

4. Веников В.А. Теория подобия и моделирования / В.А. Веников, Г.В. Веников. – М.: Высшая школа, 1984. – 439 с.
5. Клейнер Я.С. Информационные системы и технологии в менеджменте: учеб.пособ. для вузов / Я.С. Клейнер, И.Ю. Древицкая, В.В. Дорофиев. – Харьков: Основа, 1999. – 187 с.
6. Козак І.А. Концепція онтологічного моделювання інформаційних систем [Текст] / І.А. Козак // Моделювання та інформаційні системи в економіці: зб. наук. пр. / Відп. ред. В.К. Галіцин. 2008. – Вип. 78. – С. 83–93.
7. Корнеев И.К. Информационные технологии в управлении [Текст] / И.К. Корнеев, В.А. Маншурцев. – М.: Инфра-М, 2001. – 190 с.
8. Меньев М.Ф. Информационные технологии управления [Текст]: учеб. пособ. 3 кн. / М.Ф. Меньев. – М.: Омега-Л, 2003. – Кн. 3: Системы управления организацией. – 464 с.
9. Новак В.О. Інформаційнезабезпечення менеджменту: [навч. посіб.] / Новак В.О., Макаренко Л.Г., Глуцький М.Г. – К.: Кондор, 2007. – 462 с.
10. Пладис Р. Одна линейная модель оптимизации потоков информации / Пладис Р. – М.: Наука, 1968. – 246 с.
11. Пономаренко О.І. Системні методи в економіці, менеджменті, бізнесі: навч. посіб. / Пономаренко О.І., Пономаренко В.О. – К.: Либідь, 1995. – 240 с.
12. Раскин Л.Г. Многоиндексные задачи линейного программирования (теория, методы, приложения) [Текст] / Л.Г. Раскин, И.О. Кириченко. – М.: Радио и связь, 1982. – 240 с.
13. Русман И. Оптимизация потоков информации в задачах управления: Исследование потоков экономической информации / Русман И. – М.: Наука, 1968. – 146 с.
14. Твердохліб М.Г. Інформаційне забезпечення менеджменту [Текст]: навч. посіб. / М.Г. Твердохліб; Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2000. – 208 с.
15. Федотов Н.Н. Средства информационного обеспечения автоматизированных систем управления / Н.Н. Федотов, Л.Б. Венковский. – М.: Издательство стандартов, 1989. – 192 с.

*О.В. МИХАЙЛОВСЬКА,
к.е.н., Чернігівський державний інститут економіки і управління,
Л.С. ЛАДОНЬКО,
к.е.н., доцент, Чернігівський державний інститут економіки і управління,
Р.М. КУЛЕВЕЦЬ,
студент, Чернігівський державний інститут економіки і управління*

Прогнозно-аналітична оцінка конкурентоспроможності підприємств телекомунікаційної галузі

Стаття присвячена дослідженню теоретичного підґрунтя сутності поняття конкурентоспроможності, а також методам її оцінки. Деякі з методів дослідження конкурентоспроможності було розглянуто на прикладі підприємства телекомунікаційної сфери «Укртелеком».

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, телекомунікації, телекомунікаційні послуги, «Укртелеком».

Статья посвящена исследованию теоретических основ понятия конкурентоспособности, а также методам ее оценки. Некоторые из методов исследования конкурентоспособности были рассмотрены на примере предприятия телекоммуникационной сферы «Укртелеком».

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, телекоммуникации, телекоммуникационные услуги, «Укртелеком».

The article is devoted to the study of the theoretical foundations of the concept of competitiveness, as well as methods of assessment. Some of the research methods of competitiveness were considered by the example of telecommunication sector enterprise Ukrtelecom.

Постановка проблеми. В економічному сенсі конкуренція являє собою суперництво об'єктів підприємництва, зацікавлених у досягненні спільної мети. Функціонуючи в період глобалізації та стрімкого розвитку технологій, підприємства телекомунікаційної сфери є саме тими, на яких чекає поява нових конкурентів на національному та регіональному ринках телекомунікаційних послуг. Відтак вони зіштовхуються із проблемою підвищення конкурентоспроможності своїх послуг та компанії в цілому. Зазначене потребує своєчасної розробки та застосування заходів щодо утримання своїх позицій на ринку, їх збереження чи покращення. Необхідною умовою ефективності таких дій є проведення постійної діагностики телекомунікаційних операторів та провайдерів. Ключовим фактором діагностики є вибір методу дослідження конкурентоспроможності підприємства, за допомогою якого визначається її фактичний рівень [1].

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Аналіз наукових джерел свідчить, що конкурентоспроможність є багатогранною категорію, трактування якої впливає із визначення самої конкуренції – адже існує діалектичний зв'язок між двома поняттями.

Дослідженням проблеми конкурентоспроможності присвячені праці багатьох учених-економістів, таких як М. Портер, Р. Фатхудінов, В. Блонська, М. Данн, М. Юдін, А. Загородній, Г. Азоев та багато інших. В їхніх наукових працях розкрито різні підходи до трактування поняття.

Тлумачення терміну «конкуренція» досить різноманітні. Він походить від латинського *concurrere* і в перекладі означає «зіштовхуватися». Проте погляди науковців щодо детального тлумачення конкуренції автономно дещо різняться, і всі існуючі сьогодні визначення можна трактувати з погляду поведінкового, структурного чи функціонального підходів [2].

Поведінковий підхід розглядає конкуренцію як боротьбу, змагання, суперництво суб'єктів господарювання, що зацікавлені у досягненні єдиної мети. Суть поведінкового трактування конкуренції полягає в ринковій боротьбі за грошові ресурси покупця шляхом задоволення його постійно зростаючих потреб. Представниками даного підходу є А. Сміт, М. Портер, А. Юданов та інші.

Структурний підхід передбачає аналіз структури ринку, а також умов та факторів, що впливають на розвиток підприємства, акцентує увагу не на суперництві конкурентів один з одним, а на аналізі структури ринку, тих умов, в яких він існує. Дана концепція розглядає конкуренцію як процес, якому притаманні зміни властивостей, структури і функцій. Підхід був використаний у дослідженнях К. Макконелла, С. Брю, Ф. Шерера, Д. Росе, Дж. Мейсона, С. Авдашева, Н. Розанова та ін.

Функціональний підхід визначає роль конкуренції в економіці. Функціональна трактовка конкуренції – це суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним. При такому підході характерним є загострення уваги на важливості наслідків конкурентної боротьби. Представниками цього підходу вважають Й. Шумпетера, Ф. Хайека, В. Новикова та ін. [3, 4].

Отже, з економічного погляду конкуренція розглядається в трьох аспектах:

1. Як змагання економічних суб'єктів заради виграшу в досягненні схожої мети (тобто як ступінь боротьби на ринку).
2. Як процес, якому притаманні зміни функцій, структури та властивостей та за яким може визначатися тип галузевого ринку.
3. Як саморегулюючий елемент ринкового механізму.

Мета статті полягає у дослідженні термінів «конкуренція» та «конкурентоспроможність»; застосуванні окремих методів оцінки телекомунікаційного ринку України; визначенні основних шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності ПАТ «Укртелеком».

Виклад основного матеріалу. На основі існуючих трактувань можна стверджувати, що конкурентоспроможність – це комплекс споживчих, цінових, управлінських та інших характеристик, що є привабливими для споживача та забезпечують комерційний успіх від діяльності в умовах конкуренції, а також здатність адаптуватися до змін на внутрішніх і зовнішніх ринках та вміння трансформувати їх у конкурентні

переваги. Аналіз термінів «конкуренція» та «конкурентоспроможність» показав, що вони є багатоаспектними та взаємопов'язаними: конкурентоспроможність оцінюється рівнем конкуренції окремих підприємств та їхніх послуг.

Отже, поняття конкурентоспроможності змінюється не в останню чергу від рівня конкурентних відносин та розвитку ринку, на якому ці відносини відбуваються. До умов, що постійно змінюються, необхідно пристосовуватися. Відповідно утримання конкурентних позицій і навіть визначення власних можливостей підприємства у конкурентній боротьбі та досягнення високих результатів стає все складнішим.

У ринковій системі господарювання підприємства орієнтуються на задоволення потреб ринку, на вимоги споживачів та виробництво тільки тієї продукції, що користується попитом і може принести необхідний для подальшого розвитку прибуток. За таких умов конкурентоспроможність стає ключовою економічною категорією, яка відображає економічні, науково-технічні, виробничі, організаційні, управлінські та інші можливості підприємства. Ці можливості реалізуються в продукції та послугах, що конкурують з аналогами на внутрішньому та зовнішньому ринках [5].

Методологічну основу дослідження конкурентоспроможності складають низка методів, прийомів і принципів наукового дослідження. Серед методів найбільш поширеними є:

- матричний (SWOT-аналіз, матриця Ансоффа, матриця McKinsey, матриця БКГ);
- структурний і функціональний (методика консультаційної американської фірми Dun & Bradstreet);
- порівняльних переваг;
- інтегральної оцінки;
- графічний;
- заснований на засадах теорії мультиплікатора;
- заснований на теорії якості товару.

Також застосовують бальну оцінку конкурентоспроможності, яка полягає у складанні відповідних таблиць, оцінці показників та їх порівняння із підприємствами-конкурентами [6].

Кожен із методів має свої переваги та недоліки. Так, наприклад, інтегральний метод є простим та наочним, дає змогу отримати однозначні оцінки конкурентоспроможності виробництва, однак не є придатним для підприємств з великою номенклатурою товарів. Натомість метод, що заснований на засадах теорії мультиплікатора, дає змогу оцінити значну кількість показників підприємства, але є дуже громіздким і не завжди об'єктивним.

Попри розбіжності складу факторів та показників, які необхідно враховувати при оцінці конкурентоспроможності підприємств, сталим для будь-якого методу є першочергове дотримання таких принципів: системність, об'єктивність, оптимальність, динамічність та конструктивність.

У рамках дослідження декілька з існуючих методів оцінки конкурентоспроможності розглянемо на прикладі компанії, що працює у сфері телекомунікаційних послуг (а саме ПАТ «Укртелеком»).

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Варто зазначити, що телекомунікаційна сфера в Україні є одним із найбільш динамічних елементів в економіці країни, ринок знаходиться на стадії свого насичення, споживач стає вибагливішим, а швидкість змін вражає. Так, на початок 2012 року до Реєстру операторів, провайдерів телекомунікацій України були занесені 2398 суб'єктів господарювання, в тому числі 1738 операторів і 660 провайдерів. За 2011 рік до реєстру занесені 217 операторів і 226 провайдерів [7, 1].

Завдяки темпам, з якими розвивається в останні роки телекомунікаційна галузь, вона стає одним із найбільш прибуткових секторів економіки. Про це свідчать відповідні дані: у 2011 році загальні доходи телекомунікаційної галузі становили 46,2 млрд. грн. (у порівнянні з 2010 роком збільшення становило 6%); збільшення доходів галузі в 2011 році зумовлено збільшенням доходів від надання послуг мобільного зв'язку (+2,2 млрд. грн.) та доступу до мережі Інтернет (+0,5 млрд. грн.), що демонструє певну тенденцію.

ПАТ «Укртелеком» займає особливе місце на телекомунікаційному ринку України, надає всі види сучасних телекомунікаційних послуг, починаючи з фіксованого зв'язку та Інтернету і закінчуючи мобільним зв'язком за технологією UMTS/WCDMA. Але, як було зазначено, дане підприємство функціонує в умовах високої конкуренції, що спонукає до проведення аналізу діяльності інших операторів та вдосконалення і впровадження ексклюзивних видів послуг.

Варто зазначити, що фінансові справи компанії погіршувалися до моменту приватизації, яка відбулася у 2011 році (92,79% акцій стали власністю австрійських інвесторів). Також у 2011 році активи мобільного зв'язку були переведені в окрему компанію, що дозволило ПАТ «Укртелеком» отримувати стабільні доходи (не в останню чергу завдяки ексклюзивним правам на надання послуги 3G). Після приватизації ПАТ «Укртелеком» зміг утримати свої лідерські позиції на ринку та залучити інвестиції, що дозволило збільшити дохід і, як наслідок, отримати у 2012 році перший за останні п'ять років прибуток.

Безперечно, сильними сторонами даного підприємства є надання послуг доступу до мережі Інтернет та фіксованої телефонії. Товариство займає домінуюче становище на зазначе-

ному ринку, обслуговуючи 9,7 млн. абонентів (на кінець 2011 року компанії належить 80% ринку послуг фіксованого зв'язку за кількістю споживачів). У 2011 році доходи товариства від цього напрямку бізнесу становили 5,9 млрд. грн., тобто 73% всіх доходів компанії. Однак частка фіксованої телефонії у структурі доходів товариства постійно зменшується внаслідок збільшення доходів від надання послуг доступу до мережі Інтернет і мобільного зв'язку та зменшення доходів від надання послуг фіксованої телефонії, що є всесвітньою тенденцією.

ПАТ «Укртелеком» контролює 22% ринку комп'ютерного зв'язку. У 2011 році доходи товариства від надання послуг доступу до мережі Інтернет та передавання даних збільшилися на 113 млн. грн. (+8% у порівнянні з попереднім роком). Головним чинником цього розвитку є значне збільшення кількості абонентів. Так, незважаючи на агресивну конкуренцію, в останньому році товариство ПАТ «Укртелеком» збільшило кількість споживачів послуги «ОГО!» на 209 тис. – приріст абонентської бази був більшим, ніж у будь-якого іншого оператора на ринку (основні гравці на ринку інтернет-провайдерів представлені на рис. 1).

ПАТ «Укртелеком» – єдина компанія в Україні, яка отримала ліцензію на надання послуг мобільного зв'язку третього покоління за технологією UMTS/WCDMA – вона дозволяє споживачам отримувати більшу швидкість доступу до мережі Інтернет у порівнянні з технологіями GPRS та EDGE. Недаремно ПАТ «Укртелеком» значно збільшило кількість абонентів мобільного зв'язку – за 2011 рік абонента збільшилася на 159 тис. абонентів (+25% у порівнянні з попереднім роком) (рис. 2). Збільшення доходів від надання послуг мобільного зв'язку також зумовлене збільшенням доходів від додаткових послуг, зокрема від послуг мобільного доступу до мережі Інтернет [8]. Зростання попиту на дані послуги пояснюється як збільшенням кількості портативних мобільних пристроїв у споживачів (смартфонів, ноутбуків та планшетів), так і створенням привабливих пропозицій мобільним оператором.

На основі аналізу телекомунікаційного ринку, а також даних щорічного звіту ПАТ «Укртелеком» [8] було проведено оцінку конкурентоспроможності за допомогою двох методів – багатокритеріального (рис. 3–5) та SWOT-аналізу.

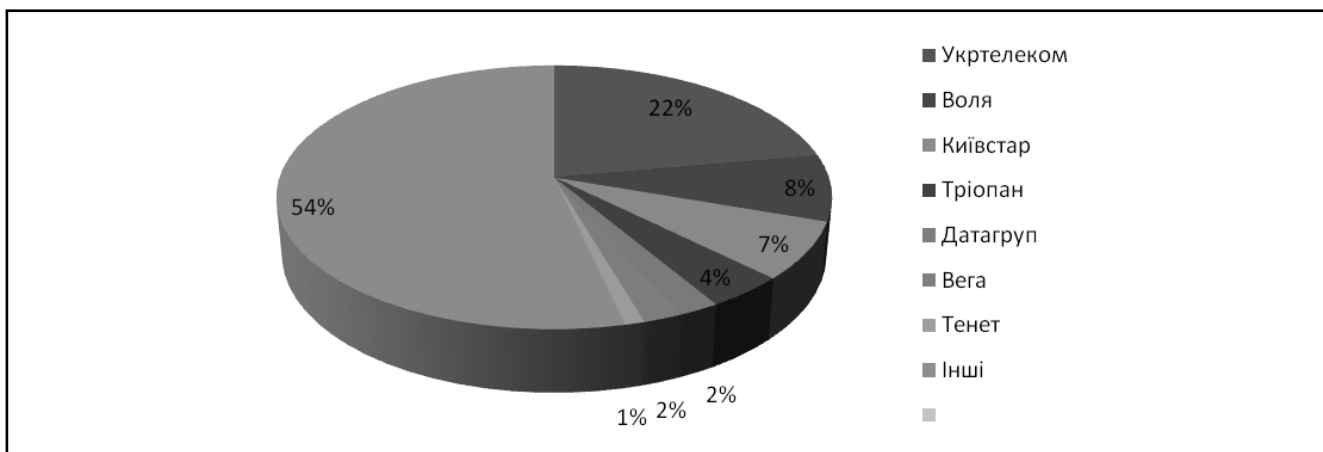


Рисунок 1. Частки ринку основних інтернет-провайдерів за 2011 рік (за кількістю абонентів)

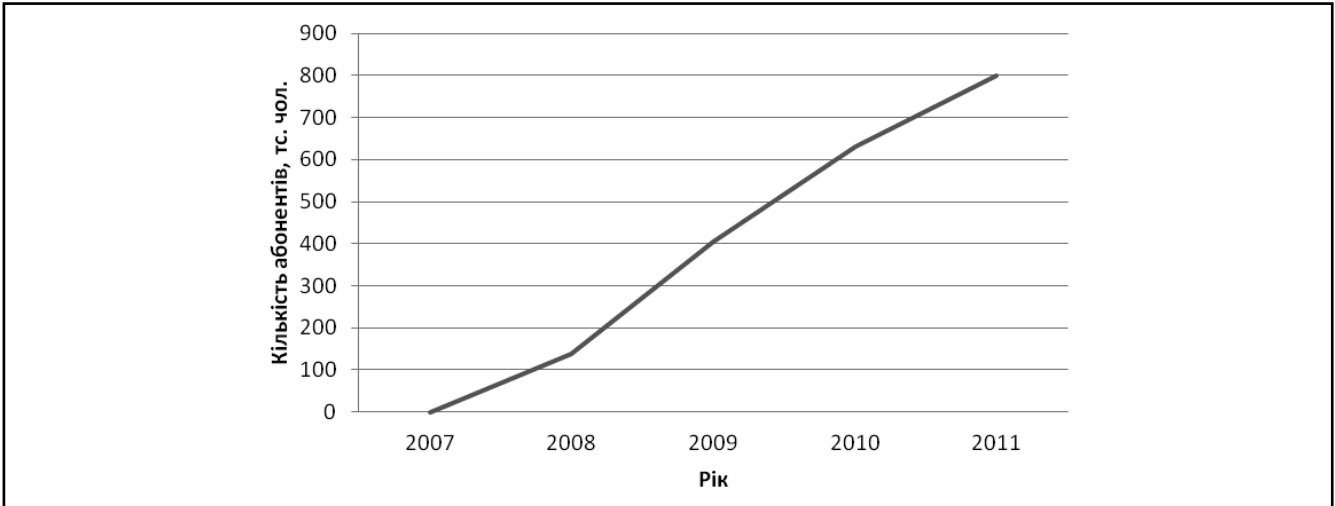


Рисунок 2. Динаміка зростання кількості абонентів мобільного зв'язку

Метод багатокутників використовують для оцінки конкурентоспроможності як окремих товарів так і фірм, галузей. Чим більша площа багатокутника, тим вище показники конкурентоспроможності [6].

Додаткова інформація щодо діяльності ПАТ «Укртелеком» [8] та побудовані багатокутники дозволяють застосувати

методологію SWOT-аналізу для подальшої оцінки конкурентоспроможності товариства (див. табл.). Перед тим як приступити до побудови комплексної матриці, були визначені головні чинники привабливості та ризику компанії. Надалі обрані основні параметри для побудови матриці SWOT-аналізу із бальною шкалою.

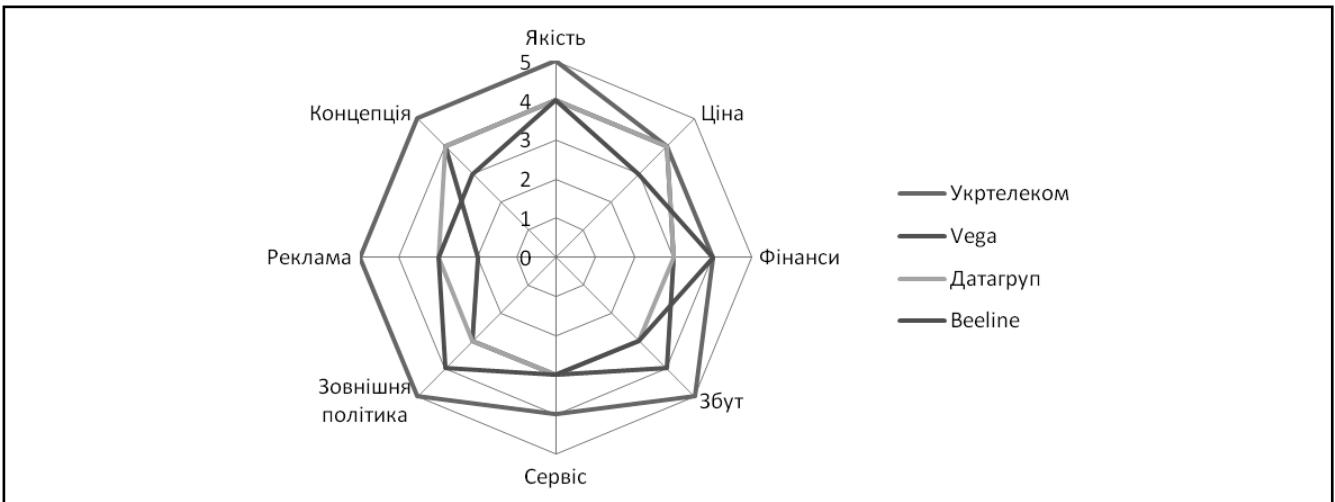


Рисунок 3. Багатокутник конкурентоспроможності фіксованого зв'язку

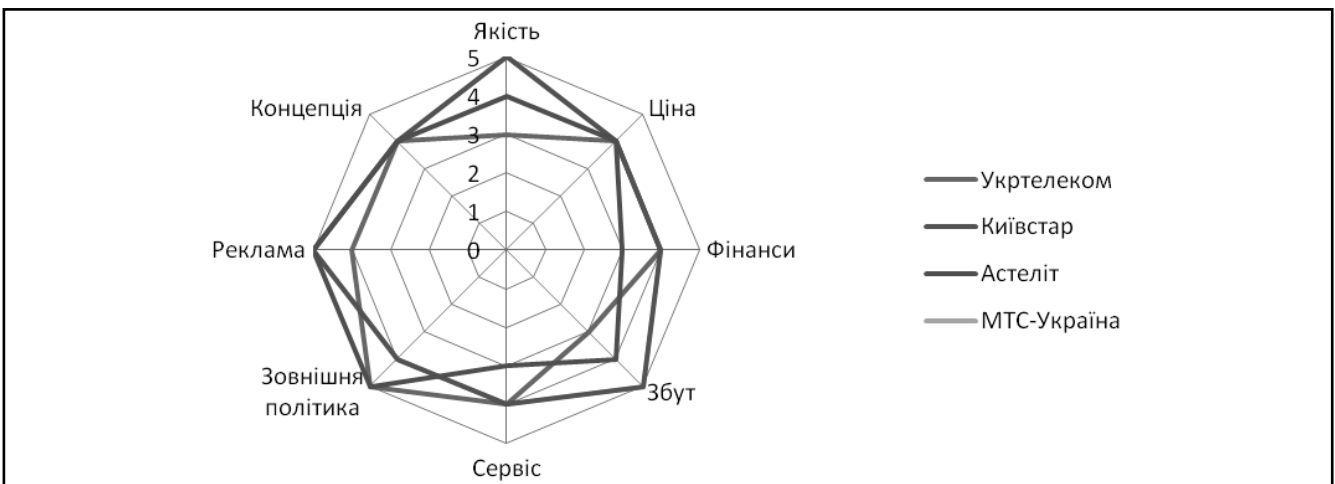


Рисунок 4. Багатокутник конкурентоспроможності мобільного зв'язку

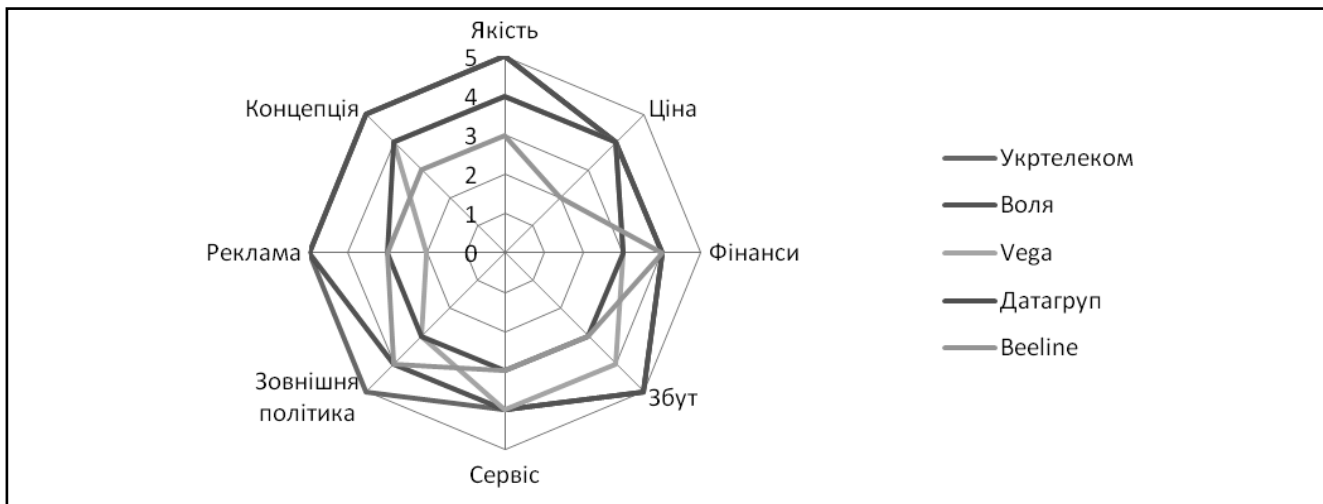


Рисунок 5. Багатокутник конкурентоспроможності інтернет-зв'язку

Розрахована матриця SWOT-аналізу

S	Бал	Коэф.	O	Бал	Коэф.
1. Лідерство на ринку фіксованого зв'язку	9	4,59	1. Завоювання ринку мобільного зв'язку	9	4,59
2. Висока якість послуг	8	2,1	2. Подальше освоєння інтернет-технологій	8	2,1
3. Наявність ліцензій на надання послуг мобільного зв'язку третього покоління у стандарті UMTS	7	0,91	3. Зниження цін на взаємодоповнюючі товари і послуги	6	0,32
4. Великий досвід роботи на ринку послуг	5	0,16	4. Впровадження нових технологій	6	0,32
5. Забезпечує майже всіма видами телекомунікаційних послуг	6	0,38	5. Залучення приватного та іноземного капіталу	7	0,86
СУМА = 8,15			СУМА = 8,17		
W			T		
1. Складна організаційна структура управління	7	1,82	1. Зменшення частки на ринку стаціонарного зв'язку	8	2,77
2. Перевищення збитків над прибутком через великі операційні та адміністративні витрати	8	4,08	2. Агресивна політика конкурентів в ІТ-області	7	1,1
3. Великі витрати на обслуговування мережі	6	0,7	3. Ускладнення умов проведення нових магістральних та зовнішніх каналів	6	0,43
4. Негнучка тарифна політика на фіксований зв'язок	5	0,3	4. Зниження купівельної спроможності населення	5	0,18
5. Сталі штампи та шаблони поведінки у роботі	5	0,3	5. Поява нових конкурентів	8	2,77
СУМА = 7,17			СУМА = 7,20		

За результатами проведеного SWOT-аналізу видно, що сильні сторони ПАТ «Укртелеком» мають більший показник у порівнянні зі слабкими сторонами та загрозами. Сума сильних сторін та можливостей також досить переконливо (мін. 1) переважає слабкі сторони та загрози.

Висновок

ПАТ «Укртелеком» працює з позитивним результатом і є конкурентоспроможним товариством на ринку телекомунікаційному послуг. Для підтримки конкурентних позицій у майбутньому великого значення набувають: 1) інноваційний розвиток та раціональне використання інноваційного потенціалу; 2) удосконалена маркетингова діяльність усіх підрозділів; 3) застосування механізмів фінансового оздоровлення; 4) постійний запуск в експлуатацію мережі нових послуг на базі нових технологій; 5) підписання договорів з іноземними компаніями; 6) конкурентне вирівнювання цін тощо.

Відзначимо, що процес приватизації 2011 року не був останньою зміною власників ПАТ «Укртелеком». У червні 2013 року фінансово-промислова група System Capital Management (СКМ) придбала у австрійської групи EPIC 100% акцій компанії Telecominvest Limited (їй належать корпоративні права на компанію «ЕСУ», яка, своєю чергою, має 92,3% акцій ПАТ «Укртелеком»). СКМ уже належить оператор фіксованого зв'язку – телекомунікаційна група Vega, а також компанія є міноритарним акціонером «Астеліт» [9]. Отже, подальший розвиток ПАТ «Укртелеком» у сфері мобільного зв'язку можливий – адже за сучасних тенденцій необхідно змінювати відповідні акценти, а нові власники товариства мають досвід у даному напрямі та зможуть вивести монополіста зв'язку на новий рівень розвитку. Із сучасних продуктів даної галузі вже впроваджується та розвивається: запуск цифрового телебачення, офісні телекомунікаційні послуги у «хмарі», телефонія, електронна пошта, зберігання та управління файлами, публікація інформації в Інтернеті.

Список використаних джерел

1. Черний Н.К. Методы диагностики конкурентоспособности предприятий связи [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Economics/10_111386.doc.htm

2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М., 2000. – С. 14–15.

3. Нурмухаметов Н.Н. Эволюция теоретических взглядов на «конкуренцию» и «конкурентоспособность». – Вестник КАСУ, 2008. – №4. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: <http://www.vestnik-kafu.info/journal/16/591/>

4. Леган І.М. Конкуренція та конкурентоспроможність на ринку праці: концептуалізація базових понять. Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка», 2012 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2012_2/105.pdf

5. Савченко С. Конкурентоспроможність підприємства. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: <http://zavanta.com/docs/609/index-397995-1.html>

6. Оснач О.Ф. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: http://pidruchniki.ws/19570411/marketing/metodi_otsinyuvannya_konkurentospromozhnosti_pidpriyemstva

7. Звіт щодо діяльності НКРЗ та стану телекомунікацій в Україні за 2011 рік. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: http://www.nkrz.gov.ua/img/zstored/File/2011_zvit_nkrz.pdf

8. Укртелеком сьогодні. Офіційний сайт Укртелеком. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: http://www.ukrtelecom.ua/about/today/annual_reports

9. Інтернет видання Bigmir.net [Електрон. ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: <http://finance.bigmir.net/news/economics/34818-Ahmetov-kupil-Ukrtelekom>

УДК 658.511.4:303.725.33:633.85

Ю.С. СИНИЦЯ,
асистент, Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва,
С.М. КОНЦЕБА,
к.е.н., ст. викладач, Уманський національний університет садівництва

Застосування дискримінантного аналізу для оцінки ефективності виробництва насіння ріпаку

У статті розглянуті питання доцільності застосування дискримінантного аналізу для оцінки ефективності виробництва сільськогосподарської продукції. Розкрито методу дискримінантного аналізу на прикладі аналізу ефективності виробництва насіння ріпаку в сільськогосподарських підприємствах зони Лісостепу. Проведено апробацію отриманої моделі дискримінантного аналізу на прикладі окремих ріпакосеючих підприємств зони Лісостепу.

Ключові слова: дискримінантний аналіз, ефективність, насіння ріпаку, виробництво.

В статье рассмотрены вопросы целесообразности применения дискриминантного анализа для оценки эффективности производства сельскохозяйственной продукции. Раскрыта методика дискриминантного анализа на примере анализа эффективности производства семян рапса в сельскохозяйственных предприятиях Лесостепи. Проведена апробация полученной модели дискриминантного анализа на примере отдельных рапососеющих предприятий Лесостепи.

Ключевые слова: дискриминантный анализ, эффективность, семена рапса, производство.

The article deals with the problem of the appropriate use of discriminant analysis to evaluate the efficiency of agricultural production. The methods of discriminant analysis

on the example of the analysis of the efficiency of rape seed Lisostep zones have been demonstrated. The testing of the model of the discriminant analysis on the example of some rape producing enterprises of Lisostep zones has been performed.

Keywords: discriminant analysis, efficiency, rape seed, production.

Постановка проблеми. Одним з основних завдань стабільного розвитку аграрного сектору економіки в Україні є підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва в цілому та окремих його галузей, зокрема ріпаківництва. Наявність в Україні сприятливих ґрунтово-кліматичних умов для вирощування озимого та ярого ріпаку, значний економічний потенціал створюють необхідні умови для організації ефективного виробництва насіння цієї культури.

Необхідність якомога точної оцінки економічної ефективності виробництва насіння ріпаку та уникнення недоліків, характерних для традиційних методик оцінки економічної ефективності, дає можливість застосування сучасних економетричних методів аналізу. Результати досліджень дають змогу стверджувати, що найбільш ефективною в цьому плані є методологія дискримінантного аналізу, яка ґрунтується на емпірично-індуктивному способі дослідження та широ-