

нізаціям : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. заклад.] / В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.

12. Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. – М. : Экономист, 2002. – 416 с.

13. Люшкинов А.Н. Стратегический менеджмент : [учеб. пособ. для вузов] / А.Н. Люшкинов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000 – 375 с.

14. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент :

[курс лекций] / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 287 с.

15. Ковтун О.І. Стратегії підприємства : [монографія] / О. І. Ковтун. – Львів : ЛКА, 2008. – 424 с.

16. Коробейников И. О. Ключевые принципы формирования стратеги развития региональной инфраструктуры / И.О. Коробейников // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – № 1. – Т. 17. – С. 327–330.

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ УСЛУГ СВЯЗИ УКРАИНЫ DEVELOPMENT OF COMPETITION ENVIRONMENT AT THE MARKET OF SERVICES OF COMMUNICATION OF UKRAINE

УДК 39.137.2:621.395

Стрий Л.А.

д.э.н., профессор, профессор кафедры экономики предприятий Одесский национальный политехнический университет кафедра менеджмента и маркетинга Одесская национальная академия связи имени А.С. Попова

Голубев А.К.

к.т.н., профессор кафедры экономики предприятия Одесская национальная академия связи имени А.С. Попова

Сакун А.А.

к.ф.н., доцент, кафедра менеджмента и маркетинга Одесская национальная академия связи имени А.С. Попова

В статье изложены некоторые результаты исследований развития конкурентной среды на рынке услуг связи Украины за период 2000–2015 гг. путем расчета индекса Н (Харфиндела-Хиршмана). Расчеты произведены для 2000, 2005, 2010, 2015 гг. В этот период индекс Н снизился с 3 367,5 в 2000 г. до 1 676,2 в 2015 г. Сделан вывод, что конкурентная среда современного рынка услуг связи Украины соответствует рынку со свободной конкуренцией.

Ключевые слова: индекс Н (Харфиндела-Хиршмана), конкурентная среда, предприятия связи, предприятия мобильной связи, предприятия почтовой связи, предприятия фиксированной связи, рынок услуг связи, свободная конкуренция.

У статті викладені деякі результати досліджень розвитку конкурентного середовища на ринку послуг зв'язку України за період 2000–2015 рр. шляхом розрахунку індексу Н (Харфиндела-Хиршмана). Розрахунки зроблені для 2000, 2005, 2010, 2015 рр. В цей період індекс Н знизився з 3 367,5 у 2000 р. до 1 676,2 в 2015 р. Зроблений висновок, що конкурентне середовище сучасного ринку

послуг зв'язку України відповідає ринку з вільною конкуренцією.

Ключові слова: вільна конкуренція, індекс Н (Харфиндела-Хиршмана), конкурентне середовище, підприємства зв'язку, підприємства мобільного зв'язку, підприємства поштового зв'язку, підприємства фіксованого зв'язку, ринок послуг зв'язку.

In article some results of researches of development of competition environment are expounded at the market of services of communications of Ukraine for period 2000–2015 by the calculation of index of H (Harfindel-Hirschman). Calculations are created for 2000, 2005, 2010, 2015 In this period the index of H went down from 3 367,5 in 2000 to 1 676,2 in 2015. Drawn conclusion, that the competition environment of modern market of services of communications of Ukraine corresponds to the market with a free competition.

Key words: competition environment, free competition, index of H (Harfindel-Hirschman), enterprises of communication, enterprise of mobile communication, enterprise of postal communication, enterprise of the fixed communication, market of services of communication.

Постановка проблемы. На момент провозглашения независимости Украина не имела самостоятельного выхода на международные сети связи. Телекоммуникации обслуживали 7,63 млн абонентов, что соответствовало 14,8 линий доступа на 100 человек населения страны. Этот показатель был выше среднемирового уровня, но значительно ниже среднеевропейского уровня. Рынок услуг связи был развит слабо. Ценообразование на услуги связи было административным, имело большие ограничения и не стимулировало развитие отрасли. В 1993 г. правительством была утверждена Комплексная программа создания Единой национальной системы связи Украины. Этой программой были разработаны ряд мероприятий развития в отрасли конкурентных отношений, в частности программа реструктуризации отрасли, привлечение новых операторов на рынок услуг связи, создание совместных предприятий,

развитие внешнеэкономической деятельности. Реформы в отрасли связи были также направлены на развитие конкурентной среды на рынке услуг связи, что позволило за 5 лет, с 1995 по 2000 гг., значительно изменить структуру рынка услуг связи, снизить уровень монополизации рынка услуг связи. В последующие годы развитие конкурентной среды было одним из основных приоритетов регулярных органов отрасли [1, с. 220–246]. Однако в доступной литературе недостаточно уделяется внимание исследованию изменения параметров непосредственно конкурентной среды на рынке услуг связи Украины, особенно после кризисных 2009–2011 гг.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблеме анализа конкурентоспособности услуг связи, конкурентоспособности телекоммуникационных компаний посвящены монографии В.М. Гранатурова [2; 3].

В монографії «Аналіз конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг» [2] розглядається сучасне становище проблеми аналізу конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг, існуючі недоліки методів аналізу, а також напрямки і шляхи їх усунення. Акцент робиться на: формуванні складу критеріїв і факторів конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг, визначенні і обґрунтуванні методів кількісної оцінки впливу окремих критеріїв на інтегральний рівень конкурентоспроможності цих послуг [2, с. 2]. В монографії «Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління» [3] розглядається сучасне становище проблеми управління конкурентоспроможністю телекомунікаційних компаній, недоліки існуючих методів управління, а також напрямки і шляхи усунення. Акцент робиться на необхідності удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю операторів телекомунікацій з урахуванням якісних змін, обумовлених впливом глобальної економічної трансформації. Значущу увагу приділено формуванню складу критеріїв і факторів конкурентоспроможності телекомунікаційних компаній, визначенню і обґрунтуванню методів кількісної оцінки впливу окремих критеріїв на інтегральний рівень конкурентоспроможності цих компаній. Приведені теоретичні положення і методичні рекомендації з урахуванням партнерської складової в визначенні рівня конкурентоспроможного потенціалу телекомунікаційних компаній [3, с. 2]. Однак деяких-то кількісних характеристик конкурентної середовища ринку послуг зв'язу України в даних роботах не наведено.

Постановка задачі. Питання дослідження розвитку і оцінки кількісних характеристик конкурентної середовища достатньо багатогранні. Авторами поставлено завданням статті викласти результати досліджень деяких аспектів, стосуються до кількісних характеристик розвитку конкурентної середовища ринку послуг зв'язу України.

Формулювання цілей статті. В межах рішення поставленої задачі цілями статті є:

- вибір інструментарію дослідження;
- розрахунок кількісних характеристик розвитку конкурентної середовища ринку послуг зв'язу України для 2000, 2005, 2010, 2015 рр.;
- побудова сучасної структури ринку послуг зв'язу України і аналіз змін за останні п'ять років;
- формулювання висновків.

Визначення основного матеріалу дослідження. Поки не сформульовано встановлене і загальноприйняте трактування поняття

«конкурентна середовище». В даному випадку будемо вважати, що конкурентна середовище – це сукупність різних факторів ринку, зокрема кількість підприємств-конкурентів і їх частки ринку, визначаючи умови конкуренції (конкурентної боротьби) підприємств і їх товарів на даному ринку. Використовуються також декілька різних способів дослідження конкурентної середовища. В даному випадку будемо застосовувати метод, використаний професором В.М. Гранатуровим і С.П. Воробієнком в монографії «Аналіз конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг» [2, с. 51–58]. Становище конкуренції і розвитку конкурентної середовища на ринку оцінюється шляхом розрахунку індексу H (Харфіндела-Хіршмана), який характеризує рівень монополізації ринку, по формулі:

$$H = \sum_i^n d_i^2, \quad (1)$$

де d_i – частка ринку i -го підприємства, %;
 n – кількість підприємств на ринку.

Використовуються наступні чисельні значення даного індексу для оцінки відповідності конкурентної середовища тій чи іншій моделі ринку:

- якщо $H = 10000$, то становище конкуренції відповідає ринку чистої монополії;
- якщо $1800 \leq H \leq 10000$, то ринок можна вважати потенційно конкурентним;
- якщо $H < 1800$, на ринку існує вільна конкуренція.

Можливо вважати, що розвиток конкурентної середовища на ринку послуг зв'язу України було стимульовано трансформацією державного підприємства Українське об'єднання електрозв'язу «Укртелеком» в відкрите акціонерне товариство «Укртелеком», яке було зареєстровано 5 січня 2000 р. В цей час «Укртелеком» фактично був монополістом на ринку телекомунікаційних послуг, надаючи всі види телекомунікаційних послуг на всій території країни. Для активізації ринку телекомунікаційних послуг також були створені спільні підприємства ОАТ «Укртелеком» (Інфоком, Утел, Українська мобільна зв'язь, Елсаком – Україна, Телесистеми України, Телекомінвест). Це стимулювало розвиток конкурентної середовища на ринку послуг зв'язу України. Далі будуть наведені результати розрахунку індексу H (Харфіндела-Хіршмана) для 2000, 2005, 2010, 2015 рр. з відповідністю до обраної методики.

2000 рік. Розроблені і реалізовані тільки деякі заходи, вказані вище, з розвитку конкурентної середовища.

Ринок послуг зв'язу України (100%) включав в себе наступні підприємства, які мали вказані частки ринку:

- Українське державне об'єднання поштової зв'язу (7,6%);

- Концерн радиосвязи, радиовещания и телевидения (1%);
- предприятия, оказывающие специальные услуги связи (2%);
- ОАО «Укртелеком» (48,4%);
- СП (совместные предприятия) ОАО «Укртелеком» (28,3%);
- негосударственные операторы связи (12,7%) [1, с. 226].

Для численных данных, приведенных выше для 2000 г. значение $H = 3\,367,5$. Состояние конкурентной среды на рынке услуг связи в 2000 г. соответствовало потенциально конкурентному рынку. Но значение $H = 3\,367,5$ значительно больше величины 1 800, характерного для рынка, где существует свободная конкуренция.

2005 год. На рынке услуг связи начали эффективно работать также операторы мобильной связи. Предприятия занимали следующие доли рынка:

- Украинское государственное предприятие почтовой связи (4,77%);
- Концерн радиосвязи, радиовещания и телевидения (2,45%);
- предприятия, оказывающие специальные услуги связи (5,66%);

- ОАО «Укртелеком» (27,74%);
- негосударственные операторы фиксированной связи (4,37%);
- оператор мобильной связи «Киевстар» (25,15%);
- оператор мобильной связи «МТС-Украина» (23,95%);
- оператор мобильной связи «Астеллит» (3,59%);
- другие операторы мобильной связи (2,32%) [1, с. 236].

Для численных данных, приведенных выше для 2005 г. значение $H = 2\,973,8$. Состояние конкурентной среды на рынке услуг связи в 2005 г. также соответствовало потенциально конкурентному рынку. Конкурентная среда стала приближаться к состоянию, характерному для рынка со свободной конкуренцией (2000 г. – 3 367,5, 2005 г. – 2 973,8).

2010 год. Существенно возросла доля рынка мобильных предприятий.

На рынке услуг связи предприятия занимали следующие доли рынка:

- Украинское государственное предприятие почтовой связи (6,2%);

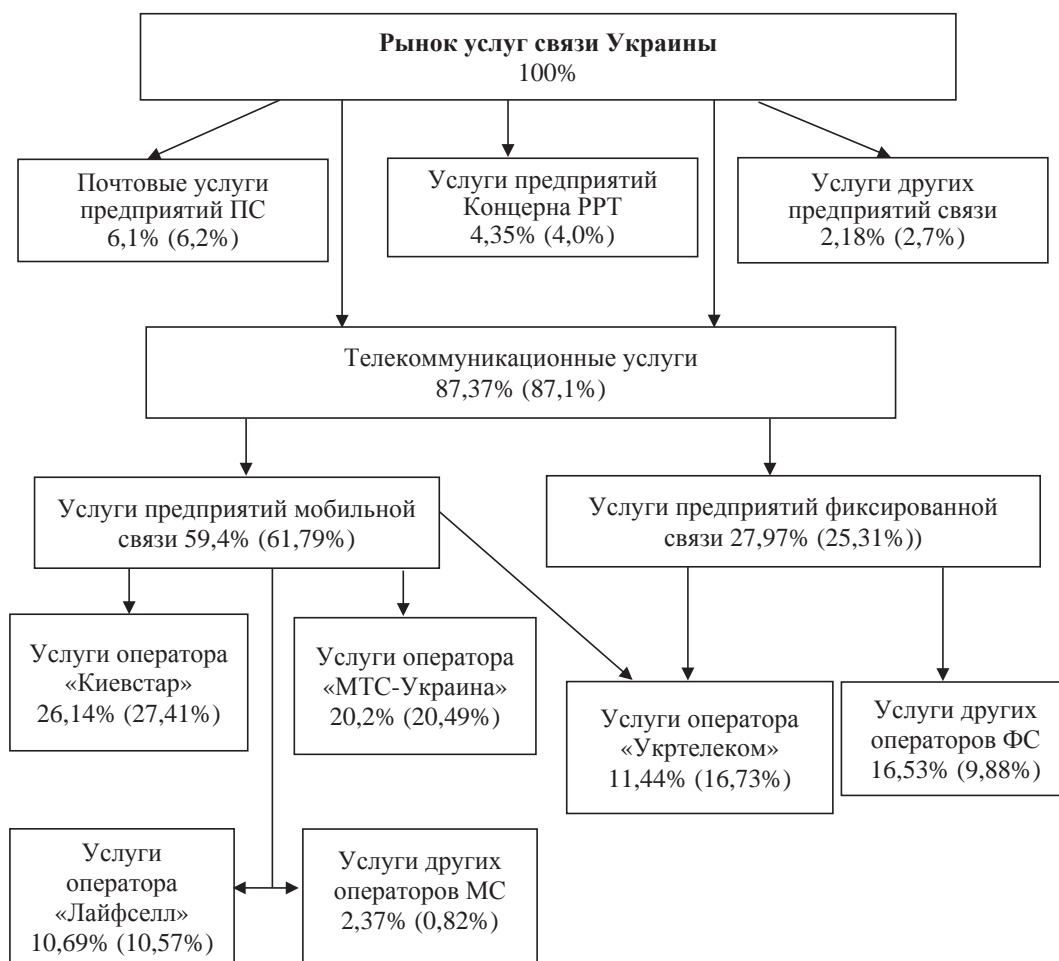


Рис. 1. Структура рынка услуг связи Украины в 2015 г. в сравнении с 2010 г.

- Концерн радиосвязи, радиовещания и телевидения (4,0%);
- предприятия, оказывающие специальные услуги связи (2,7%);
- ОАО «Укртелеком» (16,73%);
- негосударственные операторы фиксированной связи (9,88%);
- оператор мобильной связи «Киевстар» (27,41%);
- оператор мобильной связи «МТС-Украина» (20,49%);
- оператор мобильной связи «Астеллит» (10,57%);
- другие операторы мобильной связи (0,82%) [1, с. 236].

Соответственно индекс Н (Харфиндела-Хиршмана), который характеризует уровень конкуренции на рынке услуг связи Украины, в 2010 г. равен 1 723. Для 2010 г. при величине $H = 1\ 723$ (меньше 1 880), рынок услуг связи можно считать рынком, где существует свободная конкуренция.

2015 год. Конкуренция на рынке услуг связи Украины возросла.

Структура современного рынка услуг связи Украины представлена на рис. 1. На схеме рисунка указаны виды услуг связи и предприятия, которые их оказывают. Так как в этот период на рынке услуг связи действовало большое количество предприятий, на схеме указаны только группы предприятий данного вида деятельности. Состояние конкурентной среды на рынке услуг связи Украины в 2015 и в 2010 гг. характеризуется численными данными, представленными на схеме рис. 1. Данные для 2010 г. представлены в скобках.

Справка. Согласно данным НКРЗИ (НКРЗИ – національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації) по состоянию на 31.12.2015 в Украине выдано 1 655 лицензий по видам деятельности (телефонная связь – 652, мобильная связь – 16, техническое обслуживание и эксплуатация телеком-

муникационных сетей – 978). Внесено в реестр 4 656 предприятий телекоммуникаций (операторов и провайдеров) [4].

Оценка доли рынка предприятий в 2015 г. произведена в соответствие с уровнем дохода предприятия по отношению к суммарным доходам всех предприятий отрасли.

Всего, по данным Госстата Украины [5], доходы всех предприятий связи Украины в 2015 году составили 55 895,8 млн грн (100%).

На рынке услуг связи потребителям предоставляются следующие услуги:

- услуги почтовой связи – 3 426 млн грн, сегмент рынка почтовых предприятий в 2015 г. равен 6,1% (в 2010 г. – 6,2%);
- телекоммуникационные услуги радиосвязи, радиовещания и телевидения, которые предоставляются предприятиями Концерна РРТ – 2 430,8 млн грн, сегмент рынка данных предприятий в 2015 г. равен 4,35% (в 2010 г. – 4,0%);
- услуги других предприятий (другие виды услуг) – 1 216,8 млн грн, сегмент рынка данных предприятий в 2015 г. равен 2,18% (в 2010 г. – 2,7%).

Телекоммуникационные услуги – 48 822,2 млн грн составили 87,35%, рынка услуг связи, они делятся на две группы:

- услуги мобильной связи – 33 205,6 млн грн, сегмент рынка данных предприятий на рынке телекоммуникационных услуг равен 68% (в 2010 г. – 61,79%), сегмент рынка данных предприятий на рынке услуг связи в 2015 г. равен 59,4%;
- услуги фиксированной связи – 15 616,6 млн грн, сегмент рынка данных предприятий на рынке телекоммуникационных услуг равен 32% (в 2010 г. – 25,31%), сегмент рынка данных предприятий на рынке услуг связи в 2015 г. равен 27,87%;

В сегменте фиксированной связи доминирующее положение занимает предприятие ПАТ «Укртелеком», который также предоставляет услуги мобильной связи (оператор «Тримоб»), его

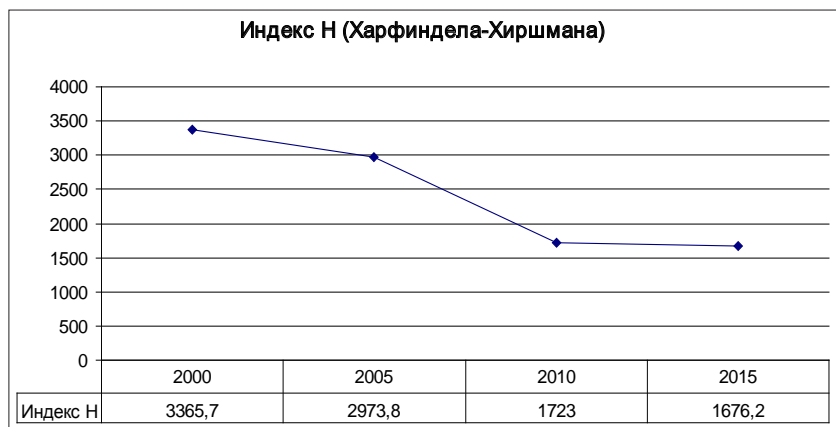


Рис. 2. Динамика развития конкурентной среды на рынке услуг связи Украины

доход в 2015 г. – 6 394 757 грн (согласно финансовому отчету [6]), суммарный сегмент на рынке услуг связи в 2015 г. равен 11,44% (в 2010 г. – 16,73%). Сегмент услуг других операторов фиксированной связи на рынке услуг связи в 2015 г. равен 16,43% (в 2010 г. – 9,88%).

Сегментация рынка услуг связи по предприятиям мобильной связи для 2015 г. проведена в соответствии со следующими данными.

В сегменте мобильной связи (59,4% рынка услуг связи) операторы в 2015 г. занимают следующее положение:

- оператор «Киевстар» – 44%, его сегмент на рынке услуг связи равен 26,14%;
- оператор «МТС-Украина» – 34%, его сегмент на рынке услуг связи равен 20,2%;
- оператор «Лайфселл» – 18%, его сегмент на рынке услуг связи равен 10,69%;
- другие предприятия (операторы) мобильной связи – 2,37%.

Примечание: численные данные, характеризующие доли рынка предприятий мобильной связи, рассчитаны по данным открытых интернет-источников.

В 2015 г. индекс H (Харфиндела-Хиршмана), который характеризует уровень конкуренции на рынке услуг связи Украины, равен 1 676,2.

Для 2015 г. при величине $H = 1 676,2$ (меньше 1 880), рынок услуг связи можно считать рынком, где существует свободная конкуренция.

Динамика изменения индекса H представлена на рис. 2.

Анализ графиков изменения индекса H позволяет сделать вывод, что индекс H стал меньше значения 1 800 ориентировочно в 2008–2009 гг. С этого времени рынок услуг связи Украины соответствует модели рынка со свободной конкуренцией.

Выводы из проведенного исследования.

В Украине в отрасли связи, начиная с 1995 г., эффективно реализовано ряд мер по повышению уровня конкуренции на рынке услуг связи. Исследования, проведенные авторами, показывают, что данный рынок начал соответствовать модели рынка со свободной конкуренцией последние 5–7 лет. На рынке действуют несколько конкурирующих предприятий, уровень конкуренции устойчивый. Предприятиям, действующим на рынке, необходимо непрерывно адаптироваться к изменяющимся условиям конкурентного рынка. Исследования изменений в конкурентной среде на рынке услуг связи Украины целесообразно продолжать.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Голубев А.К. Экономика и управление предприятиями связи: основные тенденции и проблемы развития: учебное пособие для аспирантов / А.К. Голубев ; под ред. В.Н. Орлова. – Одесса : ОНАС, 2012. – 320 с.
2. Гранатуров В.М. Аналіз конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг: монографія / В.М. Гранатуров, С.П. Воробієнко. – К. : Освіта України, 2009. – 254 с.
3. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління : [монографія] / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова. – К. : КАФЕДРА, 2012. – 320 с.
4. НКРЗІ України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://nkrz.gov.ua>.
5. Державна служба статистики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ukrstat.gov.ua>.
6. Укртелеком: финансовая деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ukrtelecom.ua/about/finance/financial_reports.