

УДК 334.012.64

## МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Мельникова М.В., д.е.н.

Богачов О.С.

*Інститут економіко-правових досліджень НАН України*

Розглянуто питання визначення складу, структури і особливостей функціонування ринку у сфері інформаційно-комунікаційних послуг (ІКП). Уточнена роль і визначено місце ринку інформаційно-комунікаційних послуг в економіці. Структуровано склад ринку ІКП і виявлені особливості його учасників. Систематизовані економічні інтереси держави, органів місцевого самоврядування, абонентів, магістральних і кабельних провайдерів на ринку ІКП. Обґрунтовано необхідність врахування виявлених особливостей учасників, результатів сегментації ринку, оцінки відповідності попиту і пропозиції на послуги, забезпечення якості послуг, що надаються, і стану підприємницького середовища при формуванні рішень по регулюванню і розвитку ринку ІКП.

**Ключові слова:** інформаційно-комунікаційні послуги, структура ринку ІКП, економічні інтереси учасників ринку ІКП

The article is devoted to the problems of determining the composition, structure and functioning of the market in the sphere of information and communication services (ICS). The composition of the ICS market is structured and features of its participants are determined. The economic interests of the government, local authorities, subscribers and trunk and cable providers on the ICS market are systematized. The necessity of taking into account the identified features of the participants, the results of market segmentation, the assessment of accordance of demand and supply on services, the ensuring of services quality and the business environment condition at the formation of the solutions on regulation and development of the ICS market are given.

**Key words:** information and communication services, structure of the ICS market, economical interests of the participants of the ICS market.

**Актуальність проблеми.** Динамічний розвиток ринку засобів масової інформації; поява технологій, що дозволяють надавати кінцевому споживачеві інформаційні послуги вищої якості і завойовувати нові сег-

менти ринку; потреби платоспроможного населення в отриманні різних послуг розважального характеру, а також необхідність забезпечення передачі і отримання значних об'ємів інформації в максимально короткі терміни – ось далеко неповний перелік передумов того, що в останнє десятиліття сфера інформаційно-комунікаційних послуг (ІКП) набула достатньо широкого поширення як в Україні, так і за кордоном. При цьому, необхідно відзначити, що вітчизняний ринок ІКП розвивається високими темпами, привертаючи нових учасників і концентруючи значні об'єми фінансових, матеріальних і інтелектуальних ресурсів. Так, за даними Державної служби статистики України абонентська база кабельного телебачення у 2012 р. зросла на 1,6% порівняно з 2011 р. Вказані обставини актуалізують необхідність формування методичного забезпечення розвитку ринку у сфері ІКП, включаючи виявлення його особливостей, проблем функціонування і обґрунтування напрямів їх подолання.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Проблеми розвитку інформаційного ринку і ринку у сфері ІКП займають провідне місце у дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Андрусів У.Б. [1], Вященко О.В. [2], Гілки У.Л. [3], Іванової В.В. [4], Казанської О.О. [5], Федорчука Л.П. [6], Яркового В.А. [7]. Ними розкриті теоретичні та прикладні аспекти формування, функціонування і розвитку ринку ІКП, його місце у складі інформаційного ринку, визначено проблеми, тенденції і перспективи розвитку кабельного телебачення з урахуванням зарубіжного досвіду. Проте питання виявлення особливостей ринку ІКП, включаючи визначення форм участі, економічних інтересів і поведінки учасників, сегментації, оцінки відповідності попиту і пропозиції, аналізу конкуренції та управління якістю послуг залишаються невирішеними, що і визначає мету і завдання цього дослідження.

**Метою роботи** є виявлення і систематизація особливостей ринку у сфері інформаційно-комунікаційних послуг для подальшого їх використання в процесі ухвалення рішень по його розвитку.

**Викладення основного матеріалу дослідження** Фахівці відзначають, що інформаційний ринок, до складу якого входить і ринок у сфері ІКП, є достатньо новим видом ринку, який швидко розвивається, що потребує обґрунтування стратегії і тактики дії його учасників на основі врахування інтересів споживачів і виробників [2,4,6,8]. При цьому

в дослідженнях акцентується увага на тому, що для сфери ІКП як в Україні, так і за кордоном властиві ті ж проблеми, що і для будь-якої галузі, яка швидко розвивається. Зокрема, це стосується недосконалості нормативно-правової бази, регулюючої відносин між учасниками ринку, неоднорідності динаміки розвитку сфери ІКП у регіонах, а також недостатньою якістю інформаційного потоку, що надається провайдерами, та невисокою платоспроможністю значної частини населення країни [1,5,7,9]. Створенню передумов подолання проблем функціонування і розвитку ринку у сфері ІКП сприятиме використання методичного підходу до дослідження зазначеного ринку, який передбачає уточнення понятійного апарату, виявлення особливостей учасників ринку, їх економічних інтересів та врахування виявлених особливостей при обґрунтуванні відповідних рішень.

Як частина інформаційного ринку ринок у сфері ІКП визначається як система економічних, правових і організаційних стосунків між учасниками по наданню, розповсюдженню і реалізації інформаційного потоку. Предметом обміну на ринку ІКП виступає специфічний товар - інформаційно-комунікаційна послуга (ІКП), під якою слід розуміти надання провайдером за допомогою комунікацій інформаційного потоку абоненту, спрямоване на задоволення його відповідних потреб. Специфіка інформаційного потоку полягає в тому, що з одного боку він є інструментом, використовуючи який, абонент підключається до мережі Інтернет, цифрового і аналогового телебачення, а з іншого боку, інформаційний потік виступає послугою, яку надає провайдер підключеному до його мережі абоненту для отримання за неї відповідної оплати.

Таким чином, основними учасниками ринку ІКП виступають провайдери (від англійського provide - надавати) і абоненти. Провайдери – оператори кабельного телебачення проектують, створюють і обслуговують кабельні мережі, купують інформаційні потоки у магістральних провайдерів, формують пакети інформаційно-комунікаційних послуг, і надають їх абонентам.

В процесі діяльності провайдер прагне мінімізувати витрати і максимізувати прибуток шляхом покупки за мінімальною ціною інформаційного потоку, залучення максимально можливої кількості абонентів, продажу пакетів послуг за цінами, що складаються на ринку

ІКП, здійснювати проектування, створення і обслуговування кабельних мереж з мінімальними витратами. Джерелом сигналу провайдерів для кабельного телебачення є головна станція підприємства; для Інтернету і цифрового телебачення - точка обміну трафіка магістрального провайдера (зокрема «Дата-груп», «Атраком», «Укртелеком»), що має власну транспортну мережу, і українського провайдера.

Абонентами на ринку ІКП виступають фізичні і юридичні особи. Вони купують індивідуальний інформаційний потік, що надається провайдером, для задоволення відповідних потреб. При цьому абоненти переслідують мету купити максимум послуг з необхідним рівнем якості за мінімальною ціною.

Окрім провайдерів і абонентів учасниками ринку у сфері ІКП виступають: держава, органи місцевого самоврядування, організації, що мають права власності на розміщення підземних комунікацій, магістральні провайдери.

Держава, як учасник ринку ІКП, здійснює регулювання шляхом законодавчих, антимонопольних обмежень, ліцензування, податкових пільг, формування власних провайдерів. При цьому забезпечується розвиток підприємництва у сфері ІКП, поповнення бюджету, підтримка зайнятості, регулювання тарифів, а також необхідного рівня концентрації і монополізації.

Органи місцевого самоврядування погоджують проекти розміщення в місті комунікацій провайдера, сприяють надходженню додаткових грошових коштів до міського бюджету шляхом здачі в оренду частини житлових будівель і землі (у якій пролягає кабель, якщо немає телефонної каналізації) для прокладки комунікацій, здійснюють контроль за виконанням умов договорів між провайдером і міськими структурами.

Держава та органи місцевого самоврядування беруть участь як при створенні нового провайдера - учасника ринку, та і у процесі його функціонування. Так, в процесі створення нової кабельної мережі порядок отримання і оформлення дозвільної документації має ряд особливостей [1,с.243]. Ці особливості полягають в необхідності отримання дозволу на проектування і будівництво в органах місцевого самоврядування, узгодження проектно-кошторисної документації, оформлення ліцензії на технічне обслуговування в Національній комісії України, що

здійснює держрегулювання у сфері зв'язку і інформатизації, отримання будівельної ліцензії або укладення договору підряду з організацією, що має будівельну ліцензію, отримання ліцензії провайдера програмної послуги в Національній раді з телебачення і радіомовлення України, оформлення у Державній архітектурно-будівельній інспекції України дозволу на початок будівництва і введення в експлуатацію інформаційно-транспортної мережі.

Для розміщення комунікацій провайдерами використовуються підземні комунікації телефонних компаній, зокрема ПАО «Укртелеком». У вказаних підземних комунікаціях (телефонних каналізаціях) провайдери, за певну плату розміщують власні комунікації, захищаючи їх від природних дій і людського чинника. При прокладці кабелю в телефонній каналізації визначаються технічні умови, розробляється проєкт, який узгоджується у відповідних інстанціях і укладається договір на бронювання місця і на технічний нагляд. Провайдер зобов'язується дотримувати технічних умов та укладеного договору оренди телефонної каналізації. Якщо прокладка кабелю проходить далеко від телефонної каналізації (у землі безпосередньо), то провайдер укладає договір оренди землі з органами місцевого самоврядування.

Магістральні провайдери, як учасники ринку ІКП, формують і продають інформаційні потоки українським провайдерам по цінах що складається на ринку. До основних магістральних провайдерів в Україні відносяться: Rostelecom, Energotel, Sitel, Romtelecom.

У табл. 1 систематизовані учасники ринку ІКП по формах участі і економічних інтересах.

Визначені економічні інтереси учасників ринку ІКП необхідно врахувати та узгоджувати за допомогою формування відповідних матриць, а також методів економіко-математичного моделювання, що потребує наявності відповідної інформаційної бази та використання комп'ютерних технологій.

Дослідження ринку ІКП включає також сегментацію, оцінку співвідношення попиту і пропозиції, аналіз стану підприємницького середовища та конкуренції, визначення рівня якості і зручності надання послуг.

Сегментацією ринку є його структуризація, заснована на неоднорідності покупців і їх споживчої поведінки. Структуризацію ринку ІКП по абонен-

тах доцільно здійснювати за статтю, віком та матеріальним добробутом.

*Таблиця 1 Учасники ринку інформаційно-комунікаційних послуг і їх інтереси*

Учасники ринку	Форма участі	Економічні інтереси
Держава	Регулює ринок шляхом, законодавчих, антимонопольних обмежень, ліцензування, податкових пільг, формування власних провайдерів	Розвиток підприємництва у сфері ІКП, отримання надходжень до бюджету, забезпечення зайнятості, регулювання тарифів, рівня концентрації і монополізації
Органи місцевого самоврядування і власники підземних комунікацій	Дозвільна діяльність по формуванню і експлуатації кабельних мереж	Здійснюють контроль дотримання правил розміщення підземних і наземних комунікацій при створенні і експлуатації кабельних мереж
Магістральні провайдери	Формує і реалізує інформаційні потоки провайдерам	Продаж технологічно можливого максимуму інформаційних потоків по цінах, що складаються на ринку
Провайдери	Купують інформаційні потоки, формують пакети послуг, продають інформаційно-комунікаційні послуги, а також проектують, створюють і обслуговують кабельні мережі	Покупка за мінімальною ціною інформаційного потоку, залучення максимально можливої кількості абонентів, продаж пакетів послуг за цінами, що складаються на ринку ІКП, створення і обслуговування кабельних мереж з мінімальними витратами
Абоненти	Купують пакети кабельних послуг	Покупка максимуму послуг необхідного рівня якості за мінімальною ціною

Для структуризації провайдерів використовуються такі характеристики, як територія розповсюдження інформаційного потоку; технологія прокладених комунікацій; кількість абонентів; вартість магістрального трафіка.

Оцінка стану попиту і пропозиції на ринку ІКП дозволяє визначити перспективні напрями його розвитку. Так, в даний час в Україні модернізація комунікацій провайдерів пов'язана з переходом на оптико-волоконну мережу. Вказана модернізація обумовлена:

- конкуренцією чотирьох-п'яти провайдерів на одного абонента;
- необмеженою пропускнуою спроможністю оптико-волоконної мережі в порівнянні з коаксіальною;
- можливістю надання практично необмеженої кількості послуг для абонента; зниженням витрат на обслуговування мережі.

Стан підприємницького середовища як інтегрована сукупність

об'єктивних і суб'єктивних чинників також є важливою умовою, що забезпечує результативність діяльності провайдерів на ринку ІКП [7.8]. До об'єктивних чинників підприємницького середовища слід віднести економічну та політичну ситуацію, правове забезпечення, екологічне та інституційне становище. Результати аналізу впливу зазначених чинників використовуються при прийнятті рішень щодо підвищення результативності діяльності провайдерів на ринку ІКП.

На стан підприємницького середовища серйозно впливає конкуренція на ринку ІКП [5,10]. Вона включає як традиційну цінову, якісну, територіальну конкуренцію за споживача з боку провайдерів, так і конкуренцію за ресурси (інформаційний потік і кадри), за територію розповсюдження інформаційного потоку, лояльність органів місцевого самоврядування і технологію передачі даних. Для управління ціною конкуренцією провайдери аналізують ринок і ціни на пакети послуг, які коливаються в межах 5%. Провайдери здійснюють паралельну забудову і на первинному етапі, використовують такий маркетинговий прийом, як штучне заниження ціни надання послуги ІКП до 75 % для залучення нових абонентів.

З розширенням та розвитком ринку ІКП і збільшенням конкуренції на ньому мають місце тенденції кооперації провайдерів на підставі створення добровільних об'єднань. Основна мета цих об'єднань захист інтересів провайдерів, підвищення ефективності діяльності як за рахунок максимізації прибутку, так і мінімізації витрат. Асоціація «Укртелемережа», Об'єднання «Донбастелемережа», Спілка кабельних операторів України, Східно-українська гільдія кабельних операторів – є прикладами кооперації між провайдерами.

Найважливішою умовою, що забезпечує результативність діяльності на ринку ІКП, виступає якість і зручність надання послуг споживачеві. Що стосується зручності надання послуг, то необхідно відзначити наступне. Хоча у абонентів при отриманні послуги у форматі IP-TV є можливість здійснювати вибір каналів, але цінова політика кабельних операторів і магістральних провайдерів така, що вигідно купувати пакети послуг. Зокрема, провайдер MATRIX пропонує пакет послуг - більше 100 каналів за ціною близько 130 грн., а підключення каналу по вибору - в середньому по 5 грн. за канал. Зручність надання і реалізації послуг

також нерозривно пов'язана з:

- можливостями оплати за них, як через термінали, так і через банк;
- організацією сервісного обслуговування; швидким усуненням збоїв устаткування, його профілактикою;
- використанням програми бонусів, лояльності, знижок за річну підписку.

Якість послуг, що надаються, залежить від використовуваних у провайдера технологій передачі інформаційного потоку [9,10]. Вкладення коштів в модернізацію комунікацій провайдерів дозволяє підвищити не тільки якість послуг, але й сприяє зростанню конкурентоспроможності провайдера на ринку ІКП, а також його прибутковості за рахунок збільшення попиту на послуги.

**Висновки.** 1. Ринок інформаційно-комунікаційних послуг, будучи частиною ринку інформаційних послуг, має ряд особливостей, пов'язаних як з предметом обміну - інформаційним потоком, складом учасників, їх взаєминами і інтересами, так і з такими характеристиками ринку, як сегментація, співвідношення попиту і пропозиції, конкуренція, якість і зручність реалізації послуг.

2. Учасниками ринку ІКП виступають провайдери, абоненти, магістральні провайдери, держава, органи місцевого самоврядування, власники підземних комунікацій. Характер їх участі і економічні інтереси, які вони переслідують на ринку ІКП доцільно систематизувати і використовувати для ухвалення узгоджених рішень по розвитку сфери ІКП на різних рівнях управління економікою.

3. Підвищення результативності діяльності провайдерів і забезпечення рівня якості і зручності реалізації інформаційно-комунікаційних послуг нерозривно зв'язане сегментацією ринку ІКП по споживачах і виробниках, оцінкою попиту і пропозиції на ринку ІКП, модернізацією комунікаційних мереж, станом підприємницького середовища і рівнем конкуренції провайдерів як за споживача, та і за ресурси.

Виявлені загальні особливості структури і складу учасників ринку у сфері ІКП в подальших дослідженнях доцільно конкретизувати з урахуванням розвитку регіональних ринків ІКП в Україні.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андрусів У.Б. Організації кабельного мовлення: проблемні питання правової охорони / У.Б. Андрусів // Часопис Київського університету права. - 2009. - №4. - с. 241-250
2. Вященко Е.В. Формирование и развитие информационного рынка в Украине в условиях переходной экономики / Е.В. Вященко // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 100-2 - Донецьк, ДонНТУ, 2005. - С. 201-208.
3. Гілка У.Л. Особливості конкуренції на ринку послуг телекомунікацій / У.Л. Гілка // Наукові записки УНДІЗ. - 2009. - №3(11). - С. 95-103.
4. Іванова В.В. Інформаційний ринок: зарубіжні та українські реалії / В.В. Іванова // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - № 2 (92). - С. 39-44.
5. Казанська О.О. Дослідження економічного розвитку ринку кабельного телебачення: закордонний досвід / О.О. Казанська // Менеджер. - 2008. - № 2 (26). - С. 70 - 75.
6. Федорчук Л.П. Кабельне телебачення в Україні: проблеми і перспективи / Л.П. Федорчук // Наукові записки Інституту журналістики. - 2005. - №18. - С. 46-50.
7. Ярковой В.А. Стратегическое управление развитием рынка информационно-телекоммуникационных услуг средств массовой информации: диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / В.А. Ярковой. - СПб. - 2009. - 180 с.
8. Родионов И.И. Рынок информационных услуг и продуктов / И.И. Родионов, Р.С. Гиляревский, В.А. Цветкова, Г.З. Залаев. - М.: МК-Периодика, 2002. - 549 с.
9. Дмитриев С. Тенденции современного развития сетей кабельного телевидения / С. Дмитриев // Broadcasting-Телевидение и радиовещание. - 2007. - №2. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [broadcasting.ru/.../tendenc\\_sovr\\_razv\\_setej\\_ka.ru/](http://broadcasting.ru/.../tendenc_sovr_razv_setej_ka.ru/).
10. Зайцевский И.В. Управление инновациями в сфере телекоммуникационных технологий / И.В. Зайцевский, А.Ф. Михалев // Экономика. Менеджмент. Логистика. Корпоративные информационные системы. - Межвуз. сб. науч. тр. (Вып. 3) - Смоленск: ЦНТИ, 2008. - С. 47-49.