

## АЛЬЯНС ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ФОРМА ВЗАЄМОДІЇ МАЛОГО ТА ВЕЛИКОГО ПІДПРИЄМСТВА У ГАЛУЗІ ЗВ'ЯЗКУ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ

*Досліджується стан розвитку галузі, малого та великого підприємств галузі зв'язку та інформатизації України. Визначено, що однією із перспективним напрямом формування та розвитку малих та великих підприємств у галузі зв'язку та інформатизації – це їхня взаємодія між собою за допомогою альянсу.*

*Ключові слова: альянс, велике підприємство, взаємодія, галузь зв'язку та інформатизації, мале підприємство.*

I. V. JACKIEWICZ

Odessa Regional Institute of Public Administration  
National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

### ALLIANCE AS A PROMISING FORM OF INTERACTION OF SMALL AND LARGE COMPANIES IN THE FIELD OF COMMUNICATION AND INFORMATION

*Abstract – This article examines the state of the industry, small and large enterprises of communication and informatization of Ukraine. It was determined that one of the promising direction of the formation and development of small and large enterprises in the field of communication and information – that is their interaction with the alliance.*

*Key words: alliance, large enterprise, teamwork, communication and information industry, small business.*

**Постановка проблеми.** Багато підприємств зв'язку та інформатизації, опинившись на різних стадіях акціонування, приватизації та лібералізації, прагне розвивати своє майбутнє на ринку шляхом об'єднання з іншими підприємствами за допомогою альянсу. Нові учасники на ринку зв'язку та інформатизації, в тому числі й підприємств сусідніх галузей, роблять те ж саме. Ці підприємства можуть поєднуватися з іншими новими учасниками або з традиційними підприємствами зв'язку та інформатизації. Одним із перспективним напрямом діяльності суб'єктів господарювання у галузі зв'язку та інформатизації є співпраця із іншими підприємствами (організаціями, установами) які дозволяють опертися на сильні сторони учасників-партнерів, вирішувати стратегічні завдання, зміцнюючи конкурентні переваги кожної із сторін через формування альянсів, які передбачають розвинену систему управління спільними ресурсами.

Однією з найбільш складних проблем, пов'язаних як з науковим, так із практичним аналізом альянсів є визначення можливих підходів до їхнього формування та механізмів їхнього функціонування, що вразовують найбільш суттєві особливості договірного співробітництва (галузеву приналежність партнерів, сферу їх спільних інтересів, стратегічні цілі кожного з учасників).

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідження [1–4] робіт, присвячених теоретичним і методологічним основам формування альянсів, дало можливість визначити, що більшість наукових праць торкаються аспектів механізму формування альянсів, але без урахування галузевих особливостей, в тому числі у галузі зв'язку та інформатизації України. Ця ситуація обумовлює подальші наукові дослідження щодо впровадження та розвитку альянсів у галузі зв'язку та інформатизації країни. Особливу увагу заслуговують такі питання як інтеграція суб'єктів господарювання галузі зв'язку та інформатизації за різними розмірами за допомогою альянсової форми.

**Метою статті** є дослідження альянсу як перспективної форми взаємодії малого та великого підприємства у галузі зв'язку та інформатизації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Галузь зв'язку та інформатизації є органічним і невід'ємним елементом побуту людини сучасного цивілізованого світу, від розвитку Інформаційних технологій залежить можливість інтеграції України у світову спільноту, модернізація національної економіки, поліпшення умов життя людей, підвищення їхньої комфортності, зростання інформованості та комунікабельності суспільства.

За 2012 р. обсяги доходів від надання послуг сфери зв'язку та інформатизації в загальному обсязі доходів сфери послуг України склали 23 %, або близько 62 млрд грн і зросли порівняно з 2011 р. на 6,7 % [5].

Доходи від реалізації послуг зв'язку склали 52,3 млрд грн у 2012 р., що на 4 % (або на 2 млрд грн) більше порівняно з 2011 р. Зокрема, доходи від надання телекомунікаційних послуг у 2012 році порівняно з 2011 р збільшилися на 3,8 % і склали 48 млрд грн, або 91,8 % від загальної кількості доходів. Основними сегментами на ринку телекомунікаційних послуг залишаються мобільний, фіксований та широкопasmовий (комп'ютерний) зв'язок, спільна частка яких у загальних доходах від надання телекомунікаційних послуг за підсумками 2012 р. склала 94,4 %, рис. 1 [5].

Доходи від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку у 2012 р. склали 8339,2 млрд грн, що на 4,6 % більше порівняно з 2011 р., а від надання послуг місцевого телефонного зв'язку збільшилися на 18,4 % і склали 5319,9 млрд грн. Доходи від послуг міжміського та міжнародного зв'язку зменшилися порівняно з 2011 р. на 13,3 %.

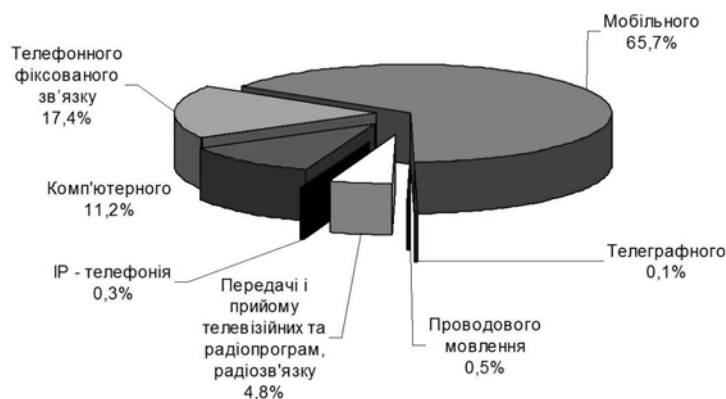


Рис. 1. Структура доходів від надання телекомунікаційних послуг, 2012 р.

У 2012 р. доходи від надання послуг мобільного зв'язку зросли на 1,7 % порівняно з 2011 р. і склали 31553,8 млрд грн. У 2012 р., порівняно з 2011-м, кількість абонентів мобільного зв'язку зросла на 3,767 млн абонентів і склала 59,344 млн. Рівень проникнення мобільного зв'язку в Україні становить 130,3 %. Водночас, у трьох регіонах України цей показник нижче 100 %, зокрема, у Хмельницькій області – 89,9 %, Тернопільській області – 90,9 % та Кіровоградській області – 96,4 %.

Обсяги доходів від надання послуг передавання та приймання телевізійних та радіопрограм, радіозв'язку у 2012 р. склали 2287,4 млрд грн, що на 194,6 млрд грн більше, ніж у 2011 р., а від надання послуг комп'ютерного зв'язку у 2012 р., порівняно з 2011 р., зросли на 13,7 % і склали 5401,6 млрд грн.

Обсяги доходів від надання послуг широкосмугового доступу до мережі Інтернет у 2012 р., порівняно з аналогічним періодом минулого року, збільшились на 226,8 млрд грн і становлять 4180,8 млрд грн, їхня питома вага в загальному обсязі доходів сфери телекомунікацій склала 8,7 %.

У галузі зв'язку та інформатизації України функціонують багато форм суб'єктів господарювання. Однак їхня діяльність здійснюється у двох підгалузях – телекомунікаційна та поштова сфери, де функціонує ряд великих та малих підприємств, які надають різні види послуг зв'язку та інформатизації.

Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємствами зв'язку та інформатизації у 2011 р склав – 230667,6 млн грн. До загального обсягу реалізованої за видами економічної діяльності продукції (робіт, послуг) підприємств за 2011 р. займає – 5,8 % [5], рис. 2.

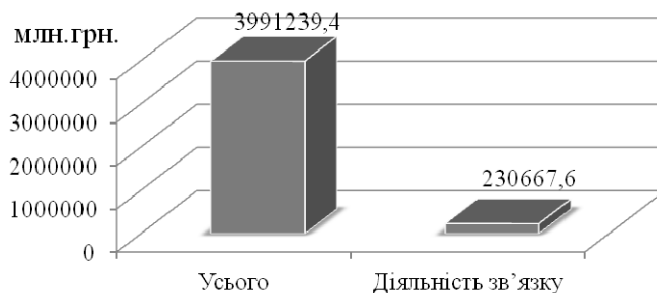


Рис. 2. Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємств за видами економічної діяльності, 2011 р.

Великими підприємствами зв'язку реалізовано продукції (робіт, послуг) у 2011 році на – 167459 млн грн, середніми – 38698,9 млн грн, а малими – 24509,7 млн грн. Серед підприємств зв'язку найбільшу питому вагу займають великі підприємства, рис. 3.

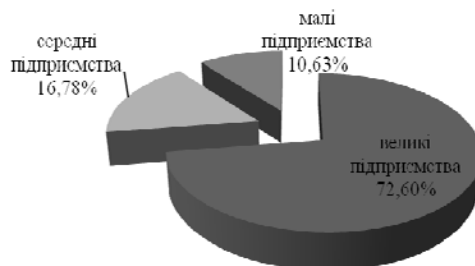


Рис. 3. Вага реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємствами зв'язку, 2011 р.

У розрізі за розміром об'єкта, великі підприємства зв'язку займають 8,19 % до загального обсягу реалізації продукції (робіт, послуг), середні – 2,72 %, а малі – 4,68 %, рис. 4.

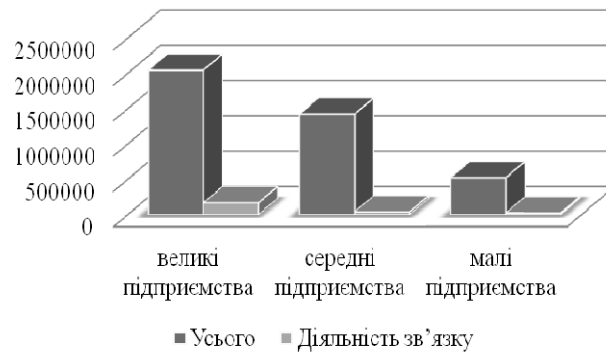


Рис. 4. Вага реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємствами зв'язку до загального обсягу, 2011 р.

Основними великими підприємствами галузі зв'язку та інформатизації (далі – ВПЗ) які функціонують в Україні є приватне акціонерне товариство “Київстар Дж. Ес. Ем.”, закрите акціонерне товариство “Український мобільний зв'язок”, товариство з обмеженою відповідальністю “Астеліт” (послуги мобільного зв'язку); спільне підприємство товариство з обмеженою відповідальністю “CDMA UKRAINE” (послуги мобільного та місцевого стільникового зв'язку); публічне акціонерне товариство “Укртелеком” та телекомунікаційна група “Veg” (повний спектр телекомунікаційних послуг – фіксована телефонія, широкопasmовий доступ в Інтернет і передача даних та ін. послуги), Українське державне підприємство поштового зв'язку “Укрпошта” (повний спектр поштових послуг), приватне підприємство “Експрес-пошта” (кур'єрські послуги) та інші суб'єкти господарювання.

У галузі зв'язку та інформатизації функціонують такі малі підприємства (далі – МПЗ) як товариство з обмеженою відповідальністю “ЕКОЛІТ” (аутсорсингові послуги вхідного і вихідного телефонного маркетингу), товариство з обмеженою відповідальністю “ЕВІТЕЛ” (послуг доступу до мережі Інтернет), мале приватне підприємство “Циклон” (послуги транкінгового зв'язку), приватне підприємство “Кур'єрська Служба Доставки-Черкаси” (кур'єрські послуги) та інші суб'єкти господарювання.

Функціонування ВПЗ і МПЗ дає підґрунтя для створення та формування альянсів. Так, взаємодія ВПЗ і МПЗ є об'єктивною необхідністю, обумовленою задачею прискореного розвитку галузі зв'язку та інформатизації України, української економіки та підвищення конкурентоспроможності [6, 7].

**Висновки.** В сучасних умовах без взаємодії суб'єктів підприємницької діяльності галузі зв'язку та інформатизації приречена на провал. Альянси відкривають перед підприємствами з ринків, що розвиваються колосальні можливості. Використовуючи гнучкість, маневреність малих підприємств, великі підприємства мають можливість підвищити ефективність своєї діяльності, налагодити нові збутові канали, освоїти і впровадити нові технології і послуги, а МПЗ за допомогою ВПЗ забезпечують собі стабільність, додатковий дохід, зменшення витрат, вивільнення фінансових ресурсів, що можуть бути спрямовані в інші стратегічно важливі сфери діяльності, такі як дослідження, розробки і т.д., гарантію на тривалість функціонування на даному ринку.

Проведені дослідження дають змогу визначити, що альянс – є одним з найбільш перспективних напрямів інтеграції підприємств в умовах фінансової нестабільності. Він є для суб'єктів підприємницької діяльності одним із фактором, який обумовлює їх зростання та розвиток.

### Література

1. Кит П. Типологический подход к формированию межфирменных стратегических альянсов / П. Кит // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 7. – С. 34–39.
2. Кони́на Н. Стратегические альянсы наукоемких корпораций США / Н. Кони́на // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 4. – С. 96–103.
3. Карасюк Е. Оксамитова конкуренція / Е. Карасюк // Секрет фірми. – 2004. – № 4 (43). – С. 9.
4. Зобов А. Стратегічні альянси і продуктові стратегії корпорацій / А. Зобов // Маркетинг. – № 6 (85). – 2005. – С. 68.
5. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Яцкевич І. В. Організаційно-економічні форми взаємодії малого і великого підприємства в телекомунікаційній сфері : монографія / І. В. Яцкевич. – О. : ВМВ, 2010. – 216 с.
7. Яцкевич І. В. Малі форми підприємства в телекомунікаційній сфері України: розвиток та трансформація : монографія / І. В. Яцкевич, О. В. Орлова, Д. О. Редькін. – О. : ВМВ, 2011. – 248 с.

**References**

1. Kit P. Tipologicheskii podkhod k formirovaniyu mezhhfirmennykh strategicheskikh al'yansov / P. Kit // Problemy teorii i praktiki upravleniya. – 2006. – № 7. – S. 34–39.
2. Konina N. Strategicheskie al'yansy naukoemkikh korporatsiy SShA / N. Konina // Problemy teorii i praktiki upravleniya. – № 4. – 2006. – S. 96–103.
3. Karasyuk E. Oksamytova konkurentsya / E. Karasyuk // Sekret firmy. – № 4 (43). – 2004. – S. 9.
4. Zobov A. Stratehichni al'yansy i produktovi strategiyi korporatsiy / A. Zobov // Marketyng. – № 6 (85). – 2005. – S. 68.
5. Derzhavnyy komitet statystyky Ukrainy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Yatskevych I. V. Orhanizatsiyno-ekonomichni formy vzayemodiyi malogo i velykogo pidpryyemstva v telekomunikatsiyniy sferi : monografiya / I. V. Yatskevych. – O. : VMV, 2010. – 216 s.
7. Yatskevych I. V. Mali formy pidpryyemstva v telekomunikatsiyniy sferi Ukrainy: rozvytok ta transformatsiya : monografiya / I. V. Yatskevych, O. V. Orlova, D. O. Red'kin. – O. : VMV, 2011. – 248 s.

Надіслана/Written: 25.06.2013р.

Надійшла/Received: 28.06.2013

Рецензент: д.е.н., проф. В. М. Орлов