

(inadequate management inadequate initial capital, fluctuations, NTP, competition, economic fluctuations, etc). It is established that the main ways to reduce risks of commercial banks in lending is the introduction of credit risk insurance. The reasons in the domestic credit market of credit insurance are: the high cost of insurance services, the complexity of the procedure of execution of insurance agreement, no insurance, audit, information about the activities of insurance companies and the lack of qualified professionals insurance.

Key words: *credit mechanism, credit, insurance, risk, the borrower, the lender, Bank, credit, management.*

УДК 338.47

Т.М. Тардаскіна, О.С. Павлюченко, М.П. Манько

ВПЛИВ ПОТОЧНОЇ ТАРИФНОЇ ПОЛІТИКИ GSM-ОПЕРАТОРА НА ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ, З УРАХУВАННЯМ ЕКСПЕРТНОЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ

У статті було проведено порівняльний аналіз поточної тарифної політики операторів мобільного зв'язку України, досліджено тарифну політику в умовах появи додаткових сервісів, а також відповідні зміни при визначенні конкурентної стратегії GSM-оператора.

Ключові слова: *тарифна політика, GSM-оператор, OTT-сервіси, рейтингова оцінка, експертна оцінка, конкурентні переваги, конкурентна стратегія.*

Вступ. Телекомунікаційний ринок є одним з найбільш перспективних та швидко зростаючих. Актуальність дослідження не викликає сумніву, тому що мобільний зв'язок сьогодні є одним з найбільш могутніх рушійних сил в індустрії телекомунікацій.

Основну частину доходів операторів мобільного зв'язку складають доходи від надання Інтернет-послуг, а саме надання Інтернету 3го покоління (3G). На 46 млн. українців припадає понад 55 млн. активованих мобільних номерів, ведеться активна боротьба за абонентів.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Дослідженню теорії і практики конкурентоспроможності операторів телекомунікацій присвячено наукові праці таких авторів як В.М. Гранатуров [1], С.П. Воробієнко [1, 2], І.А. Кораблінова [3, 4], І.В. Литовченко [4], І.В. Булах [5], О.Е. Цендер [6], Т.О. С.С. Яременко [7] та ін.

Але проблеми взаємозв'язку між поточною тарифною політикою GSM-оператора та визначенням стратегії його розвитку потребують детальних досліджень.

Метою даної роботи є дослідження впливу поточної тарифної політики GSM-оператора на визначення стратегії його розвитку.

Основна частина. Для визначення оптимального співвідношення тарифів та якості послуг, нами проведено порівняльний аналіз внутрішньомережевих тарифів лідерів ринку мобільних послуг України, а саме: ПрАТ «Vodafone», ПрАТ «Київстар» та ТОВ «Lifecell».

Розглянувши пропозиції кожного оператора мобільного зв'язку, найбільш вигідними умовами для міжабонентських розмов та доступу до 3G Інтернету, стали тарифні пропозиції від ТОВ «Lifecell». Порівняльний аналіз внутрішньомережевих тарифів операторів мобільного зв'язку України наведено у табл. 1 [8...10].

Порівняльний аналіз внутрішньомережевих тарифів [8...10]

Оператор	«Vodafone»				«Київстар» для смартфонів			«Lifecell» 3G+ Смартфон Ultra		
	Red XS	Red S	Red M	Red L	Онлайн	Онлайн +	Онлайн Екстра	S	M	L
Ціна, грн	35	50	70	150	50	65	125	35	65	125
Дзвінки в мережі	Безліміт	Безліміт	Безліміт	Безліміт	Безліміт	Безліміт	Безліміт	Безліміт	Безліміт	Безліміт
Дзвінки на інших операторів, хв	30	50	70	150	60	100	300	35	200	500
SMS	150 шт/ 1,50 грн	50	70	150	1 грн/50 (день)	1 грн/50 (день)	500	750	1000	1500
Інтернет	1 Гб	2 Гб	4 Гб	6 Гб	2000 Мб	4000 Мб	6000 Мб	1 Гб 3G*	3 Гб 3G*	8 Гб 3G*
Додаткові послуги	Спеціальні роумінг - тарифи				Facebook (и Messenger), VK, OK, WhatsApp, Viber, Twitter, Wikipedia, MyBook, Smart Kyivstar	Facebook (и Messenger), VK, OK, WhatsApp, Viber, Twitter, Wikipedia, MyBook, Smart Kyivstar, Zvooq, Deezer, Fonoteka, Yandex.Music	Facebook (и Messenger), VK, OK, WhatsApp, Viber, Twitter, Wikipedia, MyBook, Smart Kyivstar, Zvooq, Deezer, Fonoteka, Yandex.Music, MEGOGO, Divan.TV, Мій Київстар, "Домашнє ТБ"		Facebook і VK не тарифікуються 6 місяців	

Мобільні розмови невпинно поступаються місцем текстовим повідомленням, відео-дзвінкам і дзвінкам за кордон. Відповідно мобільні оператори намагаються розширити мережі 3G, поліпшити якість передачі даних і пропонують клієнтам нові тарифи. Завдяки стрімкому розвитку 3G мереж з'являються різні месенджери з безкоштовними дзвінками за кордон та швидкісною передачею даних.

WhatsApp – найпопулярніший месенджер світу. На даний момент його аудиторія становить близько 800 млн. користувачів [11]. Досить простий і лаконічний інтерфейс, поєднаний із зручною функціональністю. На сьогоднішній день, WhatsApp повністю безкоштовний, як і всі інші.

Viber – другий за популярністю месенджер світу. В Україні цей месенджер встановлений на 65% всіх Android пристроїв [11]. Він «прив'язується» до номера телефону та дозволяє чат до 200 абонентів.

Skype – один з найстаріших месенджерів. На даний момент його аудиторія становить 560 млн. користувачів по всьому світу. Звичайно, з головним завданням, а це аудіо- і відеодзвінки, він справляється на відмінно [11].

З порівняльної табл. 2 ми бачимо, що для швидких повідомлень добре пасує WhatsApp, для спілкування з використанням графічних повідомлень – Viber, а для створення відео-конференції – Skype.

Таблиця 2

Месенджери і їх функції

	WhatsApp	Viber	Skype
Голосові дзвінки	Так	Так	Так
Відеодзвінки	Ні	Так	Так
Суб'єктивна якість зв'язку при голосових / відеодзвінках	4/-	4/3	4+/3+
Ідентифікатор	Номер телефону	Номер телефону	Логін
Стікери / Гифки	Ні/Ні	Так/Ні	Так/Ні
Підтримка швидкої відповіді на push-повідомлення	Повна	Повна	Часткова
Відправка медіафайлів / документів	Так/Ні	Так/Ні	Так/Ні
Групові чати	Так/25 чол	Так/200 чол	Так/300 чол
Десктопна / веб версія	Ні/Так	Так/Ні	Так/Так
Аудіоповідомлення	Так	Так	Ні
Звіт про доставку / прочитанні	Так/Так	Так/Так	Так/Так

В роботі проаналізована діяльність основних операторів мобільного зв'язку. Тарифи Lifecell є найбільш вигідними для користування. Мобільні оператори повинні переглядати свою політику з урахуванням додаткових сервісів, так як за ними майбутнє мобільної комунікації.

Для більшого розуміння щодо вибору оптимальної політики GSM – операторів України проведемо рейтингову оцінку, що є різновидом методу експертних процедур (табл. 3).

Для відображення значущості послуги в певній групі, скористаємось показником коефіцієнту значущості. Щодо групи основних послуг коефіцієнт значущості дорівнюватиме 1, щодо додаткових – 0,8. Підсумковий рейтинг складається за кожною з груп та в цілому як сума отриманих балів, помножених на відповідний коефіцієнт значущості, впорядкована за зменшенням. Для рейтингової оцінки нами були обрані:

- Оператор 1 – «Київстар», тарифний план – «Онлайн».

- Оператор 2 – «Vodafone», тарифний план – «Vodafone Red».
- Оператор 3 – «Lifecell», тарифний план – «3G+ Смартфон Ultra».

Таблиця 3

Рейтингова оцінка послуг операторів мобільного зв'язку України

Найменування послуги	Оператор 1 («Київстар», «Онлайн»)		Оператор 2 («Vodafone», «Vodafone Red»)		Оператор 3 («lifecell», «3G+ Смартфон Ultra»)	
	Об'єктивний показник	Оцінка (бал)	Об'єктивний показник	Оцінка (бал)	Об'єктивний показник	Оцінка (бал)
1	2	3	4	5	6	7
1. Основні						
Дзвінки на номери абонентів аналогічного оператора	Безкоштовно, за умови поповнення рахунку	3	Безкоштовно, за умови поповнення рахунку	3	Безкоштовно, за умови поповнення рахунку	3
Надсилання SMS абонентам аналогічного оператора	1,00 грн.	2	1,50 грн.	1	0,70 грн.	3
Дзвінки на номери абонентів іншого оператора	1,25 грн./хв	1	0,25 грн./хв	3	1 грн./хв	2
Надсилання SMS абонентам іншого оператора	1,00 грн.	2	1,50 грн.	1	0,70 грн.	3
Дзвінки на номери абонентів стаціонарного зв'язку	1,50 грн./хв	2	1,00 грн./хв	3	1,00 грн./хв	3
Плата за з'єднання	Не нараховується	3	Не нараховується	3	Не нараховується	3
Якість покриття	-	3	-	2	-	2
Підсумкова кількість балів	13		14		17	
2. Додаткові						
Надсилання MMS	1,00 грн.	2	0,50	3	1,30	1
Користування 3G	2000 Мб	3	2000 Мб	3	750 Мб	1
Підсумкова кількість балів	5*0,8=3,2		4*0,8=4,8		2*0,8=1,6	
Загальний підсумок балів	17		18,8		18,6	

Порогове значення рейтингової оцінки оберемо від 1 до 3 балів.

Ми бачимо, що перше місце між собою ділять «Vodafone» і «Lifecell» – обидва оператори надають свої послуги за доступними тарифами. Але це суперечливе питання, через те, що компанія «Київстар» має велику кількість доступу мобільних пристроїв до точок доступу до 3G мереж, і якість їх послуг набагато краще, ніж у його конкурентів.

Експертний аналіз було проведено на прикладі ПрАТ «Vodafone», через те, що виходячи з висновків рейтингової оцінки послуг мобільних операторів, Vodafone набрав найбільшу кількість балів.

Серед 20-ти незалежних експертів були опитані співробітники ПрАТ «Vodafone», а також абоненти мережі мобільного зв'язку «Vodafone».

Вони оцінювали діяльність оператора виходячи з критеріїв, що наведено у табл. 4. Розстановка рангів і розрахунок коефіцієнта конкордації наведено у табл. 5.

Вагу між критеріями експерти розподіляли таким чином, щоб в сумі вона дорівнювала 1, та жодне значення не повторювалося. Найбільш пріоритетним параметрам експерти виділяли більше значення, при цьому кожен параметр варіювався в діапазоні від 0,01 до 0,25 балів.

Також, для виявлення міри узгодженості думок експертів використовуємо коефіцієнт конкордації. Коефіцієнт конкордації Кендалла або по-іншому Коефіцієнт множинної рангової кореляції потрібен для того, щоб виявити узгодженість думок експертів по декільком факторам [12]. Спосіб розрахунку Коефіцієнту конкордації Кендалла можна провести за такими формулами (1):

$$W = \frac{1^2 S}{m^2(n^2 - n)} \quad (1)$$

де m - число експертів в групі;

n - число факторів,

S - сума квадратів різниць рангів (відхилень від середнього).

Сума квадратів різниць рангів S знаходиться за формулою 2.:

$$S = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^m R_{ij} \right)^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m R_{ij} \right)^2}{n} \quad (2)$$

Якщо $W < 0.2 - 0.4$, значить слабка узгодженість експертів, якщо

$W > 0.6 - 0.8$, то узгодженість експертів сильна.

Слабка узгодженість зазвичай є наслідком наступних причин [12]: в даній групі експертів дійсно відсутня спільність думок; всередині групи існують коаліції з високою узгодженістю думок, однак, узагальнені думки коаліцій протилежні.

Отже, отримаємо наступний висновки:

- сума квадратів різниць рангів S дорівнює 49366, а значить, скориставшись формулою 1 получимо $W = 0,863$;

- згідно до рівняння $W > 0.8$ вказує на сильну узгодженість експертів. Стандартне відхилення σ вказує на узгодженість експертів за окремими критеріями: найбільша узгодженість за «зоною дії мережі» ($\sigma = 0,006$), та найменша узгодженість за «якість послуги» ($\sigma = 0,028$).

З наведеної табл. 4 та табл. 5 та проведених оцінок, майже всі експерти обрали якість послуг, споживчу ціну послуги і зону дії мережі.

З розвитком технологій розвивається якість послуг, та, як наслідок вартість надання даних послуг. Із розвитком 3G технологій в країні, зростає і зона дії мережі. Все більш актуального значення набуває формування стратегії конкурентних переваг. Конкурентна стратегія - це узагальнена модель дій і сукупність правил, якими має керуватися підприємство при прийнятті рішень для досягнення і довгострокової підтримки конкурентоспроможності [4].

Таблиця 4

Оцінювання критеріїв діяльності ПрАТ «Vodafone» експертами

Критерії	Порядковий номер експерта																				Σ	η	σ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			
Якість послуги	0,21	0,25	0,25	0,25	0,3	0,25	0,25	0,25	0,25	0,3	0,25	0,2	0,25	0,25	0,25	0,19	0,23	0,25	0,2	0,25	4,88	0,244	0,028
Споживча ціна послуги	0,16	0,2	0,2	0,2	0,15	0,2	0,2	0,2	0,2	0,15	0,2	0,25	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,25	0,2	3,96	0,198	0,025
Зона дії мережі	0,12	0,1	0,1	0,09	0,1	0,1	0,1	0,1	0,09	0,1	0,1	0,1	0,1	0,09	0,1	0,1	0,11	0,1	0,1	0,1	2	0,100	0,006
Широкий спектр надаваних послуг	0,11	0,09	0,08	0,1	0,09	0,09	0,09	0,09	0,1	0,09	0,09	0,09	0,08	0,08	0,09	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	1,76	0,088	0,008
Якість обслуговування	0,1	0,08	0,06	0,05	0,08	0,06	0,08	0,07	0,05	0,08	0,08	0,08	0,06	0,1	0,08	0,07	0,1	0,09	0,06	0,09	1,52	0,076	0,016
Вигідність тарифів	0,09	0,06	0,09	0,08	0,05	0,05	0,07	0,08	0,07	0,05	0,05	0,06	0,09	0,07	0,06	0,15	0,07	0,05	0,09	0,07	1,45	0,073	0,023
Імідж компанії	0,05	0,07	0,07	0,04	0,06	0,08	0,05	0,06	0,08	0,07	0,07	0,07	0,07	0,04	0,07	0,04	0,04	0,04	0,07	0,04	1,18	0,059	0,015
Оптимальний роумінг	0,01	0,05	0,04	0,03	0,07	0,01	0,04	0,02	0,03	0,04	0,06	0,02	0,05	0,03	0,05	0,03	0,06	0,07	0,04	0,06	0,81	0,041	0,018
Надійність постачальника послуг	0,06	0,03	0,05	0,07	0,04	0,03	0,06	0,05	0,04	0,06	0,03	0,04	0,04	0,01	0,04	0,06	0,05	0,01	0,03	0,05	0,85	0,043	0,016
Наявність додаткових послуг	0,04	0,01	0,02	0,06	0,01	0,07	0,03	0,03	0,06	0,01	0,01	0,01	0,03	0,06	0,03	0,01	0,01	0,06	0,05	0,03	0,64	0,032	0,021
Споживча новизна послуги	0,02	0,04	0,03	0,02	0,03	0,04	0,01	0,01	0,02	0,03	0,04	0,03	0,02	0,05	0,02	0,02	0,02	0,03	0,01	0,01	0,5	0,025	0,011
Наявність акцій та знижок	0,03	0,02	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,04	0,01	0,02	0,02	0,05	0,01	0,02	0,01	0,05	0,03	0,02	0,02	0,02	0,45	0,023	0,012

Розстановка рангів і розрахунок коефіцієнта конкордації

Критерії	Порядковий номер експерта																				Σ	$\sum_{i=1}^2$
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
Якість послуги	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	23	529
Споживча ціна послуги	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	37	1369
Зона дії мережі	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	64	4096
Широкий спектр надаваних послуг	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	86	7396
Якість обслуговування	5	5	7	8	5	7	5	6	8	5	5	5	7	3	5	6	4	4	7	4	111	12321
Вигідність тарифів	6	7	4	5	8	8	6	5	6	8	8	7	4	6	7	3	6	8	4	6	122	14884
Імідж компанії	8	6	6	9	7	5	8	7	5	6	6	6	6	9	6	9	9	9	6	9	142	20164
Оптимальний роумінг	12	8	9	10	6	12	9	11	10	9	7	11	8	10	8	10	7	6	9	7	179	32041
Надійність постачальника послуг	7	10	8	6	9	10	7	8	9	7	10	9	9	12	9	7	8	12	10	8	175	30625
Наявність додаткових послуг	9	12	11	7	12	6	10	10	7	12	12	12	10	7	10	12	12	7	8	10	196	38416
Споживча новизна послуги	11	9	10	11	10	9	12	12	11	10	9	10	11	8	11	11	11	10	12	12	210	44100
Наявність акцій та знижок	10	11	12	12	11	11	11	9	12	11	11	8	12	11	12	8	10	11	11	11	215	46225

Стратегія як засіб для досягнення перспективних цілей робить акцент на прогноз поведінки зовнішнього середовища і в цьому зв'язку аналіз можливостей функціонування і розвитку підприємства. Стратегія адаптивна до змін зовнішнього середовища і мобілізує ресурси підприємства, спрямовуючи їх на досягнення поставлених цілей. В даний час існує велика різноманітність стратегій. Стратегія – це набір правил для прийняття рішень, якими керується організація у своїй діяльності. Конкурентна перевага – це ті характеристики, властивості послуги або бренду, які створюють для компанії певну перевагу над своїми прямими конкурентами [13]

Зараз «Vodafone» керується оборонною стратегією. Оборонна стратегія дозволяє утримати конкурентні позиції підприємства. Основна функція стратегії – активізувати співвідношення «витрати – результат». Конкурентна боротьба при такій стратегії ведеться не за оригінальністю товару (послуги) або технології, а за їхньою ціною, обсягами пропозиції і якістю [13]. Але через вибір цієї стратегії, у «Vodafone» є деякі недоліки:

- нав'язування платних послуг своїм абонентам;
- перевод абонента на інший тарифний план без повідомлення;
- збільшення кількості суперників (інші оператори або віртуальні оператори, месенджери – споживають Інтернет-трафік, замість голосового);
- недостатній вибір тарифів задля передачі даних;
- не скрізь доступний зв'язок і слабо розвивається покриття 3G мереж;
- некомпетентні співробітники Call-центру.

У зв'язку з цим компанії «Vodafone» варто замислитися про застосування саме наступальної стратегії. Наступальна стратегія характерна для підприємств, які проектують та реалізують принципово новий товар (послугу) або технологію, що приносить конкурентні переваги [14].

При застосуванні наступальної стратегії переваги компанії наступні:

- збільшення зони покриття 3G мереж (районні центри, смт, тощо);
- розширення спектру послуг, які вимагають широку смугу частот;
- продаж нових тарифних планів орієнтованих на Інтернет-трафік;
- збільшення продажів і кількості підключень в компанії за рахунок появи нових тарифів;
- залучення клієнтів за рахунок якості мережі та нових тарифних планів;
- запуск компанією «Vodafone» 4G мереж першими в Україні.

Також, конкурентні переваги ПрАТ «Vodafone» указані на рис. 1. Запуск 4G мереж першими в Україні стало б головною конкурентною перевагою «Vodafone». Оператор очікує отримати ліцензію на LTE через рік. Задля впровадження 4G Vodafone почне співпрацю із ZTE [15].

ZTE CORPORATION – другий за величиною виробник телекомунікаційного устаткування, мобільних телефонів в Китаї, що будує мережі LTE в багатьох країнах світу. В рамках корпоративної стратегії від 2015 року «М-ICT», ZTE орієнтована на роботу в чотирьох основних напрямках: телекомунікаційне обладнання, рішення для підприємств, мобільні пристрої і новітні технології [16].

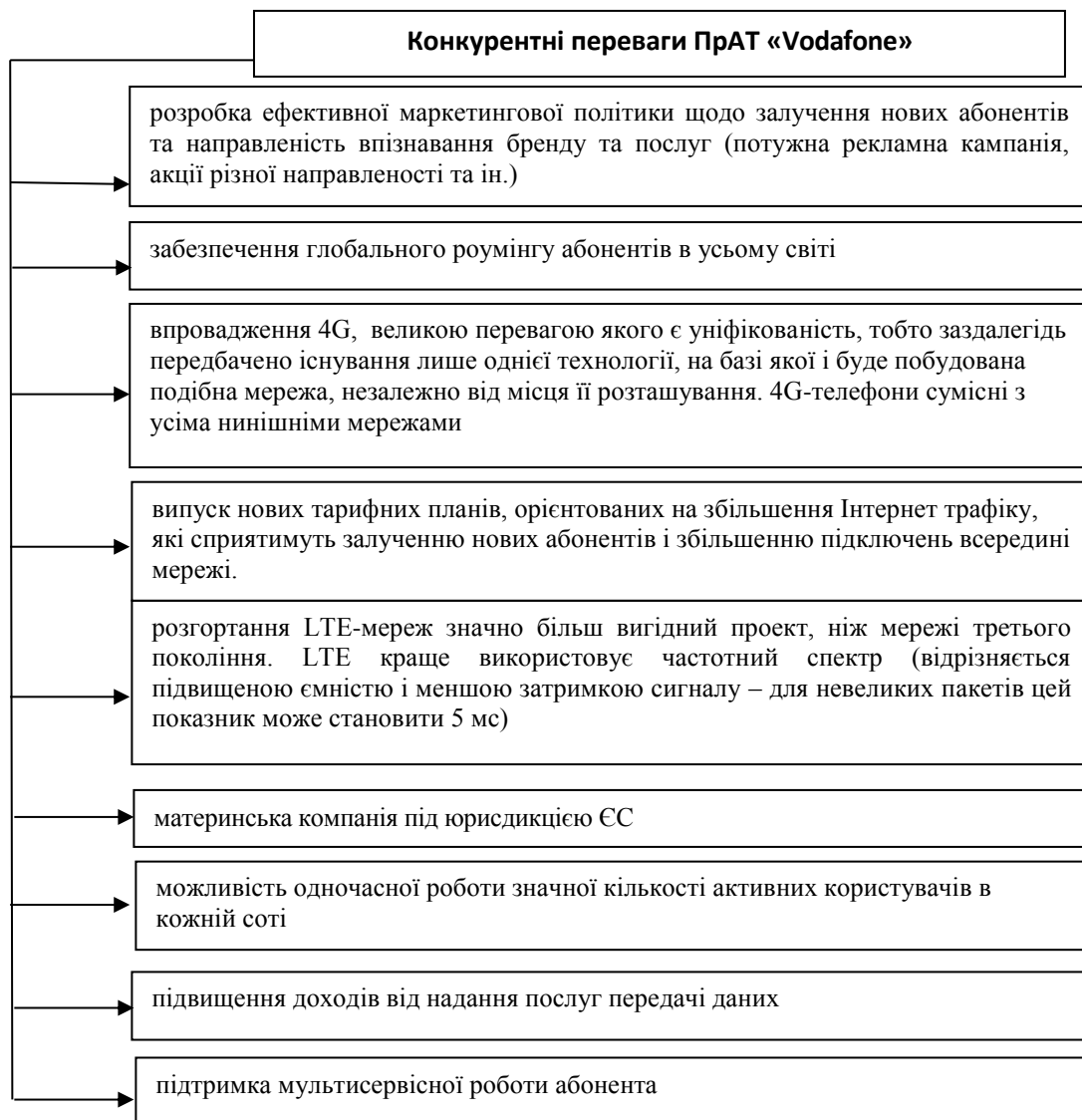


Рис. 1. Конкурентні переваги ПрАТ «Vodafone»

Висновки. Компанії «Vodafone» необхідно загострити увагу на стратегії конкурентних переваг. Для «Vodafone» найбільшу перевагу зіграє запуск 4G технологій в Україні, що збільшить зону дії мережі і підвищить імідж компанії. Говорячи, про стратегію розвитку самої компанії, то тут необхідно опрацювати зону покриття, модернізувати існуюче обладнання для поліпшення якості зв'язку та запуску нових технологій.

Список використаної літератури

1. Гранатуров В.М., Воробієнко С.П. Аналіз конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг: Монографія / За наук. ред. проф. В.М. Гранатурова. – К.: «Освіта України», 2009. – 254 с.; Hranaturov V.M., Vorobiienko S.P. Analiz konkurentospromozhnosti telekomunikatsiinykh posluh: Monohrafiia / Za nauk. red. prof. V.M. Hranaturova. – K.: «Osvita Ukrainy», 2009. – 254 s.

2. Воробієнко С.П. Визначення складу показників конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг / С.П. Воробієнко // Економіка: проблеми теорії та

практики: зб. наук. праць. – 2009. – Т.5. – Вип. 248. – С. 1101-1109; Vorobiienko S.P. Vyznachennia skladu pokaznykiv konkurentospromozhnosti telekomunikatsiinykh posluh / S.P. Vorobiienko // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky: zb. nauk. prats. – 2009. – Т.5. – Вип. 248. – С. 1101-1109.

3. Кораблінова І. А. Шляхи удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю операторів телекомунікацій у сучасних умовах / І. А. Кораблінова // Науковий вісник ОДЕУ. ВАМН. Науки: економіка, політологія, історія. – О: ОДЕУ. – 2010. – № 23 (124); Korablinova I. A. Shliakhy udoskonalennia mekhanizmu upravlinnia konkurentospromozhnosti operatoriv telekomunikatsii u suchasnykh umovakh / I. A. Korablinova // Naukovyi visnyk ODEU. VAMN. Nauky: ekonomika, politolohiia, istoriia. – О: ОДЕУ. – 2010. – № 23 (124).

4. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: учбовий посібник / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко, І.А. Кораблінова / за ред. В.М. Гранатурова. – К. : Кафедра, 2013. – 262 с.; Hranaturov V.M. Upravlinnia konkurentospromozhnosti operatora telekomunikatsii: uchbovyi posibnyk / V.M. Hranaturov, I.V. Lytovchenko, I.A. Korablinova / za red. V.M. Hranaturova. – К. : Kafedra, 2013. – 262 s.

5. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій: монографія / І.В. Булах, Т.Б. Надтока. – Донецьк: «ДВНЗ ДонНТУ», 2010. – 244 с.; Bulakh I.V. Otsinka konkurentospromozhnosti pidpriemstva sfery telekomunikatsii: monohrafiia / I.V. Bulakh, T.B. Nadtoka. – Donetsk: «DVNZ DonNTU», 2010. – 244 s.

6. Цендер О.Е. Аналіз і перспективи розвитку конкурентоспроможності послуг телекомунікаційних операторів в Україні / О.Е. Цендер // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 1. – С. 276-280; Tsender O.E. Analiz i perspektivu rozvytku konkurentospromozhnosti posluh telekomunikatsiinykh operatoriv v Ukraini / O.E. Tsender // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2016. – № 1. – С. 276-280

7. Яременко С.С. Дослідження конкурентоспроможності послуг оператора мобільного зв'язку / С.С. Яременко // Європейський вектор економічного розвитку. 2015. – № 1(18) . – С. 227-235; Yaremenko S.S. Doslidzhennia konkurentospromozhnosti posluh operatora mobilnoho zviazku / S.S. Yaremenko // Yevropeyskyi vektor ekonomichnoho rozvytku. 2015. – № 1(18) . – С. 227-235

8. Офіційний сайт компанії ПрАТ «Київстар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kyivstar.ua/uk/mm>; Ofitsiyni sait kompanii PrAT «Kyivstar» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://kyivstar.ua/uk/mm>

9. Офіційний сайт компанії «Vodafone Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vodafone.ua/>; Ofitsiyni sait kompanii «Vodafone Ukraina» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.vodafone.ua/>

10. Офіційний сайт компанії ТОВ «Lifecell» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.lifecell.ua/uk/>; Ofitsiyni sait kompanii TOV «Lifecell» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.lifecell.ua/uk/>

11. Обзор самых популярных мессенджеров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hyser.com.ua/tehnology/obzor-samykh-populyarnykh-messendzherov-52531>; Obzor samykh populyarnykh messendzherov [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://hyser.com.ua/tehnology/obzor-samykh-populyarnykh-messendzherov-52531>

12. Коэффициент конкордации Кендалла [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.any-p.ru/node/349>; Koeffitsient konkordatsii Kendalla [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://blog.any-p.ru/node/349>

13. Горбашко Е.А., Максимцева И.А. Управление конкурентоспособностью. Теория и практика: учебник для магистров/ Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева. – М. : Издательство Юрайт, 2015. — 447 с. — Серия : Магистр.; Gorbashko Ye.A., Maksimtseva I.A. Upravlenie konkurentosposobnostyu. Teoriya i praktika: uchebnik dlya magistrrov/ Ye.A. Gorbashko, I.A. Maksimtseva. – М.: Izdatelstvo Yurayt, 2015. — 447 s. — Seriya : Magistr.

14. Стратегии ведущих мировых операторов и развитие мобильной экосистемы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/mobile_world_congress_2014_vypusk_1_strategii_veduwih_mirovyh_operatorov_i_razvitie_mobilnoj_ekosistemy/; Strategii vedushchikh mirovykh operatorov i razvitie mobilnoy ekosistemy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/mobile_world_congress_2014_vypusk_1_strategii_veduwih_mirovyh_operatorov_i_razvitie_mobilnoj_ekosistemy/

15. Vodafone Украина и ZTE готовятся к запуску 4G [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2016/10/3/607202/>; Vodafone Ukraina i ZTE gotovyatsya k zapusku 4G [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2016/10/3/607202/>

16. Корпорация ZTE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zte.ru>; Korporatsiya ZTE [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zte.ru>

Стаття надійшла до редакції 03.05.2017 р.

T. Tardaskina, O. Pavliuchenko, M. Manko

IMPACT OF THE CURRENT TARIFF POLICY OF GSM-OPERATOR ON DEFINING THE STRATEGY OF ITS DEVELOPMENT GIVEN THE EXPERT ASSESSMENT OF THE QUALITY OF SERVICE

The article is concerned with studying the tariff policy of GSM-operator and its influence on forming a strategy of its development. The analysis of the activity of the main mobile communication operators of Ukraine, namely Vodafone, Lifecell and Kyivstar, has been carried out. The comparative analysis of tariff policy of leaders of the market of mobile services of Ukraine has been done.

The influence of development of 3G networks and the constant growth of demand for Internet access services on the growth in the popularity of messengers and OTT-services have been identified. The comparative analysis of the most popular messengers in Ukraine, such as Viber, Skype and WhatsApp, has been carried out. Their functions, peculiar properties and advantages have been considered. The influence of the growth of the popularity of OTT-services and messengers on changes in tariff policy of mobile communication operators has been studied.

For the further choice of optimum strategy of the GSM-operator the rating assessment of the tariff plans and services of the leaders of the market of mobile services Vodafone, Lifecell and Kyivstar has been carried out. By results of a rating assessment the company Vodafone received the highest number of points.. Also the expert assessment of activity of the company Vodafone has been carried out, twenty independent experts, in particular employees and subscribers of network have been interviewed. For definition of degree of consistency of experts' opinions the concordance correlation coefficient has been calculated. Based on the results of the calculations, strong consensus between the experts has been reached. From the

given criteria most of experts chose quality of services, a tariff and an area of coverage of network.

The current strategy of the company Vodafone has been studied, its shortcomings have been considered. At the moment the company conducts defensive strategy which allows to hold competitive positions in the market. However, we proposed the use of offensive strategy. The application of offensive strategy the company Vodafone will get such advantages as increase in a cover zone 3G of networks, expansion of the range of services, sale of new modern tariff plans, start 4G of networks. Vodafone companies need to pay attention to the strategy of competitive advantages. The obtaining a license for LTE will enhance the company's image and make it more competitive.

Key words: *tariff policy, GSM-operator, OTT-services, rating assessment, expert assessment, competitive advantages, competitive strategy.*

УДК 336:332.1(477)(045)

Т.В. Марена

ФІНАНСОВА СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТА МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

У статті розглянуто фінансове забезпечення імплементації положень Державної стратегії регіонального розвитку та Державної програми розвитку транскордонного співробітництва. Визначено принципи фінансового забезпечення регіонального розвитку і міжрегіонального співробітництва. Виявлено недоліки у формуванні та використанні окремих джерел фінансування регіонального розвитку. Окреслено проблеми фінансування проектів регіонального розвитку та міжрегіонального співробітництва за рахунок коштів місцевих влад. Обґрунтовано напрями удосконалення фінансової складової стратегії регіонального розвитку і міжрегіонального співробітництва України в умовах європейської інтеграції.

Ключові слова: *регіональний розвиток, міжрегіональне та транскордонне співробітництво, регіональна політика, фінансова складова стратегії, державний та місцеві бюджети, регіональна фінансова інфраструктура.*

Існуючі сьогодні в Україні потреби у ефективному використанні економічного потенціалу регіонів, прагнення досягти високого рівня їх економічної незалежності, а також необхідність розвитку міжрегіонального, у тому числі транскордонного співробітництва, вимагають розробки відповідних програмних документів, які б враховували середньо- та довгострокові пріоритети регіонального розвитку, а саме державних стратегій та програм розвитку регіонів і стимулювання міжрегіонального та транскордонного співробітництва. Невід'ємною складовою таких стратегій та програм є питання фінансового забезпечення їх реалізації.

Опис фінансової складової державних стратегій та програм регіонального розвитку, як правило, обмежується перерахуванням основних джерел фінансування регіональних проектів або проектів міжрегіонального співробітництва та умов використання коштів з цих джерел. У той же час, велика кількість проблем, пов'язаних із практичним втіленням стратегій та програм розвитку регіонів, знаходяться саме у фінансовій площині.