УДК 304.2

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ БРЕНДОВ (ОПЫТ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН)

Битума Бут Эдвен Шанель

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

a.fatxullina@yandex.ru

Рассматриваются тенденции становления и развития телекоммуникационного бренда в развивающихся странах на примере бренда MTN Group в ЮАР, проведен анализ рынка телекоммуникационных услуг на африканском континенте.

Ключевые слова: MTN Group, телекоммуникация, телекоммуникационный бренд, мобильная связь.

UDC 304.2

TELECOMMUNICATION BRANDS DEVELOPMENT TRENDS (DEVELOPING COUNTRIES)

Bitoume Booth Edwin Chanel

Don State Technological University, Rostov-on-Don, Russian Federation

a.fatxullina@yandex.ru

The article describes the tendencies of formation and development of the telecommunication brand in developing countries on the example of the brand MTN Group in the Republic of South Africa. It provides the analysis of the telecommunications market on the African continent.

Keywords: MTN Group, telecomunication, telecommunications brand, mobile communications.

Введение. На современном этапе развития общества трендами становятся информация и коммуникация. Информационно-коммуникативные процессы реализуются с помощью телевидения, интернета, мобильной связи и обычного домашнего телефона. Эти направления формируют телекоммуникационную сферу.

На сегодняшний день телекоммуникационная сфера является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового рынка информации. За период 2000–2010 гг. доля телекоммуникаций в ВВП России увеличилась с 2,7 % до 4,2 %. По оценкам Международного союза электросвязи объем мирового рынка телекоммуникационных услуг в 2010 г. составил более 1700 млрд долл. США [1].

Повышение спроса на телекоммуникационные услуги приводит к популярности телекоммуникационных брендов.

Тенденции развития телекоммуникационных брендов (опыт развивающихся стран). Под телекоммуникационным брендом следует понимать узнаваемую компанию, услуги которой — обеспечение связи. Ежегодное исследование «BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands» компании MillwardBrown посвящено выявлению наиболее ценных мировых брендов. Исследование показало, что семь из десяти ведущих брендов относятся к категории высоких технологий или телекоммуникации [2]. По мнению специалистов, будущее в сфере телекоммуникационных технологий за мобильным сегментом. Мобильная связь является востребованной услугой, о чем говорит увеличение выручки сотовых операторов даже в период экономического кризиса 2009–2010 гг. Самыми дорогостоящими мировыми брендами являются

компании, предоставляющими услуги мобильной связи AT&T, China Mobile. Впервые в рейтинге Top 100 вошел африканский бренд — мобильный оператор MTN из Южной Африки.

Мобильный рынок в развивающихся странах является наиболее динамичным за счет большого количества потенциальных абонентов и спроса на традиционные (голосовые) услуги. Разница в приросте абонентов из развитых стран и стран с переходной экономикой показана на рисунке 1 [3].

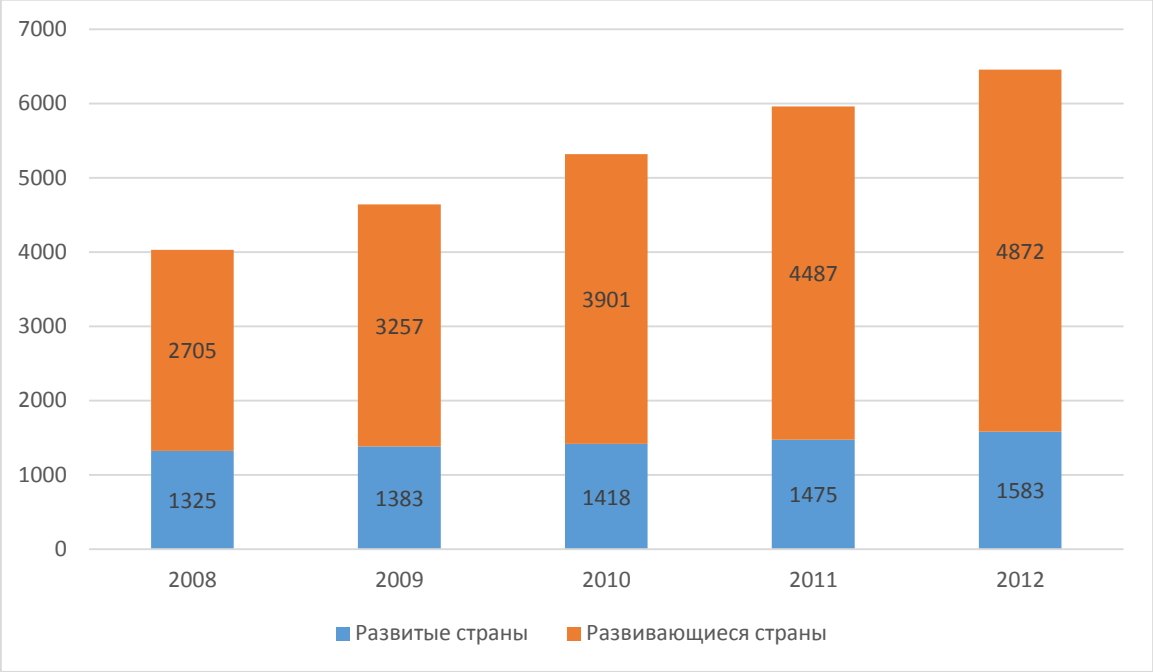

Рис. 1. Количество абонентов мобильной телефонной связи в мире, млн. чел. в 2008 – 2012 гг.

Африка — второй рынок мобильной связи по количеству абонентов после Азии и считается наиболее перспективно развивающимся. Суммарное количество абонентов мобильной связи достигает более 1 млрд. человек. Экспансия сотовых операторов на континент пришлась на начало 2000-х годов, и на сегодняшний день на африканском континенте работают 11 мобильных операторов. Наряду с зарубежными компаниями в Африке активно развивается собственный телекоммуникационный бизнес.

Компания MTN Group была создана в 1994 г. в качестве подконтрольной организации Министерству информационных технологий ЮАР. В создании MTN Group принимало участие правительство Южно-Африканской республики во главе с президентом Нельсоном Манделой. На протяжении десятилетий MTN Group стремительно развивалась: в 2006 г. компания приобрела конкурирующую организацию Investcom, зарегистрированную в Дубае, за 5,53 млрд. долларов США. По оценке фирмы Dealogic, эта сделка вошла в пятерку крупнейших поглощений на международном телекоммуникационном рынке в 2006 г. [4]. В результате этого приобретения MTN Group стала крупным международным телекоммуникационным холдингом, имеющим представительства в 21 стране: Афганистан (Investcom), Бенин (Investcom), Ботсвана (Ботсвана Mascom), Камерун (MTN Камерун), Республика Конго (MTN Congo SA), Кот-д'Ивуар (MTN Кот-д'Ивуар), Кипр (MTN Кипр), Гана (Investcom, MTN Гана), Гвинея Бисау (Investcom), Гвинейская республика (Investcom), Иран (MTN Irancell), Либерия (Investcom), Черногория (САНТИГРАММ

MTN), Нигерия (MTN Нигерия), Руанда (MTN Руанда), Южная Африка (MTN Южная Африка), Судан (Investcom), Свазиленд (MTN Свазиленд), Сирия (Investcom), Уганда (MTN Уганда), Йемен (Investcom, Spacetel), Замбия (MTN Замбия).

Холдинг MTN Group представляет собой объединение многонациональных мобильных телекоммуникационных компаний со штаб-квартирой в Южной Африке (Йоханнесбург) и обслуживает 136,59 млн. абонентов, генерируя доход в 3,85 млрд. долларов США [5].

Удерживать лидирующие позиции на рынке телекоммуникационных услуг холдингу MTN помогают различные партнерские программы, способствующие повышению технологий и расширению портфеля услуг. Так, в 2009 г. MTN Group объединила свои усилия с IMImobile — индийским поставщиком программного обеспечения — в стремлении справиться с растущим спросом на услуги мобильной связи в странах с развивающейся экономикой. В результате этого партнерства оператор связи MTN Group получил доступ к системе хранения обновляемого и популярного во всем мире контента — музыка (национальных и международных исполнителей), спорт, игры, развлечения, новости и многие другие.

Популярной услугой на африканском континенте является мобильный банкинг. Большая часть населения не имеет возможности посещать головные офисы или филиалы банков. MTN Group стал один из первых операторов, внедривших в 1998 г. систему предоплатного биллинга от Ericsson. В 2013 г. компания заключила партнерские соглашения с Ericsson для запуска сервиса мобильных кошельков и платежных сервисов в Африке и на Ближнем Востоке. Партнерство между Ericsson и MTN Group поддерживает стратегию оператора, направленную на инновационное развитие.

Телефоны на африканском континенте используются также в качестве развлечения. MTN Group предлагает сервисы для голосового общения (чат). Новинкой MTN Group является сервис, который позволяет получать советы, улучшающие жизнь. Советы распределяются по целевым аудиториям, например, советы для родителей и по сферам жизни: кулинария, фитнес, здоровье.

Заключение. На примере MTN Group видно, что телекоммуникационные бренды развивающих стран проходят те же этапы, что и мировые: глобализация и интеграция, которые подразумевает расширение сферы действия услуг и портфеля предложений. При этом особую роль в продвижении и популяризации бренда играет контент, который создается с учетом потребностей местного населения, включая языковые опции на французском и арабских языках.

Библиографический список.

1. Войтеховский, К. Л. Перспективы развития современного российского рынка телекоммуникаций [Электронный ресурс]/ К. Л. Войтеховский. — Режим доступа : https://www.edit.muh.ru (дата обращения: 15.04.2016).

2. Бойко, А. Ф. Бренды [Электронный ресурс] / А. Ф. Бойко. — Режим доступа : https://www.Mforum.ru (дата обращения: 27.04.2016).

3. Сравнение основных показателей на рынке мобильных услуг связи в России и странах зарубежья [Электронный ресурс] / J'son & Partners Consulting — Режим доступа : http://web.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/ (дата обращения: 16.05.2016).

4. Силонов А. А. Сотовый бизнес укрупняется [Электронный ресурс] / А. А Силонов. // Ведомости — Режим доступа : http://www.mforum.ru/news/article/034241.htm (дата обращения: 04.05.2016).

5. Шаповал В. В. 15 самых крупных мобильных операторов мира [Электронный ресурс] / В. В. Шаповал — Режим доступа : http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/22098-15-samich-krupnich-mobilnich-operatorov-mira.html (дата обращения: 14.06.2016).