

Специфика мобильных технологий и их роль в жизни современного общества во многом определяют характер и методику экономических исследований. Участники рынка сотовой связи и ее дополнительных услуг теряются в выборе корректных методов анализа развития мобильных сервисов и исследования их уровня потребления в то время, как стремительно расширяется круг предоставляемых услуг.

Одним из существенных секторов рынка сотовой связи является рынок мобильного контента (МК). Представляется важным обозначить мобильный контент как информацию, представленную в цифровом формате и адаптированную к мобильным устройствам; а в качестве контент-услуг (КУ) понимать услуги обращения (запроса или перемещения абонента по сервису, например в USSD-технологии) и заказ (т.е. пользование) МК.

Контент-услуги сегодня весьма разнообразны, однако их различия базируются на едином основании – всем услугам присущи свойства-признаки: неосязаемость, неотделимость от источника, неоднородность качества, несохраняемость. В данном случае именно эти свойства оказывают влияние на поведение потребителей (частоту и повторность обращения, удовлетворенность качеством, внутреннюю потребность в мобильном контенте), а следовательно, являются определяющими при формировании спроса на услуги провайдеров.

В свою очередь, аналитические группы операторов мобильной связи и поставщиков КУ (контент- и сервис-провайдеров) изыскивают средства исследования потребления услуг, пытаются внедрить в свою практику отдельные методы экономического и статистического анализа. Основываясь на интуитивном выборе некоторых (точечных) методов и методик эконометрического исследования, специалисты мобильного бизнеса не в состоянии создать самостоятельный, комплексный арсенал средств оценки потребления услуг МК. Зачастую экономисты ставят перед собой конкретные задачи исследования и потому нуждаются в конкретных инструментах решения этих задач. Применение ИТ в финансовой и производственной сферах предприятий, их широкое использование при обработке многомерных данных позволяют сегодня превратить математический аппарат в эффективное средство решения стоящих перед экономистами задач. Традиционные подходы эконометрических исследований сегодня достаточно проработаны во многих пакетах прикладных программ: Stata, EViews, SPSS, Statistica:

Stata – это мощный пакет для статистического и эконометрического анализа данных, который ориентирован, в первую очередь, на эконометристов. Компания-разработчик: Stata Corporation (<http://www.stata.com>) – внимательно следит за развитием эконометрики и за нуждами исследователей и постоянно совершенствует пакет, добавляя в него все новые возможности для эконометрического анализа. Пакет особенно хорош для обработки пространственных данных (cross-section data), панельных (panel data) и данных по временам жизни (survival-time data). Интерфейс пакета предполагает программирование с помощью командного языка и минимум действий с помощью меню. Расширить запросы пользователя позволяет встроенный язык программирования.

EViews – достаточно профессиональный пакет, ориентированный, в первую очередь, на анализ временных рядов. Имеет удобный, легко осваиваемый интерфейс с большим количеством меню, поддерживает программирование пользователем. Пакет широко используется как экономистами-исследователями, так и финансовыми аналитиками, специалистами в области макроэкономического прогнозирования, прогнозирования продаж и т.д. (<http://www.eviews.com>).

SPSS – это модульный, полностью интегрированный программный комплекс, охватывающий все этапы аналитического процесса: планирование, сбор данных, доступ к данным и управление данными, анализ, создание отчетов и распространение результатов. Пакет ориентирован, главным образом, на анализ пространственных данных и на кластерный анализ. Однако встроенные модели и тесты для пространственных данных и для временных рядов заметно отстают от аналогичных программ. Компания-производитель SPSS (<http://www.spss.com>) явно отдает предпочтение развитию качества графики перед развитием статистических возможностей пакета.

Statistica – широкий (по возможностям) диалоговый пакет анализа данных. В пакете нашли отражение многие последние достижения теоретической и прикладной статистики (<http://www.statsoft.com>). С помощью реализованных в системе STATISTICA мощных языков программирования, снабженных специальными средствами поддержки, легко создаются законченные пользовательские решения и встраиваются в различные другие приложения или вычислительные среды.

Однако существует ряд препятствий в их фактическом применении в практике специалистов-аналитиков предприятий мобильного бизнеса, а именно – контент-провайдеров. Прикладной характер эти программы приобретут только тогда, когда возникнет понимание необходимости применения математических (в рамках экономического анализа) методов в исследовании параметров потребления. Т.е. информационные технологии анализа данных, прежде всего, играют роль «опоры» в решении экономических задач анализа потребления МК, но не являются самостоятельным инструментом исследования.

Литература:

Моргулис-Якушев С., Савельев П. Ресурсы по статистике и эконометрике. Программное обеспечение (статистические пакеты). – Программа дистанционного обучения Европейского Университета в Санкт-Петербурге. Режим доступа: <http://dist-economics.eu.spb.ru/HTML/predmet/econometrics.htm#2>. Дата доступа: 06.01.2009.