

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

EVOLUTION OF COMPETITIVE POWERS OF TELECOMMUNICATION SERVICES

Анотація. Проаналізовано існуючі методи оцінки конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг, визначено та обґрунтовано пропозиції, спрямовані на їхнє удосконалення.

Summary. The existing methods of evaluation of telecommunication services competitive powers have been analyzed and the proposal for their improvement have been determined and motivated.

Ринкові перетворення, які сталися в телекомунікаційному секторі України, перехід від попередньої багаторічної абсолютної монополії національного оператора до появи конкурентного середовища поставили на порядок денний проблему різкого загострення конкуренції у цій сфері. На сьогодні до Реєстру операторів, провайдерів телекомунікацій включено 1213 суб'єктів господарювання [1]. В цих умовах однією із життєво важливих задач, яка постає перед учасниками телекомунікаційного ринку, є правильне визначення конкурентоспроможності тих послуг, які вони вже надають споживачам, або з якими вони планують вийти на цей ринок.

Вирішення цієї задачі ускладнюється гострою нестачею науково-методичних розробок з питань оцінки рівня конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг, які покликані враховувати особливості цієї сфери діяльності та її послуг. Серед нечисленних публікацій, що стосуються проблеми конкурентоспроможності в телекомунікаційній сфері, роботи [2, 3] присвячено визначенню конкурентоспроможності підприємств зв'язку, і тільки [4] присвячено визначенню рівня конкурентоспроможності безпосередньо телекомунікаційних послуг. При цьому, як показує попередній аналіз, викладені в [4] підходи мають суттєві недоліки. Ці обставини обумовлюють актуальність досліджень, спрямованих на визначення та обґрунтування найбільш ефективних в сучасних умовах методів оцінки конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг.

Метою роботи є розробка пропозицій, спрямованих на удосконалення методів оцінки рівня конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг, яке полягає в можливості адекватного урахування всіх найважливіших чинників, що впливають на конкурентоспроможність цих послуг.

Вихідними передумовами, які використовувались у процесі досліджень, були загальнометодичні вимоги до методики оцінки конкурентоспроможності продукції і послуг взагалі та телекомунікаційних послуг особисто. Вони полягають у тому, що така методика повинна забезпечувати урахування всіх найважливіших чинників при дотриманні умов відносної простоти практичних розрахунків, наочності, свідомості та однозначності тлумачення отриманих результатів. Крім цього, динамізм зміни чинників, що впливають на конкурентоспроможність телекомунікаційних послуг, вимагає щоб основні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності цих послуг передбачали можливість урахування, як зміни вагомості впливу на рівень конкурентоспроможності одного чи групи чинників, так і появи нових чинників.

З цих позицій розглянемо викладені в [4] основні положення визначення рівня конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг. З цією метою у роботі запропоновано використання інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності (I_k), який визначається з виразу:

$$I_k = I_y \cdot I_c \cdot K, \quad (1)$$

де I_y , I_c , K – одиничні коефіцієнти конкурентоспроможності, що визначають ступінь впливу відповідно якості, ціни та маркетингових заходів на привабливість послуги для споживача в конкретних ринкових умовах, тобто на її конкурентоспроможність.

Запропоновано також методи оцінки кожного з наведених вище одиничних коефіцієнтів конкурентоспроможності.

Так, I_y визначається з виразу:

$$I_y = I_{dz} \cdot I_n \cdot I_e, \quad (2)$$

де I_{dz} – коефіцієнт якості, який залежить від кількості дзвінків, що закінчилися з'єднанням; I_n – коефіцієнт якості, який залежить від кількості та тривалості пошкоджень телефонного зв'язку;

I_e – коефіцієнт якості, який залежить від рівня сервісного обслуговування (відношення кількості обґрунтованих скарг на роботу сервісних відділень до загальної кількості скарг).

Одиничний коефіцієнт за ціною ($I_{ц}$) пропонується визначати з виразу:

$$I_{ц} = I_{ц1} \cdot I_{ц2}, \quad (3)$$

де $I_{ц1}$ – коефіцієнт, який залежить від вартості користування послугою за рік; $I_{ц2}$ – коефіцієнт, який залежить від одноразового тарифу за користування послугою.

Для оцінки одиничного коефіцієнта конкурентоспроможності, який характеризує маркетингові зусилля підприємства (K), пропонується використовувати коефіцієнт задіяння обладнання.

Запропонований підхід, на нашу думку, має дуже багато недоліків, основні з яких полягають у наступному:

- методика визначення інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг припускає, що всі складові (якісні, цінові характеристики, а також коефіцієнт задіяння обладнання) мають однаковий вплив на конкурентоспроможність цих послуг, що може суттєво спотворювати реальні результати;

- порядок визначення одиничних коефіцієнтів конкурентоспроможності, який потребує наявності фактичних (ретроспективних) даних, не дозволяє використовувати методику для оцінки конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг, які плануються для виходу на ринок;

- наведені складові якості та методика визначення одиничного коефіцієнта конкурентоспроможності за якістю не враховують різномайття існуючих телекомунікаційних послуг;

- дискусійним є включення до чинників, які характеризують конкурентоспроможність послуг коефіцієнта, який залежить від вартості користування послугою за рік, а також коефіцієнта задіяння обладнання;

- у процесі аналізу розглядається обмежене коло чинників, що впливають на конкурентоспроможність телекомунікаційних послуг, а сама методика не передбачає можливості появи та урахування інших впливових чинників.

Виконаний аналіз недоліків методики оцінки конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг може бути відправною точкою для виконання досліджень з метою подальшого її удосконалення. Це стосується, як прийнятих методичних підходів, так і притаманних їм недоліків, які повинні бути усунені у процесі удосконалення.

Виконані нами дослідження показали, що для вирішення проблеми удосконалення методики оцінки конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг можливо та доцільно скористатися існуючими напрацюваннями з питань оцінки конкурентоспроможності промислової продукції. При цьому слід відзначити, що більшість робіт, в яких розглядаються проблеми оцінки конкурентоспроможності промислової продукції [5 ... 8], ґрунтується на викладених у [9] методичних положеннях визначення рівня конкурентоспроможності машинобудівної продукції, або спрямовані на їхній розвиток. Серед цих робіт, на нашу думку, сформульованим вище загально-методичним вимогам до методики оцінки конкурентоспроможності продукції і послуг взагалі та телекомунікаційних послуг зокрема найбільшою мірою відповідає методика, викладена в [7]. Розглянемо основні положення та модель цієї методики.

Інтегральний показник рівня конкурентоспроможності (K) визначається з такого виразу:

$$K = I_{нп} \sum_{j=1}^m \beta_j I_j, \quad (4)$$

де I_j – показник рівня конкурентоспроможності за окремою групою параметрів чи окремим параметром, що впливають на рівень конкурентоспроможності продукції; β_j – ваговий коефіцієнт,

що характеризує значимість j -ї групи параметрів чи окремого параметра з набору m , $\sum_{j=1}^m \beta_j = 1$; $I_{нп}$

– показник рівня конкурентоспроможності за нормативними параметрами, який визначається з виразу:

$$I_{нп} = \prod_{i=1}^n q_{ni}, \quad (5)$$

де q_{ni} – одиничний показник i -го нормативного параметру; n – кількість нормативних параметрів.

Якщо i -й нормативний параметр відповідає нормативам, що діють в умовах конкретного ринку, то $q_{ni} = 1$, у протилежному випадку $q_{ni} = 0$.

До нормативних параметрів повинні бути включені параметри, що використовуються для визначення рівня конкурентоспроможності I_j , якщо певне зниження або збільшення цих параметрів призводить до того, що продукція не може використовуватися споживачем за призначенням.

Для інших параметрів, що використовуються для оцінки конкурентоспроможності, використовується такий вираз:

$$I_j = \sum_{i=1}^m q_i a_i, \quad (6)$$

де q_i – одиничний показник i -го параметра; a_i – ваговий коефіцієнт, що характеризує значимість i -го параметра в їх загальному наборі m .

Значення q_i обчислюється з виразу:

$$q_i = p_i / p_{i100}, \quad (7)$$

де p_i – значення i -го параметра продукції, що розглядається; p_{i100} – значення i -го параметра, яке повністю задовольняє споживача.

Коли збільшення значення i -го параметра призводить до погіршення споживчих якостей продукції, для визначення q_i слід використовувати співвідношення протилежне тому, що надано у виразі (7).

Цей вираз доповнюється наступними обмеженнями:

– коли збільшення значення i -го параметра призводить до погіршення споживчих якостей продукції,

$$p_i = \begin{cases} p_i, & \text{якщо } p_i \leq p_{i100}, \\ p_{i100}, & \text{якщо } p_i > p_{i100}; \end{cases} \quad (8)$$

– коли збільшення значення i -го параметра призводить до покращання споживчих якостей продукції,

$$p_i = \begin{cases} p_i, & \text{якщо } p_i \geq p_{i100}, \\ p_{i100}, & \text{якщо } p_i < p_{i100}. \end{cases}$$

Значення a_i у виразі (6) повинно задовольняти таким умовам:

$$a_1 + a_2 + \dots + a_m = 1; a_i > 0. \quad (10)$$

Крім того, що формалізована у виразах (4...10) методика відповідає усім наведеним вище вимогам до методик визначення кількісної оцінки конкурентоспроможності продукції та послуг, вона дозволяє усунути вплив на рівень конкурентоспроможності можливого збільшення (або зменшення в залежності від напрямку дії) значення окремих параметрів марне з точки зору задоволення деякої потреби. Як показує аналіз, її основні положення повною мірою можуть бути використані для оцінки конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг.

З точки зору можливості застосування основних положень цієї методики для визначення конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг принциповим є те, що відповідно до її основних положень порядок розрахунків показників рівня конкурентоспроможності за окремою групою параметрів чи окремим параметром, що впливають на рівень конкурентоспроможності продукції (I_j), повинен визначатись у кожному конкретному випадку залежно від виду продукції та складу і характеру параметрів, що обрані для визначення конкурентоспроможності.

Це особливо важливо для телекомунікаційних послуг, оскільки в їх складі існують різноманітні послуги, які суттєво відрізняються переліком і характером параметрів, що визначають їх конкурентоспроможність. Так, наприклад, якісні параметри послуг мовлення й Інтернет послуг будуть різними, різний рівень конкуренції на ринку фіксованого та мобільного зв'язку зумовлює різні чинники, що впливають на рівень конкурентоспроможності цих послуг, їх вагу тощо.

Тому, подальші дослідження у цьому напрямі повинні бути спрямовані саме на визначення найбільш вагомих чинників, які впливають на рівень конкурентоспроможності конкретних

телекомунікаційних послуг, а також методики визначення формалізованих виразів цього впливу, з метою використання їх в інтегральному показнику рівня конкурентоспроможності.

Зробимо висновки. Як показав виконаний аналіз існуючих методів кількісної оцінки конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг, вони мають істотні недоліки, які можуть знизити об'єктивність отриманих оцінок конкурентоспроможності та, в свою чергу, знизити якість управлінських рішень, що приймаються з урахуванням цих оцінок. Використання наведеної моделі, яка застосовується для оцінки конкурентоспроможності промислової продукції, дозволить повною мірою усунути визначені недоліки цих методів. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на конкретизацію основних положень цієї методики, яка враховує специфіку телекомунікаційної сфери та її послуг.

Література

1. *Звіт* щодо діяльності НКРЗ стосовно реалізації розвитку телекомунікацій, а також щодо стану телекомунікацій України протягом 2007 року. – К: НКРЗ, 2008. – 64 с.
2. *Булах І.В.* Оцінка конкурентоспроможності підприємства електрозв'язку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: **спец.** / І.В. Булах. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2008. – 20 с.
3. *Журан О.А.* Умови формування характеристик конкурентоспроможності підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: **спец.** / О.А. Журан. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2006. – 20 с.
4. *Дзюбинський А.В.* Механізм оцінки конкурентоспроможності послуг електрозв'язку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: **спец.** / А.В. Дзюбинський. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2003. – 20 с.
5. *Кононенко І.* Метод експрес-анализа конкурентоспособности продукции // Экономика Украины. – 1998. – №2. – С. 80-83.
6. *Методика* оценки уровня конкурентоспособности промышленной продукции. – М.: Изд-во стандартов, 1983.
7. *Осипов В.М.* Управління конкурентоспроможністю продукції металургійної галузі: (Монографія); за наук. ред. академіка Б.В. Буркинського – Одеса: Евен, 2005. – 296 с.
8. *Тихонов Р.М.* Конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Изд-во стандартов, 1985. – 176 с.
9. *Литвиненко А.Н., Татьянаенко М.А.* Методологические вопросы оценки экономических аспектов конкурентоспособности машиностроительной продукции // Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 1981. – С. 36-69.