

Нікіфоров М.М., аспірант
Державний університет
інформаційно-комунікаційних технологій

ОЦІНКА РИЗИКУ КОНКУРЕНЦІЇ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розкрито суть та особливості ризику конкуренції телекомунікаційних підприємств. Наведено поняття ризик конкуренції телекомунікаційного підприємства. Ризик конкуренції пов'язаний з тим фактом, що на ринку часто присутні конкуруючі компанії, кожна з яких прагне отримати найвищу позицію та рейтинг споживачів на ньому, щоб отримати максимальну вигоду для себе. Зроблено оцінку ризику конкуренції для трьох найбільш потужних телекомунікаційних підприємств. Здійснено SWOT-аналіз діяльності ПАТ «Укртелеком», ПрАТ «Київстар» та ТОВ «Воля-Кабель». За допомогою методу експертних оцінок зроблено оцінку впровадження кожного із запропонованих заходів та оцінено рівень ризику конкуренції. Для оцінки рівня конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг використано метод заснований на індексі Херфіндала-Хіршмана. Запропоновано напрями управління ризиком конкуренції телекомунікаційних підприємств

Ключові слова: ризик, ризик конкуренції, телекомунікаційні підприємства, SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, управління ризиком.

Постановка проблеми. Телекомунікаційна галузь є достатньо розвинутою в Україні. На ринку телекомунікаційних послуг працює велика кількість підприємств, починаючи великими операторами мобільного зв'язку і закінчуючи дрібними провайдером. Відповідно до цього дослідження рівня ризику конкуренції є досить актуальним і важливим питанням для підприємств даної галузі. Своєчасна оцінка ризику конкуренції сприятиме підвищенню ефективності та конкурентоспроможності підприємства. Тому дуже важливим є постійний моніторинг даного виду ризику задля успішного функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням вивчення різних видів ризиків діяльності підприємств присвячені роботи багатьох вчених, серед яких слід відзначити А.П. Алигіна, Ю.В. Сенейко В.В. Храпкіна та ін.

Формулювання цілей статті. Метою даної роботи є розкриття сутності ризику конкуренції телекомунікаційних підприємств, а також оцінка даного виду ризику для підприємств досліджуваної сфери з визначенням способів управління ним.

Виклад основного матеріалу. Багато науковців досліджували поняття ризику і кожен з них акцентував увагу на якомусь його аспекті. Для діяльності телекомунікаційного підприємства найбільше відображає сутність ризику наступне визначення: ризик – діяльність, пов'язана з подоланням невизначеності в ситуації неминучого вибору, у ході якої є можливість кількісно та якісно оцінити ймовірність досягнення передбачуваного результату, невдачі і відхилення від мети [1, с. 207].

Для телекомунікаційних підприємств характерними є різні види ризиків. У даному дослідженні зупинимося на оцінці ризику конкуренції.

Ризик конкуренції пов'язаний з тим фактом, що на ринку часто присутні конкуруючі компанії, кожна з яких прагне отримати найвищу позицію та рейтинг споживачів на ньому, щоб отримати максимальну вигоду для себе. Оскільки ринок телекомунікаційних послуг є досить насиченим, зробимо оцінку ризику конкуренції для трьох найбільш потужних телекомунікаційних підприємств.

Перш за все, для того, щоб оцінити ризик конкуренції телекомунікаційних підприємств, доцільно визначити їх сильні і слабкі сторони за допомогою SWOT – аналізу їх діяльності (табл. 1-3).

Публічне акціонерне товариство “Укртелеком” — одна з найбільших компаній України, яка надає повний спектр телекомунікаційних послуг в усіх регіонах країни.

Таблиця 1

SWOT – аналіз ПАТ “Укртелеком” [2]

Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)
1) Лідер ринку послуг фіксованого зв'язку; 2) Всі послуги в одному рахунку; 3) Широке покриття території України; 4) Використання власного обладнання; 5) Впровадження міжнародних стандартів на основі вивчення рекомендацій міждержавних структур (ITU, ETSI, PC3 та ін.) у сфері телекомунікацій; 6) мобільний зв'язок підприємства за технологією UMTS/WCDMA.	1) Відсутність стратегії диверсифікації послуг; 2) Зменшення чисельності абонентів: чисельність абонентів швидкісного Інтернету в роздрібному сегменті зменшилася
Opportunities (можливості)	Threats (загрози)
1) Розвиток нових видів послуг; 2) Розвиток технологій надання послуг мобільного зв'язку; 3) Підтримка державою розвитку сфери інформаційних технологій; 4) Наявність власного обладнання для впровадження нових технологій; 5) Можливість об'єднання з ТОВ „Lifecell”	1) Висока конкуренція на ринку телекомунікаційних послуг; 2) Нестабільні політичні та економічні умови в країні; 3) Зниження показників привабливості бізнесу в Україні для національних та іноземних інвесторів.

Особливо сильні позиції товариство має на ринку послуг доступу до мережі Інтернет та фіксованої телефонії. ПАТ “Укртелеком” є лідером ринку швидкісного фіксованого доступу до мережі Інтернет і домінує на ринку фіксованої телефонії.

ПАТ “Укртелеком” працює за такими напрямками:

- відносини з іноземними операторами зв'язку та компаніями-постачальниками телекомунікаційного обладнання та послуг;
- співпраця з міжнародними організаціями;
- участь у міжнародних телекомунікаційних проектах;
- вивчення передового міжнародного досвіду у сфері телекомунікацій.

Нині ПАТ “Укртелеком” є підприємством, організаційна структура якого сформована за вертикальним принципом управління фінансами, технологічними процесами, персоналом. До складу товариства входить 34 філії, у т.ч. філія “Утел”..

Мережа мобільного зв'язку Укртелекому побудована відповідно до ліцензійних умов і працює за технологією UMTS/WCDMA. Стандарт UMTS/WCDMA дає змогу забезпечити практично непомітний перехід від мереж інших операторів до мережі нового стандарту мобільного зв'язку. Абоненти підприємства отримуватимуть усі базові послуги, але значно вищої якості, а також принципово нові послуги, зокрема, відеодзвінок, мультимедійні ролики, голосову та відео пошту, високошвидкісний доступ до мережі Інтернет та багато інших послуг.

Підприємство пропонує своїм клієнтам найновіші сучасні послуги: передавання даних і побудови віртуальних приватних мереж, відео-конференції, послуги мобільного зв'язку третього покоління, зокрема інноваційні – відеодзвінок, мобільний Інтернет зі швидкістю до 3,6 Мбіт/с, відправка СМС на номери фіксованого зв'язку та інші нові якісні послуги.

Важливим пріоритетом Укртелекому є співпраця з міжнародними організаціями, що зумовлює розвиток зовнішньоекономічних зв'язків у галузі телекомунікацій за такими напрямками:

- приєднання до міжнародних та європейських телекомунікаційних союзів, комісій, комітетів і об'єднань, а також участь у міжнародних семінарах, конференціях, виставках, які проводять означені організації;
- послідовне впровадження міжнародних стандартів на основі вивчення рекомендацій міждержавних структур (ITU, ETSI, PC3 та ін.) у галузі телекомунікацій;
- залучення іноземних кредитів та інвестицій з метою розвитку мереж і послуг ПАТ “Укртелеком” [2].

Результати SWOT-аналізу телекомунікаційного оператора ПАТ “Укртелеком” засвідчили, що серед численних переваг і можливостей підприємства є певні недоліки його діяльності – слабкі сторони та загрози. До них слід віднести відсутність стратегії диверсифікації, яка полягає в тому, що передбачає розширення сфер діяльності оператора на ринках нових послуг зв'язку, а також зменшення чисельності абонентів за останні роки. Хоча ці два недоліки взаємопов'язані між собою, усунувши один, підприємство позбавиться від іншого.

Щодо загроз підприємства, то вони такі ж, як і для більшості підприємств України, а саме:

- висока конкуренція на ринку телекомунікаційних послуг;
- нестабільні політичні та економічні умови в країні;
- зниження показників привабливості бізнесу в Україні для інвесторів.

Результати проведення SWOT-аналізу ПрАТ “Київстар” наведемо у таблиці 2.

Таблиця 2

SWOT – аналіз ПрАТ “Київстар” [3]

Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)
1) ПрАТ “Київстар” входить до складу VimpelCom Ltd, однієї з найбільших у світі інтегрованих телекомунікаційних компаній; 2) Широке покриття території мережею (велика частка ринку 35%, лідер ринку); 3) Використання власного, а не орендованого обладнання; 4) Обладнання підтримує новітні стандарти зв'язку 4G та LTE; 5) Корпоративна соціальна відповідальність як найважливіший пріоритет діяльності;	1) Пропозиція іншими операторами мобільного зв'язку більш вигідних тарифів та послуг; 2) Плинність кадрів.
Opportunities (можливості)	Threats (загрози)
1) Впровадження покриття 4G в Україні; 2) Тенденція збільшення кількості смартфонів та планшетних комп'ютерів у власності населення; 3) Розвиток нових послуг; 4) Підтримка державою розвитку сфери інформаційних технологій. Підприємство надало майже 32 млрд грн інвестицій у розвиток телекомунікаційної інфраструктури України; 5) Вихід оператора у фінансовий сегмент; 6) Наявність власного обладнання для впровадження технологій 4G; 7) Придбання підприємства “Воля”.	1) Інтенсивна конкуренція на ринку мобільного зв'язку в Україні; 2) Нестабільні політичні та економічні умови в країні; 3) Зниження показників привабливості бізнесу в Україні для інвесторів;

За результатами проведеного аналізу слід зазначити, що ПрАТ “Київстар” є монополістом серед операторів мобільного зв'язку України. Воно має найбільше покриття мережею, 51% у діапазоні GSM 1800 контролює ПрАТ “Київстар”, широкі можливості для подальшого розвитку своєї діяльності, оскільки має у власності обладнання, що підтримує новітні стандарти зв'язку 4G та LTE, отже, першим зможе забезпечити повноцінний запуск 4G, в якій є 37,5 + 37,5 МГц спектра. Також підприємство має певні надлишки спектра, які

можна продати іншим операторам, зокрема ТОВ “Lifecell”, і отримати додаткові фінансові ресурси. ПрАТ “Київстар” є прибутковим, і чисельність його абонентів зростає. До того ж, придбавши підприємство “Воля”, воно остаточно зміцнить свої позиції на ринку не тільки як оператор мобільного зв’язку, але як повноцінне телекомунікаційне підприємство.

ПрАТ “Київстар” входить до складу VimpelCom Ltd., але надає послуги під власним, суто українським брендом, що позитивно впливає на імідж підприємства в українському суспільстві. ПрАТ “Київстар” позиціонує себе як соціально відповідальне підприємство, яке одним з перших підписало Глобальний договір ООН і втілює в життя різні соціальні проекти.

Щодо негативних тенденцій ПрАТ “Київстар”, то вони не відрізняються від проблем інших підприємств мобільного зв’язку, а саме, висока конкуренція, непривабливі умови для залучення інвестицій, пов’язані з ситуацією в країні. ПрАТ “Київстар” має достатньо власних фінансових ресурсів, є прибутковим, а, отже, має можливості для отримання додаткових коштів за рахунок продажу чи надання в оренду власного обладнання та мережі. Щодо соціального аспекту діяльності ПрАТ “Київстар”, то негативні тенденції спостерігаються в системі управління персоналом, а саме: недостатня нематеріальна мотивація, напруженість праці, складні умови праці, в першу чергу, з психологічної точки зору, що є причиною плинності кадрів. Хоча ця проблема характерна для більшості телекомунікаційних підприємств.

Щодо загроз підприємства, то вони схожі з загрозами ПАТ “Укртелеком” та інших телекомунікаційних підприємств України, а саме:

- інтенсивна конкуренція на ринку мобільного зв’язку в Україні;
- нестабільні політичні та економічні умови в країні;
- зниження показників привабливості бізнесу в Україні для інвесторів.

Нарешті, проведемо SWOT-аналіз діяльності ТОВ “Воля Кабель” (табл. 3).

Таблиця 3

SWOT – аналіз ТОВ “Воля Кабель” [4]

Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)
1) Сучасні технології надання послуг: технології WiMAXiCanopy; 2) Орієнтація на потреби клієнта; 3) Підприємство є фінансово стійким	1) Пропозиція іншими провайдерів більш вигідних тарифів та послуг.
Opportunities (можливості)	Threats (загрози)
1) Розширення мережевого покриття; 2) Запровадження аспектів корпоративної соціальної відповідальності в діяльності підприємства; 3) Можливості кар’єрного росту працівників підприємства.	1) Інтенсивна конкуренція на ринку телекомунікаційних послуг в Україні; 2) Нестабільні політичні та економічні умови в країні; 3) Зниження показників привабливості бізнесу в Україні для інвесторів;

За результатами проведеного аналізу можна побачити, що ТОВ “Воля Кабель” є великим підприємством. Підприємство зосереджено на наданні Інтернет-послуг та телевізійних послуг. Підприємство дотримується принципів корпоративної соціальної відповідальності як щодо своїх працівників, надаючи можливості їх розвитку та кар’єрного зростання, так і щодо своїх клієнтів, намагаючись запроваджувати програми лояльності та враховувати інтереси споживачів.

Також, як видно з результатів SWOT-аналізу, для всіх досліджуваних підприємств та й для більшості телекомунікаційних підприємств в цілому основною загрозою є інтенсивна конкуренція на ринку телекомунікаційних послуг в Україні, основними заходами подолання якої є:

1. Збільшення частки ринку через послаблення конкурентів.
2. Проведення вертикальної диверсифікації.
3. Проведення модернізації виробничих потужностей.

4. Впровадження інноваційних технологій.
5. Удосконалення цінової політики.
6. Ефективна рекламна кампанія.

За допомогою методу експертних оцінок зробимо оцінку впровадження кожного із запропонованих заходів та оцінено рівень ризику конкуренції (табл. 4-6).

Таблиця 4

Оцінка запропонованих заходів підвищення конкурентоспроможності ПАТ
«Укртелеком»

Показники	Оцінка		
	Бали	Ваговий коефіцієнт	Середньозважена оцінка
Збільшення частки ринку через послаблення конкурентів	8	0,2	1,6
Проведення вертикальної диверсифікації	7	0,1	0,7
Проведення модернізації виробничих потужностей	4	0,1	0,4
Впровадження інноваційних технологій	6	0,2	1,2
Удосконалення цінової політики	8	0,2	1,6
Ефективна рекламна кампанія	5	0,2	1
Разом	38	1	6,5

Таблиця 5

Оцінка запропонованих заходів підвищення конкурентоспроможності ПрАТ
«Київстар»

Показники	Оцінка		
	Бали	Ваговий коефіцієнт	Середньозважена оцінка
Збільшення частки ринку через послаблення конкурентів	10	0,2	2
Проведення вертикальної диверсифікації	8	0,1	0,8
Проведення модернізації виробничих потужностей	10	0,1	1
Впровадження інноваційних технологій	9	0,2	1,8
Удосконалення цінової політики	7	0,2	1,4
Ефективна рекламна кампанія	7	0,2	1,4
Разом	51	1	8,4

Таблиця 6

Оцінка запропонованих заходів підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Воля
Кабель»

Показники	Оцінка		
	Бали	Ваговий коефіцієнт	Середньозважена оцінка
Збільшення частки ринку через послаблення конкурентів	8	0,2	1,6
Проведення вертикальної диверсифікації	5	0,1	0,5
Проведення модернізації виробничих потужностей	7	0,1	0,7
Впровадження інноваційних технологій	6	0,2	1,2
Удосконалення цінової політики	6	0,2	1,2
Ефективна рекламна кампанія	4	0,2	0,8
Разом	36	1	6

Відповідно до даної методики найбільш бал може становити 10. Отже, максимально підприємство може набрати 60 балів, а з перерахунку на середньозважений коефіцієнт – 10.

Зважаючи на проведені розрахунки, можна зробити висновок, що найбільш ефективно впровадження заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства здійснюється в

ПрАТ «Київстар» - показник становить 8,4 або 51 бал, а найгірша ситуація в ТОВ «Воля Кабель» - середньозважена оцінка складає 6 а кількість балів – 36.

Для оцінки рівня конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг використано метод заснований на індексі Херфіндала-Хіршмана (IХХ) (формула 1):

$$I\text{ХХ} = \sum_{i=1}^n q_i^2 \quad (1)$$

де: q_i - частка продажу кожного з n підприємств галузі, $i = 1, \dots, n$.

Індекс Херфіндала збільшується з підвищенням концентрації в галузі, а в умовах чистої монополії $I\text{ХХ} = 1$.

За допомогою індексу Херфіндала вимірюється ступінь монополізації ринку, а також рівень конкуренції. Якщо $I\text{ХХ} < 0,4$, можна стверджувати, що ринок є нестабільним, а конкуренція – високою. При $0,4 < I\text{ХХ} < 0,7$ інтенсивність конкуренції й ступінь монополізації ринку середній, а при $I\text{ХХ} > 0,7$ – незначними [5, с. 246].

Діагностика ступеня інтенсивності конкуренції ринку телекомунікаційних в Україні виконується таким чином: частка лідируючого підприємства на ринку становить 0,3 (Компанія «Воля Кабель»), це означає що, ринок не є монополізованим ($0,3 < 0,35$).

Результати обчислення допоміжних показників для розрахунку індексу Херфіндала-Хіршмана на ринку телекомунікаційних послуг наведено в табл. 6.

Таблиця 6

Розрахунок індексу Херфіндала-Хіршмана

Підприємства	$\sum_{i=1}^n q_i$	$\sum_{i=1}^n q_i^2$
ПАТ «Укртелеком»	0,16	0,0256
ПрАТ «Київстар»	0,05	0,0025
ТОВ «Воля Кабель»	0,3	0,09
Разом		0,1181

Отже, $I\text{ХХ} = 0,1181$. Оскільки, $I\text{ХХ} < 0,4$, то за індексом Херфіндала-Хіршмана ринок телекомунікаційних послуг в Україні не концентрований, тобто немонополізований.

Відповідно до розрахунків індексу Херфіндала-Хіршмана для кожного досліджуваного підприємства можна зробити висновок, що ризик конкуренції є найвищий для ТОВ «Воля Кабель», оскільки значення індексу найвище, а для ПрАТ «Київстар» ризик конкуренції є мінімальним.

Висновки. Відповідно до проведеного дослідження доходимо наступних висновків. Для більш ефективного управління ризиком конкуренції доцільно застосовувати наступні заходи:

1. Постійний моніторинг ринку
2. Реалізація активної маркетингової політики
3. Постійне підвищення якості послуг
4. Розробка ефективної реклами
5. Впровадження раціональної цінової політики

Список використаної літератури

1. Сенейко Ю.В. Сучасні підходи до трактування категорії “ризик”. *Регіональна економіка*. 2006. №1. С. 206–210
2. Офіційний сайт ПАТ “Укртелеком”. URL: <https://ukrtelecom.ua/>
3. Офіційний сайт ПрАТ «Київстар». URL: <https://kyivstar.ua/>
4. Офіційний сайт ТОВ “Воля”. URL: <http://volia.com/ukr/about/company>
5. Храпкіна В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. № 50. С. 245-248

REFERENCES

1. Srnriko U.V. (2006) Suchasni pidhody do traktuvannya kategorii "rysyk" [Modern approaches to interpretation of the category "risk"]. *Regional economy*. No 1. pp. 206–210. (in Ukrainian)
2. Oficiynyi sait PAT 'Ukrtelekom' [Official web-side of PISC Ukrtelecom] URL: <https://ukrtelecom.ua/> (in Ukrainian). Access date: 10.11.2023
3. Oficiynyi sait PrAT 'Kyivstar' [Official web-side of PISC Kyivstar] URL: <https://kyivstar.ua/> (in Ukrainian). Access date: 09.11.2023
4. Oficiynyi sait TOV 'Volya-Kabel' [Official web-side of Volya-Cable LTD] URL: <http://volia.com/ukr/about/company> (in Ukrainian). Access date: 11.11.2023
5. Hrapkina V. V. (2020) Upravlinnya konkurentospromozhnistu pidpnyemstv [Enterprise Competitiveness Management] *Black Sea Economic Studies*. № 50ю pp.245-248. (in Ukrainian)

NIKIFOROV MYKOLA. ASSESSMENT OF COMPETITION RISK OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES. *The article discloses the essence and features of the risk of competition of telecommunication enterprises. The telecommunications industry is quite developed in Ukraine. There are many enterprises in the telecommunications services market, from large mobile operators to small providers. According to this, the study of the level of competition risk is a rather relevant and important issue for enterprises in this industry. Timely assessment of competition risk will contribute to improving the efficiency and competitiveness of the enterprise. Therefore, continuous monitoring is very important this type of risk for the successful functioning of the enterprise.. . Competition risk is related to the fact that there are often competing companies in the market, each of which strives to obtain the highest position and consumer rating in it in order to obtain the maximum benefit for itself. Since the market of telecommunication services is quite saturated, we will make an assessment of the risk of competition for the three most powerful telecommunications enterprises. An assessment of the risk of competition for the three most powerful telecommunication enterprises has been carried out. A SWOT analysis of the activities of Ukrtelecom, Kyivsta PJSC and Volia-Cable LLC was carried out. According to the results of the SWOT analysis, for all the surveyed enterprises and for the majority of telecommunication enterprises in general, the main threat is intense competition in the market of telecommunication services in Ukraine, the main measures to overcome which are: increasing market share due to weakening of competitors; vertical diversification; modernization of production facilities; introduction of innovative technologies; improvement of pricing policy; effective advertising campaign With the help of the method of expert assessments, an assessment of the implementation of each of the proposed measures is made and the level of competition risk is assessed. To assess the level of competition in the market of telecommunication services, a method based on the Herfindahl-Hirschman index was used. The market of telecommunication services in Ukraine is not concentrated, i.e. non-monopolized Directions of management of competition risk of telecommunication enterprises are proposed*

Keywords: risk, competition risk, telecommunication enterprises, SWOT analysis, method of expert assessments, risk management.