

УДК 339.138

СОВРЕМЕННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ УКРАИНЫ

Голубев А.К., Стрий Л.А., Захарченко Л.А., Сакун А.А.
Одесская национальная академия связи имени А.С. Попова

В статье исследованы основные факторы маркетинговой среды предприятия телекоммуникаций в современных условиях конкурентного рынка. Предложена схема современной маркетинговой среды предприятия телекоммуникаций. Выполнен анализ факторов усиления конкуренции и состава возможных конкурентов предприятия на современном рынке телекоммуникационных услуг Украины. Уточнено состояние государственного регулирования телекоммуникационного рынка Украины в современных условиях. Рассмотрены функции центрального органа исполнительной власти в связи. Предложены направления совершенствования регулирования в телекоммуникациях.

Ключевые слова: маркетинговая среда, конкуренты, органы управления, потребители, предприятия телекоммуникаций, регуляторы, рынок телекоммуникационных услуг.

Постановка проблемы. В сложных быстро-изменяющихся условиях современного рынка у предприятий телекоммуникаций Украины вырос интерес к использованию инструментов современного маркетинга. Маркетинговые методы и приемы позволяют непрерывно мониторить рыночную ситуацию и своевременно реагировать на ее изменение. Особенно это действенно для факторов, которые непрерывно воздействуют на деятельность предприятия, для факторов маркетинговой среды предприятия. Научных исследований в этом направлении проводится явно недостаточно, что обуславливает актуальность данной проблемы и, соответственно, темы статьи и рассматриваемых в ней вопросов.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблеме изменения факторов маркетинговой среды посвящены последние работы Ф. Котлера (Р. Kotler, 2014), в частности, [1, с. 90-114]. Факторы маркетинговой среды применительно к условиям инфокоммуникаций России изложены в [2, с. 49-54]. Некоторые аспекты данной проблемы исследованы в монографии [3, с. 83-90]. Однако в последние годы рыночная ситуация в телекоммуникациях Украины существенно изменилась, изменились и факторы маркетинговой среды. Данные изменения исследованы недостаточно.

Постановка задачи и формулирование целей статьи. Вопросы исследования развития и влия-

ния факторов маркетинговой среды на деятельность предприятия телекоммуникаций достаточно многогранны. Авторы поставили задачей статьи изложить результаты исследований некоторых аспектов, относящихся, в основном, к маркетинговой микросреде, связанных с воздействием на предприятие телекоммуникаций факторов конкуренции, регулирования и управления. В рамках решения поставленной задачи целью статьи является исследование некоторых факторов микросреды предприятия телекоммуникаций (телекоммуникационной компании), влияние которых в последние годы существенно возросло: конкуренты и развитие конкурентной среды, потребители, государственное регулирование рынка телекоммуникационных услуг и государственное управление предприятиями телекоммуникаций.

Изложение основного материала исследования. Под маркетинговой средой обычно понимают совокупность активных субъектов, факторов и сил, действующих за пределами предприятия, которые влияют на возможность предприятия (в данном случае, телекоммуникационной компании) устанавливать и поддерживать взаимовыгодные отношения с потребителями. Факторы маркетинговой среды могут существенно ограничивать возможности предприятия. Она способна подносить сюрпризы и тяжелые удары. Изменения, которые происходят в маркетинговой

среде, часто непредсказуемы, они вносят существенную неопределенность в управление предприятием. Непрерывные исследования маркетинговой среды, по возможности, более полный учет воздействия на предприятие всех ее факторов является одним из условий успеха деятельности предприятия на современных рынках [4, с. 72-73].

Схема маркетинговой среды предприятия телекоммуникаций представлена на рис. 1.

В дальнейшем в данной статье будут исследованы более детально только те факторы маркетинговой микросреды, которые специфичны для условий современного телекоммуникационного рынка Украины: конкуренты, Потребители, регуляторы, управляющие органы. Другие факторы, которые не имеют существенных отличий в условиях телекоммуникационного рынка в Украине, более детально рассмотрены, например, в [2, с. 50-53; 4, с. 74-79].

Конкуренты. В настоящее время на телекоммуникационном рынке Украины действуют

предприятия мобильной и предприятия фиксированной связи. Перечень предприятий, их доли рынка и основные услуги представлены в табл. 1.

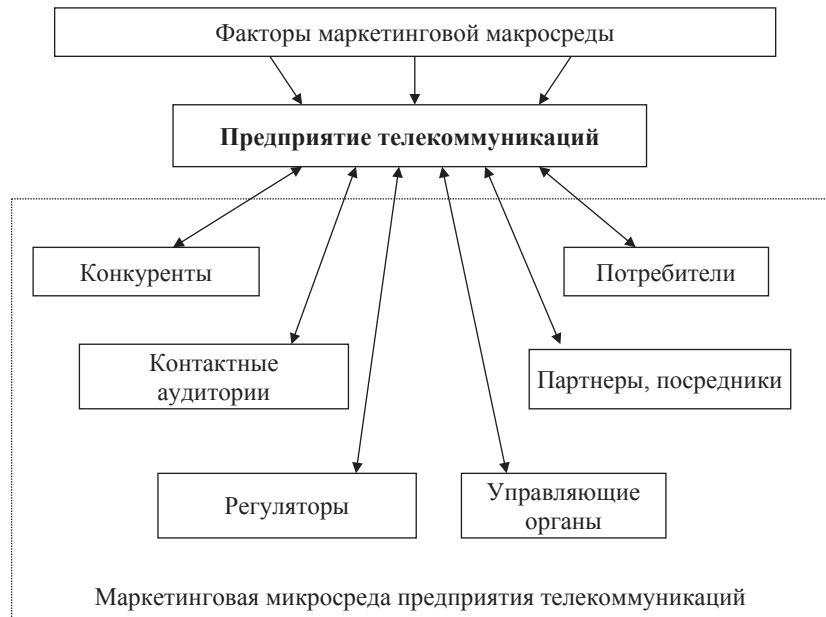


Рис. 1. Схема современной маркетинговой среды предприятия телекоммуникаций

Источник: разработка авторов

Таблица 1

Предприятия рынка телекоммуникационных услуг Украины

Компания (оператор)	Доход по результатам работы в 2015 году	Доля ТК рынка	Доля рынка МС	Основные услуги
Предприятия (операторы) мобильной связи				
Суммарный доход, млрд. грн.	33,206	80,9%	100%	
Киевстар	13,475	32,83%	40,48%	Услуги мобильной свя-зи. Услуги фиксированной связи. Услуги доступа к сети Интернет. Интернет ТВ (IPTV/OTT).
Водафон-Украина	10,03	24,43%	30,2%	Услуги мобильной свя-зи. Услуги фиксированной связи. Услуги доступа к сети Интернет. Интернет ТВ (IPTV/OTT).
Лайфселл	4,477	10,91%	13,48%	Услуги мобильной свя-зи. Услуги фиксированной связи. Услуги доступа к сети Интернет. Интернет ТВ (IPTV/OTT).
Другие операторы мобильной связи	5,224	12,73%	15,74%	
Предприятия (операторы) фиксированной связи				
Суммарный доход, млрд. грн.	7,845	19,1%		
Укртелеком	6,395	15,58%		Услуги фиксированной связи. Услуги мобильной свя-зи. Услуги доступа к сети Интернет. Интернет ТВ (IPTV/OTT).
Другие операторы фиксированной связи	1,450	5,52%		
Все предприятия телекоммуникационного рынка				
Суммарный доход, млрд. грн.	41,051	100%		

Примечание: численные данные различных интернет-источников разнятся, возможная погрешность расчетов: +/- (2-4) %.

Источник: разработка авторов согласно данным: годового отчета за 2015 год НКРСИ [6], официальных сайтов операторов телекоммуникаций [7-11], других доступных интернет-источников

Таблица показывает, что на телекоммуникационном рынке Украины можно выделить четыре основных конкурента: Киевстар [9], Водафон-Украина [10], Лайфселл [11], Укртелеком [8]. Все эти операторы оказывают примерно одинаковый перечень услуг. Однако по результатам 2015 года, по данным годового отчета НКРСИ, доля доходов предприятий мобильной связи от предоставления мобильной связи около 99% [6]. Все остальные услуги только развиваются, но это развитие протекает достаточно быстро. У оператора фиксированной связи Укртелеком доля доходов от предоставления услуг мобильной связи (оператор ТриМоб) составляет менее 2-х процентов [8].

Наиболее крупные телекоммуникационные компании в Украине – это операторы мобильной связи. Доходы от предоставления услуг мобильной связи по итогам 2015 года составили 33 206 млн. грн. Это 80,9% общих доходов телекоммуникационных предприятий Украины в 2015 году. В 2015 году абонентами операторов мобильной связи были 60 720,1 млн. человек [6]. Сегмент рынка мобильной связи непрерывно расширяется, появляются новые виды услуг. В 2015 году услуги широкополосного доступа в Интернет перешли в разряд общедоступных (в конце года их доля составила 10,3% и продолжает увеличиваться) [6].

Операторы фиксированной связи – предприятия, традиционно работающие на рынке телекоммуникационных услуг Украины. В 2015 году доходы этих предприятий были равны 7 845 млн. грн., что составило 19,1% общих доходов телекоммуникационных предприятий Украины в 2015 году [6]. Тенденция уменьшения количества абонентов фиксированной связи становится устойчивой. Доминирующим оператором фиксированной связи в Украине является ПАТ «Укртелеком». Чистый доход ПАТ «Укртелеком» в 2015 году составил 6 395 млн. грн. (согласно финансовому отчету [7]). ПАТ «Укртелеком» также предоставляет услуги мобильной связи (оператор ТриМоб). Кроме Укртелекома в Украине имеется еще несколько операторов фиксированной связи, которые работают на различных региональных уровнях: СКМ Телеком (Киев), Велтон Телеком (Харьков), ООО «НПО Сигма-Т» (Днепропетровск), Сипнет Украина (Одесса), Одеко (Львов) и многие другие. Доля рынка этих региональных операторов фиксированной связи составляет около 18,5% суммарных доходов всех операторов фиксированной связи, что составляет 5,52% всего телекоммуникационного рынка Украины [6].

На рынке телекоммуникационных услуг Украины возрастает влияние новой категории предприятий – интернет-провайдеров, которые в настоящее время начинают конкурировать с уже упомянутыми выше предприятиями в сфере услуг доступа к сети Интернет. В будущем возможно усиление их влияния в других сферах. Основной задачей, которая решается интернет-провайдерами является обеспечение потребителей высококачественным доступом к ресурсам сети Интернет и получение на этой основе прибыли. В Украине в этой сфере работают как общенациональные операторы (включая всех основных операторов мобильной и фиксированной связи), так и многие региональные операторы. Доходы от предоставления доступа в Интернет, учтенные НКРСИ, в 2015 году составили 6 130,5 млн. грн., в том числе от предоставления широкополосного доступа – 5 222 млн. грн. Наибольшая обеспеченность широкополосным доступом в Киеве Днепропетровске, Одессе, Львове [6]. Явно выраженной тенденцией развития этих предприятий является непрерывное расширение спектра услуг.

Таким образом, анализ конкурентов в маркетинговой микросреде предприятия телекоммуникационных услуг Украины показал, что маркетингологи и менеджмент предприятия телекоммуникаций должны уделять приоритетное внимание исследованиям деятельности конкурентов, применять эффективные конкурентные стратегии и непрерывно адаптировать их к изменяющимся условиям конкурентного рынка.

Потребители. Потребителями предприятий рынка телекоммуникационных услуг являются:

- индивидуальные потребители, которые используют услуги для решения личных нужд;
- корпоративные потребители, которые приобретают услуги для решения производственных нужд;
- организации, учреждения, службы, государственные органы, воинские части и все другие органы государства.

Таким образом, потребителями телекоммуникационных услуг являются все население, все органы государства, что обеспечивает массовый характер потребностей в телекоммуникационных услугах и повышенные требования к качеству и формам предоставления данных услуг.

Регуляторы. В настоящее время вопросы регулирования рынка телекоммуникационных услуг возложены на национальную комиссию регулирования в связи и информатизации (НКРСИ). Национальная комиссия является независимым органом (в частности, она независима от управляющих органов в телекоммуникациях). НКРСИ в своей деятельности руководствуется следующими законами, которые определяют нормативно-правовую базу ее деятельности [5]:

- – Закон Украины «О телекоммуникациях» (от 18.11.2003 № 1280-IV);
- – Закон Украины «О радиочастотном ресурсе Украины» (от 01.06.2000 № 1770-III);
- – Закон Украины «О почтовой связи» (от 04.10.2001 № 2759-III);
- – Закон Украины «О телевидении и радиовещании» (от 21.02.1993 № 3759-XII);
- – Закон Украины «О концепции национальной программы информатизации» (от 04.02.1998 № 75/98-ВР).

Все Законы и другие нормативные акты имеются в свободном доступе на сайте НКРСИ [5]. Согласно Закону «О телекоммуникациях» [13] (глава III) НКРСИ является органом государственного регулирования в сфере телекоммуникаций (статья 17). Целью государственного регулирования в сфере телекоммуникаций является максимальное удовлетворение спроса потребителей на телекоммуникационные услуги, создание благоприятных организационных и экономических условий для привлечения инвестиций, увеличения объемов услуг и повышения их

качества, развития и модернизации телекоммуникационных сетей с учетом интересов национальной безопасности (статья 16).

Полномочия НКРСИ закреплены в статье 18 Закона. Основные из них. НКРСИ:

- осуществляет лицензирование и регистрацию в сфере предоставления телекоммуникационных услуг;
- осуществляет распределение, присвоение, учет номерного ресурса, выдачу и отмену разрешений, надзор за использованием номерного ресурса;
- обеспечивает контроль качества телекоммуникационных услуг и удовлетворения спроса потребителей;
- осуществляет тарифное регулирование в сфере телекоммуникаций и устанавливает порядок взаиморасчетов между операторами телекоммуникаций;
- обеспечивает государственный надзор за субъектами рынка теле-коммуникаций;
- регулирует взаимодействие операторов телекоммуникаций при взаимосоединении телекоммуникационных сетей;
- создает благоприятные организационные и экономические условия для привлечения инвестиций в сферу телекоммуникаций;
- обеспечивает равные условия деятельности в сфере телекоммуникаций.

Таким образом, государственное регулирование рынка телекоммуникационных услуг в Украине осуществляет независимый орган – Национальная комиссия регулирования в связи и информатизации. Действия НКРСИ реально не зависят от органа, который управляет предприятиями. Регулирование рынка осуществляется путем лицензирования, распределения ограниченных ресурсов, государственным надзором за субъектами рынка телекоммуникаций.

Управляющие органы. Определение государственной политики и законодательное обеспечение государственного управления в сфере телекоммуникаций согласно Закону «О телекоммуникациях» осуществляет Верховная рада Украины [13].

Государственное управление в сфере телекоммуникаций осуществляют [13]:

- Кабинет Министров Украины;
 - центральный орган исполнительной власти в отрасли связи.
- Кабинет Министров Украины:
- обеспечивает проведение государственной политики в сфере теле-коммуникаций;
 - обеспечивает равные условия развития всех форм собственности в сфере телекоммуникаций;
 - осуществляет управление объектами государственной собственности в сфере телекоммуникаций;
 - направляет и координирует деятельность министерств, других центральных органов исполнительной власти в сфере телекоммуникаций.

Согласно Указу Президента Украины от 30 июня 2011 года № 717/2011 функции центрального органа исполнительной власти в связи исполняет *Администрация Государственной службы специальной связи и защиты информа-*

ции Украины в составе Государственной службы специальной связи и защиты информации Украины (Администрация) [14].

Администрация является центральным органом исполнительной власти со специальным статусом, главным органом в системе центральных органов исполнительной власти для формирования и обеспечения реализации государственной политики в сферах организации специальной связи и защиты информации, телекоммуникаций, пользования радиочастотным ресурсом Украины, предоставления услуг почтовой связи [14].

Основными заданиями Администрации являются:

- обеспечение формирования и реализации государственной политики в сферах защиты государственных информационных, телекоммуникационных и информационно-телекоммуникационных систем, криптографической и технической защиты информации, использования и защиты государственных электронных информационных ресурсов, телекоммуникаций, пользования радиочастотным ресурсом Украины, предоставления услуг почтовой связи; участие в формировании и реализации государственной политики в сфере электронного документооборота органов государственной власти и органов местного самоуправления, разработки и внедрении электронной цифровой подписи в органах государственной власти и органах местного самоуправления [14];
- участие, в пределах своих полномочий, в формировании и реализации государственной тарифной политики и политики государственных закупок в сферах телекоммуникаций, пользования радиочастотным ресурсом Украины, предоставления услуг почтовой связи [14];
- содействие интеграции сфер телекоммуникаций, пользования радиочастотным ресурсом Украины и предоставления услуг почтовой связи в мировое информационно-коммуникационное пространство [14].

В последние годы на рынке телекоммуникационных услуг Украины появились предприятия, деятельность которых не управляется и не регулируется в рамках полномочий НКРСИ, установленных Законом «О телекоммуникациях».

Таким образом, в Украине государственное управление в сфере телекоммуникаций осуществляет Администрация Государственной службы специальной связи и защиты информации Украины в составе Государственной службы специальной связи и защиты информации Украины. Полномочия Администрации распространяются только на государственные предприятия.

Выводы. Проведенное авторами исследование показало, что маркетинговая среда предприятий телекоммуникаций Украины в последние годы существенно изменилась. На рынке телекоммуникационных услуг возросла конкуренция, начинают действовать новые негосударственные предприятия. Потребители телекоммуникационных услуг имеют большие возможности выбора поставщика этих услуг. Значительно возрос перечень услуг и их доступность. На телекоммуникационном рынке реализуется раздельное регулирование рынка и управление предприятиями, что соответствует современным взглядам.

Однако функции регулятора и органа управления не пересматривались длительное время и уже не полностью соответствуют реальным экономическим реалиям. Дальнейшие исследования этой проблемы и направления совершенствования регулирования в телекоммуникациях целесообразно направить на поиск путей

адаптации действующей модели регулирования телекоммуникационным рынком и управления телекоммуникационными предприятиями различными систем собственности к современным условиям формирующегося инфокоммуникационного рынка и на этой основе доработки (или подготовки нового) законодательства.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент 14-е изд. / Ф. Котлер, К. Каплер. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
2. Резникова Н.П. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций: учебное пособие для вузов / Н.П. Резникова, Е.Г. Кухаренко // Под редакцией Н.П. Резниковой. – М.: Горячая линия-Телеком, 2013. – 152 с.
3. Маркетинг предприятий инфокоммуникаций: современные виды маркетинговой деятельности: монография / Л.А. Стрий, М.А. Мамедов, О.М. Рустамов // Под научн. ред. профессора, д.э.н. В.Н. Орлова. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2015. – 244 с.
4. Стрий Л.А. Маркетинговое управление на рубеже XXI столетия: монография / Л.А. Стрий. – Одесса: Астропринт, 2000. – 304 с.
5. НКРЗІ України офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nkrz.gov.ua>.
6. Звіт НКРЗІ за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nkrz.gov.ua>.
7. Укртелеком: фінансова діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrtelecom.ua/about/finance/financial_reports.
8. Укртелеком офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrtelecom.ua>.
9. Київстар офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kyivstar.ua>.
10. Водафон-Україна офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vodafoneua.in.ua>.
11. Лайфселл офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lifecell.com.ua>.
12. Мобильные операторы Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://operators.mobile-arsenal.com.ua>.
13. Закон України «Про телекомунікації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1280-15/page>.
14. Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dstszi.gov.ua>.

Голубев А.К., Стрій Л.О., Захарченко Л.А., Сакун Г.О.

Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

СУЧАСНЕ МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ

Анотація

У статті досліджені основні чинники маркетингового середовища підприємства телекомунікацій в сучасних умовах конкурентного ринку. Запропонована схема сучасного маркетингового середовища підприємства телекомунікацій. Виконаний аналіз чинників посилення конкуренції і складу можливих конкурентів підприємства на сучасному ринку телекомунікаційних послуг України. Уточнений стан державного регулювання телекомунікаційного ринку України в сучасних умовах. Розглянуті функції центрального органу виконавчої влади в зв'язку. Запропоновані напрями вдосконалення регулювання в телекомунікаціях.

Ключові слова: маркетингове середовище, конкуренти, органи управління, споживачі, підприємства телекомунікацій, регулятори, ринок телекомунікаційних послуг.

Golubev A.K., Striy L.A., Zaharchenko L.A., Sakun A.A.

Odessa National Academy of Telecommunications the name of A.S. Popov

MODERN MARKETING ENVIRONMENT OF TELECOMMUNICATIONS COMPANIES OF UKRAINE

Summary

In the article the basic factors of marketing environment of enterprise of telecommunications are investigational in the modern terms of competition market. The chart of modern marketing environment of enterprise of telecommunications offers. The analysis of factors of strengthening of competition and composition of possible competitors of enterprise is executed at the modern market of telecommunication services of Ukraine. The state of government control of telecommunication market of Ukraine is specified in modern terms. The functions of central executive body in connection are considered. Directions of perfection of adjusting offer in telecommunications.

Keywords: competitors, consumers, enterprises of telecommunications, management organs, marketing environment, market of telecommunication services, regulators.