menedzhment professionalnykh uslug: strategiya i taktika / I.V. Mishurova, N.A. Lysenko. — М.: Izdatelskiy tsentr "MarT", 2004. — 172 p.
11. [www.velcom.by](http://www.velcom.by)
12. [www.mts.by](http://www.mts.by)
13. [www.belcel.by](http://www.belcel.by)
14. [www.life.com.by](http://www.life.com.by)
15. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 14 декабря 2011 г. № 201 «Об утверждении Инструкции о порядке определения и применения тарифов на услуги по пропуску трафика между сетями операторов сотовой подвижной электросвязи». [mpt.gov.by/ru/content/1801](http://mpt.gov.by/ru/content/1801)
16. Postanovleniye Ministerstva ekonomiki Respubliki Belarus ot 14 dekabrya 2011 g. № 201 "Ob utverzhdanii Instruktsii o poryadke opredeleniya i primeneniya tarifov na uslugi po propusku trafika mezhdru setyami operatorov sotovoy podvizhnoy elektrosvyazi" [Electronic resource]. — Mode of access: [mpt.gov.by/ru/content/1801](http://mpt.gov.by/ru/content/1801).