

УДК 338.47

Є.М. Стрельчук, Н.А. Калугіна, В.В. Попазов

**МОТИВИ ТА ЦІЛІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Розглянуто існуюче становище та виокремлено передумови диверсифікованості діяльності телекомунікаційного підприємства. Визначено й систематизовано основні проблеми та мотиви диверсифікації в сфері телекомунікації. Діалектична інтеграція передумов та мотивів обумовила формування цілей диверсифікації діяльності телекомунікаційного підприємства.

Ключові слова: диверсифікація, телекомунікаційне підприємство, передумови, мотиви, цілі.

Рассмотрено существующее состояние и выделены предпосылки диверсификации деятельности телекоммуникационного предприятия. Определены и систематизированы основные проблемы и мотивы диверсификации в сфере телекоммуникаций. Диалектическая интеграция предпосылок и мотивов обусловила формирование целей диверсификации деятельности телекоммуникационного предприятия.

Ключевые слова: диверсификация, телекоммуникационное предприятие, предпосылки, мотивы, цели.

Different possibilities, kinds and directions of running the enterprise activity are considerably broadened in modern transformation conditions of forms and management methods. One of these directions is the manufacture diversification; in general it represents the nomenclature expansion of output production and services, and also appearance at other markets and economic activities spheres.

There is a review of last researches and publications in this article and it is established that nowadays the conceptual set, principles and methodical approaches to the diversification of the enter-

prises activity, models, mechanisms and diversification strategy are formulated in detail. But attention is paid for the motives and the purposes definition of enterprises diversification, they provide services, in particular, telecommunication services, and it has caused the article purpose.

The market condition of telecommunications in Ukraine was analyzed; it showed the constant tendency of last years connected with the growth of incomes in the sphere of communication generally at the expense of the mobile communication and the Internet. Also it is established that the modern telecommunication enterprises apply the limited toolkit of diversification, namely the diversification of a grocery portfolio.

The analysis of references, the statistical information and author's researches allowed defining and systematizing the basic problems of the modern telecommunication market in Ukraine and particularly the national enterprise. These problems are: general economic, organizational-technological, political-legal, socially-psycho-logical, historical, intraindustry and problems of tariffs formation. It is established that the general motive of the telecommunication enterprise diversification is solving of the existing problems. It allowed to separate a number of diversification motives (technical-technological, economic, financial, social and strategic) and to establish their interrelation with problems and diversification preconditions.

The dialectic integration of preconditions and motives caused the formation of purposes diversification of the telecommunication enterprise activity. They are: reduction of negative tendencies and acceleration of the enterprise development rates; increase in volumes of provided services in all kinds; curtailment of expenses; profitability increase; reduction of dependence on counterparts; reduction of enterprise risk; changing and updating of the assortment and the nomenclature of traditional and new services; creation of competitive advantages; achievement of the social purposes.

In the further researches the author is going to develop the conceptual approaches to the development of the telecommunication enterprise on the diversification basis.

Keywords: *diversification, the telecommunication enterprise, preconditions, motives, the purposes.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах становлення й розвитку ринкової економіки, при створенні та функціонуванні підприємств різної форми власності значно розширюються можливості їхнього злиття, розпаду, купівлі-продажу основних виробничих фондів. Зміну видів і напрямків підприємницької діяльності з урахуванням внутрішніх умов функціонування й зовнішніх факторів можливо здійснювати різними шляхами. Одним з цих шляхів є диверсифікація виробництва, яка у загальному виді являє собою розширення номенклатури продукції та послуг, що виробляється та реалізуються в різних ринкових сферах.

Диверсифікація – це одна з форм концентрації капіталу, пов'язана із проникненням раніше спеціалізованих підприємств (промислових, транспортних, будівельних, фінансових і ін.) в інші галузі виробництва, сферу послуг тощо. У теоретичному плані диверсифікація пов'язана з виробництвом різноманітних продуктів, що випускаються підприємством, що дає можливість забезпечувати ефективність його функціонування незалежним від життєвого циклу окремого продукту, вирішуючи при цьому завдання забезпечення стійкого поступального зростання. Процес диверсифікації пов'язаний, насамперед, з переходом на нові технології, ринки й галузі, до яких раніше підприємство не мало прямого відношення. Основною причиною виникнення диверсифікованості вважається невідповідність складних умов виробництва необхідному рівню продуктивності й ефективності [1].

Огляд останніх досліджень і публікацій. Теоретичні дослідження проблеми диверсифікації зайшли своє відображення у наукових дослідженнях багатьох вчених. Так, становлення теорії диверсифікації виробництва розглядалося в роботах Ансоффа І., Портера М., Карлофа Б., Коно Т., Куинна Дж. та інших

[1, 5]. У роботах цих учених сформульовані понятійний апарат, принципи й методичні підходи до диверсифікації діяльності підприємств. Питання диверсифікації привернули особливу увагу вчених із розпадом СРСР та формуванням незалежних держав із ринковою економікою. Насамперед інтерес становили питання, пов'язані з демонополізацією економіки, конверсією ВПК, розширенням конкуренції. Так, теорія й методологія диверсифікації виробництва розглядалася в роботах Аксяїтова Р.І., Бочарова А.А., Волкова А.В., Забеліна П.В. та інших.

У більш пізніших дослідженнях теоретико-прикладні аспекти впровадження диверсифікації у виробництво розглянуті в роботах Пономаренко В.С., Немченко Г.И., Красноносковой О.М. Поповой С.М. У працях Трубочанина В.В., Кузьминова Э.В., Маркелова С.П. розроблені моделі, механізми й стратегія диверсифікації промислового виробництва та фінансового підприємства. Організаційно-економічний механізм диверсифікації діяльності підприємств розроблено у працях Гурнака М.В. [2, 6].

Завдання дослідження. Проте, у наведених дослідженнях мало уваги приділено визначенню мотивів та цілей диверсифікації підприємств, що надають послуги, зокрема, телекомунікаційні. Оскільки сфера телекомунікацій є однією з прибуткових та соціально значущих, метою даної статті є визначення мотивів та цілей диверсифікації саме цих підприємств.

Основний матеріал дослідження. Аналіз стану ринку телекомунікацій [8] показує, що 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 %.

На початку 2013 р. вітчизняний ринок телекомунікацій характеризувався такими статистичними показниками:

- 2114 операторів мають ліцензії на певний вид діяльності в сфері телекомунікацій;
- 43,5 % жителів України мають доступ до мережі Інтернет;

– 35 % домогосподарств мають широкосмуговий доступ до мережі Інтернет;
– 1/5 частина українських домогосподарств мають доступ до послуг кабельного телебачення;
– майже повне покриття території країни рухомих (мобільним) зв'язком, рівень проникнення якого (за даними операторів телекомунікацій) становить 130,3 % від усієї чисельності населення України.

В 2012 р. продовжила розвиватися стала тенденція останніх років на збільшення доходів у сфері зв'язку. Так, за 2012 р. доходи від реалізації послуг зв'язку склали 52,3 млрд. грн., що на 4 %, або на 1990,4 млн. грн. більше в порівнянні з минулим роком.

Доходи від надання телекомунікаційних послуг в 2012 р. порівняно з 2011 р. збільшилися на 3,8 % і склали 48 млрд. грн.. Зростання доходів відбулося, в основному, за рахунок зростання доходів від надання телекомунікаційних послуг на 1,8 млрд. грн.

Структура доходів від телекомунікаційних послуг наведена на рис. 1. [9], де наочно видно, що сучасні оператори удаються до звуженого застосування методичного інструментарію диверсифікації, а саме диверсифікації продуктового портфелю, проте, в основному, шляхом структурування традиційних послуг у бік розширення абонентської бази найбільш прибуткових послуг мобільного зв'язку. Проте, сучасний стан національного телекомунікаційного підприємства (ПАТ «Укртелеком») свідчить про те, що цього недостатньо.

Так, аналіз прибутку Укртелеком за останні роки визначив збитковість його діяльності за 2009-2011 рр. і лише незначний прибуток (біля 190 тис. грн.) у 2012 р., що замало для підприємства, яке охоплює близько 71 % ринку послуг місцевого телефонного зв'язку та 83 % ринку послуг міжміського та міжнародного телефонного зв'язку [7].

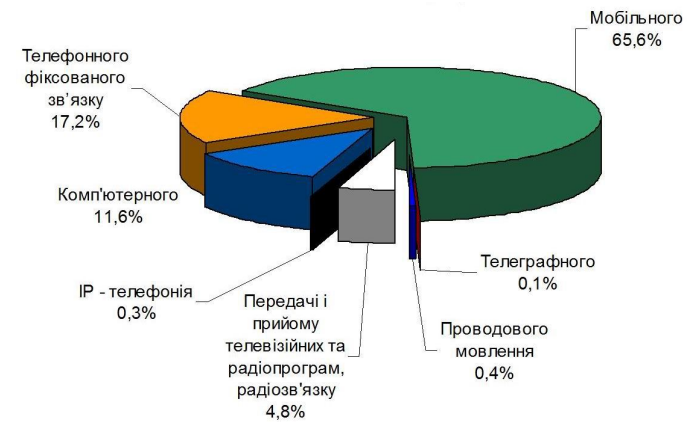


Рис. 1. Структура доходів від надання телекомунікаційних послуг (станом на початок 2013 р.)

Аналіз літературних джерел, статистичної інформації та власні дослідження автора дозволили визначити та систематизувати такі основні проблеми, притаманні сучасному ринку телекомунікації України та національному підприємству зокрема:

1. Загальноекономічні, пов'язані з економічними реформами, що відбуваються, змінами в податковій системі тощо, що природно відображається на діяльності телекомунікаційної сфери.

2. Організаційно-технологічні. Це слабка взаємодія між наукою, операторами й виробниками засобів зв'язку, що спричиняє зниження темпів модернізації мереж зв'язку й впровадження нової, що відповідає світовому рівню, техніки й технології зв'язку.

3. Політико-правові. Розвиток сфери телекомунікацій ускладняється політичною нестабільністю й недосконалістю правового поля, що стримує вітчизняних і іноземних інвесторів. Існують проблеми, що пов'язані зі зміною геополітичних чинників, кон'юнктури ринків тощо.

4. Соціально-психологічні. В Україні має місце психологічне несприйняття змін, що відбуваються, частиною населення, що ускладнює впровадження інновацій. Існує розходження в рівні доступу до телекомунікаційних послуг для міського й сільського населення, загострюється проблема безробіття.

5. Історичні. У СРСР пріоритет у розвитку мали галузі матеріального виробництва, а галузі обслуговування, у тому числі зв'язок, фінансувалися по залишковому принципі, що спричинило значне відставання розвитку телекомунікацій від світового рівня.

6. Внутрішньогалузеві. Це, у першу чергу, проблема застарілого обладнання й необхідність заміни аналогового встаткування на цифрове, що вимагає не тільки фінансових та інтелектуальних витрат, а й певного часу. Також має місце проблема пошуку джерел нових доходів, пов'язана з постійним збільшенням витратної частини, проблема відносин зі споживачами, проблема якості послуг і обслуговування, а також проблема захисту навколишнього середовища.

7. Проблема формування тарифів, зокрема на загальнодоступні телекомунікаційні послуги (наприклад, послуги фіксованого міського та сільського зв'язку). Сьогодні ці тарифи регулюються державою. Такий підхід, з одного боку, забезпечує соціальні гарантії на одержання телекомунікаційних послуг всіма прошарками населення по фіксованих тарифах, тобто дотримуються конституційні права громадян на одержання інформації й принцип соціально-етичного маркетингу. З іншого боку, фіксація тарифів – це одна із причин того, що недержавні оператори відмовляються від надання загальнодоступних послуг. Тому телекомунікаційне підприємство практично поодиночі несе на собі вантаж надання загальнодоступних послуг, що закріплено в Законі України «Про телекомунікації» [3] і спричиняє наявність збитків, тому що витрати на надання загальнодоступних послуг превалюють над доходами, що підтверджується фінансовими результатами діяльності підприємства [7].

На підставі аналізу ринку телекомунікаційних послуг і виробничо-господарської діяльності вищевказаного підприємства у попередніх працях автора визначено передумови диверсифікації діяльності телекомунікаційного підприємства, серед яких: невідповідність структури виробництва структурі потребам ринку, нерівномірний розвиток галузей економіки, падіння прибутковості діяльності підприємства, недосконалість системи оподаткування й тарифоутворення, розвиток науково-технічного прогресу (НТП), приватизація підприємства [4].

Можна вважати, що, урахувавши вищеозначені передумови і з урахуванням визначених проблем сфери телекомунікації, загальним мотивом диверсифікації є подолання існуючих проблем та протиріч. Тому визначимо мотиви диверсифікації. На наш погляд, до мотивів доцільно віднести такі: техніко-технологічні, економічні, фінансові, соціальні та стратегічні. Взаємозв'язок мотивів диверсифікації із проблемами та передумовами наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

*Взаємозв'язок мотивів диверсифікації
із проблемами сфери телекомунікації
та передумовами щодо здійснення диверсифікації*

Мотиви диверсифікації	Проблеми сфери телекомунікації	Передумови щодо здійснення диверсифікації
Техніко-технологічні	Організаційно-технологічні	Розвиток науково-технічного прогресу (НТП)
Економічні	Загальноекономічні	Нерівномірний розвиток галузей економіки, падіння прибутковості діяльності підприємства, недосконалість системи оподаткування

Продовження табл. 1

Фінансові	Внутрішньогалузе ві, проблеми тарифоутворення	Падіння прибутковості діяльності підприємства, недосконалість системи тарифоутворення
Соціальні	Соціально- психологічні, політико-правові	Невідповідність структури виробництва структурі потреб ринку
Стратегічні	Історичні	Нерівномірний розвиток галузей економіки, приватизація підприєм- ства

Діалектична інтеграція передумов та мотивів обумовила формування цілей диверсифікації діяльності телекомунікаційного підприємства, які наведено на рис. 2.

З наведених на рис. 2 цілей диверсифікації діяльності підприємств у якості основних визначено: скорочення негативних тенденцій та прискорення розвитку підприємства, збільшення обсягів надаваних послуг, скорочення витрат, збільшення рентабельності, зменшення залежності від контрагентів, зменшення підприємницького ризику, зміна та оновлення номенклатури послуг; створення конкурентних переваг, досягнення соціальних цілей.

Практика свідчить, що саме диверсифікація діяльності підприємств в умовах трансформаційної економіки знімає протиріччя, які виникають у сфері виробництва (протиріччя продуктивних чинностей, обмеженість ресурсів і наявність відходів у виробництві, протиріччя товару як продукту виробництва) й обігу традиційного продукту (протиріччя товару як предмета споживання) та дозволяє досягнути поставлених цілей. Ці протиріччя дозволяє вирішувати диверсифікація, створюючи послідовність зміни цілей, забезпечуючи тим самим позитивну тенденцію еволюції діяльності та розвитку підприємства, додаючи йому гнучкості й адаптивності.

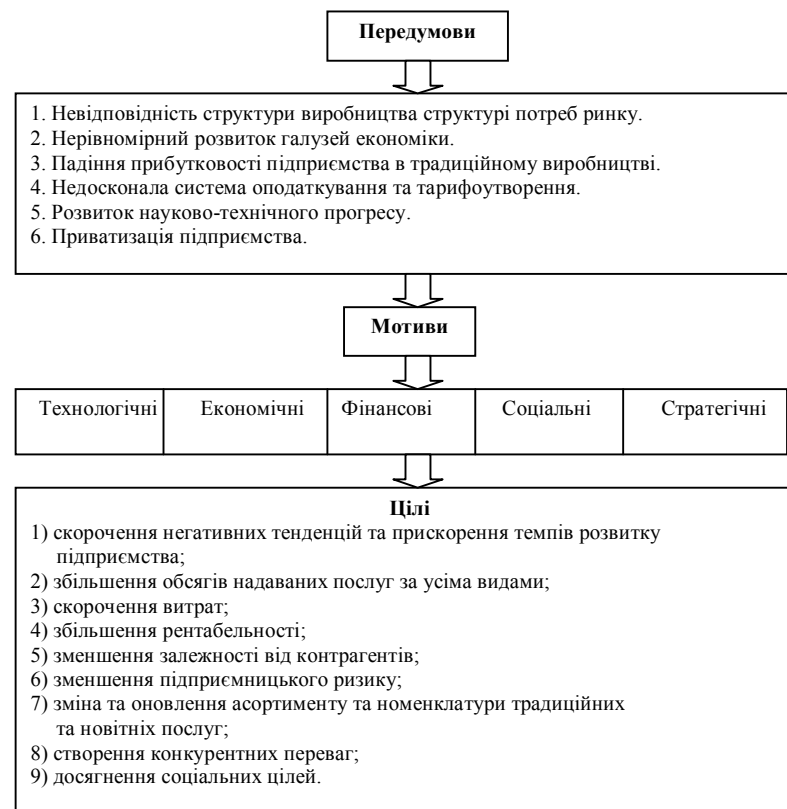


Рис. 2. Передумови, мотиви та цілі диверсифікації підприємства

Висновки. Таким чином, розвитку процесів диверсифікації сприяють певні передумови, які дозволяють найбільш повно реалізувати поставлені цілі й можливості підприємства. У роботі виділені найбільш вагомні передумови, які приводять до висновку про необхідність перегляду основних підходів у роботі телекомунікаційного підприємства, зокрема, у напрямку диверсифікації діяльності, що дозволяє визначити мотиви та цілі диверсифікації підприємства.

У подальших дослідженнях автором планується проведення обґрунтування та розробки концептуальних підходів до розвитку телекомунікаційного підприємства на засадах диверсифікації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / Науч. ред. и предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Гурнак М.В. Організаційно-економічний механізм диверсифікації діяльності авіапідприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / М.В. Гурнак; Нац. авіац. ун-т. – К., 2010. – 19 с.
3. Закон України «Про телекомунікації» від 18.10.2003 р., № 1280-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
4. Калугіна Н.А. Передумови необхідності диверсифікації діяльності підприємства зв'язку / Н.А. Калугіна // Актуальные проблемы и прогрессивные направления экономического развития предприятий и регионов: Материалы II междунар. науч.-практ. конф. (г. Донецк, 25-27 апреля, 2013 г.). Научный журнал "Аспект". – № 6. – Донецк: Изд-во "Цифровая типография", 2013. – С. 70-73.

5. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ./ Б. Карлоф; науч. редактор и автор послесл. В.А. Приписнов. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
6. Ковальов А.В. Стратегія диверсифікації промислового підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / А.В. Ковальов; Приазов. держ. техн. ун-т. — Маріуполь, 2010. – 20 с.
7. Офіційний сайт ПАТ „Укртелеком” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrtelecom.ua>.
8. Річний звіт НКРЗІ за 2012 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nkrzi.gov.ua/uk/activities_nkrzi/1324727592/.

Стаття надійшла до редакції 09.12.2013

Рецензенти:

доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова **О.А. Князєва**

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри «Економіка підприємства та підприємництво на морському транспорті» Одеського національного морського університету **Ю.О. Наврозова**