

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ МОБИЛЬНЫХ КОНТЕНТ-УСЛУГ

Е.В. Делендик

Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Беларусь

anelak@mail.ru

Современное развитие мобильных услуг требует реакции экономической науки на основные вопросы и тенденции этой области. Проводимое автором исследование (в рамках диссертационной работы) позволило обобщить и систематизировать материал по новым направлениям мобильного бизнеса – сфере VAS-услуг (от англ. Value Added Services, т.е. услуги с дополнительной стоимостью, в адаптированном переводе – дополнительные услуги мобильной связи) [1]. Ввиду широкого перечня услуг сотовой электросвязи, не относящихся к голосовым, для исследования была определена категория контент-услуг.

Терминологический анализ понятий «мобильный контент» (МК) и «мобильные контент-услуги» (МКУ) позволил предложить их авторскую интерпретацию в широком и узком смысле:

– *мобильный контент* в широком смысле – это информационный продукт в электронной форме, который: а) представляет собой единство содержащейся в нем информации и образа ее представления; б) определен способом его производства и реализации участниками рынка МК; в) отличается возможностями хранения, воспроизводства, преобразования и т.д. (в отличие от голосовой связи); г) адаптирован для мобильных устройств;

– *мобильный контент* в узком смысле – это информация, представленная в цифровом формате и адаптированная к воспроизведению на мобильных устройствах;

– под *мобильными контент-услугами* в широком смысле понимают услуги, осуществляемые посредством сотовой связи и связанные с предоставлением абонентам контента с помощью различных технологических решений его реализации;

– *мобильные контент-услуги* в узком смысле – это услуги, оказываемые абонентам сотовой связи, связанные с предоставлением мобильного контента или услуг на базе контента.

Такая интерпретация понятий, в отличие от существующих, позволяет разграничить эти категории на основании того, что правообладателем мобильного контента, как правило, является его производитель, а в обеспечении МКУ участвуют несколько экономических субъектов. Ими могут быть контент-провайдеры, операторы, агрегаторы и т.д.

Изучение специфики мобильного контента (МК) на микроуровне позволило автору исследования выявить его свойства как товара, а именно: отсутствие овеществленной формы, неотчуждаемость от источника, нерасходуемость в процессе потребления, однократность приобретения при возможной многократности тиражирования, а также, как правило, совпадение момента продажи и потребления [1, с. 7] Последнее обстоятельство позволило раскрыть особенности его поэтапного создания и принятия потребителем. Данная этапизация обусловила необходимость определения *структурной модели процесса реализации/ потребления мобильных контент-услуг* как объекта моделирования (рисунок 1). Анализ структурной модели позволяет заключить, что формализованными факторами уровня потребления МКУ являются: количество абонентов-потребителей (T) – экзогенная переменная (определяющая уровень потребления) и объем потребляемых МКУ в натуральном (W) и стоимостном (Q) выражении – эндогенные переменные (указывающие на уровень потребления).

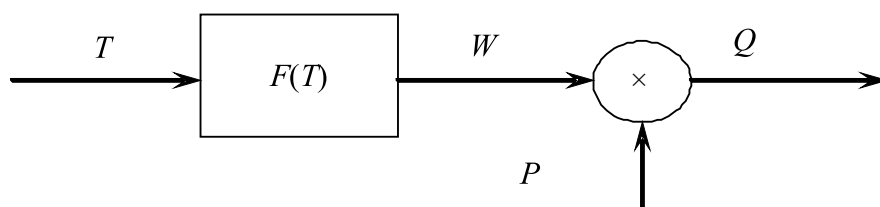


Рисунок 1 – Структурная модель процесса потребления/реализации МКУ

T – абоненты – потребители МКУ; $F(T)$ – функция преобразования; W – заказы МКУ;
 P – цена или тариф МКУ; Q – доход или выручка провайдера от реализации МКУ

Источник: разработка автора.

Выявленные обстоятельства процесса реализации контентных услуг, отсутствие системных приемов анализа спроса в практике провайдеров позволили обосновать *комплексный подход к оценке уровня потребления МКУ* (рисунок 2).

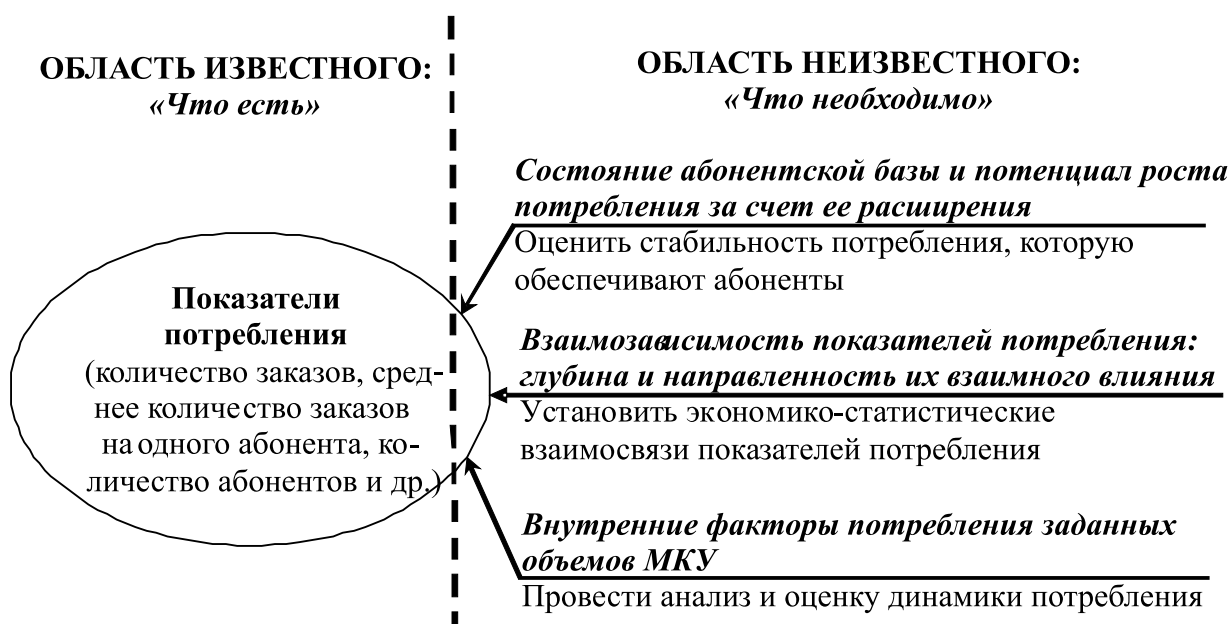


Рисунок 2 – Содержание комплексного подхода к оценке уровня потребления МКУ

Источник: разработка автора.

Подход ориентирован на исследование: 1) динамики экзогенного фактора структурной модели; 2) динамики эндогенного параметра; 3) тесноты взаимосвязи этих факторов и других экономических показателей, характеризующих уровень потребления [1, с. 8].

Таким образом, предлагаемый в исследовании комплексный подход направлен на расширение содержательной части экономического анализа уровня потребления мобильных контент-услуг, развитие и совершенствование инструментов его оценки в целях принятия обоснованных управленческих решений и достижения коммерческих целей провайдера.

Литература

1. Делендик, Е.В. Модели оценки уровня потребления контент-услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13 / Е. В. Делендик. – Минск, 2010. – 28 с.

СОЗДАНИЕ ОБУЧАЮЩИХ СИСТЕМ В ВУЗЕ

Е.М. Демидович , С.Д. Коробкин

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь

Vdemidovich@gmail.com

В связи с динамичным прогрессом информационных технологий в современном обществе возникает необходимость изменения учебного процесса, уточнение целей, задач, разработка новых технологий, внедрение более эффективных методов и средств обучения. Основные результаты исследования в области становления и развития систем обучения при использовании информационных технологий, показал преимущества инновационного подхода к учебному процессу на базе реализации средств обучающих систем. Этот подход ориентирован на развитие у обучающихся возможностей осваивать новый опыт на основе практического мышления с использованием инструментария учебно-исследовательской деятельности и имитационного моделирования процессов обучения. Именно поэтому в настоящее время активно используются возможности мультимедиа в обучающих системах.

Цель данной работы – разработать систему по созданию обучающих систем для использования на лекциях, лабораторных занятиях. Целью исследования является разработка теоретических положений