



УДК 338.465.4

© *О. В. Ватолина, 2009*

ИНТЕГРАЦИЯ УСЛУГ РЫНКА СОТОВОЙ СВЯЗИ И ИНТЕРНЕТ-РЫНКА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ*

Ватолина О. В. – ст. преп. кафедры «Экономическая кибернетика», тел. 8-924-216-8889, e-mail: Olvatolina@yandex.ru (ТОГУ)

Интернет и сотовая связь представляют собой два динамично развивающихся рынка, взаимодействующие между собой. Мобильный интернет предоставляет возможность объединить услуги, предоставляемые операторами сотовой связи и услуги глобальной сети Интернет, в одном устройстве – сотовом телефоне. Большое значение принимает процесс интеграции этих двух рынков в один, тем самым обуславливая формирование новой экономики. Для количественной оценки интеграции потребления услуг сотовой связи и Интернета было предложено использовать систему абсолютных и относительных показателей.

The Internet and cellular communication represent two dynamically developing markets which interact to each other. The mobile Internet affords an opportunity to combine services provided by operators of cellular communication and services of global network of the Internet in one device – a cellular phone. The process of integration of these two markets into one market gains in great importance, and thereby, stipulates for formation of new economy. The author suggests the system of absolute and relative indices for quantitative assessment of integration of consumption of cellular communication and the Internet services.

Ключевые слова: Интернет-рынок, рынок сотовой связи, новая экономика, услуги, специфические показатели.

В настоящее время сложились и функционируют два вида массовых рынков телекоммуникаций – рынок Интернета и рынок мобильной связи. В последние годы наблюдается тенденция формирования новой системы коммуникации, организованной вокруг Интернета и мобильной связи и развития новых видов виртуальных сообществ. Большое значение приобретает проблема интеграции этих двух рынков, тем самым обуславливая формирование

* Научно-исследовательская работа проведена при финансовой поддержке Федерального агентства по науке и инновациям в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы

новой (информационно-виртуальной) экономики в информационном обществе.

Экономической основой информационного общества являются отрасли информационной индустрии (телекоммуникационная, компьютерная, электронная, аудиовизуальная), которые переживают процесс технологической связи и корпоративных слияний. Происходит интенсивный процесс формирования мировой «информационной экономики», заключающийся в глобализации информационных, информационно-технологических и телекоммуникационных рынков, возникновении мировых лидеров информационной индустрии, превращении «электронной торговли» по телекоммуникациям в средство ведения бизнеса.

Технологической основой информационного общества являются телекоммуникационные и информационные технологии, которые стали лидерами технологического прогресса, неотъемлемым элементом любых современных технологий. Они порождают экономический рост, создают условия для свободного обращения в обществе больших массивов информации и знаний, приводят к существенным социально-экономическим преобразованиям.

Информационная экономика формирует новый стиль жизни и хозяйствования современных институциональных структур. Наряду с традиционными методами хозяйствования, основанными на реальных связях и партнерах, появляются новые интерактивные формы хозяйствования через виртуального посредника.

Виртуальная экономика является конкретным срезом информационной экономики. Виртуальная экономика – это осуществление различных экономических операций в электронном пространстве. По своей сути виртуальная экономика является принципиально новым способом ведения хозяйственной деятельности субъектов через виртуального посредника. Распространение виртуальной экономики в повседневной деятельности связано с тем, что в настоящее время огромное значение для людей имеет минимизация ненужных затрат времени, например ожидание в очередях, время, затраченное в дороге, ожидание события и т. д. Интерактивный принцип ведения бизнеса позволяет значительно сэкономить время на такие процедуры.

В экономической литературе виртуальную экономику выделяют в качестве виртуального сектора. Виртуальный сектор включает в себя виртуальные потоки денежных и товарных ресурсов. В виртуальной экономике формируются новые формы осуществления хозяйственных связей – электронная коммерция, электронные платежи.

Электронные платежи являются дополнительными услугами Интернета и сотовой связи. Объем предоставляемых услуг провайдерами Интернета и операторами сотовой связи имеет устойчивую тенденцию к увеличению. С повышением проникновения Интернета и сотовой связи в повседневную жизнь общества растут количественные показатели объемов платежей посредством Интернета и за сотовую связь.



В 2007 г. 95 % всего рынка Интернет-платежей приходилось на оплату услуг сотовых операторов. В платежной системе CyberPlat эти платежи составили 97 % оборота, у E-port и Объединенной системы моментальных платежей (ОСМП) – 98 %, у «Элекснет» – 88 %. У менее крупных компаний, таких как Assist, RuPay, «КредитПилот» и другие, доходы более диверсифицированы [1].

В 2007 г. наличные платежи за услуги сотовой связи составили \$13,3 млрд. «Мегафон», по собственным данным, получал через терминалы 70 % платежей за связь, у «Вымпелкома» 80 % платежей — наличные, в том числе через терминалы, МТС каналы поступления абонентских платежей не оглашает [2].

Причиной увеличения объема платежей через терминалы является рост рынка мобильной связи. Однако больший объем транзакций обеспечивает начало приема платежей за услуги ЖКХ, оплаты штрафов, налогов, госпошлин, платежей по кредитам через терминалы. Объем производства и потребления услуг смещается от простых инфраструктурных, к сложным информационным услугам [3].

Владельцами мобильных устройств помимо информационных услуг, включающих в себя проверку баланса счета и совершенных транзакций, доступ к котировкам, предоставляются также услуги по оплате кредита, денежным переводам, оплате по счетам, покупке билетов, платежах в розничных торговых точках, такси и т. д. Существуют и другие сферы деятельности, которые могут быть упрощены и автоматизированы с использованием мобильных платежей.

Динамичное развитие и повсеместная распространенность Интернета и сотовой связи, широкое использование Интернета и мобильных сервисов в различных областях и сферах общественной деятельности приводят к конкуренции поставщиков услуг, увеличению спектра услуг и конвергенции операторов мобильной связи с провайдерами услуг в Интернете.

Такие услуги, как роуминг, передача данных, являются основой глобализации предоставляемых услуг операторами мобильной связи и возникновению потребности в доступе к информации для мобильного абонента. Наблюдается тенденция распространения современных технологий доступа. Операторы мобильной связи предоставляют все больше возможностей доступа своих абонентов к ресурсам Интернета. Эта связь двусторонняя, т. к. абоненты могут получать оперативную информацию о сотовой компании посредством того же мобильного Интернета. Современные порталы доступа в Интернет конкурируют между собой за внимание пользователей, количество которых становится все больше за счет увеличения мобильных пользователей Интернет-услуг. Эта конкуренция приводит к локализации предоставляемых услуг в рамках конкретного региона. Владальцев компьютеров больше интересуют глобальные услуги, владельцев сотовых телефонов – региональные: новости, банковские операции, корпоративные сообщения и т. д. Преимущество мобильного Интернета перед Интернетом через компьютер заключается в том,

что сотовый телефон, ограниченный наличием сети региона, определяет месторасположение своего владельца и имеет возможность предоставления услуг, связанных с этим знанием.

Мобильный Интернет предоставляет возможность объединить услуги, предоставляемые операторами сотовой связи, и услуги глобальной сети Интернет в одном устройстве. Услуги мобильного интернета являются результатом конвергенции услуг двух масштабных рынков телекоммуникации (рис. 1). Расширился перечень услуг с использованием связи, а также различного рода телекоммуникационных услуг [4]. Нельзя не согласиться с М. Костельс, что под мощным воздействием новой коммуникационной системы, опосредованным социальными интересами, политикой правительства и стратегиями бизнеса, рождается новая культура: культура реальной виртуальности [5], т. е. проявляются признаки новой (информационно-виртуальной) экономики.

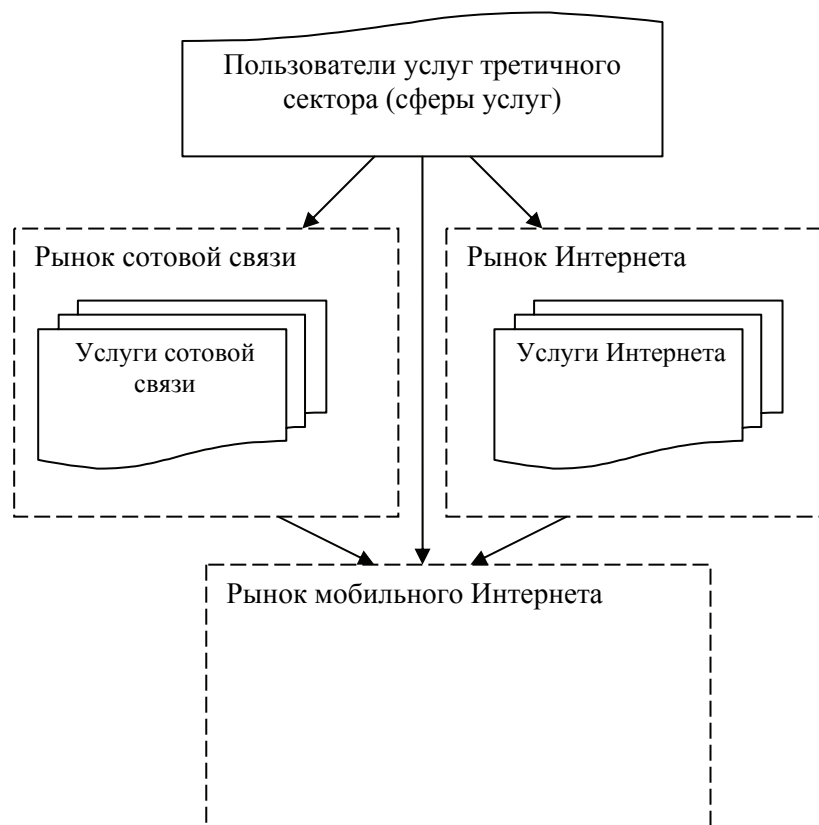


Рис. 1. Интеграция услуг

Развитие мобильного Интернета происходит очень стремительно. В настоящее время количество пользователей мобильного Интернета составляет более 190 миллионов. Juniper Research полагает, что в течение 5 лет количе-



ство людей, путешествующих по сети с помощью мобильных телефонов, достигнет 1,7 млрд [6]. В то же время исследовательское агентство Gartner прогнозирует, что к началу 2014 г. у 2 млрд людей будет «проводной» высокоскоростной Интернет, а это значит, что мобильный сегмент составит около 50 %. Прогнозируется, что больше всего мобильный Интернет будет распространен на Дальнем Востоке и в Китае – к 2013 г. им будут пользоваться 416 млн жителей региона, против 190 млн чел. в 2008 г. Аналитики отмечают, что самым перспективным в этом отношении рынком является Южная Америка. Более умеренным будет рост числа пользователей мобильного Интернета в Восточной и Западной Европе.

В свете интеграции Интернета и голосовых технологий в одно устройство наиболее перспективной представляется диффузия модели Интернет-платежей в мобильные устройства. Однако этот процесс очень сильно связан с развитием мобильной отрасли в целом. Проникновение платежных Интернет-операторов в мобильную связь является, на наш взгляд, перспективным направлением развития отрасли электронных платежей. А опыт Интернет-платежей по технологиям, маркетингу, регулированию позволит отрасли сильно сократить время стартового периода.

Интернет оказал огромное влияние на развитие бизнеса. Он значительно упростил многие задачи. Безусловно, влияние мобильного Интернета будет значительным. Мобильный интернет не является точной копией обычного Интернета. Связано это с тем, что пользователи подвижны и всегда находятся в сети. Это предоставляет определенные преимущества мобильному Интернету перед обычным.

Сотовая связь и Интернет характеризуются большим количеством услуг. Для количественной оценки интеграции потребления услуг сотовой связи и Интернета автором предлагается использовать систему абсолютных и относительных показателей. Абсолютные показатели: объем потребления конкретной услуги O_i , суммарный объем потребляемых услуг сферы телекоммуникации O_j . Относительные показатели: показатели координации (общий показатель координации K^o_{j-j} и частный показатель координации K^q_{i-i}), интенсивности (общий показатель интенсивности I_j и частный показатель интенсивности I_i) и сравнения $C_{j|j}$.

Система специфических показателей, характеризующих потребления услуг рассматриваемых сфер телекоммуникаций, представлена на рис. 2.

Общий показатель координации услуг сотовой связи к услугам Интернета дает количественную характеристику взаимодействия совокупностей. В качестве совокупностей выступают суммарные данные о количестве потребляемых услуг рынков Интернета и сотовой связи. Общий показатель координации услуг сотовой связи к услугам Интернета показывает, сколько единиц потребляемых услуг одной сферы телекоммуникации приходится на единицу

услуги другой сферы телекоммуникации. Общий показатель координации услуг сотовой связи к услугам Интернета выражается в коэффициенте.

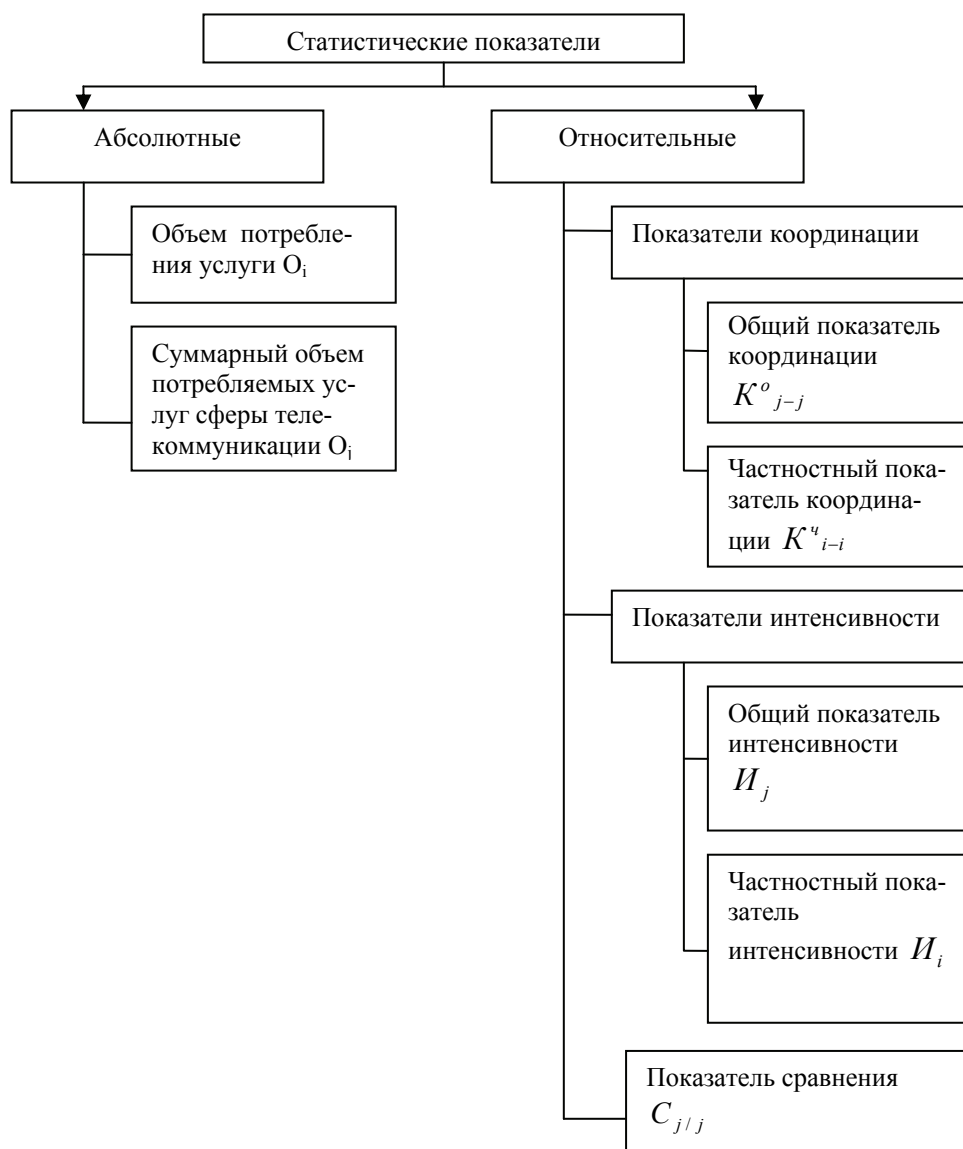


Рис. 2. Система специфических показателей, характеризующих потребления услуг

Общий показатель координации услуг сотовой связи к услугам Интернета рассчитывается по формуле

$$K^o_{cc-и} = \frac{O_{cc}}{O_{и}}, \quad (1)$$



где O_{cc} – объем услуг сотовой связи,

O_{II} – объем услуг Интернета.

Общий показатель координации услуг следует использовать в совокупности с частным. Частный показатель координации характеризует отношение потребляемых услуг по каждой совокупности сред телекоммуникаций и показывает, сколько единиц каждой услуги приходится на 1 единицу услуги данной совокупности или другой соизмеримой совокупности. Для наглядности частные показатели следует представлять в виде матриц.

Для определения степени распространенности услуг сфер телекоммуникаций следует использовать относительные показатели интенсивности. Показатели интенсивности представляют собой именованные величины. Общий показатель интенсивности I_j характеризует степень распространения сферы телекоммуникации. Частный показатель интенсивности I_i характеризует степень распространения конкретной услуги. Текущим показателем, т. е. абсолютным показателем в числителе, является для общего показателя интенсивности суммарный объем потребляемых услуг сферы телекоммуникации O_j и объем потребления конкретной услуги O_i для частного показателя интенсивности. Основанием, т. е. абсолютным показателем в знаменателе, является объем генеральной совокупности, в котором наблюдается явление N . Относительный показатель интенсивности потребления услуги рассчитывается для формулировки обоснованных выводов о насыщенности и масштабах потребления услуги. Общие показатели интенсивности широко используются в отчетах аналитических компаний.

Общий показатель интенсивности рассчитывается по формуле

$$I_j = \frac{O_j}{N}, \quad (2)$$

где O_j – суммарный объем потребляемых услуг сферы телекоммуникации,

N – показатель, характеризующий объем генеральной совокупности, в котором наблюдается потребление услуг сферы телекоммуникации.

Частный показатель интенсивности рассчитывается по формуле

$$I_i = \frac{O_i}{N}, \quad (3)$$

где O_i – объем потребления конкретной услуги,

N – показатель, характеризующий объем генеральной совокупности, в котором наблюдается потребление услуги.

Относительный показатель сравнения представляет собой отношение одного и того же абсолютного показателя, характеризующие различные сфе-

ры телекоммуникации. Относительный показатель сравнения использования услуг Интернета и сотовой связи рассчитывается по формуле

$$C_{И/СС} = \frac{O_{И}}{O_{СС}}, \quad (4)$$

где $O_{И}$ – суммарный объем потребляемых услуг Интернета,
 $O_{СС}$ – суммарный объем потребляемых услуг сотовой связи.

Таким образом, Интернет и сотовая связь представляют собой два динамично развивающихся рынка, взаимодействующие между собой. Об этом свидетельствует рост количества пользователей и объема услуг, предоставляемых каждым из этих рынков как в отдельности, так и совместно. Для анализа степени конвергенции дополнительных услуг сотовой связи и Интернета предлагается использовать показатели координации, интенсивности и сравнения.

В связи с широким развитием в последние годы мобильной связи, в том числе третьего и четвертого поколений, совершенно естественным является включение стандартных интернет-услуг в дополнительные услуги мобильной связи. Можно утверждать, что данный рынок займет лидирующее положение, т. к. позволит совместить большое количество предоставляемых услуг.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://www.businessvision.ru>
2. URL: <http://www.mforum.ru/analit>
3. Горн А. П. Формирование и развитие рынка интеллектуально-креативных (творческих) услуг в России. М., 2006.
4. Меньшикова А. Е. Сфера услуг и проблемы ее развития в современных условиях // Вестник ТОГУ. 2008. № 2(9).
5. Кастельс Мануэль. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. М., 2000.
6. Исследование: к 2013 году количество пользователей мобильного интернета достигнет 1,7 миллиарда: http://www.internet-technologies.ru/news/news_1042.html.