

УДК330.13.009.12

Лазоренко І.А.,
Державний університет
телекомунікацій

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Проаналізовано тенденції розвитку телекомунікаційної галузі України, виявлено характерні особливості телекомунікаційного ринку та запропоновано метрики для подальшого виявлення критеріїв для оцінки конкурентоспроможності галузі телекомунікацій.

Постановка проблеми. Телекомунікаційна галузь України відноситься до найважливіших секторів економіки, яка забезпечує функціонування і узгоджену роботу всіх інших галузей економіки. Щороку відбувається злиття та поглинання одних операторів та провайдерів іншими, що свідчить про певні зрушення на ринку. Самі оператори мобільного та фіксованого зв'язку розширюють спектр послуг, які вони надають. Існуючі методи моделювання та прогнозування розвитку галузі телекомунікацій ускладнені постійним розвитком технологій, що кардинально ускладнює характер ринку. Оскільки ринок знаходиться на стадії свого насичення [7], а споживач стає все більш вибагливим, з'являються нові послуги. Функціонуючи в умовах жорсткої конкуренції, оператори та провайдери телекомунікаційних послуг зіштовхуються з проблемою збереження їх конкурентоспроможності, що передбачає вивчення реакції споживачів на інноваційні пропозиції. Адаптація сегментування ринку споживачів на різні категорії дає можливість компанії побудувати такі тактичні плани, які б враховували ринкову кон'юнктуру та, що найважливіше, визначили ключові фактори успіху, що дозволили б обійти конкурентів.

Конкуренція за таких умов стає найбільш суттєвим важелем, вона віддзеркалює боротьбу за споживача, і є важливим стимулом удосконалення обладнання, впровадження нових технологій та організації внутрішньо корпоративної діяльності, впровадження нових видів послуг, форм та методів обслуговування споживачів з метою більш повного задоволення їх потреб.

Проблема забезпечення конкурентоспроможності в галузі телекомунікацій є актуальною, тому феномен конкурентоспроможності підприємства, методи конкурентної боротьби є проаналізованими багатьма дослідниками. Аналізом та станом конкурентоспроможності підприємств в

галузі телекомунікацій займаються такі вчені, як: Гранатуров В.М., І.А. Кораблінова, Булах І.В., Надтока Т.Б., Лифиц І.М., Воробієнко С.П. [1-5] та інші.

Як показує аналіз літературних джерел, питання визначення сукупності критеріїв конкурентоспроможності об'єктів є однією з наукових проблем, яка ще очікує свого вирішення. Більшість вчених, які досліджують проблеми конкурентоспроможності, відзначають, що на даний час єдиних уявлень щодо складу критеріїв конкурентоспроможності немає. Також не вивчені і метричні системи конкурентоспроможності до складу яких входять критерії.

У наукових джерелах з оцінки конкурентоспроможності для характеристики показників різні автори використовують різні терміни, такі як: «факторконкурентоспроможності» [2], «критерій (показник) конкурентоспроможності [3], складова конкурентоспроможності [4]. Тому, хочемо зазначити, що критерій та фактор конкурентоспроможності мають різне значення. Критерієм конкурентоспроможності економічного об'єкту є якісна та (або) кількісна характеристика, за допомогою якої робиться оцінка рівня конкурентоспроможності. А під фактором конкурентоспроможності прийнято розуміти «безпосередні чинники», наявність котрих необхідно та достатньо для зміни одного чи кількох критеріїв конкурентоспроможності [3]. Використання таких термінів призводить до того, що в системі показників, де приведені фактори та критерії для оцінки конкурентоспроможності, з'являються похибки, які впливають на кількісну характеристику критеріїв конкурентоспроможності. Наслідком є спотворення результатів та неправильно прийняті управлінські рішення, які приймаються на підставі такої оцінки. Як зазначають Воронкова А.Є. та Федонін О.С., критеріями конкурентоспроможності підприємства є можливості, які визначаються: виробничим, фінансовим, комунікаційним, інноваційним, маркетинговим, управлінським, трудовим та мотиваційним потенціалом підприємства.

Протягом значного часу у вітчизняній і зарубіжній теорії та практиці у системі критеріїв, що використовують для кількісної оцінки конкурентоспроможності товарів, послуг, вирішальну роль грали їх якість та ціна. На сьогодні значна кількість дослідників вважають, що якість та ціна здійснюють вирішальний вплив на конкурентоспроможність продукції та послуг. Проте, зміна вимог споживачів, викликана зміною умов їх життя та переваг, а також зміни умов конкуренції на ринку призвели до того, що в подальшому все більшого значення набувають критерії, що характеризують сприятливість умов придбання та використання продукції, так звані сервісні функції, а також критерії, які потенційно характеризують відповідність продукції специфічним вимогам конкретного ринку тощо [5].

Метою дослідження є аналіз тенденцій розвитку телекомунікаційної галузі України. Детальний аналіз динаміки розвитку телекомунікаційної

галузі дозволить виявити характерні особливості даного ринку та запропонувати систему метрик для визначення критеріїв для сегментування ринку на відповідні сектори. Це дасть можливість розробити системи показників по оцінці конкурентоспроможності підприємств телекомунікаційного ринку.

Виклад основного матеріалу. Телекомунікаційна галузь – високо конкурентний ринок в Україні, що вимагає новітніх технологій, безперервних інновацій та миттєвої реакції менеджменту [6]. Поява нових операторів та провайдерів, зміни в очікуваннях споживачів та постійні технологічні інновації тільки загострюють конкурентне середовище в галузі. Для подолання жорсткої конкуренції необхідно глибоко усвідомлювати кожен ланку маркетингового ланцюгу з метою прийняття надійних та зважених рішень в такому динамічному середовищі.

Станом на початок 2013 року телекомунікаційний ринок України нараховує близько 2114 операторів, що мають ліцензії на діяльність у сфері телекомунікацій, які надають послуги, що свідчить про те, що на ринку існує конкуренція. В умовах конкурентних відносин операторам необхідно постійно оновлювати спектр послуг, залучаючи, тим самим, нових абонентів. Станом на 01 січня 2013 року, абонентська база мобільних операторів нараховувала 59343,7 тис. абонентів, що на 6,8%, більше, ніж станом на кінець 2011 року. Загальний рівень проникнення мобільного зв'язку в Україні становить 130,3%. На сьогодні близько 43,5% жителів України, мають доступ до мережі Інтернет, близько 35% домогосподарств мають широкосмуговий доступ до мережі Інтернет та порядку 20% частина українських домогосподарств, що мають доступ до послуг кабельного телебачення. [6].

Водночас, у трьох регіонах України цей показник нижче 100%, зокрема, у Хмельницькій, Тернопільській та Кіровоградській областях. Склалась така ситуація, коли абонентів мобільних мереж більше, ніж населення в країні. Це пов'язано з тим, що одна людина є власником кількох SIM-карт різних операторів.

Однією з основних причин купівлі кількох SIM-карт в Україні є відчутна різниця між тарифами на внутрішньо мережеві дзвінки та дзвінки на мобільні мережі інших операторів. Це призвело до того, що близько 94% вихідного мобільного трафіку припадає на внутрішньо мережеві дзвінки. Надання безкоштовних або дешевих розмов усередині мережі є досить привабливим інструментом для оператора в боротьбі за збереження абонентської бази, адже витрат на інтерконект він не несе.

Така ситуація не сприяє розвитку галузі та не стимулює конкурентоспроможність між операторами, оскільки дзвінки абонентів на інші мережі обмежені за рахунок їхньої високої вартості [6].

Показник щільності мереж фіксованого зв'язку в Україні у червні 2013 року склав 25,8 на 100 мешканців, у порівнянні з показником — 25,7 на 100 мешканців на кінець 2012 року.

Проаналізувавши динаміку доходів за різними видами телекомунікаційних послуг за 2012- 2013 рік спостерігаємо зростання доходів від надання таких видів послуг як (Табл.1): послуги мобільного зв'язку; послуги широкосмугового доступу в Інтернет; послуги IP-телефонії; послуги передачі і прийому телевізійних та радіопрограм, радіозв'язку. Проте, зменшилися доходи від надання послуг міжміського та міжнародного телефонного зв'язку, послуг телеграфного зв'язку та послуг проводового мовлення.

Таблиця 1

Динаміка доходів за видами телекомунікаційних послуг, млн.грн.

Вид телекомунікаційної послуги	Доходи від надання послуг зв'язку, млн. грн.		Абсолютний приріст, млн. грн.	Темп росту, %
	I півріччя 2012 року	I півріччя 2013 року		
Мобільний зв'язок	15111,1	15268,9	157,8	101,0
Телефонний фіксований зв'язок – всього, у т.ч.:	3842,4	4155,7	313,3	108,2
Місцевого міського	2154,5	2797,7	643,2	129,9
Місцевого сільського	169,5	200,1	30,6	118,1
Міжміського (разом із міжнародним)	1518,4	1157,9	-360,5	76,3
Послуги з передачі та прийому телевізійних радіопрограм, радіозв'язку, із них:	1101,3	1149,5	48,2	104,4
Кабельне телебачення	753,8	789,2	35,4	104,7
Комп'ютерний зв'язок:	2579,8	2763,5	183,7	107,1
Надання доступу до Інтернет, із них:	2293,3	2396,4	103,1	104,5
з наданням широкосмугового доступу	2076,6	2137,4	60,8	102,9
Інші телекомунікаційні послуги	2258,3	2353,3	95	104,2
Всього:	24892,9	25690,9	798	103,2

Основними сегментами на ринку телекомунікаційних послуг залишаються мобільний, фіксований та широкосмуговий (комп'ютерний) зв'язок, спільна частка яких в загальних доходах від надання телекомунікаційних послуг за на перше півріччя 2013 року склала приблизно 84 %.

Попит споживачів в користуванні інформаційними ресурсами активно сприяє в останні роки впровадженню нових технологій в

телекомунікаційних мережах України. Насамперед це розвиток широкопasmового абонентського доступу з використанням сучасних технологічних рішень: волоконно-оптичних ліній, технологіям пасивної оптичної мережі (xPON), радіо технології доступу Wi-Fi, Wi-Max, технологіям над широкопasmового радіо доступу. Виходить на новий рівень розвиток сучасних широкопasmових мультисервісних транспортних мереж на базі єдиних IP протоколів, буде здійснюватись перехід мереж стільникового зв'язку до технологій наступних поколінь в рамках проектів довгострокового розвитку стільникового зв'язку стандартів CDMA2000/CDMA EV-DO (UMB) і довгострокового розвитку стільникового зв'язку стандартів GSM/UMTS (LTE) [6].

Основними тенденціями розвитку телекомунікаційних мереж були:

- впровадження операторами фіксованого телефонного зв'язку послуг широкопasmового доступу до мережі Інтернет, як основну альтернативу щодо трансформації власного бізнесу і можливості підвищення ефективності освоєних інвестицій, вкладених у розвиток власних мереж;
- скорочення кількості абонентів фіксованого телефонного зв'язку, що зумовлено поширенням серед споживачів використання інших телекомунікаційних послуг, зокрема послуг мобільного зв'язку, мереж передачі даних та Інтернет;
- заміщенням послуг міжміського, міжнародного зв'язку послугами мобільного зв'язку і дзвінками через мережу Інтернет;
- запровадженням операторами різноманітних привабливих пакетів послуг і тарифних планів;
- збільшення попиту на мультимедійні конвергентні телекомунікаційні послуги.

Основними проблемами розвитку телекомунікаційних мереж є:

- неповне забезпечення населення, підприємств, установ і організацій широкопasmовими телекомунікаційними послугами;
- нерівномірність забезпечення телекомунікаційними послугами та обмеженість доступу користувачів до загальнодоступних телекомунікаційних послуг (особливо у сільській, гірській місцевості і депресивних регіонах);

Стан розвитку Українського сегменту Інтернет характеризується такими показниками як: чисельність користувачів мережі Інтернет, ступень використання широкопasmового доступу до Інтернету, обсяг ринка та його динаміка.

За даними Інтернет Асоціації України на кінець 2012 року в Україні налічувалось до 19,7 мільйонів регулярних користувачів мережі Інтернет серед населення віком старше 15 років. За оцінками компанії InMindFactum group рівень проникнення Інтернет в Україні на кінець 2012 року складав 43,5%.

Ширококутний доступ (далі —ШСД) — доступ до Інтернету з великою швидкістю. Якщо комутований доступ має обмеження по бітрейту порядку 56 кбіт/с і повністю займає телефонну лінію, то ширококутні технології забезпечують швидший обмін даними і не монополізують телефонну лінію [6].

Станом на кінець 2012 року, за даними статистичних досліджень компанії iKS-Consulting, кількість абонентів фіксованого ширококутного доступу до мережі Інтернет (корпоративних і індивідуальних) в Україні досягла 6,7 млн. абонентів, з яких 5,97 млн. абонентів — домашні користувачі (домогосподарства).

У 2011 році Україна увійшла в десятку країн світу, в яких найвища швидкість доступу в Інтернет, і вперше увійшла до рейтингу абонентів галузевої організації FTTH Council Europe. Згідно з останніми дослідженнями цієї організації, оголошеними на Всесвітньому форумі з ширококутних технологій, який пройшов у Парижі у вересні цього року, Україна посідає 16 місце у світі за розвитком мереж FTTH.

Недостатнє проникнення фіксованого ШСД пов'язано в першу чергу з великою територією країни, різним рівнем попиту в сільських і міських регіонах.

До основних проблем розвитку ринку ШСД відносяться:

- недостатній рівень розвитку телекомунікаційної інфраструктури в сільських регіонах України;
- затримка з конкурсом на частоти мобільного зв'язку для мереж 3G;
- наявність організаційних бар'єрів, великих фінансових витрат при побудові інфраструктури доступу до мережі Інтернет;
- наявність правових бар'єрів при доступі операторів до житлового фонду всіх форм власності при проведенні будівельних і монтажних робіт зі створення інфраструктури доступу до мережі Інтернет;
- відсутність механізму спільноговикористання інфраструктури доступу до мережі Інтернет.

Стримуючими факторами розвитку ринку мобільного ШСД є:

- несприятлива макроекономічна ситуація в країні, що, в першу чергу, виражається в зниженні рівня купівельної спроможності населення;
- відсутність можливості розвитку UMTS-мереж;
- перевантаження працюючих мереж у великих містах і зниження якості надання послуги [6].

Висновки. В результаті детального дослідження стану телекомунікаційної галузі України, проаналізовано показники абонентської бази операторів та провайдерів, загальний рівень проникнення мобільного зв'язку в Україні, рівень щільності основних телефонів, динаміку доходів за різними видами телекомунікаційних послуг, розглянуто нові технології в телекомунікаційних мережах України, рівень попиту в користуванні інформаційними ресурсами. Основні тенденції та проблеми розвитку телекомунікаційної галузі України.

Основними особливостями телекомунікаційної галузі України є: залежність від розвитку світових стандартів телекомунікацій, загострена конкурентна боротьба, насичення ринку мобільного зв'язку за показником кількості абонентів (загальний рівень проникнення в Україні 130,3%), впровадження нових технологій та стандартів зв'язку, що кардинально змінюють структуру попиту та пропозиції на ринку, проблема сприйняття абонентами нових технологій, наявність організаційних бар'єрів, великих фінансових витрат при побудові інфраструктури доступу до мережі Інтернет, скорочення кількості абонентів фіксованого телефонного зв'язку.

Виходячи з вищевикладеного матеріалу, можна зробити висновок, що основними метриками конкурентоспроможності товарів, послуг телекомунікаційної галузі є: якість отриманих послуг мобільного, фіксованого зв'язку та доступу в Інтернет, якість обслуговування, споживча ціна послуги, унікальність запропонованого товару (послуги), надійність постачання, імідж компанії, споживча новизна послуги.

Запропонована система метрик допоможе визначити критерії та розробити найбільш правильний метод для оцінки конкурентоспроможності підприємств галузі телекомунікацій і здійснити сегментування ринку на відповідні сектори, що дасть можливість розробити системи показників по оцінці конкурентоспроможності підприємств телекомунікаційного ринку для кожного сектору.

Список використаних джерел

1. Воробієнко С.П. Визначення складу показників конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг / С.П. Воробієнко // Економіка: проблеми теорії та практики – 2009. - Вип. 248. – С. 1101-1109.
2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій: моногр. / І.В. Булах, Т.Б. Надтонка. – Донецьк, 2010. – 244 с.
3. Лифиц І.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: учеб.пособие/ І.М. Лифиц. – М.: Юрайт-Издат, 2004. – 335 с.
4. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация/ А.Э. Воронкова. – Луганск, 2000. – 315 с.
5. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова / за наук. Ред. проф. В.М. Гранатурова. – К.: Кафедра, 2012. – 320с.
6. Звіт про роботу національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2012 рік та I півріччя 2013 року. - <http://www.nkrzi.gov.ua/uk/>
7. Манако О. В. Інформаційне суспільство та ринок інформаційно-телекомунікаційних послуг: сучасний стан та перспективи розвитку / О. В. Манако // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. - 2005. - № 10. - С. 116-127.