

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.47:338.24

Виноградова О.В.

доктор економічних наук,
завідувач кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій

Євтушенко Н.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій

Крижко О.В.

старший викладач кафедри маркетингу,
Державний університет телекомунікацій

ДІАГНОСТИКА ПРОБЛЕМ МАРКЕТИНГОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА ДЕРЖАВНОМУ ТА ГАЛУЗЕВОМУ РІВНЯХ

У статті обґрунтовано особливості сучасної системи маркетингової взаємодії суб'єктів телекомунікаційної сфери України, що відображає специфіку функціонування галузі. Проведено дослідження організаційних, економічних, інноваційних, маркетингових та психологічних аспектів взаємодії суб'єктів господарювання, що дозволило виокремити проблеми маркетингової взаємодії телекомунікаційних установ. Згідно з результатами, систематизація проблем маркетингової взаємодії здійснювалася відповідно до рівнів розвитку, зокрема, на державному та галузевому рівнях. Розглянуто умови, за яких суб'єкти господарювання можуть одержувати ліцензії на надання послуг з технічного обслуговування та експлуатації. Для діагностики проблем маркетингової взаємодії телекомунікаційних підприємств проаналізовано стан та перспективи розвитку телекомунікаційного ринку України, визначено основні тенденції розвитку телекомунікаційної галузі. Досліджено динаміку змін доходів телекомунікаційних підприємств.

Ключові слова: телекомунікаційні підприємства, телекомунікаційна галузь, взаємодія, маркетингова взаємодія, суб'єкти господарювання, послуги, ринок зв'язку.

ДИАГНОСТИКА ПРОБЛЕМ МАРКЕТИНГОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ НА ГОСУДАРСТВЕННОМ И ОТРАСЛЕВОМ УРОВНЯХ**Виноградова Е.В., Евтушенко Н.А., Крыжко О.В.**

В статье обоснованы особенности современной системы маркетингового взаимодействия субъектов телекоммуникационной сферы Украины, что отражает специфику функционирования отрасли. Проведено исследование организационных, экономических, инновационных, маркетинговых и психологических аспектов взаимодействия субъектов хозяйствования, что позволило выделить проблемы маркетингового взаимодействия телекоммуникационных предприятий. Согласно результатам, систематизация проблем маркетингового взаимодействия осуществлялась в соответствии с уровнями развития, в частности, на государственном и отраслевом уровнях. Рассмотрены условия, при которых субъекты хозяйствования могут получить лицензии на предоставление услуг по техническому обслуживанию и эксплуатации. Для диагностики проблем маркетингового взаимодействия телекоммуникационных предприятий проанализировано состояние и перспективы развития телекоммуникационного рынка Украины, определены основные тенденции развития телекоммуникационной отрасли. Исследована динамика изменений доходов телекоммуникационных компаний.

Ключевые слова: телекоммуникационные предприятия, телекоммуникационная отрасль, взаимодействие, маркетинговое взаимодействие, субъекты хозяйствования, услуги, рынок связи.

DIAGNOSTICS OF PROBLEMS OF THE MARKETING INTERACTION OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES OF UKRAINE AT THE STATE AND BRANCH LEVELS

Vynogradova Olena, Yevtushenko Natalya, Kryzhko Olga

The article substantiates the features of the modern system of marketing interaction between the subjects of the telecommunications sphere of Ukraine, which reflects the specifics of the industry. The study of organizational, economic, innovative, marketing and psychological aspects of the interaction of business entities, which allowed to identify the problems of marketing interaction of telecommunications enterprises. According to the results, the systematization of marketing interaction problems was carried out in accordance with the levels of development, in particular, at the state and sectoral levels. The conditions under which business entities can obtain licenses for the provision of maintenance and operation services are considered. To diagnose the problems of marketing interaction of telecommunications enterprises, the state and prospects of development of the telecommunications market of Ukraine are analyzed, the main trends in the development of the telecommunications industry are identified. The dynamics of changes in the income of telecommunications companies has been investigated. As a result of analyzing the problems at the state level, the main problems that prevent Ukrainian enterprises from developing and distributing the sale of their goods (services) to target markets are identified for the country and the telecommunications sector. Practical recommendations for solving these problems at the state level are given, namely: it is recommended to pay special attention to improving the technological state of the industry and information representation of Ukraine in the Internet space, which will ensure compliance of products and information technology solutions with world standards, creating a favorable investment climate for attracting investment. At the sectoral level, it is proposed to create a strategy for planning and implementing measures to provide financial support to research institutes and institutes for training specialists in the field of information.

Keywords: telecommunication enterprises, telecommunications industry, interaction, the marketing interaction, business entities, services, communications market.

Постановка проблеми. Актуальність даного дослідження зумовлена складними процесами інтеграції у світовий інформаційний і економічний простір, які нині відбуваються в галузі телекомунікації в Україні. Незважаючи на те, що протягом останніх років телекомунікаційні підприємства України демонструють одні з найвищих темпів зростання серед інших галузей економіки, на жаль спостерігається тенденція зростання технологічного розриву в телекомунікаційній сфері порівняно з іншими країнами. Ринок телекомунікацій відіграє величезну роль у збалансованому розвитку глобальної та регіональної економіки, адже є з'єднувальною ланкою як промислової сфери, сфери послуг і споживачів, так і різних географічно розрізнених частин країни та економічних центрів. Тож питання покращення маркетингової взаємодії суб'єктів сфери телекомунікацій гостро стоїть на порядку денному, як дівий важіль, завдяки якого вони стануть повноцінними акторами розвитку галузі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню сучасного стану та проблем розвитку галузі телекомунікації в Україні присвячені праці багатьох вчених, а саме: А. Богачевського, В. Василенка, Дж. Веллінгтона, В. Гранатурова, Н. Єрьоміна, С. Ілляшенка, В. Орлова, О. Редькіна, Є. Стрельчука, Г. Титаренка та ін. Дослідженням ринку телекомунікаційних послуг присвячені праці таких вчених, як І. Булах, А. Дзюбинський, Л. Захарченко, І. Кораблінова, Беркман Л., Виноградова О., Гудзь О., Гусєєва О., Сьомкіна Т., Лазоренко Л., Стецюк П., Верескун М., Гончарова М. та ін. Незважаючи на велику кількість наукових досліджень, публікацій і накопичений практичний досвід у теорії і практиці, все ж аспекти маркетингової взаємодії суб'єктів сфери телекомунікацій розглянуті недосить повно.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану розвитку телекомунікаційної галузі України та формування основних проблем маркетингової взаємодії телекомунікаційних підприємств на державному та галузевому рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. За дослідженнями McKinseyGlobalInstitute (MGI, підрозділ міжнародної аудиторсько-консалтингової компанії McKinsey&Company) «Проривні технології: досягнення, які змінять життя, бізнес і світову економіку» було виділено 12 ключових технологій, які мають найбільш значний і одночасно руйнівний потенціал, швидко розвиваються, здатні призвести значний економічний ефект, поширюються за межі традиційних дисциплін і можуть привести до появи нових бізнес-можливостей та кардинальної зміни ринку праці. Серед проривних технологій за версією MGI виділяються ті, які сміливо можна віднести до сфери телекомунікацій: мобільний Інтернет; автоматизація інтелектуальної праці; хмарні інформаційні технології; технології «Інтернет речей». Доведено, що загальна пряма вигода людству від масового впровадження проривних технологій до 2025 року оцінюється в межах від \$ 14 трлн. до \$ 33 трлн., причому більшу частину цього приросту отримають економічно розвинені країни. Остання цифра порівняння з сучасним ВВП Сполучених Штатів і Європейського Союзу разом узятих. При цьому загальна пряма вигода людству від масового впровадження проривних технологій до 2025 року оцінюється в межах від \$ 14 трлн. до \$ 33 трлн., причому більшу частину цього приросту отримають економічно розвинені країни. Остання цифра порівняння з сучасним ВВП Сполучених Штатів і Європейського Союзу разом узятих [1].

Існуюча в даний час система взаємодії суб'єктів сфери телекомунікацій України відображає особливості функціонування галузі, а саме: лібералізацію

ринку телекомунікаційних послуг, специфіку конкурентного середовища, існування телекомунікаційної мережі загального користування операторів різних форм власності тощо.

Виробничий процес в телекомунікаційній сфері не закінчується на одному підприємстві. У створенні послуги беруть участь кілька територіально-віддалених, організаційно і фінансово-самостійних операторів, які у процесі надання послуг користувачам виконують різні технологічні операції. При цьому вони охоплюють практично всі населені пункти і утворюють єдину телекомунікаційну мережу в Україні. Схема взаємодії суб'єктів телекомунікаційної сфери України наведена на рис. 1.

Згідно з Законом України «Про телекомунікації», телекомунікаційний (електричний) зв'язок є невід'ємною частиною виробничої і соціальної інфраструктури України і призначений для задоволення потреб фізичних і юридичних осіб, органів державної влади в телекомунікаційних послугах. Діяльність у сфері телекомунікацій здійснюється за умови включення до реєстру операторів, провайдерів телекомунікацій, а у визначених законом випадках – також за наявності відповідних ліцензій та/або дозволів [3].

За одним рішенням Національної комісії з питань регулювання зв'язку та інформатизації, ліцензійні умови здійснення діяльності у сфері телекомунікацій розроблені відповідно до Законів України «Про телекомунікації», «Про радіочастотний ресурс України», «Про телебачення і радіомовлення» та передбачають умови, за якими суб'єкти господарювання можуть отримати ліцензії на надання послуг з технічного обслуговування і експлуатації [4]:

- мереж ефірного телемовлення (ліцензія видається на заявлені регіони);
- мереж ефірного радіомовлення (ліцензія видається на заявлені регіони);
- мереж бездротового радіомовлення (ліцензія видається на заявлені регіони);
- телемереж (телекомунікаційних мереж) (ліцензія видається на заявлені регіони).

За іншим рішенням Національної комісії з питань регулювання зв'язку та інформатизації суб'єкти господарювання, згідно ліцензійних умов здійснення діяльності у сфері телекомунікацій з надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з використанням бездротового доступу до телекомунікаційної мережі з правом технічного обслуговування і надання в користування каналів електрозв'язку: місцевого, міжміського, міжнародного, можуть отримати ліцензії на такі види діяльності [5]:

- надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з використанням бездротового доступу до телекомунікаційної мережі з правом технічного обслуговування і надання в користування каналів електрозв'язку: місцевого (ліцензія видається на заявлений регіон (регіони));
- надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з використанням бездротового доступу до телекомунікаційної мережі з правом технічного обслуговування і надання в користування каналів електрозв'язку: міжміського (ліцензія видається на заявлені регіони, але не менше ніж на два регіони);
- надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з використанням бездротового доступу до телекомунікаційної мережі з правом технічного обслуговування і надання в користування каналів електрозв'язку:

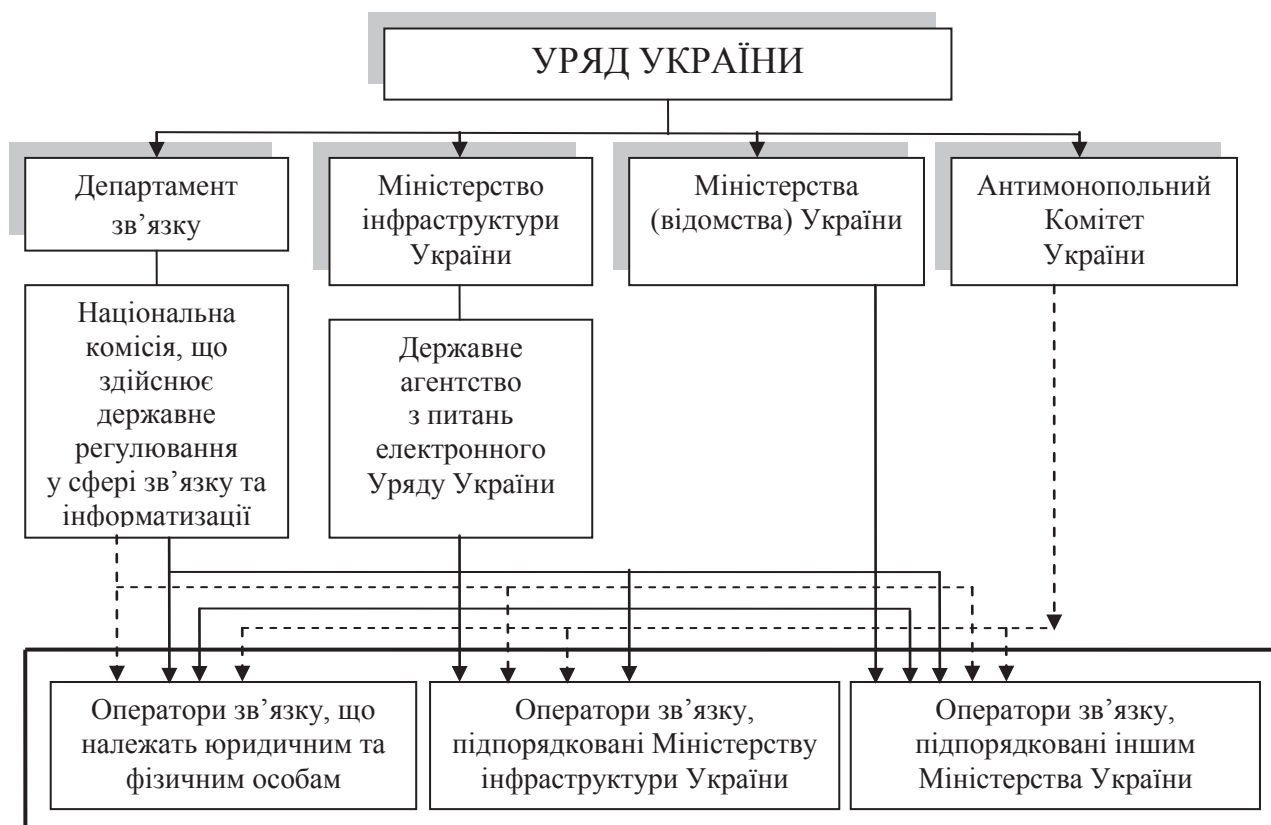


Рис. 1. Взаємодія суб'єктів телекомунікаційної сфери України [2, с. 192]

міжнародного (ліцензія видається на всю територію України).

У процесі вивчення особливостей розвитку ринку телекомунікаційних послуг були проведені дослідження організаційно-економічних, інноваційних, маркетингових та психологічних аспектів взаємодії суб'єктів господарювання, що дозволило виділити та обґрунтувати проблеми маркетингової взаємодії суб'єктів телекомунікаційної сфери.

За результатами була проведена систематизація проблем маркетингової взаємодії відповідно до рівнів розвитку, зокрема, на державному рівні та рівні галузі. Аналіз статистичних даних за період 2011-2017 рр. показника реального ВВП доводить скорочення виробництва, а основною причиною, яка впливає на його рівень, є інфляція. Дисбаланси цього періоду погіршили складну фінансову ситуацію підприємств України, що вплинуло на падіння їх ділової активності та подорожчання собівартості. Крім того, доларизація вітчизняної економіки створила проблеми експорту готової продукції (товарів, послуг). Ці обставини зробили Україну залежною від зовнішньої кон'юнктури на внутрішньому ринку.

Що стосується вітчизняних телекомунікаційних підприємств, то було встановлено негативний вплив макроекономічних чинників на їхню діяльність.

У результаті, основними галузями, що формують ВВП, залишаються: оптова та роздрібна

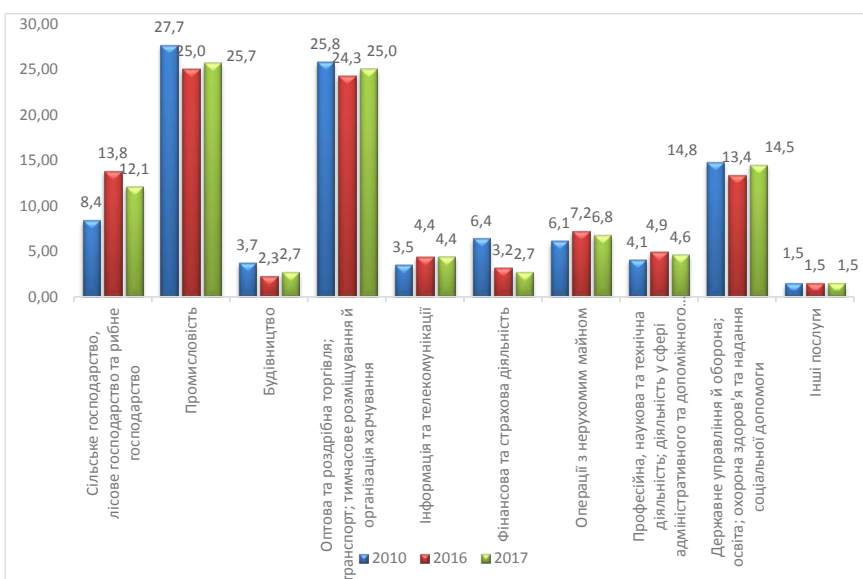


Рис. 2. Структура валової доданої вартості за видами економічної діяльності в Україні, %

Джерело: побудовано авторами за [6]

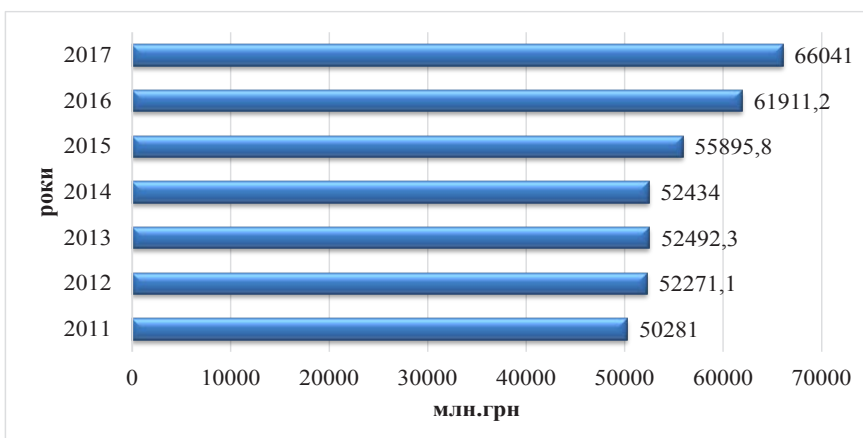


Рис. 3. Динаміка доходів підприємств від надання послуг зв'язку в Україні за період 2011-2017 рр., млн. грн.

Джерело: побудовано авторами за [9]

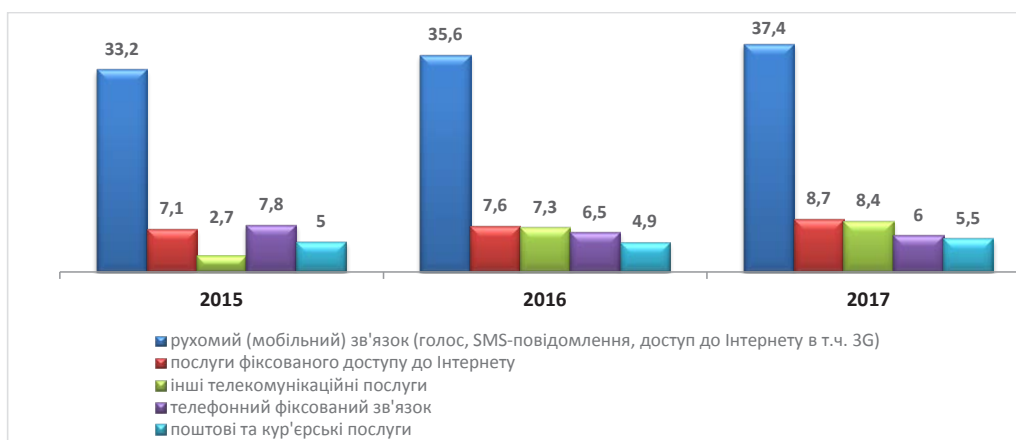


Рис. 4. Динаміка доходів від надання різних видів послуг зв'язку за 2015-2017 рр., млрд. грн (з ПДВ)

Джерело: побудовано авторами за [9]

торгівля, які займають найбільшу частку в структурі валової доданої вартості і становлять приблизно шосту частину. Переробна промисловість займає сьому частину ВДВ (у 2017 році – 4,7%). Значно змінилася частка сільського господарства у структурі ВДВ: з 8,4% у 2010 році до 14,2% у 2015 році і до 12,1% у 2017 році. Протягом усього періоду спостерігається зростання частки сфери державного управління й оборони: з 5,2% у 2010 році до 6,3% у 2017 році. а телекомунікаційні підприємства, поки не переступили порога економічного розвитку навіть підприємств, що займаються операціями з нерухомістю та фінансовою діяльністю. Структура валової доданої вартості за видами економічної діяльності за даними Державної служби статистики України наведено на рис. 2.

Для подальшої діагностики проблем маркетингової взаємодії телекомунікаційних підприємств проаналізуємо стан та перспективи ринку зв'язку України. У про-

цесі моніторингу виявилось, що сфера зв'язку та інформатизації України привертає багатьох дослідників, які вивчають особливості телекомунікаційної галузі, проводять аналіз і прогнозування розвитку цієї галузі, а також виявляють можливості телекомунікаційних підприємств та загрози [7; 8]. Погоджуємося з поглядами вчених щодо позитивної динаміки доходів телекомунікаційних підприємств протягом 2011-2017 рр., яка поки супроводжується незначним зростанням доходів.

Так доходи від надання послуг зв'язку у 2017 році склали 66 041 млн. грн., що на 6,7% більше ніж у 2016 році. Їх питома вага у доходах від надання послуг зв'язку склала 91,6%. І це, не зважаючи, на значну затребуваність у телекомунікаційних послугах та продуктах з боку державних та приватних підприємств, а також населення (рис. 3).

У ході проведених розрахунків з'ясувалося, що доходи від надання послуг поштового зв'язку та

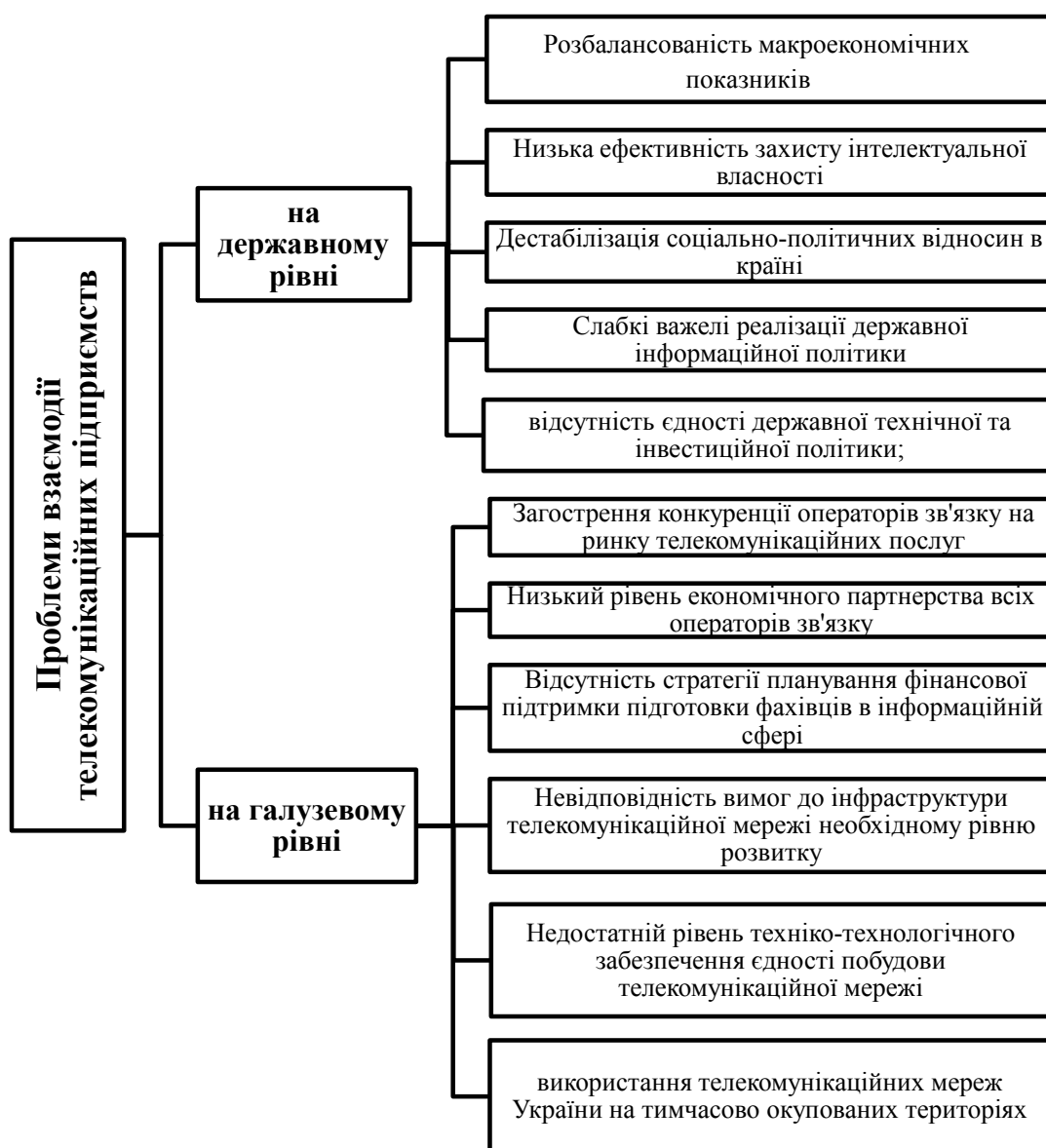


Рис. 5. Проблеми маркетингової взаємодії телекомунікаційних підприємств на державному та галузевому рівнях в Україні

Джерело: побудовано авторами за [9; 11]

кур'єрських послуг у 2017 році збільшились на 11,7% у порівнянні з 2016 роком та склали 5521 млн. грн. Основними сегментами на ринку послуг зв'язку залишаються рухомий (мобільний) зв'язок, фіксований зв'язок та фіксований доступ до Інтернету, спільна частка яких у загальних доходах від надання послуг зв'язку у 2017 році склала 78,9%. Доходи від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку та послуг фіксованого доступу до Інтернету демонструють тенденцію до збільшення протягом останніх років.

До інших телекомунікаційних послуг відносяться: телеграфний зв'язок, послуги з трансляції, ретрансляції теле- та радіо- програм, технічне обслуговування та експлуатація обладнання в мережах мовлення, супутниковий зв'язок, д्रोнове мовлення, надання в користування каналів та ліній електрозв'язку, надання в користування та інші послуги (рис. 4).

Отже, проведене дослідження дозволяє визначити основні тенденції розвитку підприємств телекомунікаційної галузі, зокрема: розгортання телекомунікаційних мереж рухомого (мобільного) зв'язку на базі 4G і 5G; підвищення попиту споживачів на мультимедійні конвергентні телекомунікаційні послуги, послуги міжмашинної взаємодії (machine-to-machine, M2M), послуги Інтернету речей (Internet of Things, IoT) та збільшення кількості власників багатфункціонального термінального кінцевого обладнання з бездротовим доступом до Інтернету; забезпечення використання телекомунікаційних мереж України в умовах надзвичайних ситуацій, надзвичайного та воєнного стану; введення в експлуатацію телекомунікаційних мереж служб екстреної медичної допомоги і медицини катастроф та їх з'єднання з телекомунікаційними

мережами загального користування на рівні обласних центрів, що забезпечує централізацію приймання і обробки викликів за єдиним телефонним номером 103; посилення конкуренції між постачальниками послуг фіксованого доступу до Інтернету [9].

За результатами діагностики проблем на державному рівні країни та регіональному телекомунікаційних підприємств було визначено основні, які формується, які заважають українським підприємствам розвиватися та поширювати реалізацію їх товарів (послуг) за цільовими ринками (рис. 5).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у проведеному дослідженні обґрунтовано перелік проблем маркетингової взаємодії телекомунікаційних підприємств України, які гальмують розвиток і функціонування телекомунікаційних підприємств на державному та галузевому рівні. Для вирішення цих проблем рекомендується на державному рівні звернути особливу увагу на підвищення технологічного стану галузі та інформаційної представленості України в Інтернет-просторі, що зможе забезпечити відповідність інформаційно-технологічних продуктів і рішень світовим стандартам; створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення інвестицій.

На галузевому рівні пропонується створення стратегії планування та реалізації заходів щодо фінансової підтримки науково-дослідних інститутів, інститутів підготовки фахівців в інформаційній сфері; активне співробітництво телекомунікаційних підприємств між собою, з науково-дослідними інститутами та навчальними закладами, що дозволить залучити наукові кадри, здатні підвищити інноваційність галузі.

1. *Исследование McKinsey: Прорывные технологии: достижения, которые изменят жизнь, бизнес и мировую экономику / Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/05/28/5962> (дата звернення: 22.07.2018).*

2. *Свтушенко Н.О. Механізм консалтингової взаємодії підприємств на ринку телекомунікаційних послуг України : монографія. Київ : ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2017. 535 с.*

3. *Про телекомунікації: Закон України від 21.10.2004р. N 2119-IV із останніми змінами, внесеними згідно із Законом від 23.03.2017р. № 1983-VIII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1280-15> (дата звернення: 22.07.2018).*

4. *Про ліцензійні умови здійснення діяльності у сфері телекомунікацій з надання послуг з технічного обслуговування і експлуатації телекомунікаційних мереж, мереж ефірного теле- та радіомовлення, проводового радіомовлення та телемереж: Рішення Національної комісії від 11.11.2010 р. № 513 зі змінами від 07.02.2017 р. № 69 / Національна комісія з питань регулювання зв'язку та інформатизації України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1200-10> (дата звернення: 04.11.2018).*

5. *Про ліцензійні умови здійснення діяльності у сфері телекомунікацій з надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з використанням безпроводового доступу до телекомунікаційної мережі з правом технічного обслуговування і надання в користування каналів електрозв'язку: місцевого, міжміського, міжнародного: Рішення Національної комісії від 29.07.2010 р. № 348 зі змінами від 01.03.2016 р. №110 / Національна комісія з питань регулювання зв'язку та інформатизації України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0688-10> (дата звернення: 04.11.2018).*

6. *Статистичний щорічник України за 2017 рік. Державна служба статистики України / за редакцією І.С. Вернера. Київ : Державна служба статистики України. 2018. 541 с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/11/zb_seu2017_u.pdf (дата звернення: 04.11.2018).*

7. *Гусева О.Ю., Верескун М.В. Інформаційно-телекомунікаційна галузь України: економічні тренди та можливість розвитку. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2015. № 4(52). С. 67–54.*

8. *Станкевич В.І., Тігарева В.А. Аналіз і прогнозування розвитку сфери зв'язку та інформатизації України: можливість та загрози. Економіка та держава. 2016. № 2. С. 69–77.*

9. *Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2017 рік / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. URL: https://nkrzi.gov.ua/images/upload/546/7593/Dodatok_do_rishennia_171_Zvit.pdf (дата звернення: 04.11.2018).*

10. Євтушенко Н.О. Реалізація механізму консалтингової взаємодії на ринку телекомунікаційних послуг України: проблеми та шляхи вирішення. *Економіка. Менеджмент. Бізнес. Збірник наукових праць*. Київ : ДУТ, 2017. № 2. С. 107–115.

11. Виноградова О.В., Євтушенко Н.О., Гончаренко С.В. Стратегії конвергентно-орієнтованого розвитку телекомунікаційних підприємств України. *Причорноморські економічні студії*. 2017. № 22. С. 79–82.

E-mail: evvy@ukr.net

E-mail: evtushenko.13.nat@gmail.com

E-mail: olgagr4@gmail.com