

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ОПЕРАТОРІВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ З ОГЛЯДУ НА СПЕЦИФІКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ

В статті обґрунтовано необхідність урахування специфіки надання телекомунікаційних послуг та властивостей послуг під час формування інструментарію управління витратами операторів телекомунікацій. Визначено, що орієнтація на якість послуги через сприйняття користувачами споживчої вартості послуги створює можливості для підвищення рентабельності діяльності оператора телекомунікацій. Коливання попиту на телекомунікаційні послуги та неможливість збереження послуг "на складі" вимагають урахування тарифів в ході створення телекомунікаційних систем та мереж.

Ключові слова: витрати, управління витратами, система управління витратами, оператори телекомунікацій, послуги, властивості послуг.

К. О. OHRUSCHAK

O. S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications

COST MANAGEMENT OF TELECOMMUNICATION OPERATORS CONSIDERING THE SPECIFICS OF TELECOMMUNICATION SPHERE

In this article determined the necessity of taking into account the specifics of the provision of telecommunication services and properties of services when forming tools of cost management for telecommunication operators. Determined that the focus must be the quality of services through consumer perception of the use value of services because of its quality. This creates opportunities to increase profitability of the telecommunication operator. Fluctuations in demand for telecommunication services and the impossibility of preserving services "in stock" require consideration in the creation of telecommunication systems and networks and tariff creation. Defined as the need to reorient the traditional methods and beside of management costs to the modern concepts that a significant change of all the constituent elements of cost management systems, ranging from the development of mechanisms of formation and valuation, ending the development of algorithms and standards management processes.

Keywords: cost, expense management, expense management system, operators of telecommunications services, property services.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Зростання складності процесів на сучасних підприємствах і у їх зовнішньому середовищі, а також безперервне посилення конкуренції спричиняють те, що підприємство не може собі дозволити використання неефективних методів і технік управління, повинно їх постійно удосконалювати, брати на озброєння нові, що добре себе зарекомендували на практиці.

На окрему увагу заслуговують стратегічні проблеми управління на ринках що швидко розвиваються, характеризуються великою складністю з огляду на застосовувані / впроваджувані технології та / або продукцію, інфраструктуру, що використовується. Яскравим прикладом такого ринку є телекомунікаційний. Прогресуюча лібералізація глобального телекомунікаційного ринку, що виражається в динамічному його зростанні, збільшенні асортименту телекомунікаційних, мультимедійних та інших послуг, а також інституційна, технічна, і на рівні послуг, конвергенція телекомунікацій, інформатики і електронних медіа стали причиною того, що в цій галузі конкурентні позиції і стратегічні цілі набирають нового, особливого значення.

Одним зі специфічних просторів, зі стратегічним значенням, що являє предмет інтересу операційних досліджень, є проблема управління витратами підприємств сфери телекомунікацій. Це складна проблема з огляду на значну структурну і технічну складність телекомунікаційних систем та мереж (регіональних, магістральних та мереж доступу), шарів мереж (фізична, транспортна, управління), а також застосовуваних мережевих технологій (мідні канали, волоконно-оптичні, радіоканали тощо).

Результатом функціонування підприємства сфери телекомунікацій є кінцевий продукт або послуга, що пропонуються до споживання або використання. При їх реалізації споживачам виникає необхідність оцінки вкладеної в них (витраченої) праці, коштів, з метою компенсації витрат і забезпечення безбиткового функціонування підприємств. На основі результатів такої оцінки, їх порівняння з показниками доходів, обсягів реалізації та ін., формуються управлінські рішення стосовно витрат підприємства. Вказані рішення спрямовані на вдосконалення виробничих, технологічних та управлінських процесів підприємства, пов'язаних з формуванням витрат з метою підвищення ефективності діяльності даного підприємств (покращення співвідношення між отриманими в результаті діяльності вигодами та витратами на їх створення).

Перелічені моменти, поряд з необхідністю урахування специфіки надання телекомунікаційних послуг та властивостей послуг при формуванні інструментарію управління витратами операторів телекомунікацій, визначають актуальність теми даної наукової статті.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика управління витратами відображена в роботах значного кола вітчизняних та закордонних науковців [1–11]. Слід відзначити, що значну кількість подібних робіт характеризують недостатня предметна і методологічна визначеність, значна описовість. В роботах присвячених управлінню витрат телекомунікаційних підприємств – деяка відстороненість від урахування специфіки сфери телекомунікацій та створення лише теоретичних та методичних узагальнень попри потребу вирішення конкретних проблем практики. Так, дослідження в цій сфері часто сконцентровані лише на обліковому аспекті [3; 4], але, попри його важливість, існує необхідність дослідження й інших функцій управління витратами, аналізу системи управління витратами в комплексі актуальних проблем.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Необхідність розвитку існуючих та формування нових наукових рішень щодо проблематики управління витратами операторів телекомунікацій потребує дослідження, наукового обґрунтування підходів, інструментів і методів управління витратами, що мають складати дієвий інструментарій менеджменту витрат, спроможний до практичної реалізації в умовах діяльності телекомунікаційних операторів України.

Метою даної статті є обґрунтування особливостей, передумов та пріоритетів управління витратами сучасних операторів телекомунікацій з огляду на специфіку телекомунікаційної сфери.

Викладення матеріалу та результати. Глобальний ринок телекомунікаційних послуг, і вітчизняний в тому числі, далекий від образу ринку досконалої конкуренції, на якому зі сторони попиту і пропозиції є так багато учасників, що жоден з них не має впливу на ціну [5]. На цьому ринку в Україні зі сторони попиту є мільйони покупців, натомість на стороні пропозиції – декілька суб'єктів. Це є причиною того, що не телекомунікаційному ринку саме сторона пропозиції є дійсним регулятором цін та може визначати рівень маржинального доходу підприємств сфери телекомунікацій, виходячи з витрат на надання телекомунікаційних послуг. Натомість покупці мусять запропоновані ціни схвалити (якщо не мають змоги взагалі майже відмовитись від певних послуг), тому що не мають сили впливу на потужних суб'єктів ринку пропозиції, окрім як через державу (регулятора ринку).

Невідчутний характер послуг спричиняє до того, що не має можливості випробування їх перед наданням. Клієнти намагаються зменшити невпевненість через пошук матеріальних ознак, які підтверджували б адекватність вартості послуги витратам, що понесені на її надання. З огляду на неоднозначне сприйняття корисності, клієнт швидше схвалить високу вартість телекомунікаційної послуги в надії на кращу якість. Саме вартість складає основу рішень покупців телекомунікаційних послуг щодо придбання послуги, натомість сприйняття якості в разі телекомунікаційних послуг має скоріше суб'єктивний характер. В сучасних умовах виключення людського чинника з виробничого процесу надання телекомунікаційних послуг через майже повну автоматизацію веде до того, що гетерогенність, що є причиною очевидного диференціювання більшості послуг, не належить до властивості телекомунікаційних продуктів. В сфері телекомунікацій пріоритетне значення мають стисло визначені стандарти, завдяки яким пристрої функціонують у рамках сформованих систем, з усталеним співвідношенням сигналу до шуму, визначеним допуском помилок і т.п. [5] Тому якісні відмінності між продуктами різних операторів можуть бути майже невідчутними, через що їх дійсна вартість може бути однаковою. Для забезпечення конкурентоспроможності за таких умов оператори телекомунікацій використовують інші властивості нематеріальних продуктів [6].

Телекомунікаційні послуги не можна зберігати на складі. Одночасність виробництва і споживання спричиняє до того, що невикористані в даний момент "виробничі сили" не можуть бути ужиті до вироблення продукту з метою накопичення і перепродажу у період збільшеного замовлення. Цифрові пристрої, незважаючи на те, що можуть не надавати послуг для продажу, потребують витрат на утримання (наприклад, центральні сервери обміну даними, не заняті трансляцією даних, висилають "пусті біти", щоб наповнити "часові проміжки"). Через те підприємство втрачає потенційні прибутки від продажу.

Коливання попиту на телекомунікаційні послуги відбуваються не тільки впродовж доби, тижня, але також впродовж року. Проте, частіше за все вони не мають випадкового, непередбачуваного характеру. Можна легко вказати періоди зменшеного попиту (наприклад, ніч) і застосувати відповідну цінову політику, відповідний інструментарій оптимізації витрат, щоб в деякій мірі пом'якшувати коливання. Телекомунікаційні підприємства додатково мають власну дистрибуцію, що є причиною того, що, частіше за все, ціна, яку платить кожен клієнт, є однаковою на всьому просторі дії даної мережі.

Витрати виникають на всіх стадіях надання телекомунікаційних послуг, на будь-якому робочому місці, вони складаються в ланцюжок вартості [7], формуючи основу конкурентоспроможності послуги [8]. В той же час витрати є вартісним вираженням ресурсів [9], тому в сучасному менеджменті управління витратами розглядається у зв'язку з отриманням прибутку, підвищенням економічної ефективності підприємства і задоволеністю споживачів. За таких умов, управління витратами повинно передбачати створення єдиної, раціональної, чітко функціонуючої економічної системи з визначеними завданнями. Основне завдання системного підходу в управлінні витратами визначається необхідністю узгодження локальних цілей елементів системи з її глобальною метою для досягнення найбільшої ефективності функціонування. Тому проблему управління витратами операторів телекомунікацій необхідно вирішувати шляхом розробки економічних механізмів і алгоритмів вирішення аналітичних завдань з ефективного

управління витратами в сучасних умовах, з огляду на специфіку сфери телекомунікацій та властивостей телекомунікаційних послуг.

Традиційні механізми управління витратами засновані на порівнянні фактичних результатів із заздалегідь встановленими нормативами, виявленні і аналізі відхилень і здійсненні коригуючих дій, які повинні забезпечити відповідність майбутніх результатів тим, які заплановані і закладені в кошторис. Традиційні системи управління витратами як правило орієнтуються на збереження статус-кво, і тому способи здійснення видів діяльності при їх використанні не переглядаються. Основний акцент при цьому робиться на те, щоб не допустити росту витрат.

У вітчизняній практиці, зокрема це стосується й сфери телекомунікацій, традиційним є підхід, який за кордоном називають "ціноутворенням за принципом «витрати плюс» (cost plus pricing)". Визначення ціни продукту визначається, як правило, за формулою: Ціна = Собівартість + Націнка.

У свою чергу, націнка визначається як відсоток від собівартості, яка і є основою для розрахунку ціни: Націнка = Відсоток націнки ? Собівартість. Відсоток націнки встановлюється на основі практики, що склалася в певній галузі (ринку) або по планованій нормі рентабельності.

До недоліків системи «Витрати плюс» можна віднести ігнорування ринкового ціноутворення і залежність ціни від методу формування собівартості виробу. Проте, принцип «витрати плюс» був виправданий в умовах відносно стабільних ринків, помірної конкуренції і незначного впливу інновацій на виробництво (наприклад, для телекомунікаційного ринку України за часів домінування фіксованого зв'язку та фактичної монополії домінуючих операторів – "Укртелекому", для ринку поштових послуг при монополії "Укрпошти", для ринку ефірного телебачення, домінуючого в секторі послуг розповсюдження телерадіосигналу, передусім технічними засобами концерну РРТ (що зараз ускладнюється через розповсюдження технологій цифрового кабельного, супутникового телебачення, IPTV та ін.). Отже, даний принцип має бути змінений в умовах невизначеності і швидкого розвитку високотехнологічних виробництв.

Вітчизняна модель системи управління витратами підприємств має й інші недоліки, які знижують її ефективність в умовах ринкової економіки. Так, аналіз показників собівартості продукції здійснюється шляхом співставлення планових і фактичних даних за статтями витрат з обчисленням можливих відхилень. Аналіз причин цих відхилень, як правило, зводиться до укрупнених розрахунків, що не дозволяє достовірніше оцінити реальність цих відхилень і пов'язати їх з системою факторів, під впливом яких вони формуються. Крім того, перелік чинників часто або не адекватний, або недостатній для повної характеристики процесів формування собівартості продукції.

Іншою проблемою є те, що на вітчизняних підприємствах показники собівартості аналізуються традиційно після закінчення календарного періоду, тобто, не здійснюється систематичний оперативний їх аналіз. Відсутність систематичного оперативного аналізу (а також планування), обумовлено обмеженістю систем обліку витрат підприємств: облік витрат вітчизняних підприємств за своїми завданнями відповідає управлінському обліку, але обмежений рамками бухгалтерського узагальнення витрат на виробництво на рівні підприємства і, як правило, «котельного» принципу розподілу витрат в собівартості одиниці продукції.

Прибутковість телекомунікаційних послуг можна відобразити наступним чином:

Прибутковість послуги = Тариф, що визначається політикою тарифоутворення –
– Витрати за процесами та послугами, визначені обліковою політикою.

Система управління витратами оператора телекомунікацій, як і будь-якого підприємства, повинна визначати метод обліку витрат, який обирається підприємством самостійно. А, отже, оператор телекомунікацій повинен обрати такий метод обрахунку витрат, який би міг не тільки відображати операційну діяльність у бухгалтерському обліку та фінансової звітності, але й міг сприяти керуючій ланці у визначенні політики тарифоутворення, оскільки у даному випадку політика тарифоутворення також повинна орієнтуватися на витрати. В іншому випадку оператор телекомунікацій буде неспроможним визначити тариф з урахуванням витрат, що можуть бути понесені при наданні того чи іншого виду послуги. Таке підприємство досить швидко втратить конкурентні переваги й «вийде» з ринку, оскільки не буде отримувати необхідний навіть для виживання позитивний фінансовий результат.

Одним з головних чинників успіху і конкурентоспроможності сучасних компаній є впровадження на практиці новітніх концепцій управління витратами, що примушує менеджерів використати інструментарій управління, орієнтуючись на поведінку споживачів, і розробляти відповідні інструменти планування, обліку і контролю витрат. Отже, оператору телекомунікацій необхідно визначитися з методом обліку витрат та обчислення фактичної собівартості послуги. Методи обліку витрат та їх калькуляції науковці класифікують за трьома основними ознаками: об'єкт обліку витрат, повнота витрат, що обліковуються, та контроль за витратами (рис. 1) [10].

Механізм управління витратами підприємства на основі облікової інформації є системою основних елементів, що забезпечують процес розробки і реалізації управлінських рішень в області формування витрат, їх контролю, впливу цих рішень на прибуток і конкурентоспроможність підприємства. Натомість, традиційні методи управління не забезпечують здатність гнучко реагувати на зміни в середовищі та приймати на основі цього ефективні рішення, натомість і сьогодні, і в майбутньому конкурентні переваги отримують ті підприємства, які мають найбільш ефективну систему управління.

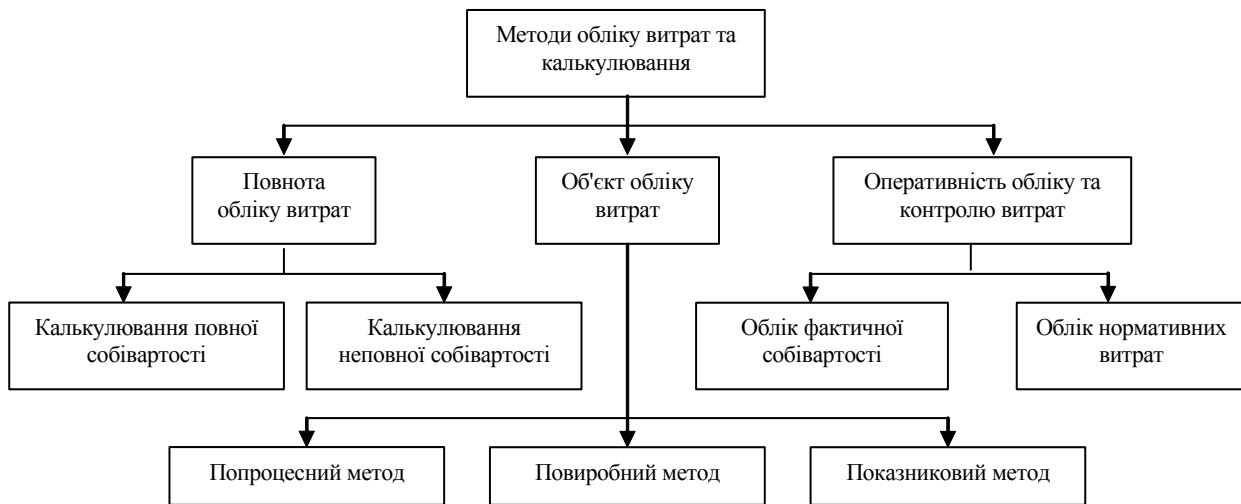


Рис. 1. Класифікація методів обліку та калькуляції витрат

Останнім часом все більш популярними стають нові концепції управління витратами, що більшою мірою відповідають сучасному конкурентному середовищу ведення бізнесу. Однією з таких концепцій є стратегічне управління витратами (Strategic Cost Management), та стратегічне позиціонування як окремих, теоретично обгрунтований його варіант, його мета – пов'язати показники управління витратами підприємства з процесом стратегічного управління підприємством. Стратегічне управління витратами націлене не на стримування зростання витрат, а на їх скорочення. Істотною відмінністю стратегічного управління витратами є те, що воно практично не використовує прийоми обліку. Таке управління витратами має справу з тими видами діяльності, які ведуть до скорочення кінцевих витрат, що повинне вести до зростання ступеню задоволення споживачів [1; 8; 11]. Слід особливо відзначити, що в основі стратегічного управління витратами лежить не період, а продукт. При цьому передбачається використання таких основних інструментів, як ланцюжок цінностей, стратегічне позиціонування, аналіз витратоутворюючих чинників.

Сучасні концепції витрат передбачають значну зміну усіх складових елементів системи управління витратами, починаючи від розробки механізмів формування вартісної оцінки, закінчуючи розробкою алгоритмів і стандартів процесів управління.

Висновки і перспективи подальших розвідок у даному напрямку

Важливими факторами управління витратами операторів телекомунікацій, що обумовлені специфікою послуг телекомунікацій, є потреба орієнтації на якість послуги через сприйняття споживачами споживчої вартості послуги саме через її якість (через властивість невідчутності послуги), готовність платити за послугу вищу ціну через якість, а отже це створює можливості для підвищення рентабельності діяльності оператора телекомунікацій. Коливання попиту на телекомунікаційні послуги та неможливість збереження послуг "на складі" вимагають урахування при створенні телекомунікаційних систем і мереж та тарифоутворенні (компенсації витрат на обслуговування мереж).

Таким чином, формування ефективної системи управління є одним з ключових чинників успішності і стабільних позицій операторів телекомунікацій на телекомунікаційному ринку. Хоча існуючий ринок устаткування дозволяє телекомунікаційним підприємствам легко копіювати техпроцеси, отримувати техніку, знаходити необхідний персонал, проте єдиною відчутною перевагою однієї компанії від іншої стають стратегія, бізнес-процеси і організаційна структура, за ефективність яких і точиться основна боротьба.

Література

1. Адаменко Т. М. Особливості стратегічного управління затратами підприємства / Т. М. Адаменко // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – 2011. – № 23(II). – С. 100–106.
2. Костецька Н. І. Стратегічне управління витратами як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Н. І. Костецька, М.І. Хопчан // Всеукраїнський науково-виробничий журнал. Інноваційна економіка. – 2012. – № 5. – С. 81–86.
3. Волкова М. В. Методичне забезпечення функціонування системи обліку витрат на підприємстві / М. В. Волкова // Вестник Национального технического университета «ХПИ». – 2010. – № 6. – С. 92–101.
4. Стоян В. І. Аспекти формування та обліку прямих витрат / В. І. Стоян // Фінанси України. – 2003. – № 11. – С. 42–50.
5. Менеджмент в телекоммуникациях / под ред. Н.П. Резниковой, Е.В. Деминой. – М. : Эко-Трендз, 2005. – 392 с.
6. Журан О. А. Умови формування характеристик конкурентоспроможності підприємств : автореф.

дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами" / О. А. Журан. – Одеса, 2006. – 20 с.

7. Трубочкина М. И. Управление затратами предприятия : монография / М. И. Трубочкина. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 217 с.

8. Porter M. E. Competition in global industries. Boston (Mass.), Harvard Business School press, 1986. – 250 p.

9. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства : навч.-посіб. / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : ЦУЛ, 2002. – 656 с.

10. Сафонова Л.А. Раздельный учет затрат в телекоммуникациях / Л. А. Сафонова, Н. Ю. Плотникова, Е. И. Зуева. – М. : Горячая линия – Телеком, 2007. – 191 с.

11. Шульга В.М. Механізм стратегічного управління витратами як засіб досягнення конкурентних переваг/ В.М. Шульга // Економічні науки : збірник наукових праць. – 2006. – Ч. 4. –Випуск 1(3). – С. 108–115.

References

1. Adamenko T. M. Features strategic cost management company, Economics. Management. Entrepreneurship. 2011, № 23 (II), pp. 100–106.

2. Kostecki N. I., Hopchan M. I. Strategic cost management as a means to ensure the competitiveness of enterprises, Ukrainian for research and production magazine. Innovative economy, 2012, № 5, pp. 81–86.

3. Volkov M.V. Methodical maintenance of the system of cost accounting in the enterprise, Journal of the National Technical University "KPI", 2010, №6, pp. 92–101.

4. Stoyan V. Aspects of the formation and registration of direct costs, Finance of Ukraine, 2003, №11, pp. 42–50.

5. Management of Telecommunications. Ed. by N. P. Rezykovoy, E. V. Demynoy. Moscow, Eco-Trendz, 2005, 392 p.

6. Zhuran E. A. Terms of forming enterprise competitiveness characteristics: Author. Dis. for obtaining sciences. degree candidate. Econ. sciences specials. 08.06.01 "Economics, Organization and Management". Odessa, 2006, 20 p.

7. Trubochkin M. I. Cost management of company. Moscow, INFRA-M, 2006, 217 p.

8. Porter M. E. Competition in global industries. Boston (Mass.), Harvard Business School press, 1986. 250 p.

9. Tsal-Tsalko Y. S. The cost of the enterprise. Kyiv, TSUL, 2002, 656 p.

10. Safonov L. A. Separate accounting of costs in telecommunications. Moscow, Goryachaya Liniya-Telecom, 2007, 191 p.

11. Shulha V. M. The mechanism of strategic cost management as a means of achieving competitive advantage, Economics: Collected Works, Vol. 4, № 1 (3), 2006, pp. 108–115.

Надійшла 10.11.2014; рецензент: д. е. н. Хрущ Н. А.