

2.5. Політика розвитку бізнес-взаємодії підприємств галузі зв'язку з партнерами ринку інформаційного бізнесу України в умовах е-економіки

Інформаційне суспільство є найвищою стадією розвитку після індустріального, яке об'єктивно виникає у процесі суспільного розвитку та має особисті характеристики. Цей процес обумовлює якісно більш вищий рівень виробничих сил, заміну їх складу, усунення обмежень відносно накопичування та використання інформаційних ресурсів, підвищення динамізму соціальних процесів та прискорення суспільного та науково - технічного прогресу.

Враховуючи основні положення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні в основу побудови інформаційного суспільства покладені процеси автоматизації, комп'ютеризації організаційно-виробничих заходів на всіх рівнях суспільного господарювання та управління, розробка та використання інформаційних технологій, а саме процеси інформатизації. [1]

Найбільш повне та суттєве тлумачення поняття інформатизації надано у Законі України «Про національну програму інформатизації». В ньому наголошується, що «інформація є сукупністю взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, які направлені на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян та суспільства на основі створення розвитку та використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки». [2]

Таке тлумачення інформатизації повністю співпадає з поняттям та баченням напрямків побудови інформаційного суспільства практично всіма провідними державами світу. В умовах побудови інформаційного суспільства галузь зв'язку відіграє важливу роль.

Галузь зв'язку залишається однією з найстабільніших та таких, що динамічно розвивається, серед галузей економіки, та забезпечує достатньо високі темпи росту послуг зв'язку, покращення їх якості та впровадження нових послуг, технологій, розвитку мереж зв'язку.

Сьогодні ПАТ «Укртелеком» - це національний оператор телекомунікацій України, який надає послуги починаючи від класичної дротової телефонії, доступу до мережі Інтернет,

цифрового IP телебачення до мобільного зв'язку третього покоління стандарту UMTS.

Товариство надає наступний спектр телекомунікаційних послуг:

- інтернет;
- мобільний зв'язок;
- місцевий телефонний зв'язок;
- Дата-Центр (послуги Hosting та Collocation);
- відомча телекомунікаційна мережа;
- відеоконференцзв'язок;
- скорочені телефонні номери;
- ISDN;
- послуги передавання даних;
- послуга 800;
- послуга 900 (аудіотекс);
- послуги контакт-центру;
- канали для передавання програм та мовлення;
- міжміський телефонний зв'язок;
- міжнародний телефонний зв'язок;
- SIP-телефонія;
- додаткові послуги міжміського та міжнародного телефонного зв'язку;
- аудіотекс;
- послуги таксофонів;
- телеграфний зв'язок;
- послуги проводового радіомовлення.

Для операторів та провайдерів ПАТ «Укртелеком» надає додатково наступний спектр послуг:

- обмін трафіком;
- телефонна каналізація;
- цифрові канали електрозв'язку;
- місцеві канали.

Для національних операторів IP-телефонії - мережний транзит.[3]

Дослідження оцінки ефективності використання телекомунікаційних засобів, проведених в різних галузях національного господарства, свідчать про значний вигравш, отриманий споживачами послуг. А саме, використання зв'язку на транспорті в 1,5-2 рази збільшує його пропускну спроможність, в сільському господарстві оснащення засобами зв'язку збільшує ефективність використання машин на 25%, зменшує збитки робочого часу на 20-40%, в будівництві - продуктивність праці зростає на 15% тощо.[4]

Для визначення конкурентоспроможності різних країн з економікою до числа важливих показників відносяться: частка вкладень в галузь зв'язку в загальній сумі капітальних вкладень, телефонна щільність на 100 мешканців, кількість факсів на 1000 мешканців, час вихідних телекських повідомлень в хвилину на одного мешканця, ступінь задоволення потреб в забезпеченні інформаційного простору, тощо.

За період з 2002 по 2008 роки обсяги доходів від реалізації послуг зв'язку щорічно в середньому зростали на 28,3%. Проте, у 2009 році доходи у порівнянні з попереднім роком зросли лише на 0,4%, а у 2010 у порівнянні з 2009 роком – на 2,4% , 2011- 1,8% та 2012 – 1,6%.[3]

Аналіз динаміки доходів галузі за окремими сегментами свідчить про суттєве уповільнення темпів зростання доходів від надання телекомунікаційних послуг та збереження позитивної динаміки зростання доходів від надання послуг поштового зв'язку. Якщо за 2006 – 2008 роки зростання доходів від надання телекомунікаційних послуг щорічно становило у середньому 16,8%, то в 2009 році вони у порівнянні з попереднім роком зменшились на 0,7%, а в 2010 році порівняно з 2009 роком зросли лише на 1,7% (з 42,9 до 43,6 млрд. грн.).

У структурі доходів галузі зв'язку частка доходів від надання телекомунікаційних послуг зменшилась з 95% у 2006 році до 90% у 2012 році.

По перше такі зміни в діяльності підприємства пов'язані з тим, що на сьогоднішній день телекомунікаційні послуги зазнали значних змін, пов'язані з активізацією розвитку інфокомунікаційних технологій, в результаті чого склалася ситуація, яка характеризується наявністю на ринку послуг зв'язку традиційних загальнодоступних послуг (фіксована міська і сільська телефонія) і нових послуг (мобільний зв'язок, Інтернет, SIP-телефонія та IP-телебачення і т.п.).

По друге, це реорганізація організаційно - правової форми власності підприємства. Підгалузь електрозв'язку в Україні, як і в усьому колишньому СРСР, значно відставала від розвинених країн як за рівнем технологій, так і за рівнем забезпечення попиту на послуги зв'язку. Магістральні лінії зв'язку були майже всі аналоговими, виключно на металевому кабелі. Телекомунікаційне обладнання було застарілим та відставало від актуального стану техніки на кілька десятків років. За основними показниками розвитку зв'язку Україна займала шосте місце серед республік колишнього СРСР.

Для більш ефективного управління галуззю зв'язку та вдосконаленням організаційної структури було здійснено її реорганізацію. Міністерство зв'язку залишилось без мобільних активів. Цей крок не тільки знизив вартість ВАТ «Укртелеком», але і підірвав перспективи його розвитку - у той час всім вже було очевидно, що майбутнє за мобільним, а не за стаціонарним зв'язком. Експерти сходились у думці, що продаж контрольного пакету акцій ЗАО «UMS» було стратегічною помилкою держави, яка суттєво знизила ринкову вартість ВАТ «Укртелеком».

В 2004 році Генеральна Прокуратура України звернулась до Господарського Суду м. Києва з позовом про скасування результатів продажу контрольного пакету акцій ЗАО «UMS», посилаючись на положення Державної програми з приватизації на 2000-2002 роки, але суд відмовив в задоволенні позову.[5]

Після цього в 2004 році була здійснена чергова спроба продажу ВАТ «Укртелеком», яка нічим не закінчилась. Починаючи з 2005 року ВАТ «Укртелеком» неодноразово готували до конкурсу але постійна політична нестабільність та непогодженість позицій між всіма гілками влади відкладала цей процес.

Розпорядженням №1948 від 12 жовтня 2010 року Кабінету Міністрів України затвердив умови проведення конкурсу з продажу акцій ВАТ «Укртелеком», та ФДМУ призначив дату проведення конкурсу на 28 грудня 2010 року зі стартовою ціною 10,5 млрд грн.

Але, в зв'язку з жорсткими обмежуваннями щодо учасників конкурсу, а саме недопущені до конкурсу компанії з державною часткою в капіталі понад 25% (наприклад Deutsche Telekom) та компанії із часткою доходу більш ніж 25% від загального ринку телекомунікацій в будь якій країні (наприклад «Київстар», а також великими проблемами в товаристві (починаючи з 2007 року ВАТ «Укртелеком» показує негативний фінансовий результат, великі борги по наданим кредитам тощо), заяву на покупку акцій ВАТ «Укртелеком» надала лише одна компанія - Австрійській інвестиційний фонд «ЕРІС» та внесла відповідний внесок для участі у конкурсі. В зв'язку з цим ФДМУ вимушений був провести конкурс з одним учасником.

ФДМУ замовив незалежну оцінку вартості активів ВАТ «Укртелеком» (проводив її ТОВ «Острів»), який оцінив вартість 92,79 % пакету акцій товариства у 10 млрд. 575 млн. 100 тис. грн.. Австрійська компанія «ЕРІС» дала згоду та перерахувала кошти двома траншами, а саме перший 8 квітня 2011 року в розмірі 4, 237 млрд. грн. та другий 10 травня 2011 року в розмірі 5,3 млрд. грн. (раніше для участі в конкурсі було виплачено 1,050 млрд. грн.).

11 травня 2011 року ФГМУ передав Австрійському інвестору пакет акцій 92,79 % ВАТ «Укртелеком» та підписав відповідний акт. З цього дня держава перестала володіти активами ВАТ «Укртелеком» та вони перейшли (92,79%) Австрійській компанії «ЕРІС». Так закінчилась довготривала, більш ніж 10 років, епопея з приватизації державного монополіста ВАТ «Укртелеком».

Сьогодні ПАТ «Укртелеком» — це підприємство, організаційна структура якого сформована за вертикальним принципом управління фінансами, технологічними процесами, персоналом. З 2011 року ВАТ «Укртелеком» перейшов на дворівневу систему управління компанією. При цьому, в регіональних філіях відбулась централізація функцій бухгалтерського обліку, фінансів, кадрового обліку, управління персоналом, юридичного забезпечення. В центрах відповідальності (відокремлені структурні підрозділи) залишились тільки виробничі функції.

До складу товариства входять 33 філії, в тому числі 27 регіональних філій з більш ніж 400 відокремленими структурними підрозділами. Функціонують організаційні спеціалізовані структури з експлуатації первинної мережі зв'язку; експлуатації місцевих мереж зв'язку та радіофікації, обслуговування споживачів та продажу послуг.[6]

На сьогоднішній час ПАТ «Укртелеком» є одним з найперших операторів, які почали використовувати технологію надання мобільного зв'язку 3G покоління. Бізнес партнером у розвитку напрямку мобільного зв'язку є ТОВ «Тримоб», яке здійснює надання послуг мобільного зв'язку, а саме: Інтернет послуг, голосової телефонії, відеотелефонії та інших мобільних сервісів.

Враховуючи досвід світових тенденцій Укртелеком здійснює розвиток агентської та дилерської мережі, за допомогою якої розширюється база споживачів. Агент — це людина (не працівник Укртелекому), який продає послуги Укртелекому за винагородження.

Реклама є одним з найважливіших напрямків концептуального розвитку і створення фірмового стилю ПАТ «Укртелеком», що в своїй практиці використовує ряд агентств, за допомогою яких здійснює маркетингові заходи, що сприяють наповненню бази.

Незважаючи на те, що оператори та провайдери є конкурентами в наданні телекомунікаційних послуг Укртелеком успішно взаємодіє з ними з питань розміщення орендного обладнання, пропуск вхідного навантаження телефонного зв'язку та мережі передавання даних, оренда каналізації.

Одним з найважливіших питань товариства є зниження дебіторської заборгованості. В даному напрямку є партнерами банківські установи за допомогою яких здійснюється збір коштів за надані послуги та інші розрахунково-касові операції.

Укртелеком приймає участь у програмі соціальної підтримки пільгової категорії громадян, забезпечуючи їх телекомунікаційними послугами, співпрацює з Департаментом праці та соціальної політики та з бізнес - партнером ВАТ «Обленерго» за кліринговим принципом (рис.1.)

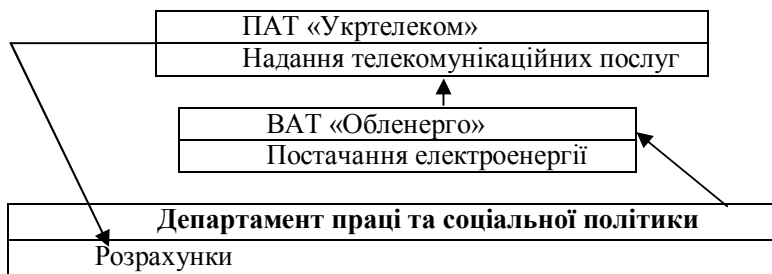


Рис.1.Бізнес-взаємодія партнерів ПАТ «Укртелеком» за кліринговим принципом

З метою виключення людського фактору та мінімізації витрат на виробництво експлуатації Укртелеком використовує безліч програмних засобів, за допомогою яких здійснює керування станціями, обліковує технічні дані, обліковує та тарифікує обсяг наданих послуг, документообіг.

Необхідно зазначити, що обмін інформацією здійснюється цілісно з одного програмного забезпечення в інший.

Враховуючи важність своєчасного виконання тих або інших завдань Укртелеком в особі Одеської філії одним з перших втілює електронний документообіг. Це програмний продукт, який дає змогу в першу чергу замінити паперові носії та активно контролювати та впливати на кінцевий результат виконання

Основними постачальниками програмних забезпечень є наступні фірми:

- «Інран телеком» - ПЗ АСКР (Автоматизована система комплексних розрахунків);
- «Рико» - ПЗ АСТЛО (Автоматизована система технічного та лінійного обліку);
- «Приоком» - ПЗ УС (Універсально система);

- «Парус» - ПЗ Парус (Автоматизована система фінансового документообігу)

- «1С» - ПЗ 1С Зарплата (Зарплата та управління персоналом);

- «Софтлайн» - ПЗ Мегаполіс (документообіг).

Основними постачальниками обладнання широкосмугового доступу до мережі Інтернет є наступні фірми: «Huaawei» - Китай, «Iskratel» - Словенія, «Есі» - Ізраїль.

Основними постачальниками обладнання опорної мережі передавання даних є наступні фірми: «Циско» - США, «Джуніпер», «ЗТЕ» - Китай.

Основними постачальниками комутаційного обладнання є наступні фірми: Siemens «EWS» - Німеччина, «Квант Е» - Рига, Фарлеп «F1500» - Україна.[7]

Одним із важливих партнерів ПАТ «Укртелеком» є УДППЗ «Укрпошта» та ТОВ «Укркур'єр», які сприяють своєчасній доставці до абонентів рахунків за надані послуги, листів та ін. інформаційної кореспонденції.

Укртелеком веде прозору цінову політику, що підтверджує співпраця з Державною інспекцією по контролю за цінами, яка контролює ціни на послуги, а також узгоджує підвищення цін.

Міжнародні оператори зв'язку мережі Інтернет, які продають послуги з організації передавання даних у міжнародному сегменті: Level 3, Telia Sonera, Global Cross.

Взаємовигідне співробітництво ПАТ «Укртелеком» з іншими організаціями має дати позитивні та ефективні зрушення в діяльності галузі зв'язку на території України. Створення бізнес-взаємодії в мережевій структурі, практично не змінюючи організаційно-правову форму підприємства, повинно входити до пріоритетних стратегічних цілей галузей зв'язку. Але треба зазначити, що в даній моделі зв'язки спрямовані тільки в двосторонній спрямованості, тобто від ПАТ «Укртелеком» до кожного з учасників бізнес-взаємодії.

Прикладом співробітництва ПАТ «Укртелеком», мобільних операторів, УДППЗ «Укрпошта» є доставка клієнтам лікарських засобів за системою «Ліки поштою».

Наприклад, клієнту знадобився лікарський засіб, а поблизу нема аптечного закладу, тоді клієнт може звернутися до найближчого відділення поштового зв'язку. Наразі наявності необхідних медикаментів, клієнт купує медикаменти, в іншому випадку він може замовити необхідні ліки. Після отримання замовлення клієнтом УДППЗ «Укрпошта» зв'язується з аптечним закладом та робить заказ на необхідні ліки, чи відправляє заказ за допомогою Інтернет.

Завдяки оператору мобільного зв'язку, ВАТ «Укртелеком» зв'язок між учасниками взаємодії може бути дешевшим, також як і послуги Інтернету чи стаціонарного зв'язку. Ліки будуть доставлені на УДППЗ «Укрпошта» автомобільним транспортом; припустимо що це не транспорт УДППЗ «Укрпошта», а транспорт від автотранспортної фірми, (транспорт може бути спільним і задовольняти всіх учасників взаємодії). Також завдяки мобільним операторам можливо прослідити місце знаходження автомобіля. Після доставляння ліків відбувається оплата за послугу. В цьому процесі бере участь банківська установа, яка забезпечує фінансовий потік. Гроші завдяки програмному забезпеченню потрапляють на рахунки учасників, які брали участь у наданні послуги, а рахунки ці відкриті в банківській установі.

Треба зазначити, що клієнт міг замовити послугу «ліки-поштою» за допомогою Інтернет, в цій ситуації ті ж самі учасники будуть брати участь в реалізації цього процесу. Якщо ж ліки дуже рідкісні і знаходяться, наприклад, у зовсім іншому регіоні України, то в даному випадку можна скористатися послугами Укрзалізниці, а якщо необхідно привезти ліки з закордону, тоді авіа чи морськими транспортними компаніями, які теж можуть стати партнерами «Укртелекому».[9,10]

Таким чином, технологічний процес реалізації послуги поділений на блоки, де кожний учасник виконує свою роль, – частину цього процесу. Можна зробити висновок, що бізнес-партнери забезпечують матеріальні, фінансові та інформаційні потоки, що є складовими логістичного потоку.

Таких прикладів надання послуг за участю бізнес-партнерів ПАТ «Укртелеком» можна навести багато, але всі вони свідчать про ефективну бізнес-взаємодію, яка забезпечує зниження витрат та підвищення економічних показників кожного учасника.

Як показали дослідження історичних етапів діяльності ПАТ «Укртелеком» - це сучасне підприємство що має розвинену інфраструктуру, займає домінуючі позиції на ринку інформаційного бізнесу України. Проте враховуючи тенденції е-економіки повинно об'єднатися зі своїми партнерами для покриття збитків та довгострокового розвитку в майбутньому.

Список джерел

1. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні 2013-2020 р.р.[Електронний ресурс].Режим доступу:<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80-Назва з екрана>
2. Закон України «Про національну інформатизацію»: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>.

3. Офіційний сайт ПАТ «Укртелеком» .[Електронний ресурс].Режим доступу:[http:// www.ukrtelecom.ua/](http://www.ukrtelecom.ua/)- Назва з екрана
4. Дімітрова Н.С. Шляхи підвищення прибутковості філії ПАТ «Укртелеком» / Н.П.Спільна Н.П., Ю.С.Жаданова, Н.С.Дімітрова //Економіка та управління в умовах побудови інформаційного суспільства»: матеріали Міжнар. наук.-практ.конф., 5-6 квітня 2012р.: тези доповідей – Одеса: ОНАЗ ім.О.С.Попова, 2012. – 144с.
5. Чечетов М. Приватизація державного майна та управління об'єктами державної
6. власності у контексті стратегії уряду// Економіка України. – 2004. - №7. – С. 10–17
7. «Укртелеком» скоротив чистий прибуток майже в 5 разів» [Електронний ресурс].Режим доступу: <http://www.unian.ua/news>-Назва з екрана
8. Гилка У.Л. Особливості конкуренції на ринку послуг телекомунікацій //
9. Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку. — 2009. — №3 (11). — С.93-101
10. Стрельчук Є. М. Стратегія розвитку оператора зв'язку : монографія / Стрельчук Є.М., Петрашевська А.Д. – О. : Фенікс, 2007. – 111 с.
11. Махновська Н.Д. Перспективи розвитку інтегрованих корпоративних структур в поштовому зв'язку / Н.Д. Махновська, Н.П. Спільна // Збірник наукових праць: Науковий вісник. – Випуск 4(17). – Чернівці – 2009 р. – С. 162-167.