

Т.В. Стройко, д-р екон. наук
Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ ЯК ПРІОРИТЕТНОГО ЕЛЕМЕНТУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. На сучасному етапі подолання проблем розвитку національної економіки може бути здійснене лише за рахунок системного інноваційного оновлення виробництва, зокрема в телекомунікаційній галузі. Провідну роль у телекомунікаційній індустрії безперечно відіграє галузь мобільного зв'язку, яка розвивається найбільш динамічно та об'єднує навколо себе все більше обслуговуючих галузей.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби кожне підприємство мобільної галузі шукає свої методи та підходи до формування стратегій розвитку на високо конкурентних ринках. Керівництво більшості мобільних операторів розуміє те, наскільки важливо знайти місце підприємства в ринковому середовищі і, відповідно, побудувати такі стратегії, які б забезпечили компанії стабільні прибутки та прихильність абонентів. Тому обґрунтування стратегічних аспектів розвитку галузі зв'язку є особливо актуальним.

Аналіз новітніх публікацій з теми досліджень. Теоретико-методичне обґрунтування розробки стратегії висвітлено в ґрунтовних дослідженнях вітчизняних та закордонних науковців, а саме: В.О. Тихвинського, Е.Е. Володіна, М. Портера та ін. Також існує значна кількість наукових доробок присвячених розвитку технічних та економічних аспектів операторів мобільного зв'язку [1, 2].

Саме ці дослідження спрямовані на вирішення питань впровадження послуг мобільного зв'язку на ринок. Але на сьогодні ці послуги вже зайняли передові позиції на ринку, тому постає нове завдання розробити стратегії їх подальшого розвитку в конкурентному середовищі. Це й обумовлює актуальність дослідження питань, пов'язаних із формуванням стратегії розвитку галузі зв'язку, в цілому, та операторів мобільного зв'язку, зокрема.

Формування мети та завдань, які розв'язуються. Метою нашого дослідження є обґрунтування підходів до формування та реалізації

стратегії розвитку у мобільній галузі, спрямовану на підтримку та зміцнення ринкових позицій операторів мобільного зв'язку.

Обговорення основних результатів. Однією з найважливіших організаційно-економічних проблем підприємств мобільного зв'язку є формування на основі використання досягнень економічної науки стратегій розвитку. Це обумовлено наступними причинами:

- по-перше, досвід компаній, які успішно функціонують в економічно розвинених країнах, показав, що науково обґрунтована стратегія дозволяє значно підвищити ефективність їх діяльності та забезпечити досягнення поставлених цілей;

- по-друге, підприємства мобільного зв'язку, які мають дуже великий економічний потенціал, вкрай зацікавлені у визначенні перспектив його використання та розвитку.

Без обґрунтованої стратегії розвитку неможливо ефективно працювати у бізнес-просторі, приймати зважені тактичні рішення щодо використання потенціалу підприємства, забезпечуючи стійкі позиції у конкурентному середовищі. Однією з основних проблем стратегічної діяльності підприємств є визначення основних етапів процесу формування стратегії підприємства. Визначення оптимальної схеми формування та реалізації стратегії допомагає використати всі ресурси і можливості підприємства та успішно досягти поставлених цілей.

Мобільний зв'язок сьогодні є однією з найбільш могутніх рушійних сил в індустрії телекомунікацій. Прибутки від якого, значно перевищують прибутки від зв'язку в стаціонарних телефонних мережах. Про це свідчать обсяги доходів і кількість абонентів як в цілому, так і окремих операторів. Рівень покриття території України мережами мобільного зв'язку становить майже 120 відсотків [3].

Проведений аналіз розвитку ринку мобільного зв'язку в Україні засвідчує, що на даний момент український ринок мобільного зв'язку характеризується жорсткою конкурентною боротьбою між операторами зв'язку, особливо між лідерами галузі – «Київстар» та «МТС Україна».

На сьогодні лідером у рейтингу операторів України з найбільшою абонентською базою є оператор «Київстар», у якого за підсумками 2012 р. нараховується майже 24,9 млн абонентів або 46,1 % від всієї абонентської бази мобільного зв'язку України. На другому місці – «МТС Україна», кількість абонентів якого складає близько 19,3 млн, частка ринку – 35,7 %. Третю позицію займає компанія «Life:)» – майже 9,7 млн абонентів (13 %) [4].

Для визначення стратегії розвитку галузі мобільного зв'язку та окремого оператора в розвиненому конкурентному середовищі необхідно

проведення різноманітних досліджень. Одним з видів цих досліджень є маркетингові дослідження, результати якого можуть бути інструментом та інформаційною базою для формування стратегії задля більш ефективної адаптації оператора до стану ринку і вимог кінцевого споживача.

Визначено, що усі оператори можна умовно поділити на тих, які займають стає становище на ринку, і тих, хто знаходиться на етапі просування на ринок. Тому для цих операторів потрібні різні стратегії. Для компанії, які займають лідируюче становище, найбільш придатною є стратегія, орієнтована на доходність, яка передбачає: поступову модифікацію тарифів у бік скорочення; запровадження загальної програми лояльності для постійних абонентів; підвищення рівня обслуговування корпоративних клієнтів; зміцнення позитивних характеристик бренду.

Для операторів, що нещодавно з'явилися на ринку, доцільно використання таких стратегій упереджувальних дій. Ці стратегії спираються на такі базові аспекти: залучення більш зрілих абонентів та корпоративних клієнтів до мережі; орієнтація не на ціну продукту, а на його якість і характеристики; скасування обов'язкового щомісячного поповнення рахунку; виведення на ринок нових сервісів та додаткових послуг, яких немає у провідних операторів.

Враховуючи сучасні темпи розвитку галузі зв'язку можна відмітити, що по підприємствам мобільного зв'язку існують певні суперечності між теорією та практикою впровадження стратегій розвитку. Зокрема, таку ситуацію можна пояснити дефіцитом висококваліфікованих кадрів у секторі мобільного зв'язку України, та специфікою галузі високотехнологічних послуг.

Більшість західних стратегічних концепцій не відповідають українським економічним умовам та розраховані лише на товарні ринки. Вагома частка проблем на підприємствах виникає не при розробці, а в процесі реалізації стратегій розвитку, і основною причиною невдалої реалізації є людський фактор та недостатній професіоналізм керівництва. Невдачі на стадії реалізації стратегій пов'язані також із значним опором співробітників стратегічним змінам. Поширеною проблемою для галузі мобільного зв'язку та інших галузей економіки України є домінування короткострокового мислення при стратегічному управлінні над довгостроковим.

Сьогодні в Україні не існує єдиної методики відносно внутрішнього стратегічного аналізу підприємств мобільного зв'язку. Питання постає у тому, що для успішного формування стратегій розвитку, необхідно мати повну інформацію про внутрішню діяльність компанії та професійно

класифікувати основні сфери внутрішнього аналізу підприємства, які б були універсальні для всіх операторів.

Основними універсальними напрямками стратегічного внутрішнього аналізу оператора мобільного зв'язку є аналіз абонентської бази, аналіз підключень нових абонентів, аналіз відтоку існуючих абонентів, аналіз доходу на абонента, аналіз трафіку та аналіз додаткових продуктів та послуг. Всі ці напрямки дослідження дають можливість керівництву оцінити ефективність роботи мобільного оператора.

Практика показує, що компанії, які здійснюють стратегічне управління, працюють більш успішно, одержуючи більший прибуток. Стратегія розвитку є ефективним інструментом перспективного управління інвестиційною діяльністю оператора зв'язку, підлеглої реалізації цілей загального його розвитку в умовах істотних змін макроекономічних показників системи державного регулювання ринкових процесів, кон'юнктури інвестиційного ринку і пов'язаної з цим невизначеністю.

Тільки реалізуючи стратегію розвитку, безупинно здійснюючи інноваційні процеси в усіх сферах своєї життєдіяльності, оператор зв'язку може досягти успіху в конкурентній боротьбі. В умовах конкуренції системи управління повинні будуватися на основі наукової методології, ефективним інструментом якої виступає інвестиційна стратегія.

В загальному розумінні інвестиційна стратегія оператора зв'язку - це формування довгострокових тенденцій інвестиційної діяльності, обумовлених загальною стратегією його економічного розвитку, і вибір оптимальних шляхів їхнього досягнення [5].

Узагальнюючі теоретичні напрацювання щодо визначення ролі інвестиційної стратегії у забезпеченні ефективного розвитку оператора мобільного зв'язку, то вона полягає у наступному:

- інвестиційна стратегія забезпечує механізм реалізації довгострокових загальних та інвестиційних цілей майбутнього економічного і соціального розвитку оператора мобільного зв'язку й окремих його структурних одиниць;

- дозволяє реально оцінити інвестиційні можливості компанії, забезпечити максимальне використання її внутрішнього інвестиційного потенціалу і можливість активного маневрування інвестиційними ресурсами;

- забезпечує можливість швидкої реалізації нових перспективних інвестиційних можливостей, що виникають у процесі динамічних змін факторів зовнішнього інвестиційного середовища;

- відображає порівняльні переваги оператора зв'язку в інвестиційній діяльності при порівнянні з його конкурентами;
- наявність інвестиційної стратегії забезпечує чіткий взаємозв'язок стратегічного, поточного й оперативного управління інвестиційною діяльністю оператора мобільного зв'язку;
- забезпечує реалізацію відповідного менталітету інвестиційної поведінки у найважливіших стратегічних інвестиційних рішеннях;
- в системі інвестиційної стратегії формується значення основних критеріальних оцінок вибору реальних інвестиційних проектів і фінансових інструментів інвестування;
- інвестиційна стратегія є однією з базисних передумов стратегічних змін загальної організаційної структури управління й організаційної культури компанії з надання послуг мобільного зв'язку.

Формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності має виходити, насамперед, із системи цілей загальної стратегії економічного розвитку. Ці цілі можуть бути сформульовані у вигляді забезпечення приросту капіталу; зростання рівня прибутковості інвестицій; зростання суми доходу від інвестиційної діяльності; зміни пропорцій у формах реального і фінансового інвестування; зміни технологічної і відтворювальної структури капіталовкладень; зміни галузевої і регіональної спрямованості інвестиційних програм; досягнення конкурентної переваги оператора зв'язку; досягнення високої частки на ринку; можливості швидкого зростання виробництва та можливості ефективного реструктурування; розширення спектра наданих послуг; можливості інтеграції з іншими підприємствами. з іншими основними елементами стратегічного вибору оператора зв'язку.

Висновки. У ході дослідження нами запропоновані підходи до формування та реалізації стратегії розвитку, направлених на підтримку та зміцнення ринкових позицій операторів мобільного зв'язку. Визначено, що усі оператори поділяються на тих, які займають стале становище на ринку, і тих, хто знаходиться на етапі просування на ринок, тому для них потрібні різні стратегії.

Важливу роль відіграють інвестиції, які визначають загальне зростання економіки, тому формування сприятливого інвестиційного клімату, розширення кола інвестиційних технологій формують основне поле діяльності для прийняття стратегічних і оперативних інвестиційних рішень. Знання і практика використання сучасних принципів, механізмів і методів управління інвестиційною діяльністю дозволить забезпечити перехід галузі мобільного зв'язку до нової якості економічного розвитку в сучасних умовах.

Бібліографічний список: 1. Тихвинский В.О. Подвижная связь третьего поколения / В.О. Тихвинский, Е.Е. Володина // Экономика и качество услуг. – М.: Радио и связь. – 2005. – 240 с. 2. Портер М. Стратегія конкуренції. – К.: Основи, 1998. – 390 с. 3. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку і інформатизації: Річний звіт за 2012 рік: [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.nkrz.gov.ua/uk/>. 4. Стан і розвиток зв'язку в Україні за 2012 рік: стат. бюлетень. – Київ. – 2013. – 52 с. 5. Петрашевська А.Д. Інвестиційна стратегія оператора зв'язку / А.Д. Петрашевська // Наук. жур. Вісн. технолог. ун-ту Поділля. Сер. «Економічні науки». – Т. 2. – Хмельницький. – 2004. – № 3. – С. 15-18.

Стройко Т.В. Стратегические аспекты развития отрасли мобильной связи как приоритетного элемента национальной инфраструктуры Украины. Определены важнейшие организационно-экономические проблемы предприятий мобильной связи. Проведен анализ развития рынка мобильной связи в Украине. Обоснованы подходы по формированию и реализации стратегии развития в мобильной отрасли, которая направлена на поддержку и укрепление рыночных позиций операторов мобильной связи. Определена роль инвестиционной стратегии в обеспечении эффективного развития оператора мобильной связи

Stroiko T. Strategic aspects of mobile communications industry development as a priority element of national infrastructure in Ukraine. The major organizationally-economic problems of enterprises of mobile communication certainly. The analysis of market of mobile communication development is conducted in Ukraine. Approaches are reasonable to forming and realization of strategy of development in mobile industry, sent to support and strengthening of market positions of operators of mobile communication. The role of investment strategy is certain in providing of effective development of operator of mobile communication