

МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ  
Державний університет телекомунікацій

**О. Є. Гудзь**

**С. В. Сазонова**

**УПРАВЛІННЯ НАДАННЯМ  
ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ПОСЛУГ В  
ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ**

*Навчальний посібник*

Львів  
Ліга-Прес  
2018

УДК:338.46:621.39

*Рекомендувала до друку  
Вчена рада Державного університету телекомунікацій  
(протокол № 22 від 16 квітня 2018 р.)*

Рецензенти:

*Алескерова Ю. В.* — доктор економічних наук, доцент;

*Гривківська О. В.* — доктор економічних наук, професор;

*Лазоренко Л. В.* — доктор економічних наук, доцент.

**Гудзь О. Є., Сазонова С. В.**

Управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері: [навчальний посібник]. — Львів: Ліга-Прес, 2018. — 144 с.

ISBN 978-617-397-219-1

В навчальному посібнику висвітлено теоретико-методичні основи та практичні аспекти управління й формування організаційно-економічного механізму та його реалізації щодо надання загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері на основі державно-приватного партнерства, що сприятиме формуванню системи знань у царині управління соціально-економічними й технологічними процесами, механізмів та інструментарію прийняття рішень щодо розвитку телекомунікаційних підприємств, отриманню глибоких уявлень стосовно порівняльних характеристик напрямів технологічного розвитку, навичок самостійного творчого мислення, прийняття оптимальних управлінських рішень, що забезпечують зростання прибутку діяльності телекомунікаційних підприємств, підвищення добробуту його працівників і власників.

Видання пропонується для викладачів, аспірантів, магістрів і студентів економічних спеціальностей, керівників й працівників телекомунікаційних підприємств та буде корисним усім хто цікавиться питаннями управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері.

**УДК:338.46:621.39**

**ISBN 978-617-397-219-1**

© Гудзь О. Є., Сазонова С. В., 2018

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ НАДАННЯМ ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ПОСЛУГ В ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ</b> .....	5
1.1. Сутність управління наданням загальнодоступних телекомунікаційних послуг .....	5
1.2. Особливості та складові організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами .....	16
1.3. Критерії та система показників оцінки управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері.....	31
Перелік питань для самоконтролю .....	49
<b>РОЗДІЛ 2. УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ НАДАННЯ ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ПОСЛУГ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b> .....	52
2.1. Умови та особливості зовнішнього середовища функціонування телекомунікаційних підприємств при наданні загальнодоступних послуг.....	52
2.2. Тенденції надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами .....	62
2.3. Діагностика організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері.....	72
Перелік питань для самоконтролю .....	84
<b>РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ НАДАННЯМ ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ПОСЛУГ В ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ</b> .....	85
3.1. Гармонізація управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері.....	85
3.2. Модернізація державного регулювання надання загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері .....	95
3.3. Обґрунтування моделі реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг з використанням державно-приватного партнерства.....	108
Перелік питань для самоконтролю .....	123
<b>БІБЛІОГРАФІЯ</b> .....	125
<b>ДОДАТКИ</b> .....	140

## ПЕРЕДМОВА

Посткризова стагнація вітчизняного простору, низька платоспроможність населення, стрімкий розвиток нових телекомунікаційних послуг й засобів зв'язку обумовлюють необхідність формування оновленого переліку загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері. Зазначені тренди підсилюються процесами глобалізації інформаційного суспільства та підвищенням рівня вимогливості споживачів. Конфліктність та різноплановість інтересів визначає науковий та практичний інтерес до управління й формування організаційно-економічного механізму та його реалізації щодо надання загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері на основі державно-приватного партнерства.

Наукова парадигма організації процесу управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері окреслена такими вченими, як: О. Апарова, Г. Бардіш, Л. Беркман, С. Боняр, Г. Вінтер, П. Друкер, І. Зеліско, І. Ковшова, К. Куклік, Н. Князева, О. Князева, Т. Куріленко, Л. Лазоренко, Я. Лоуренс, Т. Майорова, Д. Олійник, В. Орлов, А. Пересада, Н. Прокопенко, П. Стецюк, М. Шпак та ін.

Аналіз економічних відносин між споживачами загальнодоступних послуг та телекомунікаційними підприємствами, що надають їх, а також ідентифікації атрибутів зовнішнього середовища функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері дозволяють провести результативне діагностування цього механізму, що сприятиме вирішенню практичної реалізації його впровадження. Необхідність уникнення субсидування домінуючих операторів, виявлення наявних та потенційних перешкод й реальних потреб у наданні загальнодоступних послуг з урахуванням регіональних особливостей зумовлюють необхідність глибокого вивчення цих проблем.

У представленому навчальному посібнику розкрито основні поняття й терміни та висвітлено широке коло питань теоретико-методологічного, аналітичного, прогностичного та прагматичного характеру щодо управління й формування організаційно-економічного механізму та його реалізації стосовно надання загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері, що сприятиме формуванню системи знань у царині управління соціально-економічними й технологічними процесами, механізмів та інструментарію прийняття рішень щодо розвитку телекомунікаційних підприємств, отриманню глибоких уявлень стосовно порівняльних характеристик напрямів технологічного розвитку, навичок самостійного творчого мислення, прийняття оптимальних управлінських рішень, що забезпечують зростання прибутку діяльності телекомунікаційних підприємств, підвищення добробуту його працівників і власників.

# РОЗДІЛ 1

## НАУКОВІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ НАДАННЯМ ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ПОСЛУГ В ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ

### **1.1. Сутність управління наданням загальнодоступних телекомунікаційних послуг**

Незважаючи на складності сучасного економічного та політичного стану України, телекомунікаційні підприємства насичують ринок послугами. Телекомунікаційній галузі притаманна низка проблем, рішення яких є необхідною умовою забезпечення внутрішньої стабільності держави та зміцнення її позицій на міжнародній арені. Надання загальнодоступних послуг, як найбільш необхідних, – стратегічно важливе завдання для розвитку національної економіки України.

Визнання світовим співтовариством сектора інфокомунікацій як одного з найбільш значимих факторів формування національної економіки ставить перед урядами й адміністраціями зв'язку всіх держав завдання всілякого розвитку телекомунікаційної інфраструктури й забезпечення доступності до неї всім користувачам. Значимість цього завдання підкреслена в прийнятій лідерами восьми найбільших країн світу Оканівській хартії глобального інформаційного суспільства, у якій заявлено про невід'ємне право кожної людини на доступ до інформаційних і телекомунікаційних мереж.

Відповідно до правил ЄС телекомунікації, загальнодоступна послуга доступу до телекомунікаційної мережі є необхідною умовою для соціальної інтеграції. Це гарантує, що основні послуги зв'язку високої якості завжди доступні за доступними цінами, навіть якщо ринок не забезпечує їх за нормальних комерційних умов. Цей набір основних послуг, які доступні для більшості громадян та вважаються необхідними для участі в житті суспільства, у більшості країн світу називається «універсальна послуга». Але ми надалі будемо використовувати термін загальнодоступні телекомунікаційні послуги (ЗдТП) згідно з визначенням закріпленим у Законі України «Про телекомунікації». У практиці Європейського Союзу універсальна послуга визначається як мінімальний набір послуг зв'язку, доступних для всіх кінцевих споживачів у країнах-членах, незалежно від географічного розташування.

Управління наданням загальнодоступних телекомунікаційних послуг здійснюється через розробку та впровадження дійового організаційно-економічного механізму (ОЕМ). Особливо важливим таке управління є з урахуванням погіршення економічного стану населення країни та збільшення соціальної відповідальності підприємств в умовах економічної нестабільності.

Економічна наука вивчає діючі в економіці механізми, у тому числі і організаційно-економічні механізми управління підприємствами з середини

20-го сторіччя. Свій закономірний розвиток понятійний апарат організаційно-економічний (на ранніх стадіях «господарський», «організаційний» та «економічний») механізм управління пройшов у працях багатьох дослідників, у тому числі: Абалкіна Л.І, Осипова Ю.М., Мочерного С.В., Буніча П.Г., Тамбовцева В.Л., Лисенко Ю.Г., Єгорова П., Мішеніна Н.В., Коваленко Н.В., Кульмана А., Буркова В.М., Кондратьєва В.В., Райзберга Б.А., Лозовського Л.Ш., Стародубцевої О.Б., Федоровича В.О. та інших авторів. Крім того, закономірну еволюцію понятійного апарату досліджено у працях багатьох науковців, у тому числі Баластрик Л.О., Транченко Л.В., Моргачів І.В., Паламарчук О.П., Малицький А.А., Довгань Л.Є. тощо. У сучасній економічній літературі останніх років відзначено різноманітність поглядів на сутність та зміст OEM підприємств.

У сучасній економічній літературі останніх років відзначено різноманітність поглядів на сутність та зміст OEM підприємств, але, на наш погляд, у наукових розробках недостатньо уваги приділено не тільки специфіці організаційно-економічного механізму надання телекомунікаційних послуг, але й майже відсутній аналіз надання підприємствами загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

Варто відзначити, що незважаючи на велику кількість праць та досліджень з проблематики формування та визначення організаційно-економічного механізму відповідно до сучасного етапу розвитку економіки країни дослідженням у даному напрямку приділяється недостатньо уваги вітчизняними вченими-економістами. Особливо з огляду на те, що різні галузі мають свою специфіку організаційно-економічного механізму підприємств та його складових.

Незважаючи на достатньо тривалий період досліджень та значну кількість надрукованого матеріалу з питання розвитку понятійного апарату «організаційно-економічного механізму», вчені-економісти так і не виробили єдиного погляду на розуміння сутності цього питання. Саме це, обумовлює, на наш погляд, необхідність більш детального аналізу термінологічного апарату.

Дефініція поняття «механізм» від початку використання тлумачилась, як «внутрішнє налаштування машини, приладу, пристрою, апарату, що започатковує їх дію». Водночас, в інших галузях це поняття трактується як певна система, пристрій, що окреслюють ланцюг здійснення певного виду діяльності чи процесу. Згідно з визначенням, наведеним у Політехнічному словнику [200], механізм – це система тіл, що призначена для перетворення руху одного або декількох тіл у необхідні рухи інших тіл. Запозичення поняття «механізм» у технічних наук вченими-економістами мало за мету визначення та вдосконалення систем управління різними об'єктами. Воно повинно бути виправдано, а також не повинно нівелювати або спотворювати саму сутність даного терміну. Виходячи з цього, можна зазначити, що в основу економічного механізму покладено сукупність або послідовність деяких дій або явищ.

На першому етапі формування теоретичної бази у 1960-1980 рр., дослідження питання сутності, змісту та особливостей функціонування

господарського механізму було здійснено такими вченими-економістами, як Абалкін Л.І., Аганбегян А.Г., Буніч П.Г., Капустін Є.І., Медведьєв В.А., Федоренко В.П. Характер досліджень цього питання обумовлений особливостями господарювання в умовах адміністративно-командної економіки. Особливістю економічних досліджень до початку ринкових відносин було те, що категорії «господарський механізм», «економічний механізм», «механізм дії економічних законів», «механізм функціонування економіки», «виробничо-економічний механізм» використовувались поряд з такими поняттями, як організація виробництва, економічне стимулювання, методи управління тощо. Саме цей етап, заклав базис у визначення термінології та напрями подальшого розвитку.

Наприкінці 80-х років ХХ ст. чеський вчений Феріанц Я. розмежував економічні категорії «економічний механізм» та «господарський механізм», підкресливши, що перший є частиною другого[252]. Він вважав, що, крім власне економічного механізму, до господарського механізму належать сфери державного або господарського управління, а також державно-правова, господарсько-правова та інші галузі, або самоуправління. Під економічним механізмом він розумів систему об'єктивних відносин, виходячи з яких люди працюють для задоволення своїх матеріальних потреб. Сутність економічного механізму становлять економічні категорії та закони.

Як слушно, визначає Мільнер Б. З., організаційний механізм управління – це система зв'язків певної організації, що виникають у динаміці. Натомість, Конно Т. організаційний механізм розглядає як засіб групування праць та проведення ліній підпорядкування, які об'єднують праці [177, 170]. Але, узагальнюючи розробки науковців, слід зазначити, що організаційний механізм – це сукупність організаційних засобів впливу.

Пізніше А.Кульман відмічав, що складовими елементами економічного механізму завжди одночасно виступають і вихідне явище, і завершальне явище, і весь процес, який відбувається в інтервалі між ними [153]. Він поділив економічні механізми на групи механізмів закритого та відкритого типів. У закритих типах результати роботи являють собою відтворення іншого економічного явища або його складової частини (наприклад, фінансово-облікові механізми чи механізми збалансованого попиту споживання та пропозиції). У механізмах відкритого типу ефект від дії економічного механізму полягає у тому, що в результаті виникає явище, якого досі не було у роботі, наприклад, механізми розвитку ефективності роботи підприємства.

Другий етап розвитку наукової думки щодо організаційно-економічного механізму, що припав на 90-ті роки ХХ ст., розпочався з переходом до ринкових відносин. Характерною ознакою став інший порядок пріоритетів: актуальними виявились проблеми самофінансування підприємств, самоокупності, підвищення конкурентоспроможності продукції, виробництва та підприємства в цілому. Найбільш слушні визначення видатних науковців наведено у табл.1.1. Варто зазначити, що в цей період набуває ваги тенденція ототожнення елементів ОЕМ із плануванням, організаційно-економічними факторами управління, економічними важелями та стимулами у виробництві.

## Еволюція поняття «організаційно-економічний механізм»

Етап	Автор	Визначення
І етап Адміністративно-командна економіка	Дзарасов С., 1979 [100]	Господарський механізм – це система свідомого, організаційного впливу на економіку
	Феріанц Я., 1987 [252]	Розмежував поняття «господарський механізм» та «економічний механізм». ЕМ – це система об'єктивних відносин, виходячи з яких люди працюють для задоволення своїх матеріальних потреб. Сутність Економічний механізм складають економічні категорії та закони
ІІ етап Розвиток ринкових відносин	Кульман А., 1993 [153]	Економічний механізм являє собою складну, динамічну, комплексну систему як об'єктивних, так і суб'єктивних економічних взаємозв'язків, які формують та приводять до руху економічні процеси. Економічний механізм – являє собою системи взаємозв'язків економічних явищ, які виникають у певних умовах під впливом початкового імпульсу
	Лисенко Ю., Єгоров П., 1997 [162]	ОЕМ – система формування цілей та стимулів, які дозволяють перетворити під час процесу трудової діяльності рух (динаміку) матеріальних та духовних потреб членів суспільства у рух засобів виробництва та його кінцевих результатів, що спрямовані на задоволення платоспроможного населення
	Брюховецька Н.Ю., 1999 [29]	ЕМ – складова господарського механізму суб'єкта господарювання, яка визначається оптимальним об'єднанням інтересів різноманітних ланок виробничого процесу, окремих груп та деяких працівників
	Астапова Г.В., 2001 [13]	ОЕМ – системи елементів організаційного та економічного впливу на процес управління
	Москаленко В.П., Шипунова О.В., 2003 [171]	З метою досягнення цілей підприємства ЕМ повинен включати функціональну підсистему (планування, прогнозування, ціноутворення, аналіз, облік), підсистеми забезпечення (інформаційне, нормативно-правове, внутрішні економічні відносини), економічні важелі (процентні ставки, ціни, тарифи, пільги, штрафи, економічне стимулювання), які у постійній і ефективній взаємодії між собою повинні забезпечити прибуткову діяльність підприємств
	Козаченко Г.В., 2003 [146]	Організаційно-економічний механізм – сукупність управлінських елементів та засобів їх організації, інформаційної, мотиваційної та правової підтримки, шляхом використання яких із урахуванням особливостей діяльності підприємства забезпечується досягнення певних цілей.



III. Становлення наукових поглядів на формування та розвиток OEM	Баластрик Л.О., Транченко Л.В., 2005 [15]	Подальше удосконалення та синтез наукової думки стосовно OEM відобразилось у працях сучасних учених-економістів, які особливу увагу приділяють економічному механізму управління підприємства на основі дослідження його впливу на мотиваційний механізм суб'єктів управління та визначають організаційно-економічний механізм управління підприємством як систему організації і управління, що включає певну сукупність взаємопов'язаних організаційно-правових, економічних та мотиваційних методів
	Моргачев І.В., 2006 [172]	OEM – цілеспрямована та керована відкрита система, яка являє собою сукупність взаємозалежних та взаємодіючих принципів, процедур, методичних інструментів, критеріїв, суб'єктів та засобів забезпечення, стратегій, яка залежно від масштабів організації та складності елементів може складатись з підсистем, які дозволяють привести до гармонії процеси, що відбуваються у межах певних організацій, знизити рівень невизначеності та підвищити якість управлінських рішень
	Паламарчук О.П., Малицький А.А., 2011 [193, 164]	OEM – комплексна система, що складається з системи забезпечення, функціональної та цільової системи, які містять певну сукупність організаційних і економічних важелів, що впливають на економічні і організаційні параметри системи управління підприємством з метою забезпечення ефективності управління і отримання конкурентних переваг
	Довгань Л.Є., 2012 [108]	OEM – сукупність організаційних та економічних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), які впливають на економічні та організаційні параметри системи управління підприємством, що сприяє формуванню та підвищенню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективній діяльності підприємства в цілому

Існує багато визначень категорії «економічний механізм». Частіше зустрічається визначення економічного механізму, що спрямований на управління будь-чим. Найбільш загальне визначення належить Івановій С.Л., що зазначає, що організаційно-економічний механізм являє собою сукупність економічних методів, засобів, форм, інструментів, важелів впливу на економічні відносини та процеси [121].

Загалом дослідження сутності організаційно-економічного механізму на різних етапах розвитку світової економічної думки дозволяють зробити висновок, що система, характеризується безперервними змінами у її методах, формах управління, принципах, інструментарії державного регулювання, це визначаються, перш за все, умовами того історичного етапу розвитку економіки, в яких відбувається його формування та реалізація.

Як слушно зазначили, Ластаєв Т.Т. та Кайгородцев О.О., механізм функціонування визначає порядок взаємодії підприємств між собою та органом управління. У процесі такої взаємодії формуються організаційно-управлінські, виробничо-технологічні та фінансово-економічні взаємовідносини між господарствами, що кооперуються, та підприємствами [159].

Організаційно-управлінський характер відносин залежно від складу учасників такого об'єднання вимагає розробки та затвердження нормативних актів, створення органів управління, встановлення принципів договірних відносин.

Виробничо-технологічні взаємовідносини зачіпають безпосередньо виробничий цикл та виявляються через розподіл праці та обмін результатами діяльності. Фінансово-економічні взаємовідносини (або розподільчі) виявляють себе у процесі встановлення розрахункових цін у інтегрованому виробництві, обґрунтування методів розподілу прибутку від спільної діяльності, використання кредитно-інвестиційних засобів для розвитку економічної системи.

Визначення господарського механізму також набуло більш сучасного визначення. Господарський механізм – це сукупність організаційних структур національних господарств (міністерства, законотворчі організації, тощо), конкретних форм господарювання (підприємства, бізнес - асоціації, акціонерні товариства тощо), методів управління, правових норм, що застосовуються владою у даній країні на основі врахування економічних законів та конкретної соціально-економічної ситуації, що складається в країні.

Також заслуговує на увагу визначення досліджуваної економічної категорії вченого Гросула В. А., який констатує, що «розробка організаційного механізму управління підприємством передбачає формування сукупності цілей, які обумовлюють необхідність його функціонування. При цьому необхідно визначити структуру елементів процесу формування цілей та їх взаємозв'язок, оскільки організаційний механізм управління повинен охоплювати всі рівні та напрями діяльності підприємства, систему цілей, яка включає цілі діяльності та цілі розвитку підприємства, а також можливості їх реалізації» [79].

Сучасна філософія господарювання співвідносить знання про господарство з моральними проблемами. Економіка за головне вважає прибуток та його максимізацію. У філософії «господарство» розглядається як цілеспрямований та ціннісно-організований спосіб відтворення буття, що

функціонує і розвивається в єдності способу виробництва економічних, соціальних та духовно-світоглядних зв'язків даного суспільства [100].

Третій етап у розвитку наукових поглядів на сутність та зміст OEM промислових підприємств датується першим десятиліттям XXI ст. Активна зміна зовнішнього середовища підприємства, процеси глобалізації особливо виділили завдання досягнення конкурентоспроможності підприємств, які активно працюють за міжнародними проектами та мають значний обсяг виробництва і збуту на зовнішньому ринку. Тому відбулося зосередження у формуванні та розвитку OEM на питаннях конкурентоспроможності.

Ряд вчених економістів (Маршенкович Ф.С., Василенко В.П., Оглобін Є.С. та ін.) у сучасному OEM виділяють два рівні: виробничо-економічний (під час реалізації якого відбувається ефект економічного характеру, наприклад, споживацької вартості виробленої послуги) та соціально-економічний, що характеризується висвітленням суспільних потреб у певному виді послуг та їх виробництві для задоволення матеріальних та духовних потреб [193, 164, 215].

Малицький А. розглядає організаційно-економічний механізм управління підприємством як «сукупність організаційних і економічних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), що чинять вплив на економічні і організаційні параметри системи управління підприємством, що сприяє формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому» та досліджує його через системи забезпечення, функціональну та цільову системи [164]. Такої ж самої думки, із наголосом на вирішення питання досягнення конкурентоспроможності, дотримується Паламарчук О.П. при виконанні завдання ефективного функціонування і розвитку промислового підприємства [193].

Згідно з сучасними розробками та уявленнями організаційно-економічний механізм слід розглядати як комплексну систему, що складається з системи забезпечення, функціональної та цільової системи, які містять певну сукупність організаційних і економічних важелів, що впливають на економічні й організаційні параметри системи управління підприємством з метою забезпечення ефективності управління та отримання конкурентних переваг. Необхідно відзначити, що в сучасних умовах телекомунікаційні підприємства стикаються з необхідністю впровадження новітніх розробок, оскільки ринок телекомунікацій є інноваційним та потребує постійного розширення нових технологій, розроблення організаційно-економічного механізму управління телекомунікаційним підприємством в умовах впровадження інноваційної діяльності.

Дослідження багатьох вчених виявили, що OEM управління ефективністю підприємства, конкурентоспроможністю, інноваційною діяльністю підприємства, якістю продукції промислового підприємства, ресурсного потенціалу підприємства можна вважати складовими загального

ОЕМ із наголосом на окремому предметі дослідження. Організаційно-економічний механізм надання ЗдТІ потрібно розглядати як підсистему, що функціонує у складі телекомунікаційного підприємства.

Узагальнюючи наукові погляди на проблему визначення організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами можна констатувати, що це довготривала програма дій, в якій закріплюються принципи та методи забезпечення населення необхідним мінімумом набору телекомунікаційних послуг за прийнятною ціною та встановленим рівнем якості з врахуванням світового досвіду та потреб населення на певній території.

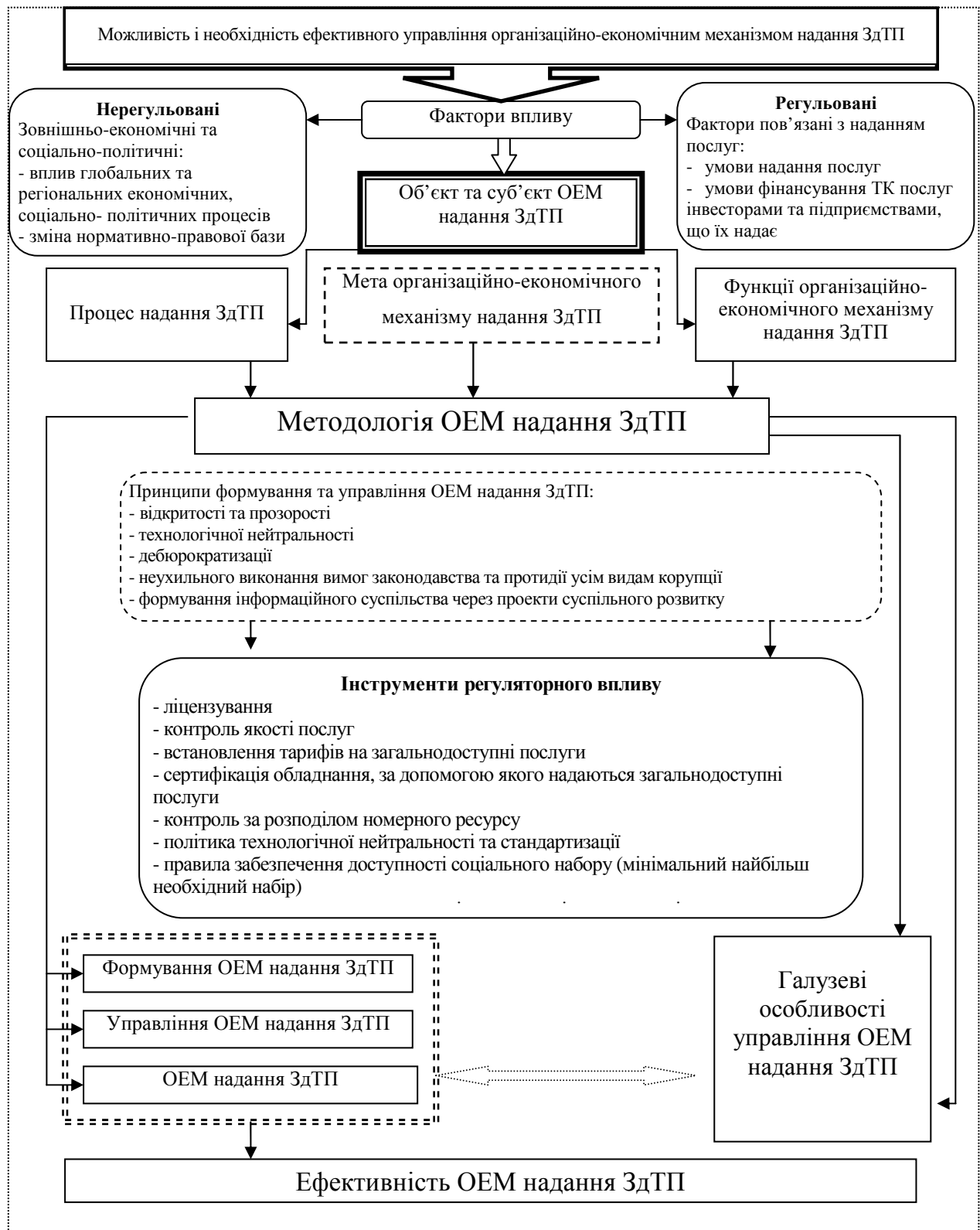
Таким чином, взаємодія структурних елементів організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами повинна повністю забезпечуватись та надавати належний ефект від його впровадження. Концептуальну схему OEM надання ЗдТІ наведено на рисунку 1.1.

Напрями оновлення та вдосконалення економічної системи, в якій працюють телекомунікаційні підприємства в Україні повинні розглядатися в єдності та взаємозв'язку всіх складових: політичній, виробничій, соціальній та організаційно-правовій. Методи досягнення певних цілей варто піддавати корегуванню залежно від поточних умов відповідно до української специфіки та з урахуванням пануючих загальносвітових тенденцій, які знаходяться у постійній динаміці.

Наприклад, відомо, що рух у напрямку збільшення національного добробуту може бути забезпечено лише ефективним господарюванням, динамічним та сталим економічним зростанням [170]. Відомі й основні передумови забезпечення економічного зростання. Це максимально раціональне, ефективне використання наявного виробничого, природно-сировинного та інтелектуального потенціалів. Однак умови сьогодення потребують принципових змін у співвідношенні частки цих трьох передумов. Якщо раніше нас могло влаштувати економічне зростання головним чином за рахунок інтенсивного використання природних ресурсів, то завтра така політика може суттєво загальмувати економічний розвиток.

Можливість користування послугами електрозв'язку має вплив на життєздатність нації. За допомогою засобів зв'язку суспільство отримує можливість володіти інформацією. Це забезпечує передання та отримання термінової інформації (сповіщення про стихійні лиха, погодні умови, військову загрозу, аварії тощо), доступ до екстрених служб (медичної, пожежної, міліції), підвищує безпеку життя та стабільність.

Згідно із Законом України «Про телекомунікації» (ст. 64) визначена пріоритетність та послідовність забезпечення ЗдТІ [115]. Пріоритетними в забезпеченні ЗдТІ є сільські та гірські райони, а також такі вразливі групи користувачів, як малозабезпечені сім'ї, пенсіонери та інваліди.



**Рис. 1.1. Концептуальний базис побудови організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами**

До зазначених уразливих груп користувачів ЗдТП слід також додати людей з обмеженими фізичними можливостями. Також стосовно переліку послуг слід зазначити, що в Україні до цього набору не входить передання

даних за допомогою модемів, тобто послуга надання користування мережею Інтернет. Наразі, дослідження досвіду країн Європи, СНД та далекого зарубіжжя показали, що така практика активно застосовується по всьому світі. Визначення переліку ЗдТІ на законодавчому рівні має важливе не тільки соціально-економічне, а й політичне значення, бо підтверджує прагнення України в досягненні цілей Декларації тисячоліття ООН.

Вимоги за якістю соціально необхідних послуг у країнах ЄС закріплені у вигляді показників та їх нормативів у національних нормативних документах. Крім того, в цих країнах розроблено систему державних заходів з контролю якості соціально необхідних послуг. Згідно з термінологією, що закріплена в Європейському законодавстві, такі послуги мають назву «універсальні». У поняття «Надання універсальних послуг» входить надання встановленого мінімуму послуг певної якості. Це обмеження – «встановлений мінімум» – визначає, що надання загальнодоступних послуг має бути організоване з метою забезпечення належного рівня медицини, освіти, безпеки життя, участі населення у соціальному та політичному житті країни. Крім того, надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг має бути забезпечено незалежно від того, чи приносить це економічну вигоду телекомунікаційним підприємствам, або від рівня інфляції та зміни ринкових цін. Встановлений набір мінімуму загальнодоступних послуг повинен визначатись географічними та регіональними потребами та корегуватись відповідно до змін загальної економічної ситуації та прагнути до соціальних стандартів європейського суспільства. Отже, сам процес надання загальнодоступних послуг повинен розвиватись відповідно до змін споживацького попиту та розвитку ринку, з урахуванням економіко-технологічних можливостей підприємств, що їх надають. Надання ЗдТІ базується на ряді принципів в межах економічної, соціальної та екологічної сфери суспільної діяльності[215].

Основними принципами ЗдТІ є:

принцип відкритості та прозорості, що характеризується інформованістю як про фінансову, так і не фінансову діяльність. Це являє собою низку важливих принципів, серед яких, зокрема, принцип відкритого і недискримінаційного характеру регулювання питань приєднання та принцип відповідності плати за приєднання витратам універсальних операторів зв'язку;

принцип технологічної нейтральності дозволяє універсальним постачальникам послуг використовувати будь-яку технологію, будь-то дротову або бездротову, за допомогою якої вони можуть забезпечити надання універсальної послуги у визначеному місці;

принцип де бюрократизації. В Україні за останні роки особливо гостро постає питання впровадження електронного врядування, через необхідність де бюрократизації та запобігання корупційних дій. Це зумовлює потребу впровадження та використання новітніх інформаційно-комунікаційних послуг для всіх соціально активних верств населення для формування системи відносин між ними та органами виконавчої влади;

принципи, що стосуються вкладу засобів масової інформації до закріплення миру та взаєморозуміння у розвиток прав людини (не менш

важливим фактором виконання даного принципу є наявність соціального пакета, який є мотиваційним і захисним інструментом, що інтегрує методи матеріального та нематеріального стимулювання праці, включає при цьому систему заходів, що дають можливість задовольнити потреби працівників і безпосередньо вплинути на процес виробництва освітніх, медичних та інших послуг);

принцип неухильного виконання вимог законодавства та протидії усім видам корупції реалізується шляхом сплати податків, поповнюючи місцеві та державні бюджети і роблячи свій внесок у сталий розвиток суспільства. Нині сам бізнес зацікавлений у соціальній стабільності та у економічному зростанні, оскільки, корупція значною мірою підриває світовий, соціальний, економічний та екологічний розвиток шляхом відвертання ресурсів від їх належного використання;

принцип залучення старшого покоління до роботи із сучасними засобами зв'язку на основі нових інформаційних технологій, зокрема користування мережею Інтернет, враховуючи складну демографічну ситуацію, яка складається в Україні. Загальна кількість користувачів пенсійного віку становить менше 8 % від загальної кількості користувачів мережею Інтернет. Це унеможливує їх участь у всеосяжному процесі розбудови нового типу суспільства, заснованому на повній інформатизації усіх сфер життя людей, хоча одним із гасел європейських програм інформатизації було й залишається таке: «Нікого не залишати позаду». Як відомо, частка пенсіонерів на сьогодні в Україні складає 35 % населення – це третина потенційних споживачів загальнодоступних послуг, яка не бере участь у важливих суспільних процесах розбудови інформаційного суспільства;

принцип побудови доброзичливих і взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами;

принцип підтримки екологічної відповідальності;

принцип внеску у формування громадянського суспільства через благодійні та спонсорські програми, проекти суспільного розвитку шляхом участі в реалізації благодійних та спонсорських проектів, що спрямовані на підвищення добробуту як окремих сегментів суспільства, так і суспільства загалом.

Основними перевагами реалізації та впровадження телекомунікаційними підприємствами принципів надання ЗдТІ є покращання як вітчизняного, так і міжнародного рейтингу, оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат, розширення можливостей для залучення висококваліфікованих працівників, мотивування та утримання людей похилого віку та з обмеженими можливостями, поліпшення інформаційної відкритості та прозорості, налагодження та побудова взаємовідносин із зацікавленими сторонами з метою раціонального використання наявних ресурсів підприємства, покращання довіри з боку зацікавлених сторін (наприклад, між народом та урядом, при реалізації програми «електронного уряду»), підвищення фінансових та економічних показників діяльності в цілому. У довгостроковій перспективі Україна потребує перегляду державної

політики щодо залучення інтернет-користувачів до активнішого соціального життя в інформаційному суспільстві. Таким чином, важливо підкреслити той факт, що реалізація ЗдТІ передбачає передусім розробку та впровадження довготривалої програми дій, тобто стратегії, в якій визначатимуться цінності та стандарти, згідно з якими здійснюватиметься діяльність підприємств телекомунікацій в частині надання загальнодоступних послуг.

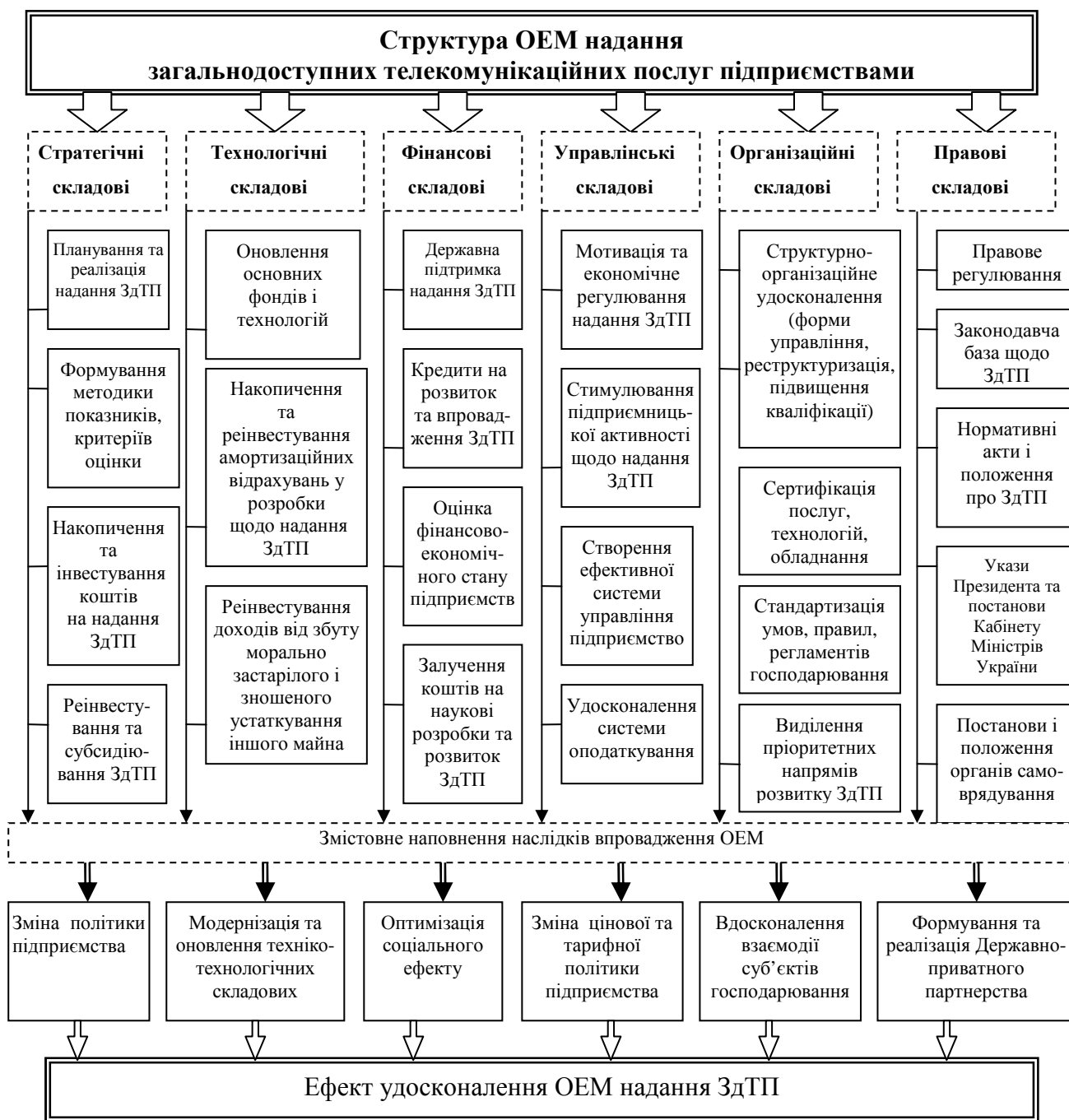
## **1.2. Особливості та складові організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами**

Введення спеціального механізму забезпечення загальнодоступних послуг зв'язку потребує створення організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами, який на сьогодні є відсутнім у повному розумінні. Окремі складові працюють на ринку телекомунікацій та забезпечують за доступними цінами необхідними телекомунікаційними послугами населення з невисокими прибутками (пенсіонери, інваліди, студенти й ін.), а також споживачів, що мешкають у важкодоступних (гори, острови) або сільських районах, де надання послуг зв'язку може бути не вигідно операторам. Як правило, набір загальнодоступних телекомунікаційних послуг включає телефонний зв'язок для фіксованої мережі, довідкові й аварійні служби, таксофони, факс, передання даних за допомогою модемів, телеграф. Цей набір для різних країн може відрізнятися. Технічний розвиток та потреби споживачів ставлять нові вимоги перед телекомунікаційними підприємствами (рис.1.2). Уточнення складових та особливостей структури організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами, дає змогу виокремити економічний, організаційний, правовий та мотиваційний механізми, які є найбільш вагомими для його побудови, для системного управління, а також оцінити пріоритетність надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.

Виділяють два види організаційних процесів – функціонування та розвитку. Функціонування забезпечує збереження організації на основі обміну з середовищем ресурсами, енергією, інформацією. Розвиток створює умови: перетворення організації відповідно до вимог середовища; відновлення порушеної рівноваги; перехід до нового якісного стану. Для визначення особливостей складових організаційно-економічного механізму надання ЗдТК послуг, на наш погляд, необхідно провести визначення, які послуги належать до телекомунікаційних. В Україні назріває перехід ринку послуг телекомунікацій до нової фази розвитку, а саме від існуючої регіональної експансії до роботи в умовах зрілої конкуренції. Він збігається у часі з впровадженням у стільникових мережах технологій 3G, з організацією широкосмугового зв'язку, з лібералізацією вітчизняного телекомунікаційного ринку. Нині, не існує загального підходу до визначення того, які послуги належать саме до телекомунікацій, оскільки існує багато послуг, які інтегрують телекомунікаційні та інші послуги, що використовують засоби телекомунікацій. Повний перелік конкретних видів телекомунікаційних послуг



навести практично неможливо, оскільки на ринку дуже швидко відбуваються зміни.



**Рис. 1.2. Структура організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами**

Найбільш характерні телекомунікаційні послуги (перелік яких наведено на рисунку 1.3) [216]:

1. Дротовий або фіксований зв'язок.
2. Мобільний зв'язок.
3. Послуги передання даних: Інтернет; IP- телефонія;
4. Послуги магістральних мереж;

5. Міські мережі зв'язку и передання даних;
6. Локальні мережі зв'язку и передання даних.
7. Послуги мультисервісних мереж.
8. Послуги супутникового зв'язку.
9. Широкосмуговий доступ: з використанням технологій волоконно-оптичних мереж, xDSL, Wi-Fi та WiMAX, використання інших широкосмугових технологій.
10. Трансляція телевізійних сигналів через кабельні мережі, інтернет-телебачення тощо.
11. Нові послуги на основі широкосмугових технологій.



**Рис. 1.3. Найбільш характерні телекомунікаційні послуги для споживання у сегменті загальнодоступних на ринку України**

Модернізація окремих складових та її інтеграція у єдиний організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних послуг повинні розглядатися у єдності та взаємозв'язку всіх складових: політичній, виробничій, соціальній та організаційно-правовій. Методи досягнення певних цілей варто піддавати корегуванню залежно від поточних умов, відповідно до української специфіки та з урахуванням пануючих загальносвітових тенденцій, які знаходяться у постійній динаміці.

Наприклад, відомо, що рух у напрямку збільшення національного добробуту може бути забезпечено лише ефективним господарюванням, динамічним та сталим економічним зростанням. Відомі й основні передумови забезпечення економічного зростання. Це максимально раціональне, ефективне використання наявного виробничого, природно-сировинного та інтелектуального потенціалів. Однак сьогодення потребує принципової зміни

у співвідношенні частки цих трьох передумов. Якщо до недавню всіх учасників телекомунікаційного ринку влаштувала робота окремих складових організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами головним чином за рахунок покладення зобов'язань з їх надання на державного оператора, то нині така політика може суттєво загальмувати економічний розвиток.

Концепція розвитку ЗдТП визначена Законом України «Про телекомунікації», у 62 статті якого зазначено, що існують послуги[115]:

служб стаціонарного телефонного зв'язку (місцевого, міжміського, міжнародного), за виключенням таких послуг, які надаються з використанням технологій бездротового доступу;

служб факсимільного зв'язку; довідкових служб;

служб екстреного виклику [115].

Цей набір загальнодоступних телекомунікаційних послуг має бути розширеним відповідно до темпів соціально-економічного розвитку держави і впровадження новітніх інформаційно-телекомунікаційних технологій. Причому, базисом розвитку ЗдТП (у тому числі збиткових ЗдТП) є доходи від надання як, власне, загальнодоступних послуг (дохідної їх частини), так і елітних телекомунікаційних послуг (послуги, розвиток яких і тарифи на які регулюються виключно ринковими механізмами).

Надання збиткових ЗдТП здійснюється відповідно до Закону України «Про телекомунікації», з використанням механізму компенсації збитків операторам мереж електрозв'язку/постачальникам послуг, яких вони при цьому зазнають. Механізм компенсації збитків встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Разом з тим вбачається, що зазначений перелік ЗдТП вже найближчим часом міг би бути доповнений послугами надання доступу до мережі Інтернет з огляду на те, якими швидкими темпами розвивається національний сегмент мережі та яку увагу приділяє держава розвитку саме цьому виду послуг, а у подальшому – за рахунок розвитку широкосмугового доступу.

Рівень розвитку доступу та забезпечення ЗдТП визначається за такими критеріями, як:

географічна доступність (територіальне охоплення);

доступність по коштах.

недискримінаційність доступу.

В Україні відповідно до адміністративно-територіального устрою виділяються три ієрархічних рівні:

регіони (області України, м. Київ);

райони і міста обласного підпорядкування;

міста районного значення, селища та села.

З урахуванням особливостей адміністративно-територіального устрою України доцільно встановити показники розвитку доступу та забезпечення ЗдТП для об'єктів трьох зазначених ієрархічних рівнів, а саме:

м. Київ, обласні центри;

міста обласного значення та районні центри;

міста районного значення, селища та села.

Для оцінки розвитку Концепції Загального Доступу для зазначених об'єктів доцільно прийняти такі показники, як:

телефонна щільність та/або час, потрібний користувачам ЗдТП аби досягти, від місця їх проживання або роботи, таксофона або пункту колективного доступу (переговорного пункту) без використання транспортних засобів – для оцінки рівня доступу населення до послуг телефонної мережі;

час, потрібний користувачам ЗдТП аби досягти пунктів колективного доступу (відділень зв'язку), від місця їх проживання або роботи, без використання транспортних засобів – для оцінки рівня забезпечення населення телеграфним і факсимільним зв'язком;

відсоток населення, що користується послугами мережі Інтернет, та кількість пунктів доступу до мережі на 1000 жителів – для оцінки рівня доступу населення до послуг мережі Інтернет [259, 132].

Реалізація організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами повинна ґрунтуватись на основних положеннях, що полягають у загальному, повсюдному, справедливому і прийнятному за ціною доступі до послуг усіх споживачів, що бажають їх отримувати.

На даному етапі свого розвитку держава, зважаючи на недостатній рівень розвитку доступу та забезпечення ЗдТП, чітко встановлює пріоритетність та послідовність надання користувачам загальнодоступних телекомунікаційних послуг. Контрольні показники розвитку доступу до Концепції Загального Доступу, з орієнтацією на соціальні нормативи забезпечення ЗдТП встановлюються Кабінетом Міністрів України відповідно на кожний поточний рік, спираючись на звіт роботи Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, а також враховуючи об'єктивні дані Державної служби статистики України.

Одне з найбільш складних та невіршених питань для побудови дієвого організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг залишається тарифна політика телекомунікаційних підприємств та тарифне регулювання, яке має безумовний вплив на регулювання тарифів на загальнодоступні послуги та здатне забезпечити реалізацію механізму надання цих послуг, використовуючи інструменти регуляторного впливу на телекомунікаційні підприємства та їх відносини між державними владними структурами, іншими підприємствами та споживачами.

Впровадження тарифного регулювання загальнодоступних телекомунікаційних послуг повинно включати такі етапи: визначення пакета загальнодоступних послуг, тарифи на які потребують регулювання, прогноз споживання цих послуг, розрахунок собівартості надання загальнодоступних послуг, враховуючи соціальні та географічні особливості регіону, в якому ці послуги планується надавати, збалансування тарифів відповідно до регіональних особливостей та визначення методики фінансування загальнодоступних телекомунікаційних послуг та методів її реалізації.

Формування та розвиток взаємодії структурних складових організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційних підприємств повинно ґрунтуватись на зменшенні державного втручання у питання ціноутворення, оскільки ринковий механізм передбачає розвиток конкурентних відносин та цінову конкуренцію відповідно. Але натомість держава повинна створити необхідні умови для підвищення ефективності функціонування телекомунікаційних підприємств, що надають загальнодоступні послуги, оскільки за умов привабливості роботи у секторі надання загальнодоступних послуг проблема регулювання тарифів та зменшення регуляторного впливу на телекомунікаційні підприємства значно знизиться, що буде відповідати вимогам ринкової економіки. Варто також зазначити, що методи ціноутворення в таких високотехнологічних галузях, як телекомунікаційна, підпорядковуються тим самим ринковим закономірностям, що і будь-яка інша сфера виробництва, але змінюються залежно від етапів стадії розвитку галузі, у якій воно відбувається, і може мати як характер конкурентного ціноутворення, так і примусового встановлення цін державою, застосовуючи механізми та методи тарифоутворення, що найбільш відповідають умовам ситуації на ринку. Це вимагає безперервних досліджень для вчасного корегування.

Однак для надання загальнодоступних послуг окремі фактори набувають особливого значення, наприклад, ціноутворення (pricing), витрати комутації (switching costs), економія від масштабу (scale economies), транзакційні витрати (transactions costs), координація господарської діяльності (system coordination), та укладання контрактів (contracting). Кожна з цих категорій ретельно досліджувалась в економічній літературі. Але для нашого дослідження розрахунок ціни на загальнодоступні послуги не має системоутворюючий характер, тому обмежимо розгляд сучасного стану цього питання переліком методів, що використовуються для розрахунків цін на телекомунікаційні послуги. Це синтетичний метод, який характеризується відсутністю у органів державного регулювання необхідного обсягу аналітичних матеріалів для розрахунку витрат на надання загальнодоступних послуг, що дозволяє сформулювати ціну послуги, спираючись на її собівартість. У такому випадку всі трансформації в економіці враховуються у вигляді коефіцієнтів. І відповідно аналітичний метод, коли органи влади, що регулюють тарифи, або керівники підприємств, що надають загальнодоступні телекомунікаційні послуги, мають достатньо об'єктивної інформації для формування адекватних тарифів. Але телекомунікаційна галузь має свої особливості, які не унеможливають використання останнього методу, тому тарифна політика повинна змінюватись за ринковими метаморфозами, що відбуваються на ринку, та корегуватись залежно від них.

Цінова дискримінація актуальна для галузі інформаційних технологій, як мінімум, з двох причин. По-перше, ця галузь має великі постійні витрати та незначні змінні витрати. Це приводить до підсилення становища фірми на ринку та створює передумови до зниження ефективності. Зокрема, ціна

здебільшого буде перевищувати граничні витрати, означаючи, що витрати на прибуток у дискримінаційній ціні будуть дуже помітні для учасників ринку.

Крім того, інформаційні технології дають можливість якісно відслідковувати та аналізувати поведінку споживача. Це дозволяє реалізовувати різноманітні маркетингові стратегії, що раніше було зробити надзвичайно важко. Наприклад, продавець може диверсифікувати ціни та товари/послуги відповідно до індивідуальної поведінки споживачів та характеристик товару. Інформаційна технологія дозволяє продати у максимальному ступені персоналізований (тобто адаптований під вимоги окремого споживача/замовника) продукт/послугу за максимально персоналізованою ціною. Це явище називається «персоналізація», тобто «ринок для одного». Такий вид цінової дискримінації можемо позначити як перший ступінь.

Цінова дискримінація другого ступеня передбачає ситуацію, коли хтось пропонує однакове меню цін за набір взаємопов'язаних товарів. Це також відомо як «ціноутворення для модифікованого ряду товарів», «сегментування ринку» або «варіантність». Ідея полягає у тому, щоб продавці використали свої знання про розподіл споживацьких переваг при проектуванні модифікації товарів із ціллю диверсифікувати сегменти ринку. У праці Веріана Х.Р. аналізуються деякі наслідки реалізації «варіантності» з точки зору зміни добробуту [49]. На перший погляд, можна стверджувати, що впровадження варіантності корисно вже тим, що дозволяє задовольнити попит на ринках, які інакше не обслуговувались би взагалі. Соціальною ціною реалізації варіантності є зниження якості продукції, яке обумовлено необхідністю «обмежень самовідбору».

Третій рівень цінової дискримінації означає, що реалізація товарів або послуг відбувається за різними цінами, згідно з реаліями споживчого ринку для різних груп споживачів. Цей вид цінової дискримінації є широко досліджуваним у працях вчених-економістів та застосовується у практиці підприємств більшості галузей національного господарства, що свідчить про його універсальний характер, а також заслуговує на увагу для його використання та ефективного розвитку організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємствами. Для ефективно реалізації цінової дискримінації передбачається застосування пакетування загальнодоступних телекомунікаційних послуг, під яким розуміється практика сумісного продажу двох або більше товарів за єдиною ціною. Це особливо привабливо для телекомунікаційних послуг, у зв'язку з тим, що граничні витрати включення у пакет додаткової одиниці послуги незначні. При цьому спостерігаються два різних економічних ефекти: зменшується розкид готовності до платежу, що вважається однією з форм цінової дискримінації, та підсилюються бар'єри входу, що являє собою окреме питання. У багатьох випадках єдиний можливий спосіб ефективно конкурентності для фірми, що прийшла в галузь, – пропозиція набору послуг з декількох товарів. Це не лише суттєво збільшує видатки на розробку, але

також створює дуже цікаву конкуренцію на відповідному ринку, що є зайвим навантаженням для новачка.

Як вже зазначалось, інформаційні підприємства та підприємства галузі ТК постійно несуть малі, навіть нульові, та великі граничні витрати. Відповідно до термінології з навчальної літератури, вони являють собою «природні монополії». Вирішенням проблем природних монополій є державне регулювання. Але подібне регулювання може бути неефективним. Більш того, всупереч загальноприйнятій думці, існує декілька причин, які знижують втрати суспільства від галузей з високими постійними та незначними граничними витратами.

По-перше, на реальному ринку конкуренція набагато динамічніше, ніж в теорії. Дослідження раціональніше починати з оцінки факту існування монополії та в науковій літературі не часто можна зустріти дослідження про причини виникнення монополій.

По-друге, якщо велика компанія має найбільш значні переваги у видатках, то інші фірми будуть активно вести конкурентну боротьбу, щоб знизити витрати та підвищити конкурентоспроможність. Однак саме споживачі будуть мати найбільшу вигоду з цієї конкуренції.

По-третє, на багатьох ринках інформаційно-комунікаційних технологій скоротили постійні видатки, що призвело до зниження масштабу ефективної господарської діяльності.

Згідно із Законом України «Про телекомунікації» (ст. 64) держава взяла на себе відповідальність щодо задоволення всіх громадян України в ЗдТП. Тому природно, що для ефективного досягнення зазначеної мети застосовувані схеми забезпечення населення ЗдТП повинні враховувати стан і рівень соціального забезпечення різних верств населення, регіональні особливості соціально-економічного розвитку, у тому числі рівень розвитку загального доступу. Далі наведено можливі сьогодні схеми забезпечення населення ЗдТП.

Схема «Обслуговування на загальних підставах». Даною схемою передбачається надання користувачам послуг електрозв'язку, перелік яких визначено Законом України «Про телекомунікації», всім бажаючим користувачам за регульованими державою тарифами за умов наявності у операторів мереж електрозв'язку (постачальників послуг) технічних можливостей.

Схема «Пільгове обслуговування». Ця схема передбачає надання ЗдТП та встановлення телефону за пільговими тарифами окремим категоріям громадян та соціальним групам, які згідно з чинним законодавством України мають право на такі пільги. Відповідно оператори мереж електрозв'язку/постачальники послуг мають право на компенсацію збитків, понесених від надання таких послуг, за рахунок коштів Державного бюджету.

Схема «Обслуговування за соціальними тарифами». Схема передбачає можливість надання послуг електрозв'язку користувачам з низькими доходами, у тому числі таким уразливим групам користувачів, як малозабезпечені сім'ї, пенсіонери, інваліди, особи з обмеженими фізичними можливостями та ін. за «соціальними тарифами», тобто тарифами,

зменшеними операторами мереж електрозв'язку з дозволу регулюючого органу в галузі зв'язку. При цьому збитки, яких зазнають оператори мереж електрозв'язку/постачальники послуг від надання таких послуг, компенсуються із застосуванням механізму, встановленого повноважним органом України.

Користувачі, якщо вони на це мають право, вибирають одну з вищезазначених схем – пільгове обслуговування або за соціальними тарифами. Такі пакети послуг не розповсюджуються на другий телефон, житло тощо.

Схема «Лінія життєзабезпечення». Пакет послуг «Лінія життєзабезпечення» орієнтований насамперед на найбільш вразливі та найуразливіші групи користувачів (інваліди, пенсіонери, малозабезпечені сім'ї та ін.).

Пакет повинен складатися, принаймні, з таких послуг, як:

прийом вхідних дзвінків;

здійснення викликів екстрених служб.

Однак уже сьогодні є всі технічні можливості для того, щоб пакет був доповнений такими послугами:

виклик за рахунок визивного абонента;

виклик на безкоштовний номер;

електронні картки.

На такий пакет послуг можуть підписатися як нові, так і вже існуючі користувачі. Таким чином, користувачі отримують переваги приватного телефону, за допомогою якого рідні, близькі та соціальні служби можуть зв'язатися з ними. Фіксована плата має бути знижена порівняно з повноцінним пакетом послуг.

Схема «Обслуговування осіб з обмеженими фізичними можливостями». Концепція Загального Доступу/Загального Обслуговування передбачає надання послуг електрозв'язку особам з обмеженими фізичними можливостями на рівні інших користувачів.

Перелік послуг може включати такі:

надання безкоштовних телефонних довідників для сліпих, а також інших інвалідів, які не можуть користуватися довідниками у друкованому вигляді;

надання послуг у переговорних пунктах для людей зі слуховими апаратами;

надання еквівалентного доступу до послуг екстрених служб;

виставлення рахунків і надання іншої основної друкованої інформації для користувачів у форматах, доступних для сприйняття сліпими та інвалідами по зору;

розумна доступність кабін переговорних пунктів для людей, які використовують інвалідні коляски;

надання основних телефонних послуг інвалідам по слуху та мові за допомогою таксофонів;

доступність записаних у мережі голосових повідомлень для глухих абонентів таксофонів.

Шеріг послуг, перелік яких затверджується повноважним органом, повинен надаватися всіма операторами мереж



електрозв'язку/постачальниками послуг мереж загального користування за ліцензійними зобов'язаннями, інші – на добровільних засадах.

Схема «Обмежені вихідні виклики» та послуга «По поточній оплаті». Пакет послуг «Обмежені вихідні виклики» надає можливість користувачам здійснити обмежену кількість викликів, які оплачені наперед. Коли користувачі вичерпають ліміт часу, їх лінія переключається на режим заборони вихідних викликів. Альтернативний шлях впровадження цієї послуги базується на варіанті «поточної» оплати з використанням телефонних карток.

Схема «Заборона вихідних викликів». Така схема розглядається як альтернатива відключенню. Цією послугою можуть скористатися користувачі, які мають борги за надання послуг на період погашення таких. Послуга з заборонаю вихідних викликів супроводжується встановленням графіка погашення боргу.

Схема «Забезпечення доступу до ЗдТП через таксофони та пункти колективного доступу». Як вже зазначалось, телефонна щільність у країні ще досить низька, особливо це стосується сільських та гірських районів, а приблизно 0,6 % населення зовсім не мають доступу до ЗдТП. Саме тому зазначена схема у багатьох випадках, насамперед, це сільські та гірські райони, є основною, за якою можливо забезпечити «розумний» доступ населення до ЗдТП. Причому, як свідчить світовий досвід, найбільш ефективним способом забезпечення сільського населення доступом до ЗдТП є технології фіксованого радіозв'язку (бездротовий доступ). Тому логічним постає питання про зняття обмеження Закону України «Про телекомунікації» щодо використання технології фіксованого радіозв'язку для розвитку доступу та надання ЗдТП.

З огляду на викладене можна констатувати, що питання забезпечення ЗдТП залежить не від одного чинника, а від багатьох, а тому вирішити їх можна передусім через механізми відповідного фінансування.

Вибір механізмів фінансування. Визначальним фактором у реалізації Концепції Загального Доступу є наявність фінансових та інноваційних ресурсів. У зв'язку з цим закономірно постає питання про визначення джерел надходження необхідних ресурсів, а також конкретних механізмів їх акумулювання. У сучасній світовій практиці зустрічаються 5 основних механізмів:

1) перехід до ринкових форм господарювання через приватизацію, створення умов для конкуренції в галузі, встановлення системи ціноутворення, що базується на витратах виробництва;

2) зобов'язання з надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг на основі делегування державними органами зобов'язань по обслуговуванню шляхом видачі ліцензії операторові, тільки у випадку прийняття останнім таких зобов'язань;

3) перехресне субсидування, сутність якого в покритті витрат від надання послуг зв'язку, тарифи на які знаходяться нижче собівартості цих послуг, за рахунок доходів від рентабельних послуг;

4) фінансування дефіциту доступу за рахунок платежів для компенсації збитків від надання нерентабельних послуг, внесених іншими операторами на користь оператора мереж електрозв'язку /постачальника послуг, який надає такі послуги;

5) фонди загальнодоступних послуг – незалежно керовані позабюджетні фонди, призначені для акумулювання коштів, які надходять з різних джерел та які забезпечують цільове фінансування загальнодоступних телекомунікаційних послуг, головним чином збиткових.

Зазначені джерела фінансування можуть використовуватися як окремо, так і в сполученні один з одним з урахування стану розвитку галузі. Дія кожного з цих механізмів повинна регламентуватися внутрішнім законодавством країни. Застосування того або іншого методу повинно бути обґрунтовано з таких позицій:

відповідність вимогам міжнародних організацій, що висувають обов'язкові умови щодо обслуговування в сфері електрозв'язку, зокрема, ЄС, ВТО (зобов'язання не повинні бути спрямовані на придушення конкуренції, регулювання в сфері загального обслуговування повинне мати недискримінаційний характер, а також не бути понад необхідність обтяжним для операторів мереж електрозв'язку/постачальників послуг, які надають загальнодоступні телекомунікаційні послуги, так і тим операторам, що забезпечують їх фінансову підтримку);

економічна ефективність застосовуваного механізму фінансування.

Нині в Україні для фінансування загальнодоступних послуг використовується метод перехресного субсидування, що розглядається ВТО як один з недобросовісних методів конкурентної боротьби і найменш ефективний механізм фінансування загального доступу. Останнє обумовлено тим, що перерозподіл «цінового навантаження» шляхом перехресного субсидування де стимулює попит саме на ті види послуг, доходи від надання яких і слугують джерелом фінансування нерентабельних послуг.

При цьому спотворюється сама ідея надання ЗдТІ за соціальними тарифами, оскільки абоненти з невисоким рівнем доходів, що ведуть міжміські переговори, а також користуються іншими видами високорентабельних послуг, фактично фінансують користувачів з високим рівнем доходів, що ведуть місцеві переговори. Таким чином, перехресне субсидування стає ціновим бар'єром для значної кількості абонентів до сучасних послуг.

Сьогодні найбільш ефективним засобом забезпечення ЗдТІ у світовій практиці визнана організація ФУП (Фонд універсальних послуг) або Фонд Загальнодоступних Послуг (ФЗП). Такі фонди мають більше переваг і вільні від недоліків, притаманних вказаним механізмам фінансування, а саме: неефективність при наданні послуг у районах з високим рівнем витрат; неефективність нецільових субсидій; можливість анти конкурентного використання субсидій; залежність субсидій від умов конкуренції; чутливість до реформ міжнародних розрахункових тарифів; нерівні умови в конкурентній боротьбі тощо.

Проте, беручи до уваги переваги застосування фонду універсальних послуг, які полягають у зменшенні впливу бюджетних кризових явищ на надання загальнодоступних послуг, прозорому використанні коштів цього фонду та можливості контролю за ними з боку зацікавлених сторін, а також трансформації умов та джерел відрахувань у фонд коштів, застосування цього методу фінансування поки так і не знайшло своєї реалізації в телекомунікаційних галузях України. Європейська комісія також рекомендує створювати спеціальний фонд фінансування загальнодоступних послуг як найбільш прийнятний механізм за умов конкуренції.

Для ефективно діючих спеціальних фондів, що покликані стабілізувати та підтримувати організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних послуг телекомунікаційних підприємств, характерна наявність таких факторів:

- незалежне управління фондом – без участі телекомунікаційних операторів;

- прозоре фінансування (вимога СОТ);

- нейтральна позиція на ринку – рівні умови субсидування для домінуючих операторів і нових конкурентів (вимога СОТ);

- субсидії направляються по цільовому призначенню (у райони з високим рівнем витрат на надання телекомунікаційних послуг, у райони, які ще не обслуговуються, малозабезпеченим сім'ям та іншим уразливим групам населення, в сектор освіти, охорони здоров'я та ін.);

- субсидії надаються у невеликих розмірах; субсидуванню підлягають лише нерентабельні послуги;

- фінансування програм загального доступу/загального обслуговування здійснюється на конкурентній основі: оператори з найвищими показниками ефективності мають пріоритет в одержанні субсидії і права на будівництво та експлуатацію мережі для розвитку послуг.

З огляду на міжнародний досвід, рекомендації, що викладені в директивах ЄС і багато операторське середовище українського телекомунікаційного ринку доцільно для надання ЗдТП створити Фонд Універсальних Послуг (ФУП). ФУП може використовуватись, як для підтримки вже існуючого рівня загального доступу, так і субсидування його розвитку.

Аналіз інформації дозволяє зробити порівняння декількох механізмів фінансування. Але цей перелік не є вичерпним, а механізми не є взаємовиключними. Один або кілька механізмів утворюють головний регуляторний інструмент для здійснення універсального обслуговування та універсального доступу в більшості країн (табл. 1.2 – 1.6).

Для створення реально діючого механізму акумулювання коштів у ФУП необхідне виконання певних умов. Насамперед, такий механізм повинен бути ефективним з економічних позицій і позицій адміністрування.

Таблиця 1.2

**Переваги та недоліки механізму фінансування загальнодоступних послуг – розвиток ринкових реформ (приватизація, конкуренція, ціноутворення на основі витрат)**

Механізм	Переваги	Недоліки
Розвиток ринкових реформ (приватизація, конкуренція, ціноутворення на основі витрат)	Існують докази ефективності в країнах, де держава є монополістом у наданні послуг телефонії; приватизація прив'язана до конкретних зобов'язань з питань розгортання мереж (іноді в нерентабельних районах);  сполучення 2-х реформ повинно дати стимул для безперервного обслуговування у всіх районах, які економічно вигідно обслуговувати; реформи узгоджуються з розвитком сектора у всіх районах (не тільки нерентабельних)	Приватизація, конкуренція та ціноутворення на основі витрат не можуть допомагати розповсюдженню обслуговування на економічно невігідні райони (однак ці реформи можуть бути доповнені цільовими субсидіями для рішення завдань ЗдТП у нерентабельних районах); існує деякий конфлікт між 2 реформами. Пряма конкуренція та збалансування тарифів можуть бути обмежені одразу після закінчення приватизації, щоб максимально розширити зобов'язання з розгортання мереж. Часто надаються періоди ексклюзивності для отримання урядом максимальної виручки від приватизації

Джерелами формування ФУП можуть служити кошти державних та місцевих бюджетів, надходження від послуг взаємо з'єднання, податки, що стягуються з користувачів (наприклад, за послуги місцевого доступу), кошти приватного сектора, доходи операторів мереж електрозв'язку/постачальників послуг та ін.

Таблиця 1.3

**Переваги та недоліки механізму фінансування загальнодоступних послуг – зобов'язання по наданню ЗдТП**

Механізм	Переваги	Недоліки
Зобов'язання по наданню ЗдТП (накладаються ліцензійними умовами або іншими заходами регулювання)	Можуть бути ефективними, якщо будуть реалістичними і не будуть стримувати конкуренцію; найбільш ефективні для щойно ліцензованих операторів та щойно приватизованих операторів	Накладає тягар фінансування ЗдТП на визначених операторів, може дати потенційно антиконкурентні результати; іноді використовується як аргумент на користь обмеження інших галузевих реформ: збалансування тарифів та розвиток конкуренції

Важливою умовою реалізації Концепції Загального Доступу є забезпечення стабільності надходжень у ФУП. Тому, враховуючи сучасний

стан соціально-економічного розвитку держави, обов'язкові відрахування операторів становитимуть найбільшу частину коштів ФУП. Можливі внески держави у фонд можуть бути у формі зниження податків, зниження мита податку на додану вартість, на обладнання електрозв'язку тощо.

Таблиця 1.4

**Переваги та недоліки механізму фінансування загальнодоступних послуг – перехресне субсидування**

Механізм	Переваги	Недоліки
Перехресне субсидування	Має практичне застосування як традиційний підхід у багатьох країнах, часто сполучається із зобов'язаннями відносно інших ЗдТП	Збільшується неефективність, стримує попит на дорогі послуги, які є джерелом субсидій та перекривають доступ нових учасників на ринки, які субсидуються; здебільшого субсидії отримують діючі користувачі; анти конкурентні наслідки можна виявити та важко запобігти їх

Схема відрахувань надходжень коштів до фонду:

платниками надходжень до фонду є всі оператори мереж електрозв'язку/постачальники послуг, річний дохід яких перевищує рівень, встановлений повноважним органом;

за базу відрахувань приймаються доходи цих підприємств;

ставка відрахувань встановлюється повноважним органом (залежно від обсягу доходів).

Виходячи з існуючої практики (наприклад, досвід Білорусії), яка вважає за доцільне встановлювати відрахування від валових доходів операторів мереж електрозв'язку/постачальників послуг на рівні 2%.

Таблиця 1.5

**Переваги та недоліки механізму фінансування загальнодоступних послуг – плата за дефіцит доступу**

Механізм	Переваги	Недоліки
ПДД (плата за дефіцит доступу вноситься операторами електрозв'язку для субсидування дефіциту доступу діючого оператора)	Розповсюджує тягар фінансування нерентабельних послуг доступу на всіх операторів (включаючи конкурентів)	Важко розраховувати витрати на доступ та забезпечити прозору й ефективну реалізацію; неефективне (як і перехресне фінансування) у деяких випадках; важко розраховувати вигоду для провайдерів, це може призвести до надзвичайно високих тарифів на доступ для конкурентів

Механізм компенсації збитків. Збитки операторів, що визначаються як різниця між доходами і витратами телекомунікаційного підприємства на надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг для споживачів, спричинені розвитком доступу та наданням загальнодоступних телекомунікаційних послуг повинні відшкодуватися у вигляді пільг,

зменшенням податкового тиску або коштів, що телекомунікаційним підприємством було витрачено, у випадку коли зобов'язання з надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг були на нього покладені примусово. За можливості, розмір субсидій (відшкодування) повинен визначатися на основі комерційного конкурсу і не має перевищувати встановленого за результатами конкурсу розміру відшкодування збитків, або у випадку, якщо конкурс не проводився, максимального розміру відшкодування збитків. В усіх випадках розмір відшкодування повинен розраховуватися на основі максимально формалізованої моделі оцінки довгострокових прирістних витрат [67].

Регулюючий орган сплачує компенсацію за надання ЗдТП тільки в тому випадку, якщо оператор доведе, що довгострокові прирістні витрати на даному географічному ринку, включаючи адекватні відсотки на використаний капітал, перевищують доходи.

При розрахунку вартості надання ЗдТП слід враховувати у тому числі й такі фактори, як незбалансованість тарифів на послуги, усереднена географічна вартість надаваних послуг.

*Таблиця 1.6*

**Переваги та недоліки механізму фінансування загальнодоступних послуг – фонд загальнодоступних телекомунікаційних послуг та самофінансування підприємством**

Механізм	Переваги	Недоліки
Фінансування з Фонду ЗдТП	Найбільш ефективний інструмент надання цільових субсидій на розвиток та підтримку нерентабельних послуг; потенційно найбільш ефективні; найбільш прозорі при певних умовах; при розширенні обсягу найкраще працюють, якщо проводять сполучення їх з конкурсними заявками приватних операторів	При створенні фонду виникають деякі організаційні труднощі та представницькі витрати, існує певна небезпека некваліфікованого керівництва; важко передбачити розміри супутніх витрат та надходжень
Фінансування самим підприємством за рахунок отримання додаткового прибутку при використанні пакетних технологій	Є можливість у підприємства, що надає соціально доступні послуги, самостійно вирішувати фінансові проблеми без втручання державних органів	Необхідність проведення заходів щодо модернізації мереж та впровадження пакетних технологій

Таким чином, виявлено декілька підходів до фінансування загальнодоступних телекомунікаційних послуг, але необхідно відзначити, що здебільшого існує інтегрування декількох механізмів, при цьому варто розраховувати на синергетичний ефект від поєднання механізмів, адже досвід

багатьох країн довів, що саме ці механізми та їх об'єднання у різних формах й утворюють головний регуляторний інструмент для здійснення контролю та надання ЗдТП. Сама ж реалізація загальнодоступних послуг передбачає насамперед розробку та впровадження довготривалої програми дій, тобто стратегії, в якій визначатимуться цінності та стандарти, згідно з якими здійснюватиметься діяльність підприємств телекомунікацій в частині надання загальнодоступних послуг.

### **1.3. Критерії та система показників оцінки управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері**

У сучасних умовах розвитку економічного простору відбуваються процеси, які можна охарактеризувати як зміни в технологіях виробництва, принципах споживання товарів та послуг, економічних пріоритетах як окремих домогосподарств, так й підприємств, особливо, на наш погляд, це стосується інноваційних сфер, зокрема телекомунікаційних, що є однією з високотехнологічних та науково містких. Крім того, за останні декілька років змінилась структура споживання телекомунікаційних послуг, відбулись зміни у пріоритетах отримання послуг населення, у зв'язку з чим гостро постає питання державної підтримки не тільки підприємств телекомунікаційної сфери, а й взагалі інноваційного розвитку економіки. Усе актуальнішими стають питання регулювання діяльності телекомунікаційних підприємств на всіх рівнях влади, підтримання та підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, оскільки в умовах нестабільного розвитку економіки, передусім страждають підприємства сфери послуг, особливо послуг інноваційного ринку.

Умови, в яких нині опинились телекомунікаційні підприємства змушують їх переглянути свої плани та прогнози, переосмислити ситуацію, розробляти нові сценарії, вводити нові критерії для визначення ефективності розвитку організаційно-економічного механізму надання телекомунікаційних послуг, зокрема загальнодоступних.

Для проведення оцінки та моніторингу саме цього напрямку діяльності підприємств, зазвичай використовуються декілька напрямів аналізу – по-перше, це оцінка та розрахунок основних фінансових показників діяльності підприємства (наприклад, коефіцієнтів рентабельності, ліквідності, фінансової залежності, ринкової активності), які порівнюються між собою в динаміці, проводиться постійний моніторинг та порівняння із запланованими в стратегічному плані розвитку підприємства показниками. Однак тільки ці показники не є достатніми та не дозволяють повною мірою охопити усі напрямки діяльності підприємств.

Друга група – показники визначення рівня конкурентоспроможності підприємства (частка ринку, обсяг виробництва, лояльність споживачів), саме ці показники дозволяють оцінити ефективність створеної організаційної структури та її вплив на економічну складову діяльності підприємства. Ще

одна група показників, яка надзвичайно важлива для оцінки ефективності організаційно-економічного механізму є маркетингові показники, а саме рівень впізнання торгової марки, вартість бренду тощо.

Крім зазначених, можна виокремити ще велику кількість груп показників, але кожне окреме підприємство, з врахуванням своїх стратегічних цілей може визначити свої групи показників та ступень їх вагомості [37, 67, 110].

Незважаючи на існуючі наукові та практичні розробки з цього питання, розробка комплексного організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг вимагає визначення критеріїв оцінки та формування системи показників з урахуванням особливостей зазначеного механізму та умов діяльності телекомунікаційних підприємств. Комплексний механізм управління телекомунікаційним підприємством наведено на рисунку 1.4.

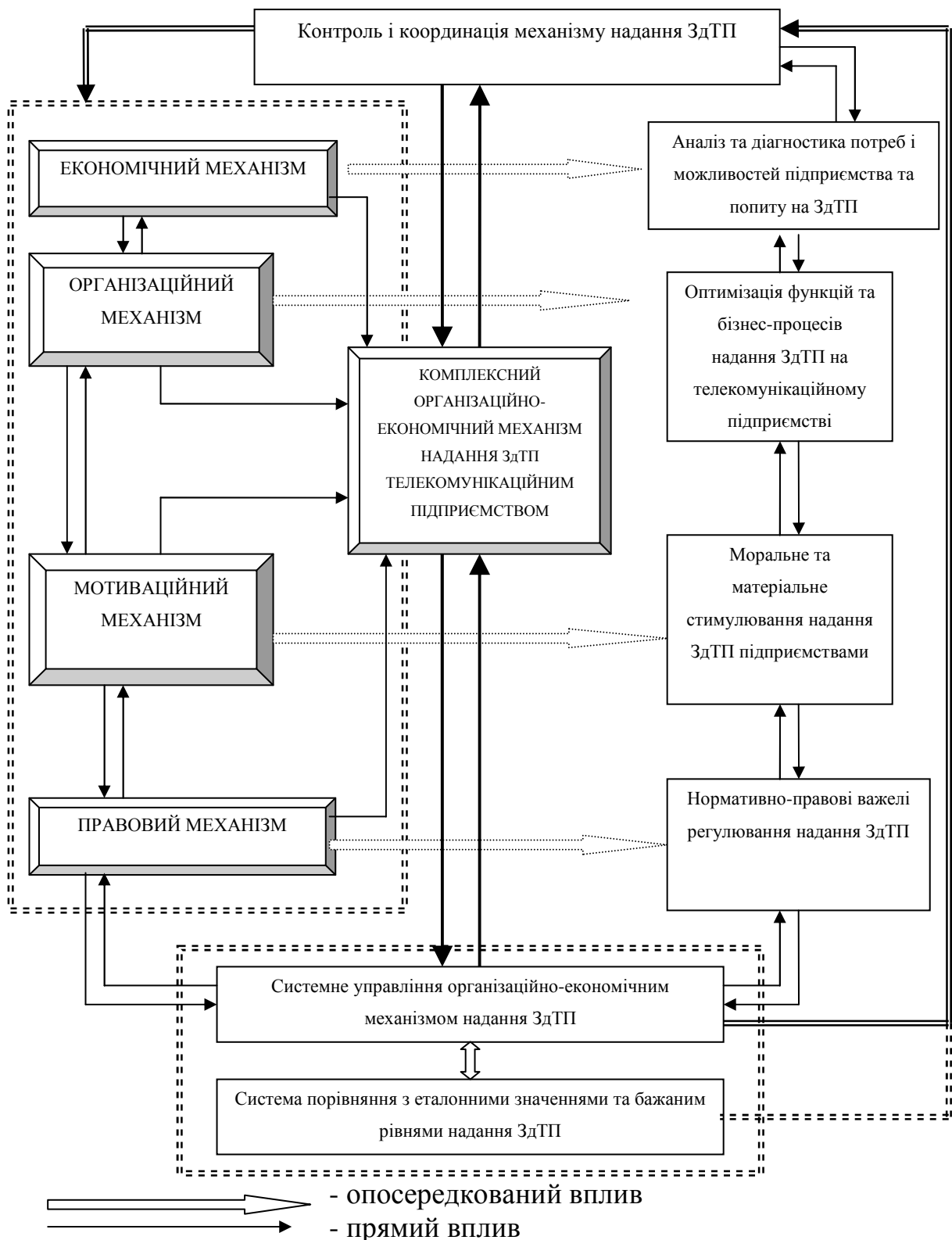
У зв'язку з виникаючими проблемами при організації процесу надання ЗдТП підприємства сфери телекомунікацій проводять постійний пошук моделей розвитку телекомунікаційного сектора, що спрямовано на забезпечення телекомунікаційними послугами всіх верств населення згідно з потребами, що виникають у зв'язку із розбудовою інформаційного суспільства. Однак, коли йдеться про ЗдТП, то зважаючи на масштабність проекту виникає об'єктивна необхідність залучення держави для реалізації такого проекту. Важливою умовою активізації діяльності телекомунікаційних підприємств у напрямку організації надання ЗдТП може стати розвиток інтеграційних підприємств як важливіший фактор стабілізації економіки телекомунікаційної галузі та впровадження державно-приватного партнерства.

Звідси виникає необхідність у розробці нових методів оцінки OEM надання ЗдТП. На рисунку 1.5 представлено передумови функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами, що сприяли його формуванню.

Система оцінки правильності та адекватності управлінських рішень може розглядатись як у загальному контексті відносно усього об'єкта та оточуючого середовища підприємства, так і у локальному, більш вузькому аспекті – відносно процесу управління, який може включати технічне оснащення окремих підрозділів структури управління, підсистеми управління як складових загальної [57]. Остання набуває важливого значення для оцінки ефективності OEM в частині надання ЗдТП.

На основі проведеної оцінки існуючих підходів до визначення поняття «ефективність» з урахуванням специфіки нашого дослідження, можна визначити, що дефініцію ефективність слід розглядати, як оцінку випадку, коли вимоги споживача задоволені, та необхідно оцінити, наскільки економічно підприємство використало ресурс для того, щоб досягти цього необхідного рівня задоволеності клієнта.

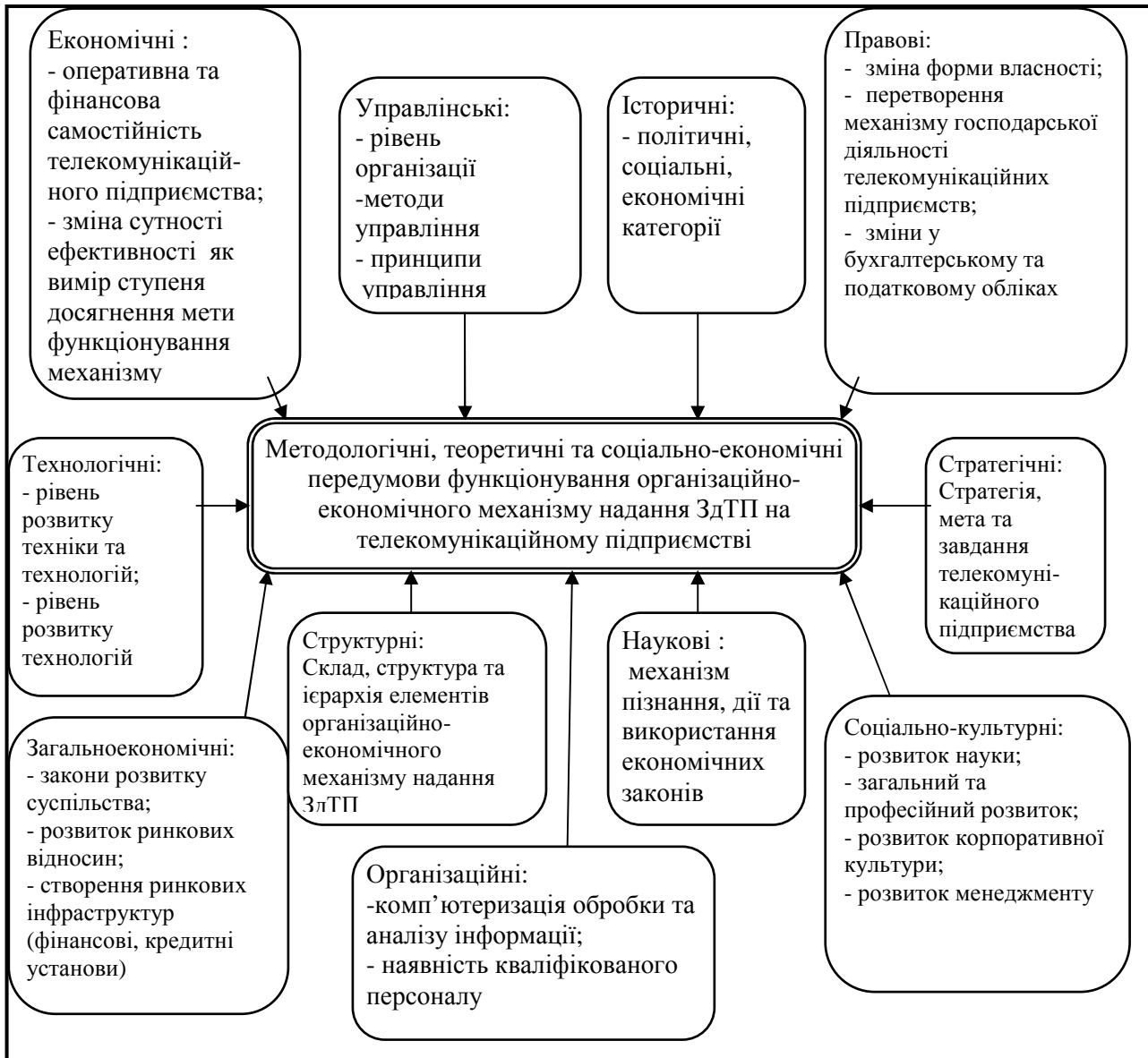




**Рис. 1.4. Організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами**

Дослідження науковців щодо дефініції «ефективність», яка в деяких працях застосовується як синонім поняття «результативність», продемонстрували суперечливість щодо цього питання. Більшість авторів вважають, що використання їх на одному рівні суперечить тому, що

«ефективність» є більш містким поняттям, а отримання результату, тобто «результативність», є його складовою.

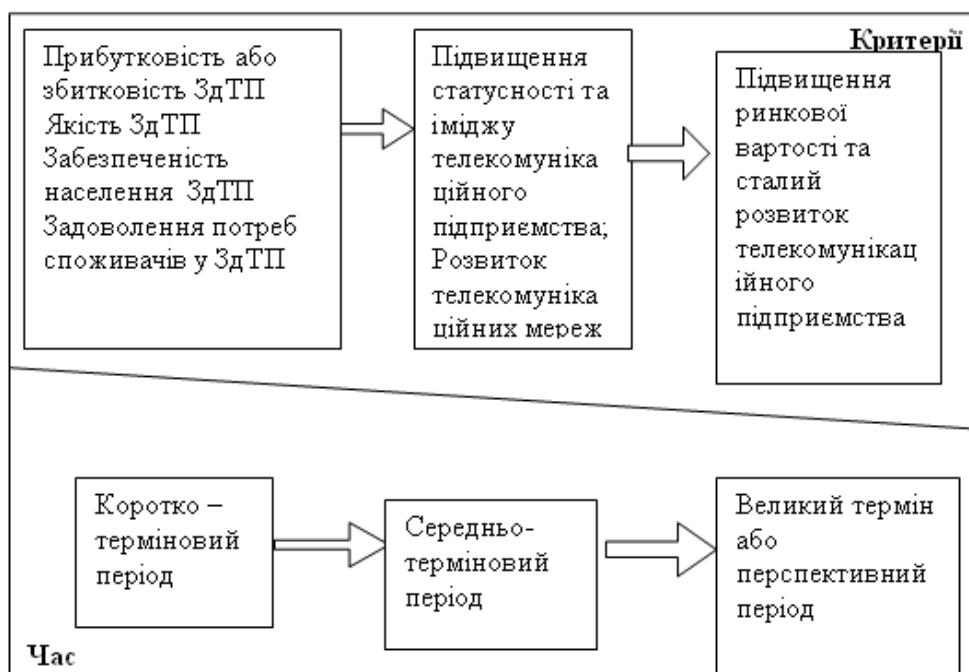


**Рис. 1.5. Передумови функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами**

Проте незважаючи на це, варто зазначити, що обидва терміни та показники, що можна отримати за їх допомогою, призначені для оцінки досягнень роботи підприємств через порівняння результатів та витрат, які понесли телекомунікаційні підприємства. Узагальнюючи зазначене, ми вважаємо за доцільне у подальшому дослідженні для оцінки функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг використовувати поняття «ефективність», з огляду на його більш містке наповнення, але для оцінки окремих складових можливе використання терміну «результативність».

Відповідно, системи показників, що характеризують ефективність (результативність) будуть різними лише зважаючи на ті сфери, ефективність функціонування яких оцінюється. Критерій від грецької: criterion – ознака, яка дозволяє оцінити певний стан системи, процесу, об'єкта з бажаним із наступним порівнянням та формувати оцінку об'єкта, що досліджується, з метою наближення до оптимального стану. Таким чином, критерій оцінки організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг надаватиме можливість оцінити ефективність роботи цього механізму, яка характеризується економічними показниками.

У психологічному словнику ці критерії тлумачать як цінності, якими керується людина, яка приймає рішення або виносить судження [57]. Критерій – це таке математичне або фізичне, якісне або будь-яке інше мовне уявлення (у математиці – функціонал), яке при функціонуванні будь-якої системи самозадовільняється шляхом його мінімізації або максимізації (рис. 1.6).



**Рис. 1.6. Критерії оцінки організаційно-економічного механізму надання послуг**

Тому справедливим є представлення критерію оцінки OEM у вигляді відображення його самозадовільняючого показника.

Найбільш широкого застосування набула праця, що розроблена Стефенсом (1946-1951pp.), який ідентифікував чотири рівні виміру: номінальний, порядковий, інтервальний та пропорційний [283]. Вони розрізняються за їх властивостями упорядкування та віддаленості. Це значення, що встановлює певні правила, які керують призначенням відповідних величин стосовно явища, що спостерігається.

Під час розробки критерію ефективності відносно роботи телекомунікаційних підприємств необхідно дотримуватись таких умов:

зростання обсягів надання загальнодоступних послуг можна досягти, завдяки збільшенню одного або декількох факторів виробництва, або за рахунок зменшення обсягу надання інших послуг;

усі фактори виробництва та надання загальнодоступних послуг взаємопов'язані між собою, отже, зміни одного з них приводять до змін у виробництві та наданні інших послуг, змінюючи їх структуру та дохідність.

Таким чином, для оцінки ефективності будь-якої складової організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг необхідне введення декількох критеріїв базових показників, на підставі яких буде проводитись оцінка механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.

Раніше ми вже визначили існуючі підходи до груп показників, але, для телекомунікаційних підприємств ці групи необхідно вдосконалити з урахуванням специфіки наданих послуг та нових технологічних можливостей на телекомунікаційних підприємствах.

Природно, що значення кожного з критеріїв ефективності будуть залежати від ряду факторів конкретного підприємства і, насамперед, від його технічного, кадрового, фінансового стану, а також від технології, що застосовується для надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг споживачам на ринку.

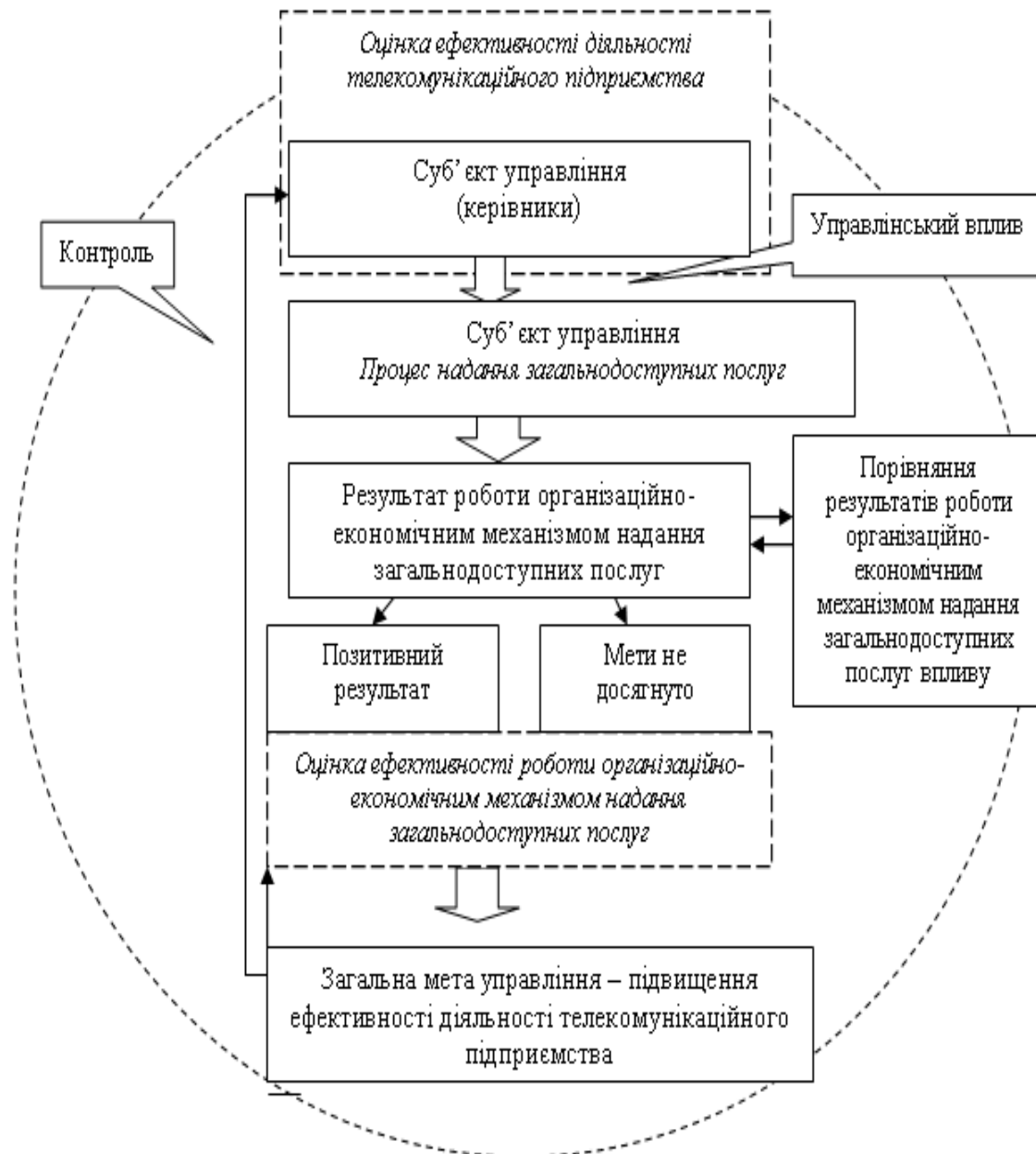
Завдання ефективного управління організаційно-економічним механізмом надання загальнодоступних послуг полягає у досягненні найбільш ефективних дій з метою забезпечення населення необхідними послугами при збереженні або підвищенні прибутковості телекомунікаційного підприємства.

Ефективність управління телекомунікаційним підприємством може розглядатись і за межами його внутрішніх кордонів. Необхідно враховувати у цьому зв'язку ефект впливів керуючої системи на інші підприємства-постачальники матеріально-сировинних ресурсів, підприємства-споживачі продукції [277, 110].

Зміст організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємствами являє собою визначену певним чином (впорядковану) сукупність елементів та процесів, що його утворюють. Це складна система, що включає декілька груп відношень.

Ефективність управління організаційно-економічним механізмом надання загальнодоступних послуг може розглядатися як відносно всього механізму, мінімізуючи негативний вплив зовнішнього середовища, так і для його складових: технічних, політичних, фінансових, управлінських, соціальних тощо.

Остання має важливе значення для оцінити обсягів збитку телекомунікаційних підприємств при наданні загальнодоступних послуг. Оцінку ефективності функціонування організаційно-економічним механізмом надання загальнодоступних послуг у схематичному вигляді представлено на рисунку 1.7.

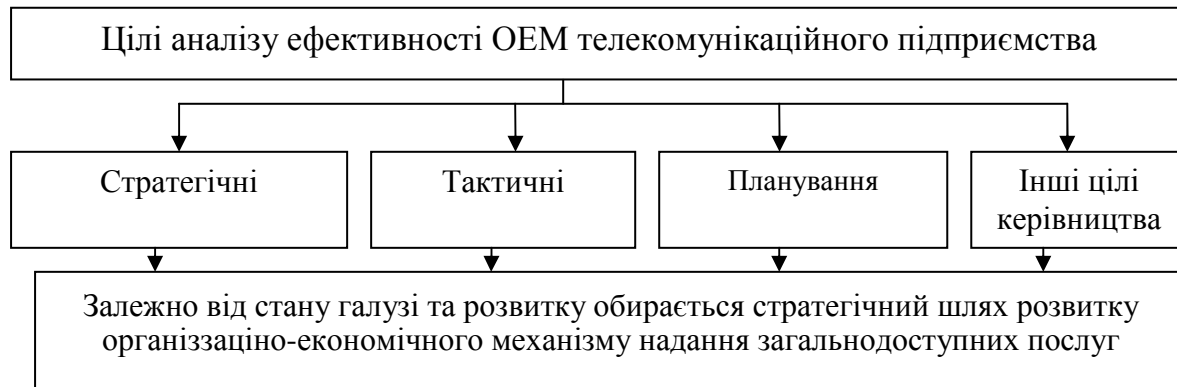


**Рис. 1.7. Оцінка ефективності роботи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг**

При цьому господарські організації в межах інтегрованих структур розвиваються більш динамічно, ніж автономні і мають більш високу соціально-економічну ефективність діяльності. Крім того, кращі показники демонструють інтегровані структури, що мають повний технологічний ланцюжок телекомунікаційного виробництва.

Але для вибору критерію або критеріїв оцінки ефективності OEM необхідно провести вибір показників для оцінки ефективності підприємства, що повинен визначатися відповідно до цілей, які мають бути досягнуті при проведенні аналізу ефективності роботи підприємства (рис.1.8).

Основним критерієм для оцінки ефективності роботи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами є рівень показників, що буде досягнуто підприємством при наданні загальнодоступних послуг.



*Рис. 1.8. Цілі аналізу ефективності організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг*

Вибір показників для стратегічних цілей базується на необхідності порівнювати результати діяльності підприємства з його конкурентами або пов'язаних з ним фірм. Для цього використовуються узагальнюючі показники будь-яких елементів діяльності (табл. 1.7).

Тактичні цілі. Керівництво телекомунікаційних підприємств контролює функціонування організаційно-економічного механізму загальнодоступних послуг, при цьому розраховуються показники для оцінки ефективності функціонування окремих структурних та регіональних підрозділів або надання загальнодоступних послуг на певній території.

Інші цілі керівництва можуть виконуватись, наприклад, для оцінки впливу державних обмежень.

Для вирішення завдань планування необхідно зіставити вигоди використання різних ресурсів [226] або декількох груп ресурсів за певний період для визначення змін у майбутньому.

Для оцінки ефективності OEM надання ЗдТП основним критерієм можна визначити рівень досягнення показників поставлених цілей. Критерії оцінки ефективності OEM надання ЗдТП можна поділити на:

внутрішні – критерії, що відповідають показниками цілей і похідним від них показникам під цілей, які постають перед підприємницькою структурою;

зовнішні – відповідають параметрам елементів зовнішнього середовища (ринок праці, споживачів, капіталу; над система, соціально-політичне середовище);

загальні – час, якість рішення, ступінь участі виконавців у процесі прийняття управлінського рішення, виховну цінність рішення.

**Критерії та показники, які можливо використовувати для оцінки ефективності надання ЗдП**

№	Показник та формула показника	Умовні позначення	Тлумачення формули
1	Величина надходжень до бюджету протягом модельованого періоду ( $Bd$ ) $Bd = \sum_{i=0}^{tk} Bd_i = \sum_{i=0}^{tk} Pft_i \cdot r_s$	$Pft_i$	Прибуток телекомунікаційного підприємства в $i$ -ий інтервал часу
		$r_s$	Ставка неподаткового відчислення до бюджету
		$t_k$	Кінцевий інтервал моделювання
2	Коефіцієнт рентабельності активів (Return on Assets, ROA) $ROA = \frac{Pft_{cl} + (1 - r_{pft}) \cdot r_{cr}}{A_{st}} \cdot 100\%$	$Pft_{cl}$	Чистий прибуток телекомунікаційного підприємства
		$r_{cr}$	Відсотки по кредитах, які відображаються в звіті про прибуток та збиток
		$r_{pft}$	Ставка податку на прибуток, тобто ставка, за якою буде обкладатися додатковий дохід телекомунікаційного підприємства
		$A_{st}$	Середні сумарні активи (середньорічна сума загальних активів підприємства, що визначається як сума активів на початок та на кінець року, розділена навпіл)
3	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу (Return on Equity, ROE) $ROE = \frac{Pft_{cl}}{Cpt} \cdot 100\%$	$Pft_{cl}$	Чистий прибуток телекомунікаційного підприємства
		$Cpt$	Середньорічний акціонерний капітал
4	Капіталізація залишку до кінця $i$ -ого інтервалу моделювання $Cpt_i = Cpt_0 + \sum_{i=0}^{i-1} (delt_i \cdot (1 - r_s) - \delta_i \cdot Cpt_{i-1})$	$delt_i$	Частка прибутку, що інвестується в основний капітал в $i$ -й період часу
		$\delta_i$	Частка вибуття капіталу, $r_s$ – ставка неподаткових відрахувань до фонду
		$r_s$	Ставка неподаткових відрахувань до фонду
		$t_i$	Кінцевий інтервал моделювання
(5)	Прибуток компанії в $i$ -й період часу $P_{ft_i} = \int(N_i, ARPU_i, MOU_i, k_i)$	$N_i$	Кількість абонентів, лояльних до телекомунікаційного підприємства, що надає ЗдП
		$ARPU_i$	Середній дохід, отриманий підприємством від одного абоненту
		$MOU_i$	Середня кількість хвилин надання послуги
		$k_i$	Коефіцієнт кількості заходів, які визнано ефективними
(6)	Прибуток за $i$ -й інтервал часу $Pft_i = Cpt_i \cdot ROE$	$Cpt_i$	Загальна величина основного капіталу підприємства в $i$ -й період часу
		$ROE$	Коефіцієнт рентабельності

Доцільно, для оцінки ефективності організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг використати наступні критерії:

порівняння відповідності фактичних результатів роботи OEM надання ЗдТП з метою діяльності телекомунікаційного підприємства;

рівень задоволення потреб населення у загальнодоступних телекомунікаційних послугах.

Критерії та показники оцінки ефективності надання загальнодоступних послуг та методики, що розроблено вітчизняними науковцями та іншими науковими організаціями країни, використані для оцінки економічної ефективності впровадження інновацій. Вони передбачають проведення оцінки таких видів ефективності, як технічна, технологічна, екологічна, соціальна, енергетична та економічна ефективність інноваційних розробок та окупність вкладених інвестицій, які оцінюють результати впровадження нововведень за властивими їм критеріями та показниками.

Однак об'єднувати окремі складові, встановлювати між ними будь-які зв'язки та визначати єдиний показник – це неправильно та не може привести до успіху [16].

Показники зазначених видів ефективності численні, але залежно від цілі дослідження виділяють найбільш характерні показники, що закладаються в основу рішення задач для вибору найбільш оптимального варіанта. Наприклад, показники технічної ефективності – це продуктивність нового виду техніки, обладнання або комплексу засобів. До технологічної ефективності варто віднести оцінку енергетичної ефективності, що спрямована на зниження енерговитрат на виробництві.

До критеріїв соціальної ефективності відносять поліпшення та полегшення умов праці, підвищення мотивації праці робітників та рівень життя робітників; екологічна ефективність призводить до зниження шкідливих технологічних впливів на навколишнє середовище та його стан. Отримавши позитивні результати за всіма напрямками ефективності, варто перейти до оцінки економічної ефективності.

Усі зазначені види ефективності спираються на показники економічної ефективності. Корисність інноваційної технології визначається здатністю економити працю, час, матеріальні ресурси та фінансові кошти, що у сукупності оцінюється універсальним оціночним вимірювачем – грошовим еквівалентом. Саме ці якості технології зумовляють її вартість на ринку інновацій.

Разом з тим, необхідно відзначити, що для визначення ефективності OEM надання ЗдТП, необхідно використовувати не тільки такі кількісні показники, як продуктивність праці, фондо- та матеріаловіддача, прибутковість і рентабельність, а й якісні характеристики, що відображають глибинну сутність економічної та соціальної ефективності в телекомунікаційному комплексі.

Тому економічну ефективність OEM надання ЗдТП слід розглядати на основі групи збалансованих показників, які враховують усі аспекти фінансово-господарської діяльності.



У таблиці 1.8. наведено систему критеріїв оцінки організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.

Таблиця 1.8

**Зведена таблиця системи критеріїв оцінки організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами**

Критерії	Основні показники, що характеризують результативність	Джерело формування оцінки
Економічної ефективності	Співвідношення суми витрачених коштів та компенсованих з бюджету коштів на надання загальнодоступних послуг або суми надання пільг	Дані перевіряючих органів, акти впроваджень, акти щодо порушень тощо
Правові	Кількість порушень протягом роботи телекомунікаційного підприємства при реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг	Дані внутрішніх перевірок та інформація судових інстанцій
Соціальні	Відгуки споживачів про надання загальнодоступних послуг	Аналіз офіційних анкетувань, публікацій у пресі, інтернет-опитування
Експертні	Думка компетентних співробітників щодо ефективності роботи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг	Докладні та службові подання, акти експертних опитувань
Техніко-технологічні	Час встановлення дзвінка, ступінь несправності роботи лінії, час лагодження несправності тощо	Звіт про якість параметрів послуг
Синергетичні	Ступінь взаємодії та самоорганізації суб'єктів реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг	Звіт відповідного державного органу та оцінка керівника контролюючого органу

Етапи багаторівневого аналізу ефективності організаційно-економічного механізму надання ЗдТП наведено у таблиці 1.9.

**Етапи багаторівневого аналізу ефективності організаційно-економічного механізму надання ЗдТП**

Рівні аналізу	Опис	Джерела
1	Містить дослідження кількісних показників, що відображають ефект організаційно-економічного механізму та ефективність діяльності телекомунікаційного підприємства в цілому	Фінансова звітність підприємства, статистика
2	Містить якісні показники ефективності діяльності підприємства	Анкетування, опитування співробітників
3	Містить якісні результати інформаційної ефективності діяльності виробника послуг (порівняння)	Дані про роботу зі споживачами, постачальниками, про управління ресурсами тощо.
4	Містить дані про ступінь задоволеності господарською діяльністю з боку зацікавлених сторін із зовнішнього середовища: покупці (фізичні або юридичні), постачальники обладнання або послуг, посередників (маркетологів, фінансових, консалтингових, рекламних агентів тощо)	Аналіз основних елементів діяльності телекомунікаційного підприємства (вивчення попиту на послуги). Залежить від показників, отриманих на першому рівні
5	Містить дані про соціальний ефект діяльності телекомунікаційного підприємства у суспільстві	Аналіз соціального ефекту. Дослідження показників державної підтримки

При оцінці ефективності організаційно-економічного механізму діяльності телекомунікаційного підприємства доцільно використовувати як кількісні, так і якісні показники.

Загальне поняття ефективності об'єднує такі види її показників:

соціальна ефективність – демонструє рівень досягнення мети підприємства, тобто отримання певного соціального ефекту, який можна обрахувати в абсолютному значенні, наприклад, кількість споживачів, що лояльні до телекомунікаційного підприємства, або у відсотковому виразі (на який відсоток кількість споживачів збільшилася завдяки заходам щодо надання загальнодоступних послуг, а також ступінь задоволення потреб

населення в отриманні загальнодоступних послуг (рівень інформатизації, кількість абонентів, що отримують послугу);

економічна ефективність, яка є необхідною умовою діяльності підприємства та виражається у відношенні позитивних фінансових результатів функціонування телекомунікаційного підприємства до витрат, які воно понесло при наданні загальнодоступних телекомунікаційних послуг;

економічна ефективність, що виражається у відношенні корисних кінцевих результатів функціонування підприємства до витрачених ресурсів;

соціально-економічна ефективність – співвідношення соціального ефекту та виконаних витрат;

економія, що враховує заходи щодо зниження та більш економічного споживання трудових, фінансових та матеріальних ресурсів [71, 125, 211].

Варто виділити основні критерії (ознаки, на підставі яких проводиться оцінка) і відповідні їм показники ефективності взаємодії телекомунікаційних підприємств у межах інтегрованих структур, що дозволяють провести комплексну оцінку соціально-економічної ефективності виробництва та обслуговуючих ТК підприємств – учасників інтеграції. Аналіз ефективності функціонування OEM надання ЗдТП в інтегрованих формуваннях доцільно здійснювати за динамікою показників, що відображають ці критерії (табл. 1.10).

З урахуванням специфіки розвитку ринку телекомунікацій та існуючих науково-методичних та практичних підходів, можна вважати, що критеріями ефективності OEM надання ЗдТП у сучасних умовах є:

формування взаємовигідних партнерських взаємовідносин;

підвищення продуктивності телекомунікаційного виробництва;

створення та стабілізація ринку загальнодоступних телекомунікаційних послуг;

розширення податкової бази як основи для розвитку соціально-економічної сфери телекомунікаційних послуг.

Таким чином, усі дії всіх учасників OEM повинні бути чітко спрямовані на досягнення кінцевої ефективності, головним чином, за рахунок таких факторів, як: ефективне надання ЗдТП, кредитно-фінансова і цінова політика, впровадження інновацій, більш раціональне завантаження виробничих потужностей.

Водночас, проведений аналіз діяльності ТК підприємств демонструє, що нині організаційно-економічний механізм надання ЗдТП є ефективним головним чином за рахунок можливості консолідації акціонерного капіталу та залучення додаткових оборотних коштів, а також розвитку державно-приватного партнерства у цьому напрямку, ефективної системи кредитно-фінансової та тарифної політики та впровадження інновацій.

**Співвідношення ефективності та критеріїв при наданні  
телекомунікаційних послуг**

Ефекти	Критерії	Показники ефективності
Стратегічні ефекти	Зниження витрат на виробництво, при наданні та реалізації ТК послуг	Частка витрат на реалізацію у структурі собівартості, %
		Завантаження виробничих потужностей, %
		Відсоток ЗдТК послуг у загальному обсягу реалізованих послуг, %
	Маркетингові ефекти	Рентабельність продажів, %
		Збільшення обсягу продажів, %
		Зростання частки ринку
	Інвестиційно-інноваційні ефекти	Прибуток на одну акцію або на частку, грн.
		Прибуток на 100 грн. вкладених коштів, грн.
		Підвищення інноваційної наповненості процесів виробництва
Тактичні ефекти	Зниження витрат	Економія постійних витрат
		Зниження транспортно-логістичних видатків у розрахунку на 100 мешканців щодо забезпечення ЗдТК послуг, грн.
		Податкова економія
	Збільшення доходів	На одного співробітника, грн.
		На 100 грн. основних фондів, грн.
Локальні ефекти	Виробничі ефекти	Рентабельність виробництва, %
		Матеріало- та фондівдача
		Продуктивність праці
		Фон доозброєння
	Фінансові ефекти	Зростання вартості активів, %
		Поліпшення фінансового стану підприємства
Соціальні ефекти	Лояльність споживачів та визнання підприємства серед конкурентів	Співвідношення суми витрачених коштів та компенсованих з бюджету коштів або суми надання пільг

Саме тому виникає необхідність виділення критеріїв та відповідних їм показників, що дозволяють формувати інструментарій оцінки OEM надання ЗдТП з точки зору соціально-економічної ефективності та використовувати його для обґрунтування рекомендацій для вчасної корекції напрямків розвитку телекомунікаційних підприємств.

Використання середньої геометричної для цілей аналізу рядів динаміки зумовлено наступним:

переваги середньої геометричної полягають у можливості її використання у тих випадках, коли важко віддати перевагу вагам, за якими у комплексний індекс повинні входити конкретні показники розвитку телекомунікаційних підприємств;

дозволяє привести до єдиного знаменника показники, що вимірюються у різних одиницях;

забезпечує облік динаміки окремих показників.

Ефективність від виконання програми підтримки визначається надходженнями у бюджет податкових платежів, що обумовлено державною підтримкою для поліпшення показників соціальної ефективності та показником інноваційності. Значення добутків для кожної організації буде різним, для чого буде проводитись у майбутньому факторний аналіз, мета якого полягає у визначенні варіацій інтегрального показника.

Розрахунок найбільшого значення сукупного показника ефективності можна проводити на основі ставки податку на прибуток – 20% та середньої рентабельності – 7% для сукупності податків, що обумовлено наданням підтримки. Для всіх елементів показника соціальної ефективності – це 2 як максимальне значення.

Телекомунікаційна галузь має ряд особливостей, серед яких: наявність інновацій, що вимагає від підприємств переходу до нових технологій;

потенційними користувачами загальнодоступних послуг через низьку платоспроможність є велика частина населення, що стало наслідком довготривалої кризи в Україні;

досить яскраво виражений поділ відповідальності та ризиків між розробником технології та її провайдером – оператором телекомунікацій [146, 112, 119].

До основних факторів, що впливають рішення щодо впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг на телекомунікаційних підприємствах, відносять питання стандартів послуг, визначення пакета загальнодоступних послуг (мінімального споживчого кошику), високий рівень залежності від держави, мінімізація витрат за рахунок економії на масштабі та технологічна нейтральність.

До базових критеріїв для оцінки ефективності функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами віднесено такі аспекти, як [122]:

аналіз темпів приросту ринку;  
рівень існуючої або відсутньої конкуренції в даному сегменті;  
прибутковість або збитковість сегмента ринку надання загальнодоступних послуг;

обґрунтованість ідеї;  
досягнення соціального ефекту;  
наявність технічної можливості для надання загальнодоступних послуг, а також знань та досвіду;

можливість збільшення клієнтської бази за рахунок приросту інших сегментів ринку.

Для телекомунікаційних підприємств важливим є введення критерію оцінки соціальної ефективності, оскільки при наданні ЗдТІ особливо значення набуває саме комунікаційний ефект від надання послуг, тому необхідно ввести

економічну складову оцінки соціальної ефективності. Варто відзначити, що більшість існуючих підходів до визначення оцінки соціальної ефективності базується на оцінці експертів та думці споживачів і референтних груп, однак не враховує суто економічні та математичні розрахунки.

Показники оцінки ефективності роботи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг наведено у таблиці 1.11.

Таблиця 1.11

**Показники оцінки ефективності роботи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг**

Показники оцінки	Формула розрахунку
Прямі витрати на виробництво та надання послуги	$B_{тр} = 3П_{роб} \cdot K_{роб} \cdot 365$ <p>де <math>3П_{роб}</math> – заробітна плата робітника позмінно;  <math>K_{роб}</math> – кількість робітників, що обслуговують зміну;  365 – кількість змін на рік.  Розраховується за технологічною картою бізнес-процесів eTOM</p>
Витрати з виробництва послуги	$B_{вир} = \Delta E + \Delta Сл + B_{пр}$ <p>де <math>\Delta E</math> – витрати на електроенергію;  <math>\Delta Сл</math> – витрати на службову інформацію;  <math>B_{пр}</math> – виробничі витрати на працю під час виробництва</p>
Витрати на виробництво одиниці послуги	$B_{вир.од} = \frac{B_{вир}}{ВД}$ <p>де <math>ВД</math> – валовий дохід підприємства</p>
Витрати на оплату праці на одиницю продукції/послуги	$B_{о/пр} = \frac{B_{о/пр}}{ВД}$
Матеріальні витрати на одиницю продукції/послуги	$B_{мат.од} = \frac{B_{мат}}{ВД}$
<b>Показники фінансових результатів</b>	
Загальні витрати	$B_{заг} = B_{вир} + B_{реал}$ <p>де <math>B_{реал}</math> – витрати на реалізацію</p>
Собівартість одиниці продукції	$C = \frac{B_{заг}}{ВД}$
Виручка від реалізації продукції, грн.	$B = Ц * Q_{реал}$ <p>де <math>Ц</math> – ціна за одиницю продукції (залежно від каналу реалізації);  <math>Q_{реал}</math> – обсяг реалізованої продукції</p>
Прибуток, грн.	$П = B - B_{заг}$

Обов'язковим компонентом при розробленні механізму будь-якого ланцюга виробництва та надання споживачам телекомунікаційних послуг є визначення правильного набору ключових показників ефективності. За цими

показниками буде оцінюватись ефективність побудованої системи порівняно з альтернативними системами. Показник виміру ефектності – це метрика, що використовується для вирахування ефективності конкретної дії [19, 90].

Остання набуває важливого значення для оцінки ефективності OEM в частині надання ЗдТП. Як свідчить вітчизняний та закордонний досвід, однією з найбільш ефективних форм роботи телекомунікаційних підприємств для забезпечення надання загальнодоступних послуг та стабільного прибутку телекомунікаційних підприємств, а також створення стабільного ринку збуту телекомунікаційних послуг є організація телекомунікаційних інтегрованих структур. Інтегровані формування сьогодні отримують широке розповсюдження у багатьох регіонах країни та характеризуються великою різноманітністю складу учасників, видів діяльності, форм власності, механізмів регулювання сумісної діяльності.

Організаційно-економічна взаємодія в рамках інтегрованих структур – проблема, що потребує підходу до рішення ряду питань, зокрема, таких, як правове забезпечення діяльності структур, вдосконалення структур їх організаційно-управлінської побудови, формування механізму взаємовідносин, критерії та показники ефективності інтеграційної взаємодії і роботи OEM надання ЗдТП.

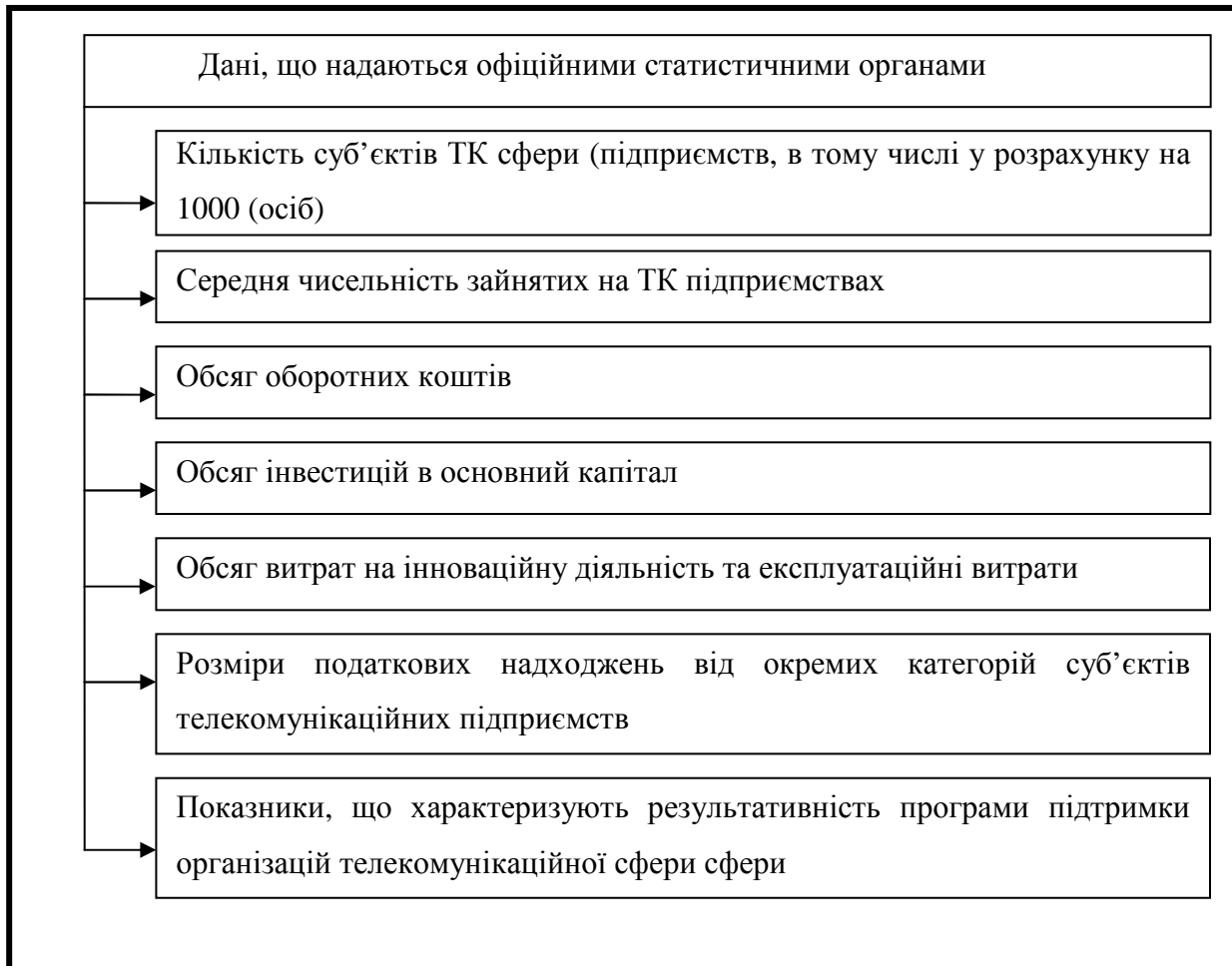
Нині економічний механізм діяльності телекомунікаційної організації орієнтується на ринкові моделі розвитку, тому проблема оцінки економічної ефективності нових технологій є особливо актуальною.

Оцінка ефективності державної підтримки підприємств сфери телекомунікаційних послуг основана на сукупному показнику ефективності, що включає бюджетну, соціальну та інноваційну ефективність. Для впровадження елементів управління результатами діяльності в сфері державної підтримки підприємств сфери послуг на регіональному рівні необхідно розробити систему показників, що характеризують стан та розвиток сфери послуг, а також ефективність та результативність діяльності державних органів влади у сфері підтримки соціальної політики щодо телекомунікаційних послуг, оскільки ЗдТП представлені саме у цьому секторі.

Показники, що визначаються різним ступенем часової та статистичної точності віддзеркалюють стан та розвиток послуг телекомунікаційних підприємств, класифікуються за двома напрямками залежно від джерела даних об'єктивної та суб'єктивної статистики. На їх основі розраховується ряд похідних показників: кількість підприємств (на кінець року), середня облікова чисельність робітників (без зовнішнього сумісництва), середня чисельність робітників сумісників, середня чисельність робітників, що виконують роботу за контрактом, оборот підприємств, інвестиції в основний капітал тощо та оцінюється їх динаміка. Важливим аспектом дослідження телекомунікаційних підприємств є аналіз структури телекомунікаційної послуги. Показники, що визначаються в рамках суб'єктивної статистики за результатами анкетування суб'єктів телекомунікаційних підприємств, відображають основні проблеми та адміністративні бар'єри на шляху розвитку нових ЗдТП, дозволяють виявляти та досліджувати проблеми, пов'язані з фінансовим станом, матеріальними

питаннями, податковою системою, соціально-трудовими відносинами та рядом інших проблем.

На рисунку 1.9. наведено дані щодо статистичних матеріалів за основними економічними показниками діяльності телекомунікаційних підприємств стосовно надання ЗдТП.



**Рис. 1.9. Дані про статистичні матеріали за основними економічними показниками діяльності телекомунікаційних підприємств**

Незважаючи на існування великої кількості показників, що відображають стан та розвиток телекомунікаційних підприємств, а також наукових праць з даного питання, нині ще не сформувалась система визначення цих показників. Важливість впровадження принципів, спрямованих на результат поліпшення управлінської функції в умовах адміністративних перетворень, актуалізує дане питання. Крім того, формування показників, які б дійсно відображали ефективність державної підтримки розвитку ЗдТП у складі організаційно-економічного механізму надання таких послуг, відповідало б запитам сьогодення та могло б стати перешкодою для такого розповсюдженого явища, як «робота на показник».

Розвиток сектора надання телекомунікаційних послуг залежить від ринкової кон'юнктури, технічного та технологічного прогресу, впливу



інституціональних факторів. Враховуючи недоліки сучасної статистичної системи, виявити вплив одного з факторів, а також оцінити їх переваги, зокрема внесок з боку держави щодо надання підтримки та допомоги у наданні ЗдТП, виявляється досить важко. Необхідно врахувати той факт, що зусилля з боку держави включають не лише надання пільг та преференцій телекомунікаційним підприємствам, але й спрямовані на поліпшення бізнес-середовища, в якому вони функціонують, а також на перетворення інституційного середовища, на яке впливає державна економічна політика.

Однією з характерних особливостей організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами є визначення послуг-аналогів та послуг-замінників, що є важелем його розвитку та вдосконалення. Доцільно використовувати ланцюг послідовних дій щодо визначення критеріїв та показників оцінки організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами, базисом яких є використання статистичних даних. Виділено групи критеріїв (економічної ефективності, правові, соціальні, техніко-технологічні та синергетичні) із зазначенням джерел їх походження.

Основними перевагами реалізації та впровадження телекомунікаційними підприємствами організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг є покращання як вітчизняного, так і міжнародного рейтингу, оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат, розширення можливостей для залучення висококваліфікованих працівників, мотивування та утримання людей похилого віку та з обмеженими можливостями, досягнення інформаційної відкритості та прозорості, налагодження та побудова взаємовідносин із зацікавленими сторонами з метою раціонального використання наявних ресурсів підприємства, зміцнення довіри з боку зацікавлених сторін (наприклад, між народом та урядом при реалізації програми «електронного уряду»), поліпшення фінансових та економічних показників діяльності в цілому.

### **Перелік питань для самоконтролю**

1. Коли економічна наука почала вивчати діючі в економіці механізми у тому числі організаційно-економічний механізм управління підприємством?
2. Назвіть етапи формування теоретичної бази дослідження питання організаційно-економічного механізму.
3. Чи є тотожними такі економічні категорії як «економічний механізм» та «господарський механізм»?
4. У чому полягає сутність організаційного механізму?
5. Що являють собою економічні механізми закритого та відкритого типу?
6. Охарактеризуйте II етап наукової думки щодо організаційно-економічного механізму. Назвіть представників цього етапу.
7. Які функціональні підсистеми повинен включати в себе економічний механізм?
8. Як сучасна філософія розглядає термін «господарство»?

9. Що сприяло формуванню та розвитку III етапу наукових поглядів про сутність організаційно-економічного механізму?

10. Надайте сучасне тлумачення терміну організаційно-економічний механізм.

11. Назвіть складові загального організаційно-економічного механізму.

12. Що являє собою організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

13. Назвіть принципи формування та управління організаційно-економічним механізмом надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

14. Які інструменти регуляторного впливу на організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг ви можете назвати?

15. Яким чином та яким документом визначена пріоритетність та послідовність забезпечення ЗдТП?

16. Що містить в собі «пакет універсальних послуг»? Що таке «універсальні послуги»?

17. Назвіть основні принципи надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

18. Які переваги реалізації та впровадження принципів надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами ви можете назвати?

19. Назвіть складові організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.

20. Завдяки яким заходам можна отримати позитивний ефект від впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами?

21. Назвіть найбільш характерні телекомунікаційні послуги на сучасному ринку телекомунікацій.

22. Які, на вашу думку, телекомунікаційні послуги можна було б віднести до найбільш характерних у сегменті загальнодоступних?

23. Які телекомунікаційні послуги відносяться до загальнодоступних послуг згідно до Закону України «Про телекомунікації»

24. За якими критеріями визначається рівень розвитку доступу та забезпечення загальнодоступними телекомунікаційними послугами?

25. Які можливі на даний час схеми забезпечення населення ЗдТП ви можете назвати? Охарактеризуйте їх.

26. Назвіть п'ять основних механізмів фінансування загальнодоступних телекомунікаційних послуг, що використовуються у світовій практиці.

27. Що являє собою Фонд універсальних послуг? Чи використовується цей засіб забезпечення ЗдТП в Україні?

28. Назвіть переваги та недоліки механізму фінансування загальнодоступних послуг – перехресне субсидування

29. Назвіть Переваги та недоліки механізму фінансування загальнодоступних послуг – фонд загальнодоступних телекомунікаційних послуг та самофінансування підприємством.

30. Які передумови функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами ви можете назвати?

31. Які види показників об'єднує у собі загальне поняття ефективності?

32. Вкажіть базові критерії для оцінки ефективності функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.

## РОЗДІЛ 2

# УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ НАДАННЯ ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ПОСЛУГ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

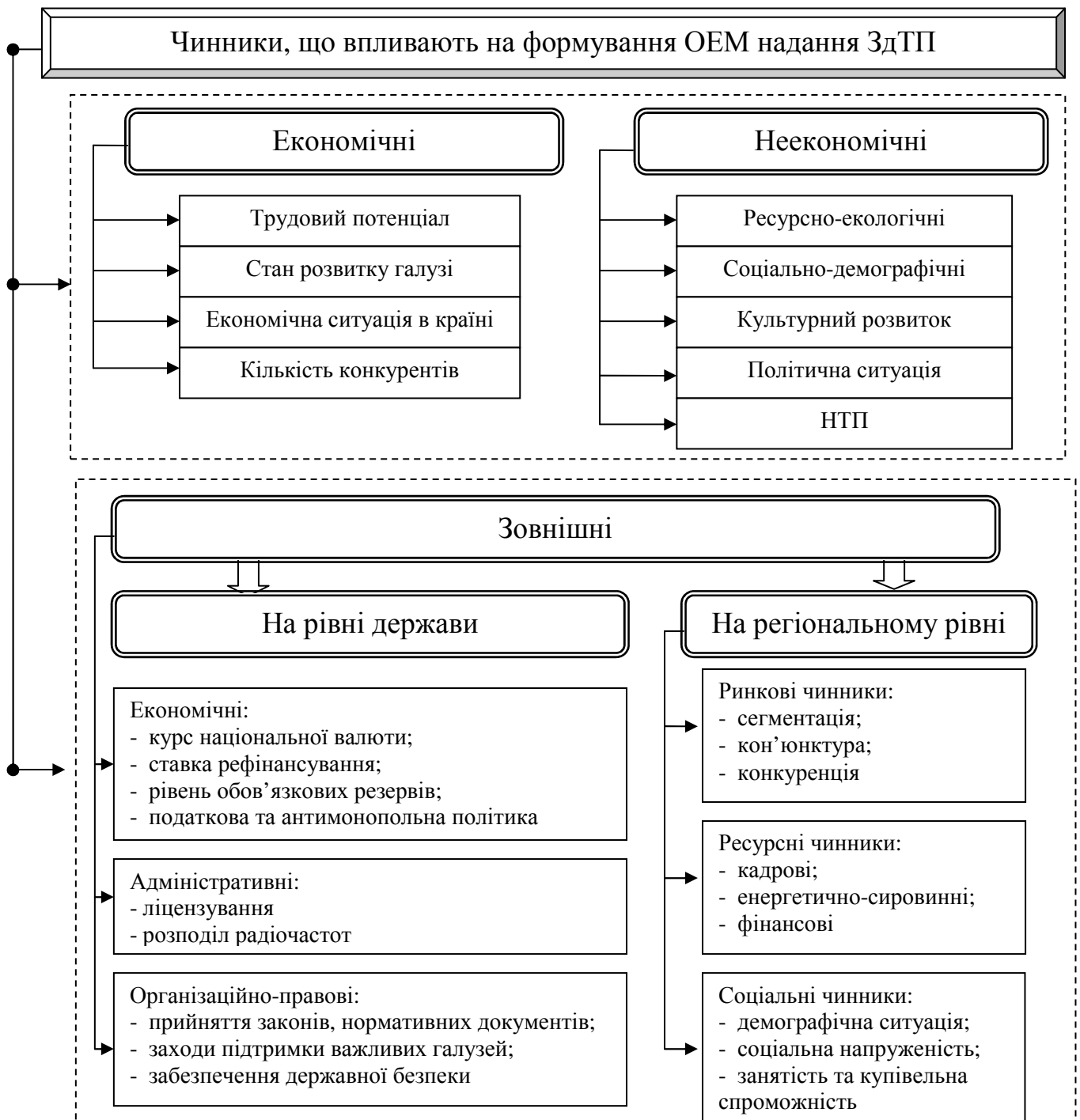
### 2.1. Умови та особливості зовнішнього середовища функціонування телекомунікаційних підприємств при наданні загальнодоступних послуг

Умови, в яких працюють сучасні телекомунікаційні підприємства, характеризуються високим ступенем невизначеності, наявністю фінансових ризиків, прискореними змінами у середовищі функціонування та швидкими темпами технологічних змін у сфері інфокомунікацій. Динаміка світових економічних та технічних тенденцій, розбудова інформаційного суспільства та нова цифрова економіка, впровадження інновацій майже у всіх сферах життя та діяльності людей, процеси інтеграції у європейське суспільство все це обумовлює появу нових соціально-економічних відносин між телекомунікаційними підприємствами та споживачами послуг. Нині телекомунікаційні підприємства змушені шукати нові шляхи вирішення економічних завдань. Запропонований нами концептуальний базис створення організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг здатний забезпечити сталий розвиток підприємства та підняти його на новий рівень розвитку. Це потребує дослідження умов та особливостей зовнішнього середовища функціонування телекомунікаційних підприємств, які впливають на процес надання загальнодоступних послуг в Україні [64, 225].

Впровадження таких соціально важливих проєктів, як надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг здатне підвищити конкурентоспроможність телекомунікаційного підприємства та країни в цілому. Сьогодні, коли актуальними стають питання формування інформаційного суспільства, збільшується роль кооперації підприємств та влади, зростають потреби визначення напрямів взаємодії державних органів влади, приватних осіб та бізнес-структур [35]. Практична реалізація та підтримка цих процесів покладається на комунікаційні механізми, які забезпечують телекомунікаційні підприємства при наданні своїх послуг. Діяльність телекомунікаційних підприємств з поліпшення комунікації між усіма ланками економічного простору являє собою важливу складову національної економічної системи кожної країни світу та України зокрема.

Активізація процесів розвитку сучасної економіки на міжнародному та національному рівнях суттєво вплинула на розвиток ринкових відносин у телекомунікаційній галузі та сформувала на українському ринку передумови функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.

На ефективність функціонування телекомунікаційних підприємств у галузі впливає безліч факторів внутрішнього і зовнішнього середовища (рис. 2.1). До факторів внутрішнього середовища здебільшого відносять рівень розвитку ресурсного потенціалу, систему менеджменту якості, людський капітал, систему моніторингу та планування, організацію логістичного забезпечення і збуту [45].

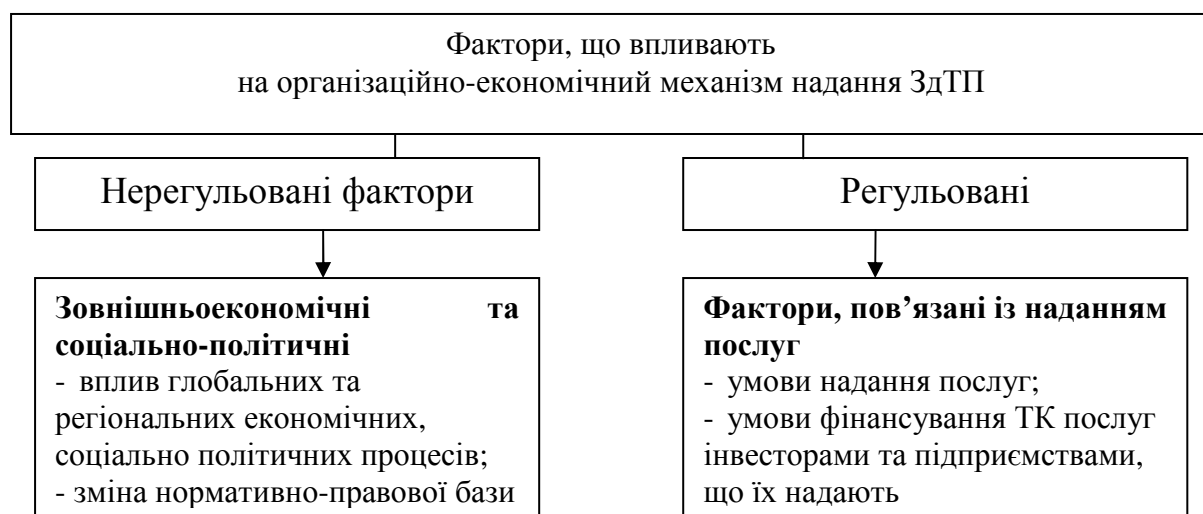


**Рис. 2.1. Чинники впливу на стан формування організаційно-економічного механізму надання ЗдТП телекомунікаційними підприємствами.**

На фактори внутрішнього середовища телекомунікаційного підприємства впливають управлінські рішення, які можуть частково або повністю позначитись на розвитку організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг на підприємстві, впровадженні інновацій, підвищенні продуктивності праці тощо.

Разом з цим, зміни на ринку телекомунікацій, пов'язані з розвитком інфокомунікаційних технологій, спричинили ситуацію, яка характеризується наявністю на телекомунікаційному ринку традиційних загальнодоступних послуг (фіксований міський та сільський зв'язок) та нових послуг (мобільний зв'язок, Інтернет тощо). У свою чергу, це вимагає підтримки існуючих бізнес-процесів та надання нових можливостей для взаємодії громадян і влади, громадян та бізнесу тощо. Активізація конкурентної боротьби обумовлює пошук нових ринків для реалізації телекомунікаційних послуг, а інноваційні процеси, які відбуваються на ринку, повинні бути тісно пов'язані з вимогами споживачів та їх соціальними потребами. З огляду на це, надання соціально доступних послуг постає як актуальне завдання, що потребує обґрунтованого підходу до його вирішення [35, 251].

Усі фактори, що впливають на організаційно-економічний механізм надання ЗдТП, з точки зору необхідності врахування дії впливу як з боку його учасників, так і невизначених чинників, можна поділити на: регульовані та нерегульовані (рис. 2.2).



**Рис.2.2. Фактори впливу на організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг українськими підприємствами**

До нерегульованих факторів належать ті, оцінку впливу яких не може бути усунено або компенсовано повною мірою при наданні ЗдТП. Зовнішньоекономічні та соціально-політичні фактори являють собою сукупний вплив зовнішнього середовища (глобальних та регіональних економічних, соціальних та політичних процесів). Їх вплив ілюструє динаміка макроекономічних та інших показників, серед яких: рівень інфляції; обсяг

ВВП; індекс промислового виробництва; обсяг інвестицій в основний капітал; показники, що характеризують рівень зайнятості та доходи населення країни і регіону; чистий прибуток [191, 241, 271].

Крім того, варто враховувати характер змін нормативно-правової бази як у сфері телекомунікацій, так й інвестицій (включаючи банківську діяльність), а також зміни законодавства у підприємницькій діяльності. Частина з вказаних показників може бути розрахована в кількісному вигляді, а частина передбачає якісну оцінку за допомогою методів експертної оцінки (метод Дельфі) [241].

Фактори, пов'язані з діяльністю телекомунікаційних підприємств, визначаються не лише впливом галузевих особливостей, але й специфікою діяльності конкретної організації. Чинники, пов'язані з діяльністю телекомунікаційних підприємств, визначають собівартість загальнодоступних телекомунікаційних послуг та умови формування їх вартості для кінцевого споживача. Вони залежать від:

умов залучення інвестицій (умови можливого кредитування та залучення інвестицій у інших формах);

умов ринку аналогічних послуг;

особливостей діяльності компанії (витрати на ведення діяльності, формування організаційно-економічного механізму надання ЗдТК та функціонування такого механізму, фінансові показники тощо).

Фактори, пов'язані з особливостями організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг, можна охарактеризувати як такі, що корелюються саме з процесом надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг і залежать від виду послуги та складності технології її надання.

Регульованими є фактори, які безпосередньо залежать від дій та інтересів учасників процесу надання та отримання загальнодоступних телекомунікаційних послуг. Критеріями, що характеризують чинники, пов'язані з наданням загальнодоступних телекомунікаційних послуг, є:

співвідношення витрат, пов'язаних з процесом формування та функціонування організаційно-економічного механізму надання ЗдТП та створеної ринкової вартості телекомунікаційного підприємства (сальдо збільшення або зменшення ринкової вартості підприємства при впровадженні організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг);

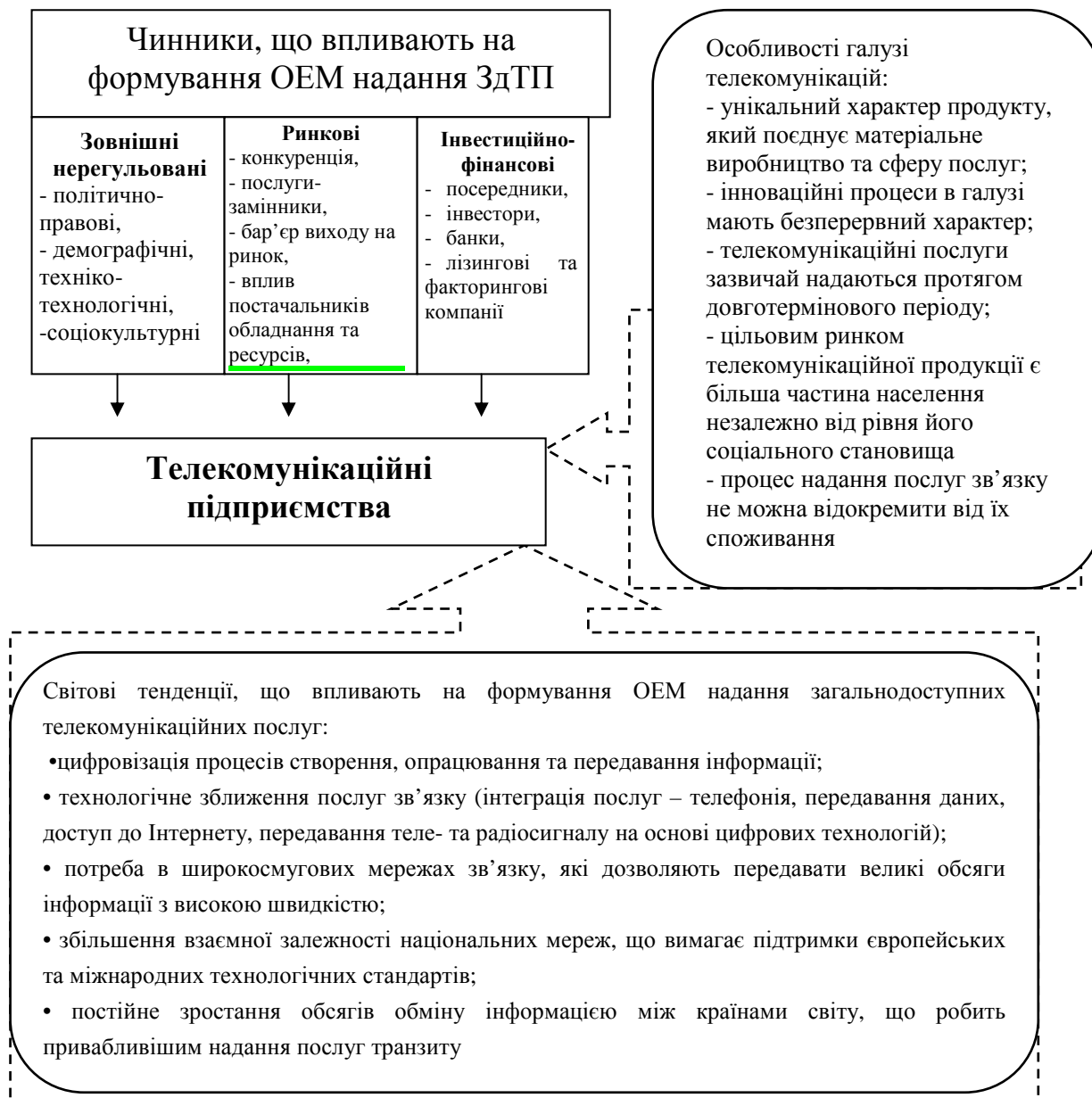
період формування та підготовки до функціонування на підприємстві організаційно-економічного механізму надання ЗдТП, з урахуванням необхідного часу для впровадження усіх складових організаційно-економічного механізму;

розміри можливих державних субсидій, які підприємство може отримати при наданні загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

До факторів, що визначають вартість загальнодоступних телекомунікаційних послуг, також належать рівень рентабельності діяльності підприємства, його фінансово-економічний стан підприємства, рівень платоспроможності, ліквідності тощо. На практиці вартість послуг

визначається не лише умовами ринку, станом конкурентного становища, можливостями споживачів, але й необхідністю враховувати мінімальний рівень дохідності та діапазон інвестиційних ресурсів.

При розробленні організаційно-економічного механізму надання ЗдТП підприємствами галузі необхідно враховувати усі складові та можливості впливу кожного окремого компоненту (рис. 2.3).



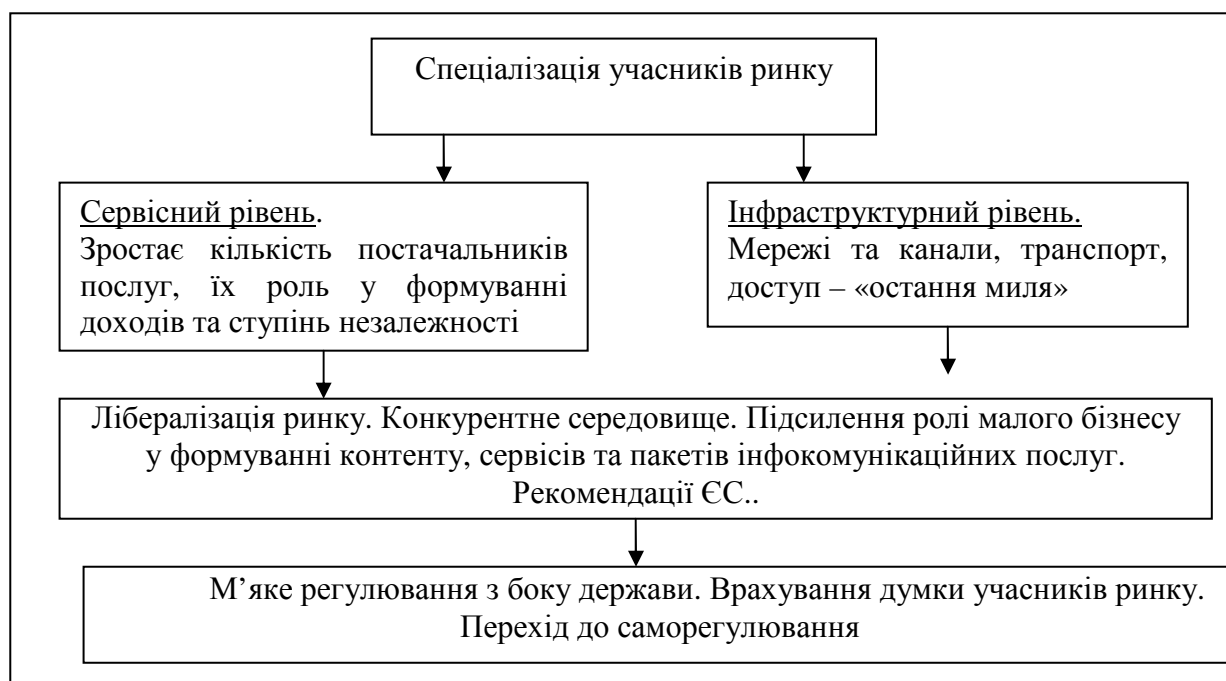
**Рис. 2.3. Чинники впливу на стан формування організаційно-економічного механізму надання ЗдТП зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності українських телекомунікаційних підприємств**

Організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг на етапі реалізації та в межах його подальшого функціонування піддаються впливу дії багатьох факторів, пов'язаних із зовнішнім та внутрішнім середовищем підприємства, особливостями



діяльності телекомунікаційних підприємств. Вплив факторів може мати як позитивний, так і негативний характер. Для комплексної оцінки середовища, в якому функціонує телекомунікаційне підприємство, та умов впровадження або модернізації організаційно-економічного механізму надання ЗдТП, варто використати ряд чинників, які слід поділити за характером впливу на зовнішні нерегульовані, ринкові, інвестиційні фінансові.

За результатами аналізу українського та зарубіжного досвіду відзначено, що оскільки загальнодоступні телекомунікаційні послуги мають велике практичне значення для функціонування системи телекомунікацій як на державному рівні, так й на рівні соціального значення для задоволення потреб споживачів (особливо це стосується соціально незахищеної ланки), то виникає необхідність державного регулювання саме цього сегмента ринку телекомунікацій. З огляду на те, що регулювання повинно проводитись у всіх напрямках надання загальнодоступних послуг розроблено схему регулювання роботи ринку телекомунікацій учасників ринку всіх спеціалізацій (рис. 2.4).



**Рис. 2.4. Регулювання роботи учасників ринку телекомунікацій за спеціалізацією**

У сфері телекомунікацій у сучасних умовах розвитку ринку існують високі економічні ризики для бізнесу і дуже складні бар'єри входу нових компаній на ринок, тому необхідно більш детально розглянути зовнішнє середовище функціонування телекомунікаційних підприємств, визначити основні особливості та чинники, які впливають саме на телекомунікаційні підприємства та визначають їх діяльність.

Державне регулювання у сфері надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг повинно ґрунтуватись на таких положеннях:

забезпечення всіх користувачів загальнодоступними послугами (мінімальним набором телекомунікаційних послуг певної якості), що надаються на території країни;

вдосконалення інструментів регуляторного впливу на діяльність телекомунікаційних підприємств, зокрема, умов ліцензування для підприємств, що надають загальнодоступні послуги;

установлення нових умов взаємо з'єднання для різних видів телекомунікаційних підприємств, які надають не тільки загальнодоступні послуги, але й послуги, які потенційно можуть бути загальнодоступними з урахуванням розвитку технологій та закордонного досвіду, саме це, на наш погляд, може забезпечити контроль над некоректною, неконкурентною поведінкою окремих підприємств та запобігти зловживань на ринку;

розробка системи заходів, пов'язаних з компенсацією телекомунікаційним підприємствам витрат, які виникли в процесі надання загальнодоступних послуг, у випадку, якщо зобов'язання надавати загальнодоступні послуги на ці підприємства були покладені примусово;

ефективне використання усіх видів ресурсів, що знаходиться у власності телекомунікаційних підприємств для забезпечення споживачів загальнодоступними послугами, на умовах максимально вигідних для підприємства;

інвестиції у розбудову та модернізацію телекомунікаційних мереж, які технологічно необхідні для надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

Економічний, інноваційний, технічний розвиток ринку інформаційно-комунікацій технологій спонукає підприємства постійно враховувати зміни, які виникають у діючому регулятивному середовищі, формувати нові підходи до створення сприятливих умов розвитку галузі в контексті постійних технологічних інновацій [151].

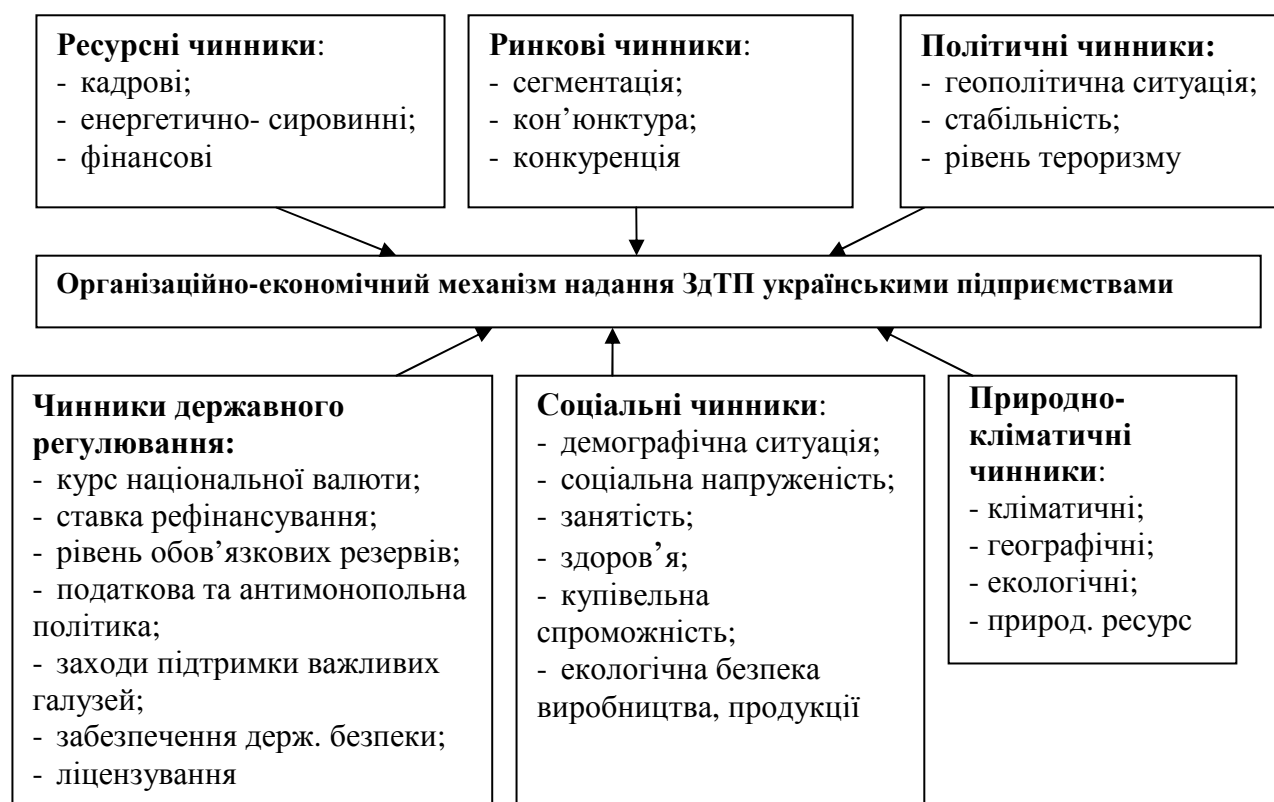
До інструментарію регуляторного впливу, що здатний забезпечити надання загальнодоступних послуг відносять: ліцензування, формування тарифної політики надання загальнодоступних послуг, сертифікацію та контроль обладнання, що використовуються для надання загальнодоступних послуг, форми, умови та правила взаємодії операторів, комплекси законодавчих заходів з пом'якшення податкового тиску на телекомунікаційні підприємства, механізм формування мінімального набору загальнодоступних послуг та правил його забезпечення, а також регулювання взаємодії учасників реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг.

Результати аналізу функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами свідчать, що на цей механізм постійно впливають ресурсні, геополітичні, ринкові, соціальні, природно-кліматичні фактори та чинники державного регулювання (рис. 2.5).

Характеристику сучасних методів дослідження ефективності роботи українських телекомунікаційних підприємств у межах надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг наведено у таблиці 2.1.

Процес розвитку організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами ускладнюється його залежністю від зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство. З огляду на це, суттєві зусилля як з боку держави, так і підприємств повинні бути спрямовані на вдосконалення шляхів їх розвитку.

Це має поживати розвиток інформаційного суспільства, збільшити соціальну складову, оскільки надання загальнодоступних послуг займає особливе місце в асортименті телекомунікаційних послуг, що дозволяє створити конкурентні переваги, підвищити пізнаваність підприємства, збільшити соціальну роль та відповідальність держави за фінансово-економічний стан підприємства.



**Рис.2.5** Схема впливу груп зовнішніх факторів на організаційно-економічний механізм надання ЗдТІІ телекомунікаційними підприємствами

Зазначені у таблиці 2.1 методи в цілому дають змогу оцінити здатність організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг до функціонування в умовах жорсткої конкурентної боротьби, надаючи конкурентні переваги телекомунікаційному підприємству, яке впроваджує, модернізує та використовує цей механізм.

Однією з можливих моделей, яка може бути впроваджена у практичну діяльність телекомунікаційних підприємств, є модель державно-приватного партнерства, яка майже не використовується у діяльності саме телекомунікаційних підприємств, але досить популярна у світі на будівельному ринку, а також у секторах охорони здоров'я, енергетики, дорожньої та портової інфраструктури та інших секторах.

Таблиця 2.1

**Характеристика сучасних методів бази дослідження ефективності роботи українських телекомунікаційних підприємств у межах надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг**

Методологічна група та її характеристика	Метод групи	Переваги методу	Недоліки методу
Оцінка ефективності OEM. Аналіз ресурсів, що витрачено на формування ефективності, їх співвідношення із отриманим ефектом	Абсолютних показників. Коефіцієнтний. Інтегрованих показників	Широкий факторний аналіз	Трудомісткість оцінки, що ускладнена недосконалістю методик
Продуктова оцінка: зіставлення організаційно-економічного механізму підприємства та OEM надання послуг	Диференційної оцінки. Комплексності. Змішаний	Надає ґрунтовну оцінку діяльності підприємства на ринку	Обмеженість оцінки факторів, відсутність повноти аналізу факторів OEM

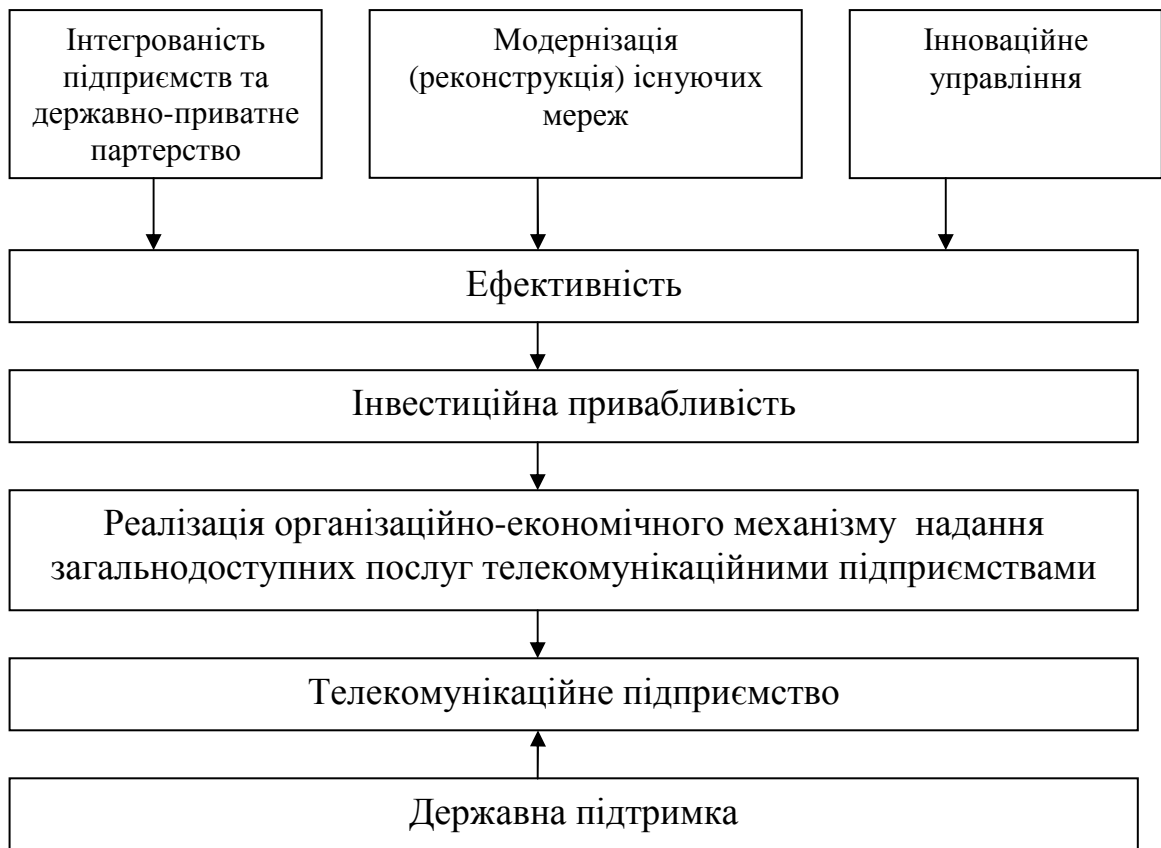
Модель формування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг на основі державно-приватного партнерства повинна включати три аспекти ключових компетенцій (рис. 2.6):

ефективність функціонування магістральних мереж (логістичні фактори);

максимальний розвиток потенціалу підприємства (фінансові та інвестиційні фактори);

забезпечення інноваційної активності на телекомунікаційних підприємствах (кадрові фактори).

Кожна послуга, що реалізується на ринку, вносить свій вклад у загальну прибутковість оператора телекомунікацій, обсяг продаж, бере участь у формуванні операційних витрат на: заробітну плату, матеріали, утримання управлінського персоналу, амортизаційні відрахування, накладні витрати. Для того, щоб просунути телекомунікаційну послугу на ринок, підприємство повинно створити певні умови, запровадивши систему комунікацій. Іншими словами, за рахунок інвестиції [111, 184, 199].



**Рис. 2.6. Модель формування організаційно-економічного механізму ЗдТП українськими ТК підприємствами**

Зважаючи на те, що український ринок телекомунікацій не може розвиватися самостійно, телекомунікаційні підприємства повинні постійно враховувати світові тенденції та орієнтуватися на новітні технологічні, технічні, управлінські та маркетингові інновації. Саме тому оцінка чинників та особливостей формування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг українськими телекомунікаційними підприємствами напряму залежить від розвитку технологій та тенденцій у глобальному телекомунікаційному просторі, рівня впровадження інновацій в економіку, впливу факторів зовнішнього середовища, пов'язаних з функціонуванням зовнішньоекономічного розвитку економіки України.

Оскільки на сьогодні на українському ринку майже повністю відсутній організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами та алгоритм впливу на вітчизняні підприємства, який дозволяв би визначити перспективу надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг економічно обґрунтованим, необхідно сформувати ефективну систему державної підтримки.

## **2.2. Тенденції надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами**

Ринок телекомунікацій характеризується стрімким технологічним розвитком, прикладом може слугувати динаміка розвитку широкосмугового доступу, що обумовлена в тому числі підвищенням попиту з боку населення на інтернет-послуги та спонукала телекомунікаційні підприємства на розгортання мультисервісних мереж. Водночас, в усьому світі мінімальний типовий набір споживчого кошику інформаційно-комунікаційних послуг складається з послуг фіксованого телефонного, мобільного зв'язку та фіксованого широкосмугового доступу. Закордонний досвід підтверджує, що першочергово приділяється увага наданню послуг широкосмугового Інтернету, тобто телекомунікаційні підприємства намагаються зробити їх більш доступним за прийнятними цінами, маючи на меті збільшити прибуток завдяки прискоренню розвитку відкритого для всіх інформаційного суспільства, що дозволить залучити ще більше споживачів.

Останніми роками рухомий широкосмуговий зв'язок – найбільш швидкозростаючий сегмент ринку. Темпи зростання у розвинених країнах досягали до 40%, світові тенденції, за прогнозами експертів, є дуже привабливими, оскільки навіть у країнах, що розвиваються, кількість контрактів збільшилась щонайменше у двічі [110].

Суттєва різниця між розвиненими країнами, та країнами, що розвиваються, полягає в тому, що у розвинених країнах рухомий широкосмуговий зв'язок часто доповнює, а не замінює фіксований широкосмуговий доступ. Впровадження фіксованого (дротового) широкосмугового зв'язку продовжує зростати, хоча більш низькими темпами, ніж рухомий широкосмуговий зв'язок.

За даними МСЄ, Україна посідає 70 місце із 169 за рівнем ціни на фіксований широкосмуговий зв'язок у % валового національного доходу на душу населення [199]. Згідно з аналізом становлення та розвитку телекомунікаційної мережі, яка є базовою транспортною мережею, набуває актуалізації проведення суттєвих змін з огляду на неможливість технічного передавання великих обсягів інформації при використанні існуючих технологій. Це вимагає великих капітальних вкладень та інвестицій у розвиток телекомунікаційних мереж, тому що рівень інформатизації створює передумови економічного зростання, а забезпечення споживачів доступом до послуг зв'язку є необхідним для інтеграції у глобальні процеси світової спільноти. В період розвитку та укріплення інформатизаційних процесів необхідними є зміни у всіх галузях суспільного життя – економіці, політиці, соціальній сфері, які забезпечує телекомунікаційна галузь.

З урахуванням виняткової ролі телекомунікацій у життєдіяльності держави, очевидною є потреба в ефективному регулюванні сфери інформаційно-телекомунікаційного сектора країни. Інформаційна взаємодія на

ринку є важливою складовою ефективного розвитку економіки та являє собою більш широке поняття порівняно з телекомунікацією, оскільки оперує не лише і з методами та технологіями транспортування даних, але і з процесами їх генерації, сприйняття та осмислення.

Вимоги за якістю соціально необхідних послуг у країнах ЄС закріплені у вигляді показників та їх нормативів у національних нормативних документах. Крім того, в цих країнах розроблено систему державних заходів з контролю якості соціально необхідних послуг.

За термінологією Європейського законодавства – це «універсальні» послуги. Універсальна послуга – узагальнене поняття, що включає сукупність послуг прийнятної якості, які надаються на деякій географічній території (окремої країни, ряду держав) усім користувачам незалежно від їх місцезнаходження та за доступними цінами, що залежать від національних умов.

У країнах ЄС накопичений більш ніж десятирічний досвід з організації надання універсальних послуг. Початок же їх надання на мережах електров'язку в країнах ЄС припадає на 1994 р., коли комісія ЄС прийняла відповідну резолюцію про підтримку та розвиток надання універсальних послуг, забезпечених адекватним фінансуванням.

З часом питання державної підтримки надання загальнодоступних послуг знайдуть своє вирішення й в Україні, тому вимоги ЄС з якості послуг та їх забезпечення доцільно вивчити та використати при формуванні державної стратегії побудови та розвитку інформаційного суспільства і законотворчої діяльності в зазначеному напрямі.

Україна активно інтегрується в європейську спільноту, в тому числі і, беручи участь у розбудові інформаційного суспільства. Женевська декларація щодо принципів функціонування та розвитку саме інформаційного суспільства та ухвалений план дій, Туніські зобов'язання впроваджуються у життя за участю телекомунікаційних підприємств. Відповідно до документів, що було ухвалено на світових самітах, починаючи з 2010 р., уряд України розробив й ухвалив стратегію, що визначена у національному плані розвитку. У 2015 р. усі країни прозвітували на Саміті перед міжнародною спільнотою щодо показників розвитку інформаційного суспільства на своїх територіях. Україна відзвітувала, що у 2013 р. Кабінетом Міністрів було ухвалено Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Україні, яка визначає мету, завдання та принципи розвитку інформаційного суспільства в Україні, враховуючи світові сучасні тенденції та вітчизняну специфіку на перспективний період до 2020 р. Також у законотворчому арсеналі Україна має Концепцію розвитку електронного урядування в Україні, яка була затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2010 року № 2250-р, в якому електронне урядування є дієвим інструментом у запобіганні корупції у системі державного регулювання та сприятиме прозорому та відкритому регулюванню у країні в цілому.

З прийняттям нового концептуального підходу до визначення та впровадження елементів інформаційного суспільства, маючи стратегічну мету надання цьому процесу впорядкованості, держава визначає цільові параметри нової економіки, що повинна базуватися відповідно до системи інформатизації суспільства, обґрунтовує пріоритети розвитку, ставить конкретні цілі та розробляє механізми їх забезпечення. Сучасна стратегія розвитку інформаційного суспільства базується на основних світових та вітчизняних наукових положеннях, Законах України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства України на 2007-2015 роки», «Національна програма інформатизації»[221,236].

У стратегії розвитку організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг мають бути розкриті планові програми дій та сформовані поетапні системи заходів для забезпечення ключової мети, яка полягає у розбудові інформаційного суспільства та підвищення рівня інформатизації у всіх регіонах України. У довгостроковій перспективі, для забезпечення кінцевої мети, вкрай необхідними є зміна державної політики щодо залучення громадян до активнішого соціального життя в інформаційному суспільстві [199, 236, 182]. У всіх демократичних країнах існує проблема залучення інтернет-користувачів до системи електронного бізнесу, електронної медицини, електронного урядування тощо. Для цього необхідною умовою є проникнення інформаційної інфраструктури у важкодоступні, гірські та депресивні райони з невеликою кількістю споживачів, тому виникає потреба у збалансуванні регіонального розподілу кількості споживачів Інтернету як основи для функціонування електронного урядування.

Необхідною є розробка організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг та конкретних заходів державної підтримки для забезпечення розвитку економіки в напрямку збільшення у структурі економіки частки сектора інформаційно-комунікаційних послуг, зменшення залежності ринкової економіки від видобутку сировини, поглиблення напрямків наукових розробок щодо розбудови інформаційного суспільства, а також зменшення державних дотацій та субсидіювання.

Відповідно до законодавства України визначена пріоритетність та послідовність забезпечення загальнодоступними телекомунікаційними послугами усіх верств населення. Пріоритетними в забезпеченні загальнодоступними послугами є сільські та гірські райони, а також такі вразливі групи користувачів, як малозабезпечені сім'ї, пенсіонери та інваліди. До зазначених уразливих груп користувачів загальнодоступних телекомунікаційних послуг слід також додати людей з обмеженими фізичними можливостями [115]. Визначення переліку загальнодоступних послуг на законодавчому рівні має важливе не тільки соціально-економічне, а й політичне значення, бо підтверджує прагнення України в досягненні цілей Декларації тисячоліття ООН.



Можливість користування телекомунікаційними послугами має вплив на життєздатність нації. За допомогою засобів зв'язку суспільство має змогу володіти інформацією. Це забезпечує передавання та отримання термінової інформації (сповіщення про стихійні лиха, погодні умови, військову загрозу, аварії тощо), доступ до екстрених служб (медичної, пожежної, міліції), що підвищує безпеку життя та стабільність. Але вплив телекомунікаційних послуг значно підвищився через його проникнення інформаційних технологій у виробничу, господарську та побутову сферу життя людей.

Напрямки відродження та модернізації системи надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємствами повинні враховувати глобальні тенденції сучасного світу. При цьому не можна копіювати подібні механізми забезпечення загальнодоступними послугами інших країн, оскільки необхідна їх детальна адаптація до української специфіки, враховуючи масштаб країни, географічне та геополітичне положення, неоднорідність національного складу, своєрідність унітарної організації тощо [66].

Неможливо вирішувати окремі питання, не звертаючи увагу на трансформацію бізнес-процесів, які відбуваються на телекомунікаційному ринку [65]. Проведені дослідження дозволяють запропонувати перелік найбільш важливих тенденцій та охарактеризувати проблеми, які виникають у цьому зв'язку. Актуальною проблемою є масове впровадження сучасних засобів зв'язку, які мають високу продуктивність та великі запаси пропускної здатності. Технологічна революція дозволяє забезпечити реальну мультисервісність мереж, що будуються, або тих, що реконструюються, та гнучкість мережевих структур [3]. Мультисервісність та мультипротокольність стають характерною рисою нових мереж зв'язку або тих, що кардинально реконструюються. Стрімко падає конкурентоспроможність та економічна ефективність традиційних мереж, оптимізованих для передання інформації одного виду (телефонних, телеграфних тощо).

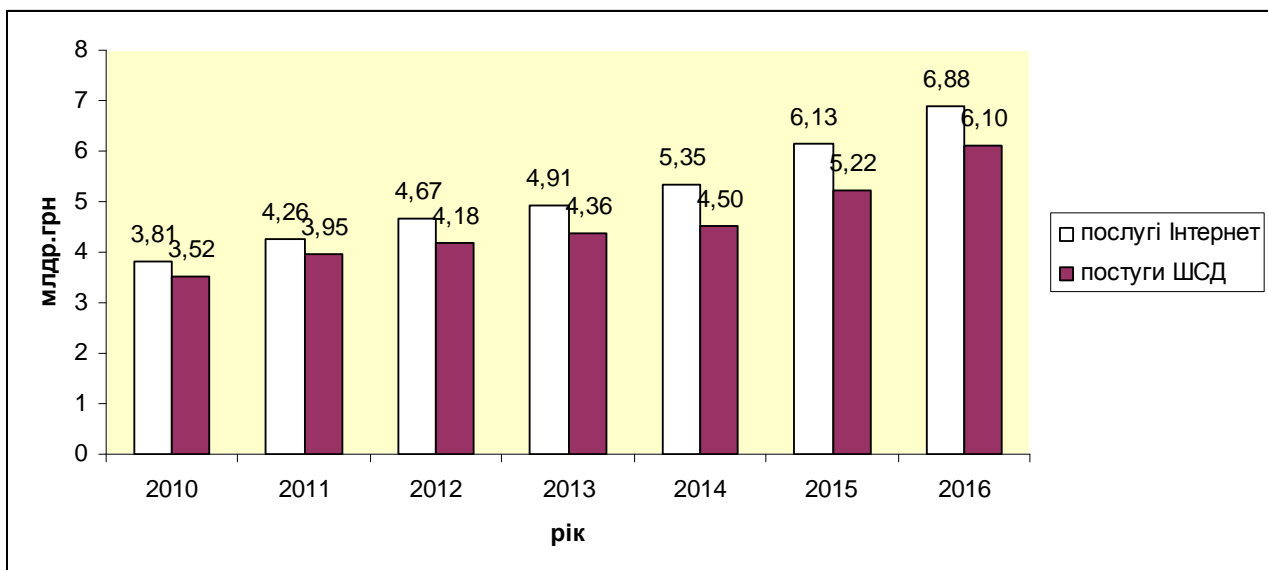
Традиційні технології відходять на другий план, настала епоха пакетних мереж, всеосяжного IP [152]. Впроваджуються все нові технології доступу до мереж зв'язку, передання та маршрутизації потоків інформації, створення нових сервісів. Багато операторів зв'язку черговий раз постають перед необхідністю змінювати технологічну платформу та обирати напрямок свого технологічного розвитку.

Кардинальна зміна мережевих структур, відмова від жорсткої ієрархії мереж, що характерно для «класичних» послуг, обумовлюється впровадженням нових засобів зв'язку, принципів передавання та обробки інформації, впливом бізнес-середовища. Суттєві запаси продуктивності та пропускної здатності дають змогу забезпечити управління гнучкою маршрутизацією.

Визначено, що у традиційної телефонії назріла зміна мережевої архітектури. Технічний прогрес дозволяє відмовитись від деяких звичних підходів до проектування та побудови мереж. Це створює технічні передумови для зменшення кількості рівнів ієрархії телефонних мереж та відмови від жорстких принципів маршрутизації вже на рівні використання традиційної цифрової техніки (те, що не зовсім точно називають TDM, адже це фактично є комутацією каналів). Цього ж потребують інтереси як користувачів, так і операторів.

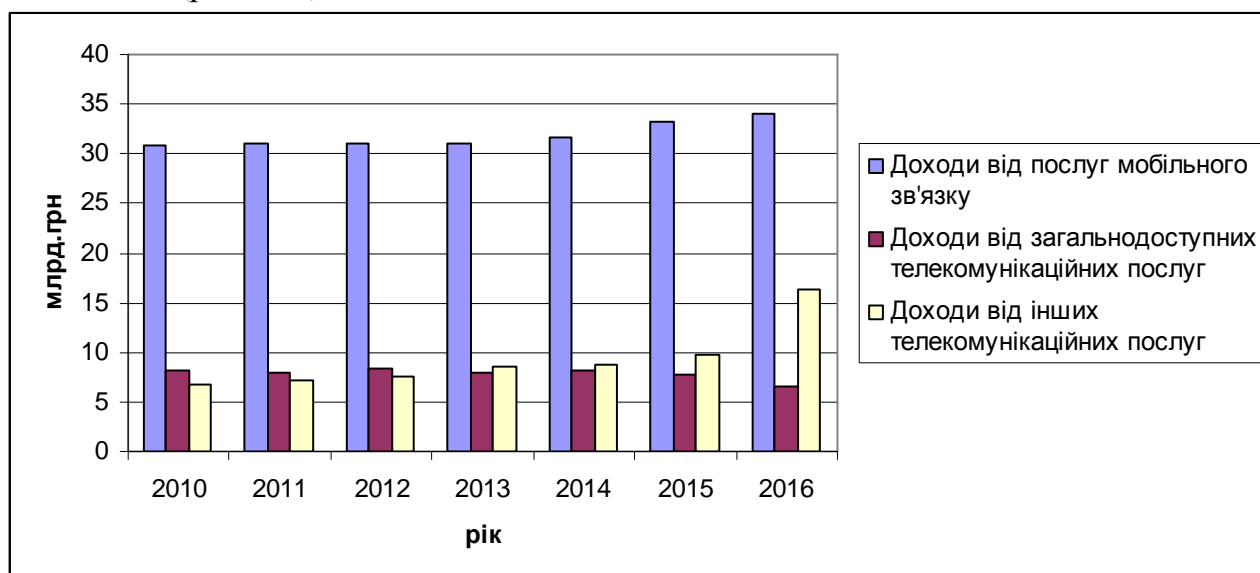
Основними проблемами розвитку послуг широкосмугового доступу (ШСД) є модернізація магістральних мереж, що потребує значних інвестицій, а також розвиток мереж у сільській місцевості, депресивних та гірських районах. Незважаючи на те, що існує висока конкуренція з боку постачальників послуг мобільного Інтернету, питання забезпечення загальнодоступними телекомунікаційними послугами економічно непривабливих регіонів залишається невирішеним. Варто відзначити, що динаміка доходів від послуг Інтернет із застосуванням мобільного зв'язку також має стійку тенденцію зростання як високоприбутковий вид послуг.

Загострення конкуренції у найбільш динамічних секторах ринку (мобільний зв'язок, доступ в Інтернет, послуги для корпоративних користувачів) призводить до підсилення ринкової влади користувачів та постійно зростаючого тиску на операторів. Прибутковість базових послуг у цих сегментах має стійку тенденцію до зниження, що змушує операторів шукати нові способи збереження доходності бізнесу, розширювати асортимент, збільшувати швидкість тощо. Саме завдяки цьому динаміка доходів від окремих видів телекомунікаційних послуг не тільки не зменшується, але й має тенденції до зростання (рис. 2.7, 2.8).



**Рис. 2.7. Динаміка доходів приватних підприємств від надання послуг широкосмугового доступу та Інтернет в Україні, млрд. грн у 2010 – 2016 рр.**

Основними проблемами телекомунікаційних підприємств, що надають послуги в сегменті фіксованого зв'язку, є конкуренція в економічно привабливих районах з операторами мобільного зв'язку та законодавче обмеження вартості послуг – абонентської плати, яка визначається державою. Незважаючи на те, що регулюючий орган приймає рішення про підвищення граничної абонплати та розробляє тарифи відповідно до «Порядку регулювання тарифів на загальнодоступні телекомунікаційні послуги» (рішення НКРЗІ від 08.11.2016 № 589), вартість надання загальнодоступних послуг не відповідає собівартості. Це обумовлено інфляційними процесами та залежністю телекомунікаційних підприємств від валютно-фінансового ринку через необхідність модернізації телекомунікаційних мереж та придбання дорогого обладнання. Ще одна задача телекомунікаційних підприємств в сучасних умовах – це забезпечення актуальними послугами, які відповідають сучасним потребам споживачів. Попит на такі послуги (наприклад, послуги Інтернет та ШСД) швидко зростає, що підтверджується динамікою доходів від їх надання (рис. 2.8)



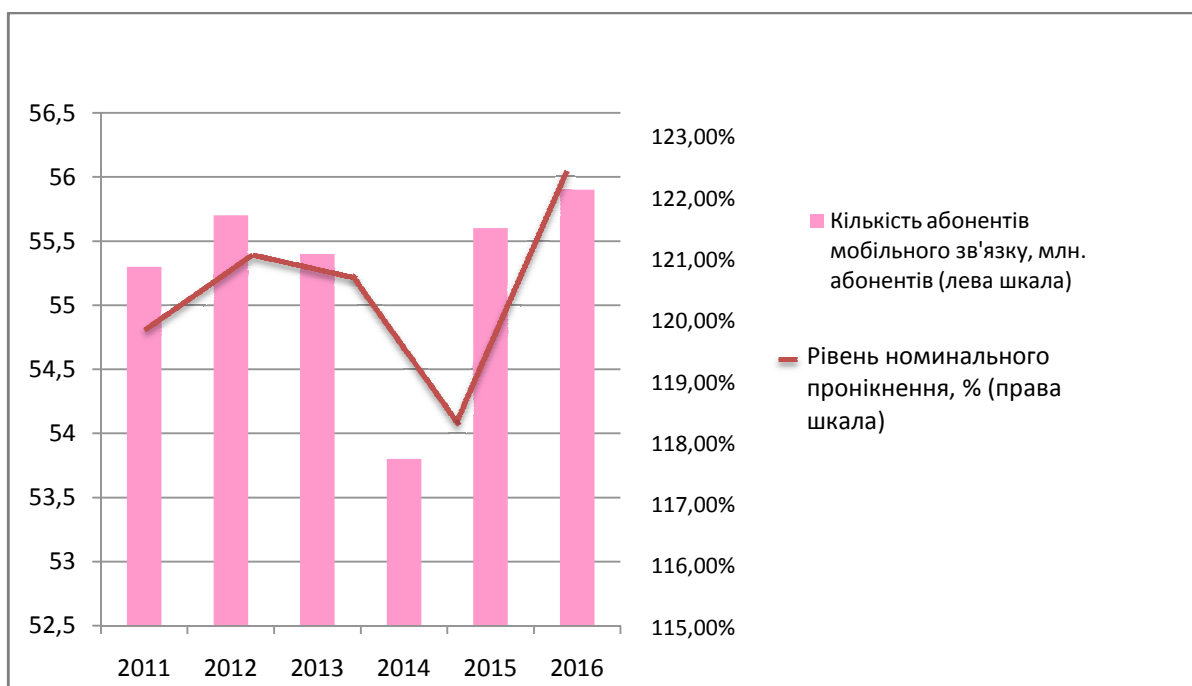
**Рис. 2.8. Динаміка доходів приватних підприємств від надання телекомунікаційних послуг в Україні, млрд. грн. у 2010 – 2016 рр.**

Наведені дані указують на зменшення кількості доходів від надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг на 20,6% з 2010р. до 2016р. це динаміка є негативною. В той час як доходи від надання послуг ШСД та Інтернету збільшились на 97% та 113% у той же період відповідно, що є позитивною тенденцією, оскільки підприємство має можливість збільшити власні доходи за рахунок надання цих послуг та залучити отримані кошти у якості ресурсу для проведення модернізації телекомунікаційних мереж.

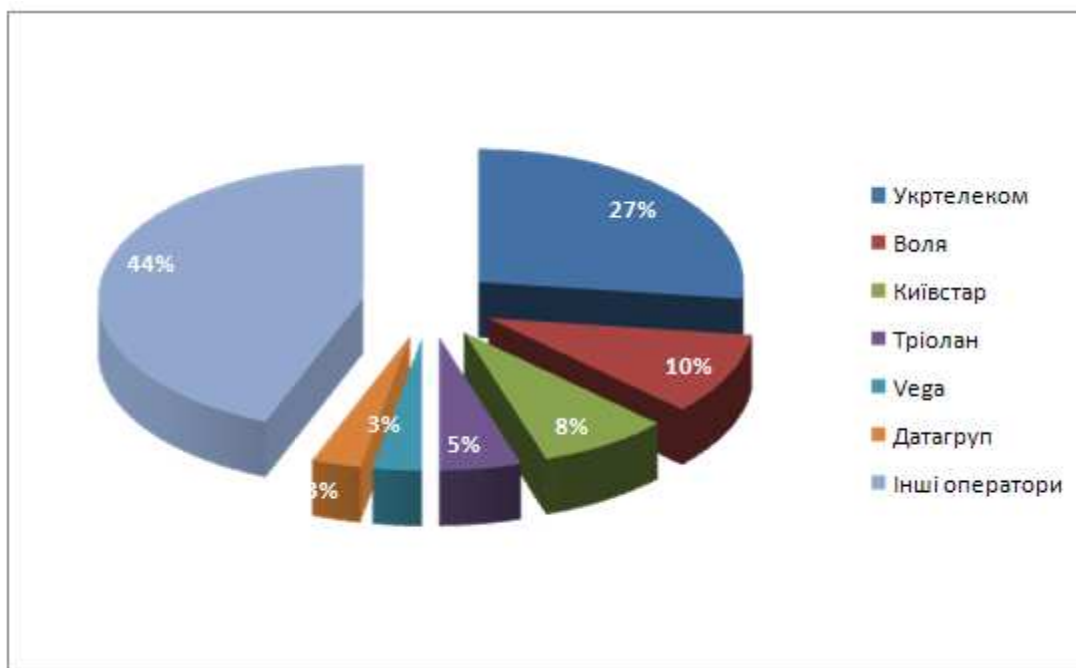
Під час дослідження виявлено, що найбільш суттєвими перешкодами впровадження загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами (через високу кореляцію їх розвитку із зовнішнім середовищем) є: незадовільна нормативно-правова база; інфляційні процеси; прояви монополізму, політичний дисбаланс; низький платоспроможний попит;

неоднозначність відносин власності; географічна та вікова нерівномірність споживання та потреби у телекомунікаційних послугах; висока вартість інвестиційних й кредитних ресурсів; низька інвестиційна активність; складна комунікаційна структура; надлишок технологічно застарілих активів; недостатня компетентність регулюючих органів та вищого керівництва підприємств. Так, при середній заробітній платі 6659 грн. в Україні (252 дол. США) респонденти витрачають на телекомунікаційні послуги (Інтернет, телебачення, телефонію) приблизно 520 грн. (8 %), при цьому за мобільний зв'язок більшість респондентів платять близько 70 грн на місяць (2,65 дол. США). У пенсіонерів платежі ще нижчі (близько 2 дол. США). Тобто без істотного підвищення середньої платоспроможності населення або потужної державної підтримки інвестувати мільярди у впровадження загальнодоступних телекомунікаційних послуг в Україні не вигідно.

Одночасно підійшов до завершення період екстенсивного зростання на багатьох сегментах телекомунікаційного ринку. Традиційна телефонія на тлі високого проникнення мобільних мереж та швидкого збільшення кількості широкопasmових підключень почала замінюватись бездротовим зв'язком та ІР-послугами не лише у дальньому зв'язку, але й на місцевих мережах. Зростання ринку класичної телефонії у розвинених країнах закінчилося, кількість ліній телефонного зв'язку та голосового трафіку почала поступово зменшуватись. Перші ознаки стагнації голосової телефонії стали виявлятися і в Україні (рис. 2.9). Натомість активно розвивається сегмент послуг широкопasmового доступу. Наведено найбільш великі підприємства, що працюють у цьому сегменті (рис. 2.10).

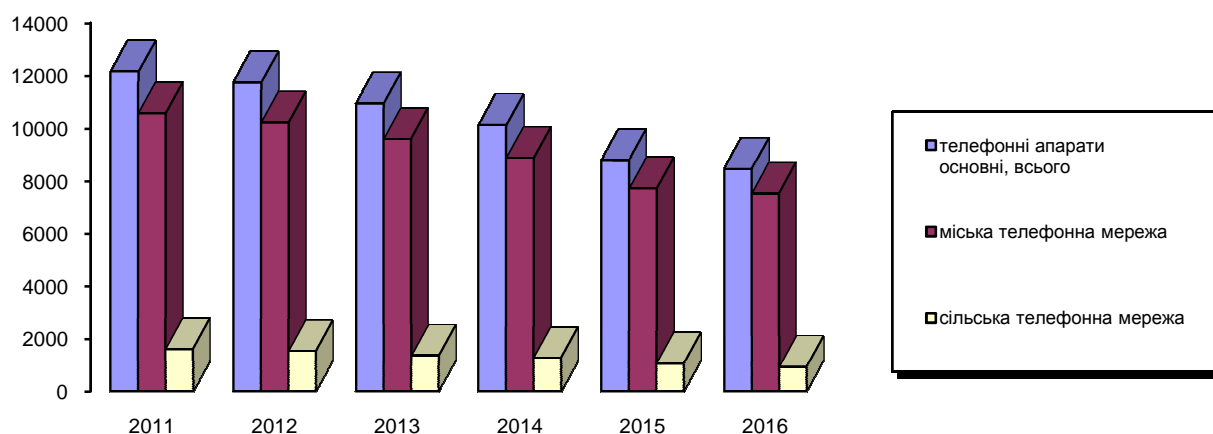


**Рис. 2.9 Рівень номінального проникнення мобільного зв'язку та фактичної кількості користувачів в Україні у 2011-2016 рр.**



**Рис. 2.10. Ринкова частка операторів у сегменті послуг широкосмугового доступу у 2016 р. (приватні абоненти)**

Одним з основних видів загальнодоступних телекомунікаційних послуг є фіксований телефонний зв'язок. Доходи від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку за 2016 р. склали 6518,4 млн. грн., що на 16,9 % менше ніж за відповідний період попереднього року (табл. 2.2, рис. 2.11).



**Рис. 2.11. Зміна кількості користувачів загальнодоступних послуг у сегменті фіксованого зв'язку за 2011–2016 рр. (тис. осіб)**

Таблиця 2.2

**Доходи від телефонного фіксованого зв'язку, млн. грн.**

Телефонний фіксований зв'язок, усього, в тому числі	2013р.	2014 р.	2015 р.	2016р.	Абсолютна зміна, 2015-2016 рр.
Доходи від міжнародного зв'язку	765,0	1011,5	1194,7	969,2	-225,5
Доходи від міжміського зв'язку	1471,7	1195,4	851,1	771,1	-80
Доходи від місцевого зв'язку	5816,4	5850,9	5799,2	4778,1	-1021,1

Доходи від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку у звітному 2016 р. склали 6518,4 млн. грн., що на 16,9 % менше за обсяг доходів, отриманих від надання цих послуг за відповідний період минулого року. Частка доходів від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку у загальному обсязі доходів від надання телекомунікаційних послуг у 2016 р. склала 10, 5 %, що на 3,54 % менше, ніж у 2015 р. [117].

Виявлено, що основними проблемами залишаються потреба в значних інвестиціях для розвитку загальнодоступних послуг в сільській місцевості, а також попит на послуги Інтернету для соціально незахищених верств населення для їх участі у економічному, політичному та соціальному житті країни. Охарактеризовано тенденції розвитку OEM надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами за 2011–2016 рр.

Під впливом процесу конвергенції мереж телекомунікаційні підприємства поступово перетворюються на транзитні мережі та виконують функцію забезпечення інфраструктури, тобто розбудову та модернізацію телекомунікаційних мереж із наступним переданням у користування сервіс-провайдерам (табл. 2.3). Ще більше загострюється ситуація у зв'язку з поступовим проникненням у телефонію IP-технологій, вони принципово відрізняються за технологією функціонування та можливостями.

Таблиця 2.3

**Різниця бізнесу мережевих операторів та сервіс-провайдерів\***

Показники	Традиційні телекомунікаційні підприємства	Сервіс-провайдери
Потреби користувачів	Забезпечення передання даних	Доступ до послуг та контенту
Однорідність послуг, що пропонується	Стандартні	Великий вибір
Вибір послуг та комплектація пакетів	Мінімальний	Дуже великий
Унікальність продукту	Мінімальна	Дуже висока
Рівень конкуренції	Невисокий	Дуже великий
Сервісне обслуговування	Технічна підтримка	Вживання маркетингових заходів

Сучасні мережі зв'язку мають функціонально відокремлений рівень транспортної комутованої мережі та формування послуг. Логіка послуги виявляється винесеною над мережею зв'язку. Такий розподіл виник при появі концепції інтелектуальної мережі. Це практично одночасно стало домінуючим у мережі Інтернет та закріплено в архітектурі «мереж наступного покоління» NGN. Відповідно, для створення та надання сучасних послуг на базі телекомунікаційних мереж постачальнику послуг зовсім не обов'язково мати власну транспортну телекомунікаційну мережу.

Все більшу силу набирає напрям контент-послуг, які здебільшого не є послугами зв'язку в традиційному їх розумінні [236]. Водночас, наявність у оператора мережевої інфраструктури не гарантує йому задоволення всіх потреб вимогливого користувача, запити якого значно перевершують можливості звичайних мережевих пристроїв.

На телекомунікаційному ринку з'явилися принципово нові гравці: сервіс-провайдери, контент-провайдери, контент-агрегатори, які отримують кошти від споживачів за послуги, які не можуть надати традиційні телефонні компанії. Взаємодія оператора, який отримує гроші від послуг зв'язку, та надійної інтернет-компанії, діяльність якої базується на рекламній бізнес-моделі, не так очевидна, але дає змогу розширити асортимент послуг, залучити більш широке коло споживачів, підвищити свою конкурентну позицію на ринку [50].

Поняття «телематична служба», яке традиційно присутнє в телекомунікації, виявилось не більш ніж програмним додатком, який працює так би мовити понад мережею передання даних [182]. При цьому технологічно зникає межа між службами, діяльність яких дійсно спрямована на передання інформації (наприклад, електронна пошта), та службами, які не стосуються електровз'язку, крім того, що для доставки інформації використовують мережу.

Нині, актуальними завданнями є надання значних інвестицій для розвитку загальнодоступних послуг у важкодоступній місцевості, зокрема сільській, гірській тощо, а також задоволення попиту на послуги Інтернету соціально незахищених верств населення для їх участі в економічному, політичному, соціальному та інших видах життя країни.

Охарактеризовано тенденції розвитку організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами за 2011–2016 рр., серед яких негативною є зменшення (майже на 30 %) кількості абонентів фіксованого зв'язку, збільшення конкуренції на ринку телекомунікацій, погіршення платоспроможності населення та інші фактори.

### **2.3. Діагностика організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері**

Поява нових технологічних рішень та, відповідно, нових послуг передбачає проведення наукових та практичних досліджень у напрямі аналізу їх тенденцій з метою визначення їх економічної перспективності та діагностики організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг. Для здійснення діагностики цього механізму, яка є ретроспективним, оперативним та перспективним комплексним дослідженням з метою аналізу техніко-економічних можливостей підприємства щодо задоволення попиту на загальнодоступні телекомунікаційні послуги та практичної реалізацію механізму фінансування діяльності телекомунікаційних підприємств, що надають або планують надавати загальнодоступні послуги, нами обрано найбільші телекомунікаційні підприємства (ПАТ «Укртелеком», ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.», Vodafone Україна, Лайфсел, Інтертелеком), що виділено за кількістю абонентів, обсягом прибутку за останні роки.

Доходи телекомунікаційних підприємств, які надають послуги мобільного зв'язку, у 2016 р. збільшилися на 9,8% порівняно з 2011 р. у гривневому еквіваленті, але зменшилися на 65,7% в умовних одиницях з урахуванням інфляції протягом досліджуваного періоду, що зумовлено зростанням обсягів надання послуг широкосмугового доступу в Інтернет. У свою чергу доходи від цих послуг у 2016 р. збільшилися на 113% порівняно з 2009 р., з 2865 до 6130,5 тис. грн.

Останніми роками посилюється тиск з боку споживачів на телекомунікаційні підприємства через появу нових послуг та конкурентні пропозиції, що підтверджується зростаючою динамікою споживацького трафіку від 0,5 ГБ/міс у 2012 р., 1,6 ГБ/міс у 2014 р. та 6,9 ГБ/міс у 2016 р. в середньому на одного споживача.

Світовий досвід демонструє стійку тенденцію до зниження прибутковості базових послуг для населення (мобільний зв'язок, Інтернет, послуги корпоративних клієнтів, частка яких становить 38-45% від загального обсягу доходів телекомунікаційних підприємств) через підвищення попиту на телекомунікаційні послуги, які не є традиційними, наприклад, контент-послуги, але реалізуються на базі телекомунікаційних мереж. Їх характерною рисою стає мультисервісність та мультипротокольність. Це призводить до підвищення навантаження на мережі, що нині в середньому становить 180Тбайт на добу в мережах одного телекомунікаційного підприємства проти 31,8 Тбайт у 2014 р. та менше 10Тбайт/добу у 2012 р.

Зменшення доходів телекомунікаційних підприємств від надання послуг населенню, але розширення клієнтської бази на рахунок надання нових послуг змушує їх постійно оновлювати мережі, що вимагає великих матеріальних вкладень на розвиток мережі, наприклад: у МТС Україна (ТМ Vodafone) капіталовкладення в оновлення власних мереж у 2015-2016 рр. становили більше 10 млрд. грн.; капітальні інвестиції мобільного оператора «Лайфсел» у 2015 р. склали 5,959 млрд. грн., тоді як роком раніше компанія інвестувала 688,9 млн. грн.; «Київстар» – капітальні інвестиції за 2015 р. становили



близько 869 млн. грн.; телекомунікаційна група Vega – розмір капітальних інвестицій, спрямованих переважно на розвиток мережі, дорівнював 64,1 млн. грн. у 2015 р.

Результати аналізу свідчать, що сучасні тенденції характеризуються зменшенням доходів телекомунікаційних підприємств через постійне оновлення мережі, що вимагає великих матеріальних витрат. Запропоновано науково-методичний базис, який дав змогу оцінити здатність телекомунікаційного підприємства функціонувати на рівні, необхідному для реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг.

На основі проведеного дослідження з використанням методу експертних оцінок за допомогою спеціалістів галузі здійснено аналіз, оцінку та ранжування атрибутів зовнішнього середовища, що суттєво впливають на діяльність телекомунікаційних підприємств. Ці чинники запропоновано поділити на три групи: зовнішні нерегульовані (політично-правові, демографічні, техніко-технологічні, соціокультурні); ринкові (конкуренція, послуги-замінники, бар'єр виходу на ринок, вплив постачальників обладнання та ресурсів, а також вплив споживачів); інвестиційно-фінансові (посередники, інвестори, банки, лізингові та факторингові компанії), що згруповані у таблиці 2.4.

Незважаючи на відносну захищеність телекомунікаційних підприємств порівняно з іншими секторами економіки, негативного впливу зовнішніх чинників вдається запобігти, розробивши при впровадженні організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг відповідний план заходів.

Основними факторами, що стримують розвиток механізму надання загальнодоступних послуг, є: незадовільна нормативно-правова база; інфляційні процеси; прояви монополізму, політичний дисбаланс; низький платоспроможний попит; неоднозначність відносин власності; географічна та вікова нерівномірність споживання та потреби у телекомунікаційних послугах; висока вартість інвестиційних та кредитних ресурсів; низька інвестиційна активність; складна комунікаційна структура; надлишок технологічно застарілих активів; недостатня компетентність регулюючих органів та вищого керівництва підприємств.

Це свідчить, що без перегляду механізмів фінансування загальнодоступних послуг та їх інвестування, без зміни структури споживацького попиту та адаптації законодавства з питань надання загальнодоступних послуг, телекомунікаційні підприємства будуть продовжувати уникати зобов'язань щодо забезпечення населення загальнодоступними телекомунікаційними послугами на всій території країни за доступними цінами та нормованою якістю.

Таблиця 2.4

**Вплив позитивних та негативних чинників на розвиток організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг в Україні**

Позитивні чинники	Негативні чинники
Затвердження стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні	Загострення конкурентної боротьби на ринку послуг між телекомунікаційними підприємствами, що надають базові послуги, та сервіс-провайдерами
Зміни до Закону України «Про телекомунікації» (щодо ринку телекомунікаційних послуг пропуску трафіку), що сприятиме забезпеченню загальнодоступних послуг та створенню умов діяльності для усіх учасників ринку телекомунікаційний	Наявність інфляційних процесів, які призводять до зниження рівня доходів телекомунікаційних підприємств галузі та підвищення видатків на розбудову та модернізацію мереж
Впровадження інформаційних технологій у сферу медицини та освіти	Недостатній рівень власних коштів, необхідних для технічної модернізації та управлінської реорганізації підприємств
Реалізація проекту впровадження електронного уряду	Недосконалість податкової системи
Поява нових технологій, що здатні підвищити ефективність роботи мереж	Недостатній рівень законодавчого регулювання галузі зв'язку в Україні
Зацікавленість держави у розвитку інформатизації суспільства та процесів інтеграції у світову спільноту	Зниження рівня платоспроможності окремих категорій споживачів послуг та в певних регіонах
Нагальна потреба телекомунікаційних підприємств у модернізації та розбудові мереж нового покоління для надання сучасних телекомунікаційних послуг, що відповідають потребам споживачів.	Відсутність державної підтримки при реалізації соціально важливих проектів.

Нині, в основу загальної державної політики розвитку телекомунікаційних підприємств України, покладено Концепцію Загального Доступу, що відповідає економічним можливостям держави і дає можливість законодавчій та виконавчій владі чітко визначати та встановлювати поетапно рівень забезпечення населення ЗдТП.

В Україні мета забезпечення населення доступом до інфокомунікаційних послуг та технологій визначена Законом України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 р. № 1280-IV [115]. Основним завданням розвитку та надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг є пропозиція громадянам України послуг за регульованими державою тарифами, можливості задовольняти власні потреби в телекомунікаційних послугах.

Крім того, за чинним законодавством, телекомунікаційні підприємства повинні повноцінно брати участь у політичному, економічному та громадському житті суспільства. Так, Національна Стратегія подальшого розвитку інформаційного суспільства в Україні, схвалена розпорядженням

Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р, визначає мету, базові принципи, стратегічні цілі розвитку інформаційного суспільства з урахуванням сучасних тенденцій та особливостей розвитку України в перспективі до 2020 р.[179].

До загальнодоступних телекомунікаційних послуг в Україні згідно з чинним законодавством належать: можливість споживача підключити власне обладнання до мережі загального користування, тобто отримати точку доступу, послуги дротового телефонного зв'язку в межах зони нумерації (сільський та місцевий телефонний зв'язок), а також можливість виклику служб екстреної допомоги у місцях колективного користування, безкоштовні послуги довідкових служб і зв'язку за допомогою таксофонів, виняток становлять послуги, які надаються за допомогою мобільного зв'язку (стаття 62. Загальнодоступні телекомунікаційні послуги) [115].

Однак можливості доступу до загальнодоступних телекомунікаційних послуг в Україні сьогодні далекі від рівня забезпечення послугами населення в промислово розвинених країнах, де мінімальний рівень забезпечення означає, принаймні, одну телефонну лінію на сім'ю, і визначається МСЕ як поріг переходу від Концепції Загального Доступу, в якій йдеться про деякий мінімальний набір послуг електрозв'язку певної якості, доступного всім користувачам, при цьому – певній частині на основі колективного доступу, за прийнятними цінами (до загального обслуговування), тобто пропозицію деякого мінімального набору послуг електрозв'язку певної якості, який є доступним індивідуально всім користувачам за прийнятними цінами.

Для дослідження телекомунікаційного ринку, доцільно виділити групи телекомунікаційних підприємств, що надають найбільш актуальні послуги споживачам у період 2015-2016рр.

Підприємства виокремлено за кількістю абонентської бази, обсягами доходів та часткою ринку, яке воно займає у певному сегменті (фіксований зв'язок, мобільний зв'язок,) та проаналізовано динаміку зростання кількості споживачів послуги Інтернет за цей же період.

Отримані дані дозволили виокремити підприємства, що займають стабільну позицією на ринку послуг із позитивною динамікою (Київстар, Воля, Тріолан, Фрегат, Датагруп, Ланет, Тенет та Фринет) та телекомунікаційні підприємства, що мали негативну динаміку в частині кількості абонентів (Укртелеком та Vega), але продовжують займати своє місце у рейтинговій таблиці за кількістю абонентів.

Це дало можливість виявити підприємства, що мають найбільш розвинену технічну базу, яка дозволить впровадити організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг, а в разі зміни пакета та переліку цих послуг згідно з потребами споживачів поміняти асортимент без великих додаткових інвестицій.

Таблиця 2.5

## Підприємства ринку телекомунікаційних послуг України

Телекомунікаційне (ТК) підприємство (оператор)	Дохід за результатами роботи у 2016 р., млн. грн.	Частка ТК ринку за фін. результатами 2016 р., %	Кількість абонентів у 2016 р., млн.	Частка ТК ринку за кількістю абонентів, %
<b>Усі телекомунікаційні підприємства ринку</b>				
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) ТК підприємствами	47650,8	58,6	X	X
<b>Телекомунікаційні підприємства фіксованого зв'язку</b>				
Сумарний дохід	7845,76	19,1	X	X
ПАТ «Укртелеком»	6 636,54	15,58	5,7	X
Інші оператори фіксованого зв'язку	145,69	5,52	1,8	X
<b>Телекомунікаційні підприємства мобільного зв'язку</b>				
Сумарний дохід	33206,1	80,8	57,4	100
Київстар	13908,3	32,83	25,3	44
Водафон-Україна	1008,0	24,43	20,7	36
Лайфсел	4477,3	19,91	9,7	16,9
Інтертелеком	435,4	10,1	1,313	2,3
Інші оператори	5224,2	12,72	X	0,8
<b>Телекомунікаційні підприємства, що надають послуги Інтернет</b>				
Укртелеком	1 623, 14	70,8	1603	35,5
Київстар	270, 03	64,0	829	18,4
Воля	183, 91	80,0	670	14,8
Тріолан	59,88	63	299	6,6
Фрегат	53,5	62	292	6,5
Датагруп	49,9	63	231	5,1
Ланет	36,2	64	160	3,5
Vega	35,1	63	148	3,3
Тенет	30,4	61,2	143	3,2
Фринет	26,2	59,8	121	2,9
Інші оператори	X	X	11	0,2

У 2016 р. втратили абонентів лише провайдери Укртелеком та Vega (табл. 2.5, 2.6), в той час як інші учасники ринку широкосмугового доступу продемонстрували зростання кількості абонентів: Фрегат (+17,7%) та Ланет (+12,7%).

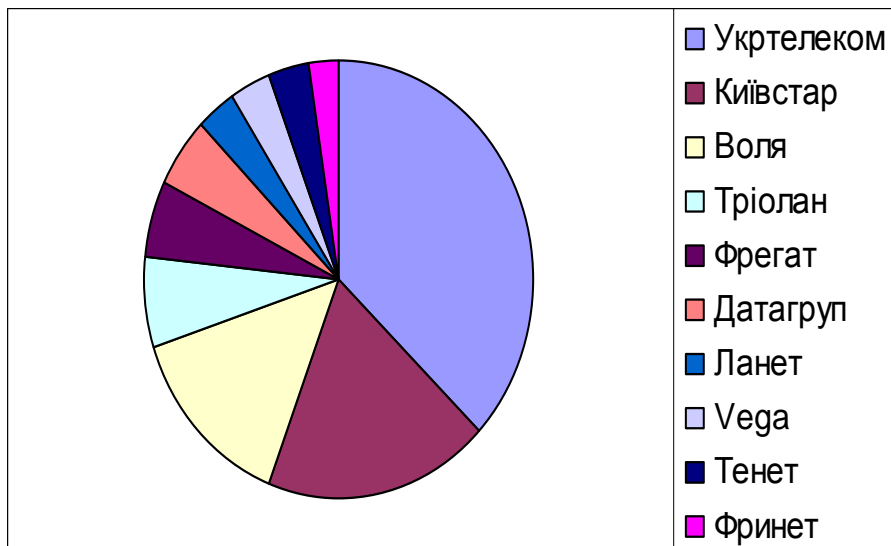
**Підприємства ринку телекомунікаційних послуг України, що надають послуги Інтернет**

Телекомунікаційне підприємство	Кількість абонентів у 2016 р., тис. абон.	Кількість абонентів у 2015 р., тис. абон.	Різниця абс., тис. абон.	Різниця відносна, %
Укртелеком	1603	1626	-23	-1,4
Київстар	829	816	13	1,6
Воля	670	629	41	6,5
Тріолан	299	287	12	4,2
Фрегат	292	248	44	17,7
Датагруп	231	226	5	2,2
Ланет	160	142	18	12,7
Vega	148	156	-8	-5,1
Тенет	143	136	7	5,2
Фринет	121	114	7	6,1
Усього	4496	438	116	2,65

Спираючись на дані, опубліковані незалежною компанією «Expert & Consulting», можна визначити позитивну динаміку доходів та стабільного зростання абонентських баз у операторів, що надають послуги широкосмугового доступу до інтернет-мережі.

Загальний приріст абонентів складає більше 100 тис. осіб, а зростання прибутку становить 1,1 %. Відзначено втрати абонентів провідних операторів, але необхідно враховувати той факт, що в державі відбулись масові організаційні та технологічні ускладнення на тимчасово окупованих територіях, а також систематичні пошкодження мереж через діяльність незаконно створених організацій, що призвели до порушень майнових прав телекомунікаційних підприємств та перешкоджання підприємницької діяльності.

Як показало дослідження фінансово-економічного стану, ПАТ «Укртелеком» залишається лідером з надання послуг фіксованого зв'язку та послуг Інтернет. Цей факт обумовив напрям нашого поглибленого дослідження щодо реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг насамперед на базі цього підприємства, оскільки зобов'язання з надання цих послуг були покладені на нього з часів, коли воно було державним оператором (рис. 2.12).



**Рис. 2.12. Частка ринку телекомунікаційного підприємства (провайдера) у 2016 р. за кількістю абонентів**

На основі публічних звітів та наукових розробок сучасних вчених та провідних спеціалістів у галузі телекомунікацій, нами проведено SWOT-аналіз діяльності провідних підприємств галузі, зокрема ПАТ «Укртелеком», ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.», Vodafone Україна, Лайфсел, Інтертелеком [133, 176, 187, 186, 188, 234, 233, 249, 250]. З урахуванням необхідності інтенсивного будівництва 3G мереж оператори змушені збільшити капітальні витрати.

При цьому частка закордонного обладнання досить істотна в таких витратах. Це змушує підприємства залучати інвестиційні кошти, зокрема, чимало зусиль доводиться докладати, щоб отримати підтримку на розвиток бізнесу.

На основі показників фінансової стійкості запропоновано обчислити коефіцієнт готовності телекомунікаційних підприємств для впровадження на їх матеріальній та технічній базі організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.

$$K_{\text{гот3дП}} = \frac{(KR_i + K_{\text{заход}}) \cdot K_{\text{фін.ризик}}}{KR_i} + \frac{K_{\text{ек.незал}} + K_{\text{конц.поз.кап}} + K_{\text{зал}} + K_{\text{фін}} + K_{\text{заб.об.ак.}}}{k_{\text{заход}}}, \quad (2.1)$$

де  $K_{\text{гот3дП}}$  – коефіцієнт готовності впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємством;

$KR_i$  – регіональний коефіцієнт на основі експертних оцінок (сегментація ринку), що враховує кількість споживачів загальнодоступних послуг у регіоні та кількість споживачів, які мають потребу в загальнодоступних послугах, але не отримують їх ( $D_i$ ).

$$D_i = Cnr_i + PCn_{здП^i}, \quad (2.2)$$

де  $Cn$  - споживачі загальнодоступних послуг;

$Cnr_i$  – кількість споживачів, які мають потребу в отриманні загальнодоступних послуг, але не мають можливості отримувати за станом здоров'я та ін.;

$PCn_{здП^i}$  – кількість споживачів, які не мають попиту на загальнодоступні послуги, але можуть бути потенційними споживачами (потенційні споживачі);

$K_{заход}$  – коефіцієнт кількості заходів, що визнано ефективними;

$K_{фін.ризик}$  – коефіцієнт заборгованості (фінансового ризику);

$K_{ек.незал}$  – коефіцієнт економічної незалежності;

$K_{конц.поз.кап}$  – коефіцієнт концентрації позикового капіталу;

$K_{зал}$  – коефіцієнт фінансової залежності;

$K_{фін}$  – коефіцієнт фінансування;

$K_{заб.об.ак.}$  – коефіцієнт забезпеченості оборотних активів.

Показники фінансового стану провідних телекомунікаційних підприємств наведено у табл. 2.11.

Таблиця 2.11

### Фінансовий стан провідних телекомунікаційних підприємств

Підприємство	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Коефіцієнт економічної незалежності (автономії, концентрації власного капіталу)</b>					
ПАТ «Укртелеком»	0,54	0,58	0,57	0,3	0,37
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	0,58	0,59	0,63	0,62	0,61
Vodafone Україна	0,55	0,57	0,55	0,6	0,49
Лайфсел	0,5	0,53	0,54	0,56	0,5
Інтертелеком	0,48	0,5	0,51	0,49	0,49
<b>Коефіцієнт концентрації позикового капіталу</b>					
ПАТ «Укртелеком»	0,45	0,42	0,39	0,36	0,35
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	0,39	0,34	0,37	0,38	0,37
Vodafone Україна	0,23	0,19	0,26	0,22	0,23
Лайфсел	0,29	0,31	0,28	0,3	0,29
Інтертелеком	0,34	0,36	0,38	0,29	0,3
<b>Коефіцієнт фінансової залежності</b>					
ПАТ «Укртелеком»	1,8	1,73	1,4	1,4	1,5
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	1,4	1,3	1,6	1,61	5,54
Vodafone Україна	1,3	1,23	1,3	1,28	1,24
Лайфсел	1,3	1,2	1,24	1,3	1,31
Інтертелеком	1,26	1,19	1,6	1,3	1,3

<b>Коефіцієнт фінансування</b>					
ПАТ «Укртелеком»	1,2	7,78	4,3	2,2	2,6
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	1,73	1,58	1,67	1,65	1,62
Vodafone Україна	3,36	4,2	2,6	3,8	2,4
Лайфсел	1,2	1,45	2,2	2,4	2,2
Інтертелеком	2,6	1,9	2,3	2,3	2,2
<b>Коефіцієнт заборгованості (фінансового ризику)</b>					
ПАТ «Укртелеком»	0,4	0,39	0,35	0,32	0,29
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	0,58	0,63	0,6	0,61	0,62
Vodafone Україна	0,3	0,23	0,4	0,32	0,35
Лайфсел	0,25	0,3	0,22	0,24	0,26
Інтертелеком	0,25	0,14	0,3	0,28	0,3
<b>Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів</b>					
ПАТ «Укртелеком»	-0,83	-0,31	0,01	-0,2	-0,22
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	0,01	0,26	-1,68	-1,2	0,21
Vodafone Україна	0,42	-0,58	-1,68	-1,31	-0,2
Лайфсел	0,14	-0,2	-1,2	-0,9	-0,4
Інтертелеком	-0,6	-0,24	-0,9	-1,1	-0,16

Динаміку коефіцієнта готовності впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг із урахуванням регіонального коефіцієнта та коефіцієнта запровадження заходів необхідних для впровадження зазначеного механізму наведено у таблицях 2.12-2.14. та продемонстровано на рисунку 2.19.

Таблиця 2.12

**Ретроспективна трансформація залежності від регіонального коефіцієнта на основі визначення кількості споживачів загальнодоступних послуг у регіоні**

Підприємство	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
ПАТ «Укртелеком»	1,32	1,28	1,15	1,06	0,96
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	2,58	2,80	2,67	2,71	2,76
Vodafone Україна	1,33	1,02	1,78	1,42	1,56
Лайфсел	1,11	1,33	0,98	1,07	1,16
Інтертелеком	1,11	0,62	1,33	1,25	1,33



Таблиця 2.13

**Ретроспективна трансформація залежності від коефіцієнта  
запровадження заходів на основі визначення кількості споживачів  
загальнодоступних послуг у регіоні**

Підприємство	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
ПАТ «Укртелеком»	15,8	51,00	33,35	20,3	23,0
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	13,7	13,57	8,63	10,20	27,83
Vodafone Україна	19,53	18,70	10,10	15,30	13,86
Лайфсел	11,43	10,96	10,20	12,20	13,00
Інтертелеком	13,60	12,36	12,97	10,93	13,76

Таблиця 2.14

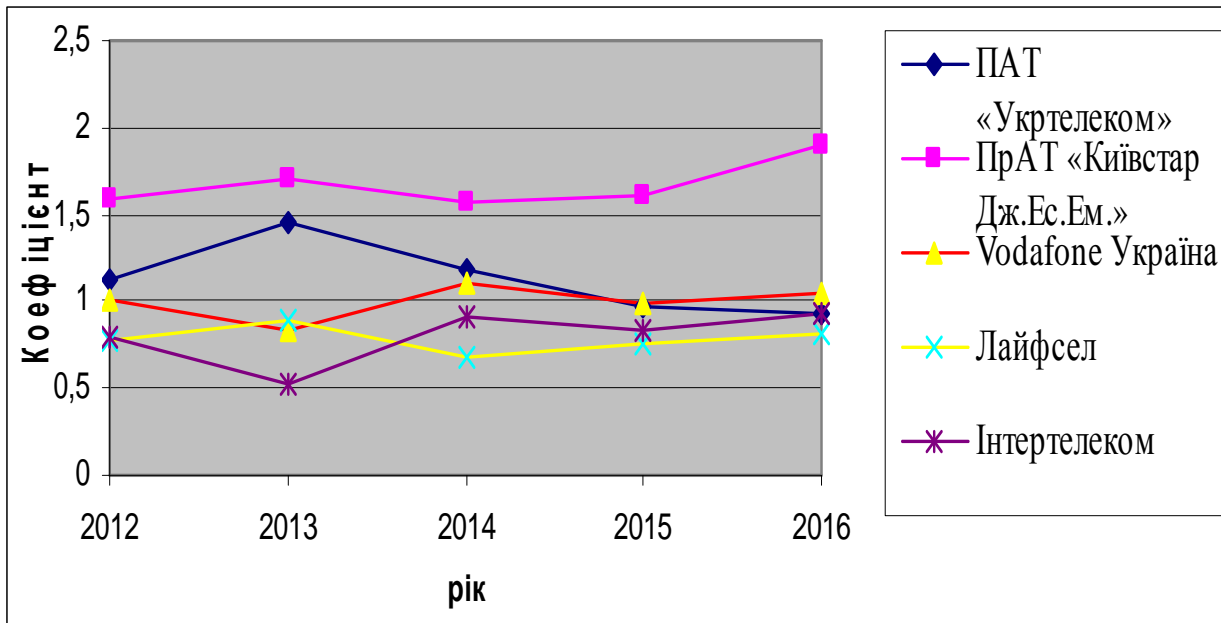
**Зведений коефіцієнт готовності впровадження організаційно-  
економічного механізму надання загальнодоступних послуг  
телекомунікаційним підприємством**

Підприємство	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
ПАТ «Укртелеком»	0,17	0,52	0,34	0,21	0,23
ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»	0,16	0,16	0,11	0,13	0,31
Vodafone Україна	0,21	0,19	0,12	0,17	0,15
Лайфсел	0,12	0,12	0,11	0,13	0,14
Інтертелеком	0,15	0,13	0,14	0,12	0,15

За даними дослідження визначено специфіку регіональних споживчих потреб: нерівномірність доходів споживачів та географічні особливості окремих територій, що необхідно враховувати, прогнозуючи попит та плануючи обсяг загальнодоступних послуг [117, 185].

Здійснення діагностики сприяло встановленню характеру порушень на регіональних рівнях за певними ознаками для визначення шляхів їх нейтралізації у перспективі. Отже, коефіцієнт готовності впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємством  $K_{\text{готЗдП}}$  є найбільш суттєвим для визначення підприємств, на базі яких буде найбільш ефективним реалізація зазначеного механізму.

Варто відзначити, що  $K_{\text{заход}}$  – коефіцієнт кількості заходів, що визнано ефективними для впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг для телекомунікаційних підприємств, буде відрізнятись. За допомогою експертних оцінок визначено, що для ПАТ «Укртелеком» він складає 0,2 та для усіх інших підприємств 0,3, відповідно до технічного стану та потенційних можливостей підприємств.



**Рис. 2.19. Динаміка коефіцієнта готовності впровадження OEM надання ЗдТП телекомунікаційними підприємствами по Київській області за 2012–2016 рр.**

Результати аналізу свідчать, що з урахуванням регіонального коефіцієнта та кількості заходів, які можливо було б вжити для впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємствам ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.» є найбільш привабливим для цього. Проте позитивне значення коефіцієнта інших підприємств дає змогу розглядати їх як потенційно привабливі суб'єкти господарювання, що мають технічну, технологічну та матеріальну можливість надавати загальнодоступні послуг за допомогою даного механізму.

Ідентифікація атрибутів зовнішнього середовища функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами дозволила визначити, що оцінка чинників та особливостей функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами напряму залежить від розвитку технологій на світовому телекомунікаційному ринку, рівня впровадження інновацій в економіку, впливу факторів зовнішнього середовища, пов'язаних з функціонуванням економіки України, можливостей та зацікавленості українських підприємств у наданні ЗдТП. Оскільки сьогодні на українському ринку майже повністю відсутній організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних послуг та алгоритм впливу на українські підприємства, який дозволяв би робити перспективу надання ЗдТП економічно обґрунтованою, необхідно сформулювати складну ефективну систему державної підтримки.

За результатами SWOT-аналізу найбільших телекомунікаційних підприємств (ПАТ «Укртелеком», ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.», Vodafone Україна, Лайфсел, Інтертелеком), що виділені за кількістю абонентів та обсягами прибутків за 2011–2016 рр., встановлено, що підприємства

характеризуються високими показниками технологічного та економічного базису. За допомогою експертного опитування з подальшим ранжуванням ідентифіковано атрибути зовнішнього середовища, які систематизовано за 3 групами: зовнішні нерегульовані (політично-правові, демографічні, техніко-технологічні, соціокультурні); ринкові (конкуренція, послуги-замінники, бар'єр виходу на ринок, вплив постачальників обладнання та ресурсів, а також вплив споживачів); інвестиційно-фінансові (посередники, інвестори, банки, лізингові та факторингові компанії).

Виявлено, що найбільш суттєвими перешкодами впровадження загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами (через високу кореляцію їх розвитку із зовнішнім середовищем) є: незадовільна нормативно-правова база; інфляційні процеси; прояви монополізму, політичний дисбаланс; низький платоспроможний попит; неоднозначність відносин власності; географічна та вікова нерівномірність споживання та потреби у телекомунікаційних послугах; висока вартість інвестиційних й кредитних ресурсів; низька інвестиційна активність; складна комунікаційна структура; надлишок технологічно застарілих активів; недостатня компетентність регулюючих органів та вищого керівництва підприємств.

Так, при середній заробітній платі 6659 грн. (252 дол. США) респонденти витрачають на телекомунікаційні послуги (Інтернет, телебачення, телефонію) приблизно 520 грн (8%), при цьому за мобільний зв'язок більшість респондентів платить близько 70 грн. на місяць (2,65 дол. США). У пенсіонерів платежі ще нижчі (близько 2 дол. США). Тобто без істотного підвищення середньої платоспроможності населення або потужної державної підтримки інвестувати мільярди у впровадження загальнодоступних телекомунікаційних послуг в Україні не вигідно. Діагностика організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами на основі ретроспективного, оперативного та перспективного комплексного дослідження має за мету послідовне вивчення попиту на загальнодоступні телекомунікаційні послуги, аналіз техніко-економічних можливостей підприємства щодо задоволення цього попиту та згодом практичну реалізацію механізму фінансування діяльності телекомунікаційних підприємства, що надають або планують надавати загальнодоступні послуги.

Запропонований науково-методичний базис, дає змогу оцінити здатність телекомунікаційного підприємства щодо надання загальнодоступних послуг за коефіцієнтом готовності, який розраховується за запропонованою формулою. За даними дослідження визначено специфіку регіональних споживчих потреб: нерівномірність доходів споживачів та географічні особливості окремих територій, що необхідно враховувати, прогнозуючи попит та плануючи обсяг загальнодоступних послуг. Здійснення діагностики сприяло встановленню характеру порушень на регіональних рівнях за певними ознаками для визначення шляхів їх нейтралізації у майбутньому.

## Перелік питань для самоконтролю

1. Назвіть фактори впливу на організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.
2. Які групи факторів внутрішнього і зовнішнього середовища впливають на ефективність функціонування телекомунікаційних підприємств у сучасних умовах?
3. Які чинники визначають вартість загальнодоступних телекомунікаційних послуг?
4. Охарактеризуйте чинники, що впливають на формування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.
5. Назвіть світові тенденції, що впливають на формування OEM надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.
6. Які ви можете визначити особливості галузі телекомунікацій?
7. На яких основних положеннях повинно ґрунтуватись державне регулювання роботи телекомунікаційних підприємств?
8. Що можна віднести до інструментарію регуляторного впливу, який здатний забезпечити надання загальнодоступних послуг?
9. Опишіть модель формування організаційно-економічного механізму надання ЗдТП українськими ТК підприємствами.
10. Назвіть найбільш важливі тенденції, які мають вплив на формування сучасного організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.
11. Які є основні проблеми телекомунікаційних підприємств, що надають послуги в сегменті фіксованого зв'язку ?
12. Назвіть основні фактори, що стримують розвиток механізму надання загальнодоступних послуг.
13. Що являє собою коефіцієнт готовності впровадження OEM надання ЗдТП телекомунікаційним підприємством?
14. Які групи споживачів враховує регіональний коефіцієнт?
15. Чи вважаєте ви що кількість заходів, що визнано ефективними для впровадження OEM надання ЗдТП повинна бути однаковою для всіх телекомунікаційних підприємств?
16. Які телекомунікаційні підприємства надають загальнодоступні телекомунікаційні послуги сьогодні в Україні?
17. Яке телекомунікаційне підприємство має найбільш розвинену технічну та економічну базу для надання ЗдТП, згідно з проведеним дослідженням?
18. Яка мета діагностики OEM надання ЗдТП телекомунікаційними підприємствами на основі ретроспективного, оперативного та перспективного комплексного дослідження?
19. Яке значення має вивчення попиту на загальнодоступні телекомунікаційні послуги?
20. Які особливості регіональних потреб споживачів ви можете назвати?

## РОЗДІЛ 3

# ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ НАДАННЯМ ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ПОСЛУГ В ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ

### 3.1. Гармонізація управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері

Телекомунікаційні підприємства сьогодні працюють у кризових умовах, що характеризуються значними економічними та політичними змінами. Для вирішення нагальних проблем, пов'язаних з трансформаційними процесами, телекомунікаційні підприємства повинні швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища та формувати нову внутрішню політику, спрямовану на розвиток галузі, та забезпечувати стабільне економічне зростання як самого підприємства, так і галузі в цілому. При цьому внутрішня політика повинна бути гармонізована з державною, тобто враховувати нові вимоги як держави, так і споживачів.

Формування та функціонування OEM надання ЗдТІ передбачає ряд заходів, спрямованих на економічний та соціальний розвиток галузі та держави. Це дає можливість визначити концептуальні риси гармонізації управління наданням загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері з політикою розвитку галузі та держави у ході економічних та соціальних процесів, що відбуваються у країні.

Гармонізація – це взаємне узгодження, що зводить в єдину систему, уніфікує, встановлює правила відповідності та координує взаємовідносини усіх суб'єктів господарювання, а також забезпечує упорядкування економічних процесів, виробництва товарів та послуг, надходження податків тощо [239].

Проблема гармонізації телекомунікаційного сектора економіки має велике значення, оскільки на сьогодні є основним пріоритетом державної політики [210, 107]. Криза економічної системи в Україні, що загострюється та розростається, змушує вчених-економістів звертати увагу на приклади світового досвіду з питань успішного відновлення зруйнованих економік. Серед основних факторів, що сприяли відновленню економіки у країнах, де вона була зруйнована, пріоритетним є роль держави, яка ефективно впливала на хід економічних процесів, запроваджуючи такі заходи, як:

збереження регулюючої ролі держави у соціально-економічній сфері за умов підтримки ринкових відносин [247];

посилений державний вплив у валютно-фінансовій сфері;

державне регулювання телекомунікаційної сфері, тобто перешкоджання з боку держави імпорту іноземної продукції, розвиток інформатизації у країні;

пріоритетна державна підтримка телекомунікаційних підприємств, що забезпечують інформатизацію суспільства;

підтримка розвитку малого та середнього бізнесу.

Впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами та його гармонізація із системою чинного законодавства та методами державного регулювання дає змогу розширити можливості політичної та соціальної участі громадян у житті країни, створити умови щодо розширення громадських зв'язків населення та уряду країни, підвищити громадську активність, сприяти становленню е-демократії та розвитку електронного бізнесу в Україні.

Основні засади, положення та напрями розвитку е-демократії, визначені та регулюються Концепцією розвитку електронного врядування в Україні, схваленою розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2010 р. № 2250 (Офіційний вісник України), Стратегією державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні, затвердженою Указом Президента України від 24 березня 2012 р. № 212, Концепцією розвитку системи електронних послуг в Україні, Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 листопада 2016 р. № 918-р та планом дій з впровадження в Україні Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд», схваленим Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30 листопада 2016 р. № 909-р [185, 239, 196, 148].

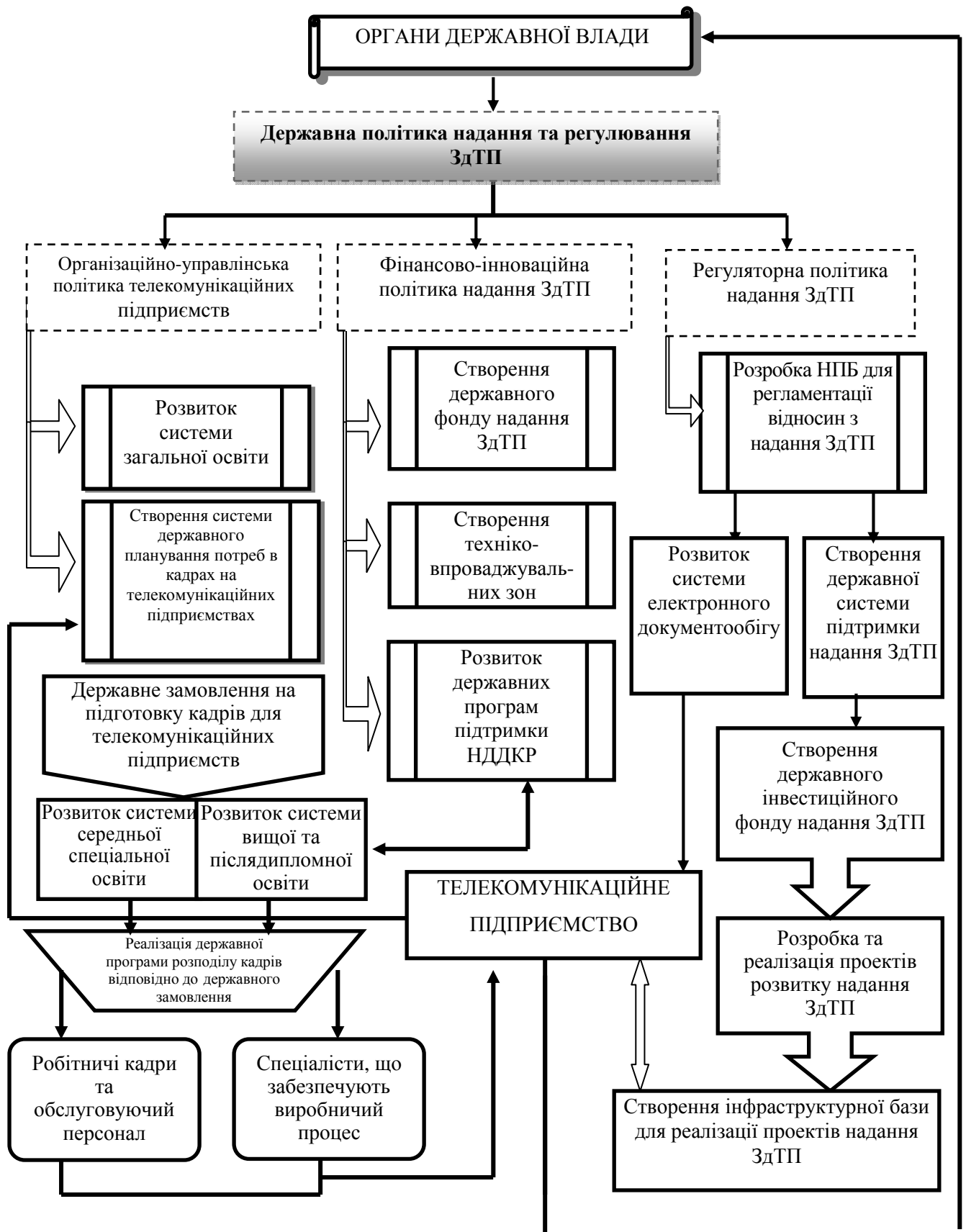
Спираючись на позитивний зарубіжний досвід, для побудови дієвої моделі OEM надання ЗдТП необхідно модернізувати організаційно-управлінський комплекс, що передбачає:

- забезпечення кваліфікованими кадрами та якісним менеджментом;
- розробку та впровадження інновації;
- приріст інвестицій у телекомунікаційний сектор;
- ефективне державне регулювання телекомунікаційних підприємств.

Представлена модель OEM надання ЗдТП, орієнтована на гармонізацію виробництва телекомунікаційних послуг та взаємовідносин між усіма учасниками цього процесу, являє собою сукупність взаємопов'язаних дій суспільних, політичних, економічних, управлінських суб'єктів, що ґрунтуються на модернізації організаційно-управлінської, фінансово-інноваційної та регуляторної політик, що спрямовані на сталий розвиток виробництва загальнодоступних послуг (рис. 3.1).

Виходячи із сутності організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг, заснованому на модернізації виробничої діяльності телекомунікаційних підприємств, його основу становлять органи державної влади (як основний учасник процесу управління), з одного боку, та безпосереднє виробництво, з іншого.

За допомогою створення відповідної нормативної правової бази, а також управлінських рішень органи державної влади закликані активно впливати на розвиток виробництва та надання загальнодоступних послуг через проведення інноваційної, інвестиційної та кадрової політики.



**Рис. 3.1. Модель гармонізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг телекомунікаційним підприємством**

Одним з важливіших факторів зростання економіки розвинених країн світу є розвиток процесів створення об'єднань, впровадження механізму державно-приватного партнерства та активізація дієвих механізмів діяльності, саме тому, на наш погляд, необхідно приділити особливе значення цим факторам [247]. На сучасному етапі розвитку економіки необхідною умовою для телекомунікаційних підприємств є інноваційна діяльність.

Розвиток інноваційної діяльності ґрунтується на розробці сучасної нормативно-правової бази для регламентації відносин в інвестиційній галузі. Разом з тим, необхідно вдосконалювати державну систему підтримки інвестиційної діяльності, одним з ключових факторів якої повинно стати створення державного інвестиційного фонду. Насамперед кошти державного інвестиційного фонду варто спрямувати на реалізацію великих інфраструктурних проєктів: прокладання комунікацій, будівництво каналізації та модернізацію магістральних мереж тощо.

Міжнародна практика визначає інновацію як кінцевий результат інноваційної діяльності [196], яким може бути новий або модифікований продукт, що з'явився на ринку, нова або вдосконалена технологія, яка знайшла використання у практичній діяльності. Обов'язковою умовою є її практична реалізація, що може відбуватися як за ринковими каналами, так і за іншими шляхами. Без впровадження та поширення інновації не зможуть впливати на стан і розвиток економіки, тобто втратять свою інноваційну сутність. Проте, коли йдеться про формування і реалізацію інноваційної моделі розвитку OEM підприємства, як це має місце на підприємствах телекомунікаційної галузі, тлумачення інновацій має набувати більш широкого змісту.

Інноваційна модель має охоплювати весь спектр економічних відносин підприємства, запроваджувати їх нові форми або модифікації у вигляді структурних, організаційно-управлінських, інституціональних, інвестиційних, наукових змін тощо. У цьому контексті сутність інновації більшою мірою розкриває всеохоплююче, філософське трактування цієї категорії Й. Шумпетером, який відзначав, що інновація – це нова комбінація, а інновація в економіці, будь-яке нововведення в мистецтві, науці, життєвій практиці – головним чином полягає в рекомбінації концептуальних фізичних матеріалів на ринку (творче руйнування) [221, 240, 243].

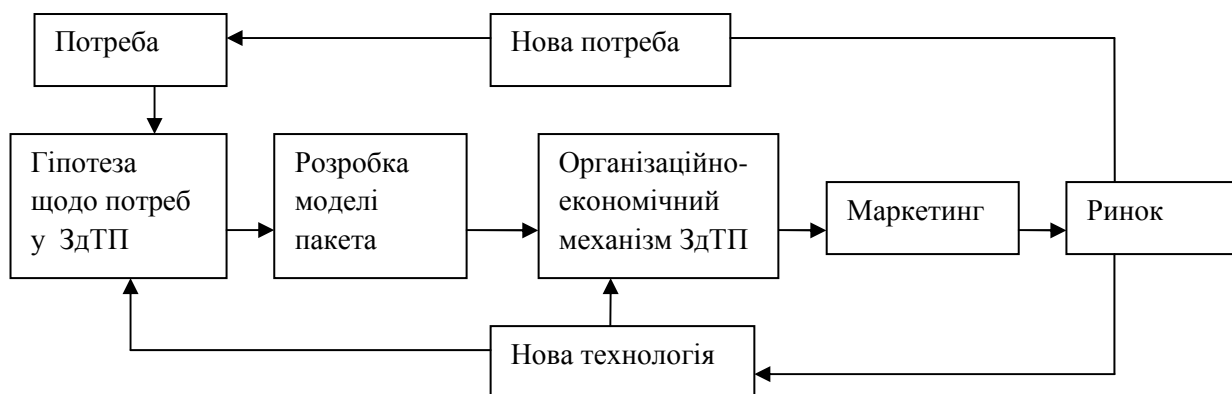
В Україні постановка проблеми переходу до моделі інноваційного розвитку економіки, як це найчастіше буває у суспільному розвитку, випередила розробку теоретичного підґрунтя побудови такої моделі. В широкому розумінні модель – це взірцевий примірник будь-якого об'єкта, процесу чи явища [41, 105, 140, 192]. Існуючий вітчизняний та закордонний теоретичний базис присвячено переважно лінійному моделюванню інноваційних процесів, тобто схематичному опису послідовності окремих інноваційних етапів.

Відомий учений Р. Росвел, роблячи історичний огляд природи інноваційного процесу, відзначає, що його розвиток проходив за прогресивною схемою – від простих лінійних моделей до більш складних інтерактивних [243, 260].



Сучасна модель має більш складну структуру з елементами зворотного зв'язку, які підсилюють активність інноваційного процесу, так би мовити «підкачуючи» інноваційний потенціал системи. Поява нових технологій стимулює як виробництво, так і творчий процес. З'являються нові гіпотези, концепції, ідеї можливих технологічних змін у різних галузях економіки і сферах життях. Проте, на думку деяких вітчизняних вчених, найбільш практичним визначенням інноваційної діяльності є модель «ланцюгового зв'язку», яку запропонували Кляйн і Розенберг [123].

На рисунку 3.2 представлено блочну модель процесу надання загальнодоступної телекомунікаційної послуги з елементами зворотного зв'язку, де поєднуються чотири загальні функції: стратегія інноваційної діяльності підприємства з виявленням сприятливих можливостей, що надає ринкове середовище; аналітичне (системне) конструювання; технологічна діяльність у виробничому середовищі та діяльність у сфері маркетингу і збуту. Проте така схема лише пояснює послідовність створення OEM надання ЗдТП, тобто моделює лише інноваційний процес, тоді як модель його розвитку має бути більш системною та комплексною категорією, яка об'єднує всі складові зазначеного механізму – науково-технічні, виробничі та фінансово-інвестиційні, які функціонують одночасно в реальному режимі часу.



**Рис. 3.2. Блочна модель процесу надання загальнодоступної телекомунікаційної послуги з елементами зворотного зв'язку**

Модель як відтворення OEM надання ЗдТП у нових умовах, тобто як сукупність складових (деталей), що перетворюють або надають форми на напрямку руху її окремих елементів та отримують на виході відповідний технологічний, економічний, соціальний та інший результат, має бути більш складною структурою. У цьому розумінні OEM надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг – це абстрактна модель, що відтворює принципи внутрішньої організації і функціонування системи в цілому, відображає її характеристики, які властиві саме процесу надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами. Вважаємо, що модель як формалізоване визначення інноваційного організаційно-економічного механізму в нових умовах або новий організаційно-економічний механізм

надання послуг у галузі телекомунікацій, має складатися принаймні з трьох груп показників, які розкриватимуть:

- напрямки розвитку;
- фактори інноваційного розвитку;
- економічну результативність розвитку.

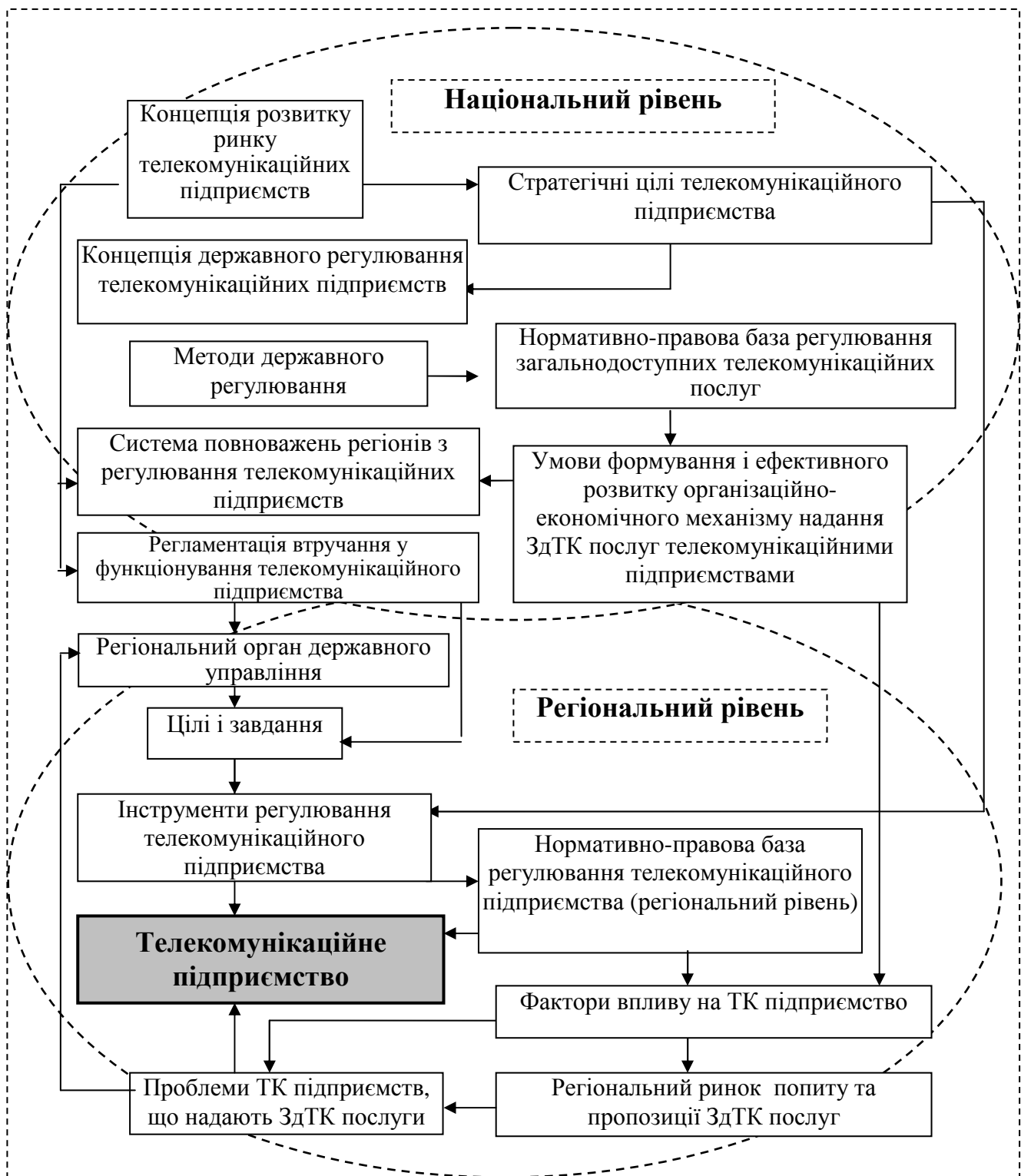
Інноваційні зміни, що є необхідною умовою розвитку будь-якої галузі, особливо телекомунікаційної, охоплюють увесь комплекс виробничих сил і виробничих відносин, включаючи ресурсні, структурні й організаційно-управлінські зміни.

На основі проблемно-цільового підходу визначено пріоритетні орієнтири та напрями удосконалення функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг (рис. 3.3), що дало змогу сформулювати відповідні рекомендації щодо гармонізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами. Найближчим часом надані рекомендації можуть набрати чинності у вигляді програмних документів як елементів планування і прогнозування розвитку телекомунікаційної галузі.

Гармонізація діяльності телекомунікаційних підприємств неможлива без розвитку інноваційного процесу. Поки статистика інноваційної діяльності досліджує переважно кількісну складову, причому перехід з первинного на більш високий рівень (підприємство-галузь) відбувається підсумовуванням первинних елементів по підприємствах. Кожна складова вищого ієрархічного рівня несе синергетичний ефект, тому в методичному плані визначення кола показників для встановлення цільових орієнтирів у моделях інноваційного розвитку потребує додаткових досліджень.

Отримання конкурентних переваг на підставі інноваційної складової стає лейтмотивом інноваційної поведінки підприємців. Цей тезис підтверджується багатьма дослідниками. Основоположники еволюційної теорії вказували на технічну інновацію як на засіб досягнення високого прибутку [167]. Відомий німецький економіст Г. Менш відмічав, що інновації долають депресію [285]. Спільна робота вчених Г. Хамела (Великобританія) і К. К. Прохалада (США), присвячена інноваційним процесам [52, 104]. Таким чином, є всі підстави розглядати конкуренцію як ключовий фактор моделі інноваційного розвитку.

Підвищення економічної конкурентоспроможності країни, забезпечення стабільних і високих темпів економічного зростання, формування в Україні високотехнологічного інформаційно-телекомунікаційного середовища можливі лише за умов розроблення інноваційної моделі, що має задіяти як головне джерело довготривалого економічного і соціального розвитку наукові надбання та їх технологічне застосування. Реалізація таких масштабних трансформаційних проектів неможлива без провідної ролі держави. Цей підхід не суперечить умовам ринкової економіки. Держава надає значні, хоча і недостатні, обсяги бюджетного фінансування науковій та інноваційній сферам [181].



**Рис. 3.3. Проблемно-цільовий підхід до регулювання загальнодоступних послуг**

Держава визначає правила гри на підприємницькому полі, особливо на фінансовому ринку. Це передусім стосується підтримки відповідної податкової і кредитної політики щодо стимулювання венчурного бізнесу та заохочення інших джерел до фінансування інноваційних проєктів та розвитку

інновацій у таких провідних галузях розвитку економіки країни, як телекомунікації [10, 181]. Отже, серед факторів інноваційного розвитку вплив держави ми не виділяємо як окремих фактор, але маємо на увазі, що держава впливає на всі фактори без винятку, активізуючи їх відповідно до завдань моделі інноваційного розвитку [244].

Обов'язковим атрибутом моделі має стати функціональний блок оцінки результатів інноваційного розвитку. Визначення конкретних показників і механізмів (методів) оцінки не існує. Ця робота потребує ґрунтовних дискусій методологічного і методичного плану, нормативно-правового й інформаційного забезпечення. Але в самому загальному вигляді результативність інноваційного розвитку, зокрема галузі ТК, має оцінюватись принаймні за трьома ознаками – технологічною, економічною і соціальною.

Зворотний зв'язок у моделі проходить через зростання інноваційного потенціалу й активізацію інноваційних факторів. Такими, на наш погляд, мають бути загальні риси моделі інноваційного розвитку економіки України, яка має забезпечити принципово новий тип суспільного відтворення та надійні передумови сталого соціально-економічного зростання.

Розробка заходів щодо реалізації основних принципів регулювання зв'язку, визначених у Законі України «Про телекомунікації», складає предмет численних науково-дослідницьких робіт [115].

Тому, розробка пропозиції обмежена лише напрямком забезпечення надання споживачам соціально доступних послуг. При цьому використано матеріали НДР УНДІЗ науково-технічних конференцій, які стосуються даного напрямку, друківані праці та власні напрацювання [219, 221]. Відібрані таким чином рекомендації для регулюючих органів у сфері телекомунікацій представлені у таблиці 3.2. Пріоритетними орієнтирами удосконалення організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами визначено: удосконалення нормативно-правового поля, модернізація державного регулювання у частині ліцензування, тарифної політики; формування пакета загальнодоступних послуг, можливостей взаємоз'єднання операторів; розвиток державно-приватного партнерства для здійснення інвестиційної діяльності телекомунікаційними підприємствами за активної підтримки уряду. Попередній аналіз регуляторного середовища дозволяє зробити висновок, що найбільш цікавою та актуальною є остання пропозиція (табл. 3.2), яка актуальна саме для надання загальнодоступних послуг і сьогодні ця проблема залишається не вирішеною.

Пакетні технології дозволяють суттєво, у декілька разів підвищити ефективність передавання інформації по каналах й трактах зв'язку. Відповідно знижується й собівартість її передання. Цікавим є той факт, що ефект підвищення ефективності передання даних та зниження собівартості вже є доведеним майже до соціально необхідних послуг (телефонія, факсимільний зв'язок).

**Рекомендації для регулюючих органів щодо надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг**

№	Пропозиція (рекомендація)	Напрямок
1	Налагодити безперервну роботу з аналізу регуляторних документів європейських і світових організацій у галузі зв'язку та щодо гармонізації з ними відповідних нормативних актів України	Взаємодія з країнами ЄС у галузі телекомунікацій та використання закордонного досвіду надання телекомунікаційних послуг, у т.ч. соціально доступних
2	Визначити методики встановлення собівартості послуг, що надаються операторами споживачам, та при взаємоз'єднанні мереж та їх розрахункових тарифів з урахуванням отримання прибутку	Взаємодія операторів, тарифна політика
3	Розробити положення про порядок затвердження та введення в дію розрахункових тарифів за доступ до телекомунікаційних мереж операторів	Взаємодія операторів, тарифна політика
4	Розробити положення щодо регулювання доступу до місцевих ліній, що знаходяться у власності домінуючого оператор	Взаємодія операторів, роздільний доступ
5	Розробити систему цін залежно від якості послуг телефонного зв'язку з урахуванням норм активних вимог до якості передання мови мережами IP, для чого ініціювати розробку відповідного документа	Розвиток IP-телефонії та вивчення можливостей її використання для надання соціально доступних послуг
6	Проводити заходи, що стимулюють підвищення конкуренції, впровадження новітніх технологій, зростання продуктивності праці та удосконалення тарифів, вивчення зарубіжного досвіду	Ліцензійна та тарифна політика
7	Розробити нормативні документи з реалізації погодинної сплати на різних мережах	Тарифна політика
8	Визначити послуги зв'язку, які потребують перегляду тарифів	Тарифна політика
9	Розробити нормативний документ щодо надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг	Формування нормативно-правової бази пакету послуг
10	Розробити нормативний документ «Норми мінімального споживання телекомунікаційних послуг в Україні»	Формування соціального пакета послуг
11	Відкоригувати або створити нові типові правила щодо прав користувачів та обов'язків операторів (контракти із споживачами)	Взаємодія операторів, правила надання загальнодоступних послуг
12	Здійснити наукові дослідження та розробити методику розрахунку тарифів для загальнодоступних телекомунікаційних послуг	Тарифна політика загальнодоступних послуг

Зниження собівартості передання інформації і, відповідно, тарифів на надання цих послуг відповідно до закону вартості може привести до суттєвого зростання попиту на ці послуги та збільшення доходу підприємства.

Таким чином, склалося протиріччя між можливостями сучасних мереж та станом розв'язання проблеми надання та фінансування соціально доступних послуг. Це протиріччя, на наш погляд, може бути усунуто шляхом проведення відповідної науково-дослідної роботи, в ході якої треба вирішити як технічні, так і юридичні питання надання та фінансування соціально доступних послуг з використанням сучасних мережевих технологій.

Наведені розробки спрямовані на підвищення ефективності функціонування організацій, які розвивають свою виробничо-господарську діяльність, тобто, розширюють асортимент товарів та послуг та/або географічні ринки збуту.

Базова схема етапів організації та перетворення підприємств рекомендується до застосування підприємствами, що знаходяться на етапі вибору способів розвитку організаційно-економічного механізму надання ТК послуг. Запропоновані класифікації організаційних структур і перехідних стратегій допомагають підприємству на основі аналізу існуючого ступеня його розвитку, а також відповідно до поставлених цілей вибрати бажаний шлях зростання ефективності діяльності організації.

Динамічна модель розвитку інтегрованих організаційних структур для телекомунікаційних підприємств за етапами – це інструмент для ухвалення рішення про інтеграцію та вступ у партнерські відносини з державою. Спираючись на розроблену класифікацію етапів побудови OEM, підприємство може визначити, на якій з описаних стадій роботи над виробом або послугою виникає проблема, що призводить до зниження загальної ефективності функціонування підприємства в даний момент часу. Якщо така проблема/проблеми задовольняє умовам, передбаченим у розробленій моделі, то пропонується варіант їх вирішення за допомогою партнерських відносин відповідного типу.

Розрахунок і оцінка показників, що характеризують кожен з представлених етапів, дають змогу зробити висновок про доцільність інтеграції з іншими підприємствами або бізнес-одинацями всередині підприємств. Можливі варіанти організаційно-господарських одиниць, з якими можуть створюватися стратегічні альянси, визначені залежно від конкретних причин інтеграції.

Оскільки OEM надання послуг на підприємствах завжди пов'язаний із залученням і використанням різного роду ресурсів заради отримання певного фінансового результату, то у випадку диверсифікації роль правильного вибору ресурсів для ефективного функціонування набуває особливого значення. На стратегічному рівні управління відбувається вибір ресурсів, методів їх

залучення і розміщення. У результаті порівнянь виявляються відхилення, обумовлені низкою факторів, виявлення яких дозволяє оцінити правильність обраної стратегії і тактики розвитку підприємства.

### **3.2. Модернізація державного регулювання надання загальнодоступних послуг в телекомунікаційній сфері**

Заохочення ТК підприємств до таких соціально важливих проектів, як надання ЗдТІ можна здійснювати за допомогою державних заходів і популяризації переваг, що отримає підприємство через надання таких послуг. Один з аргументів – це ефект, який отримає підприємство завдяки впровадженню такого проекту. Водночас, відсутність методичної бази для оцінки ефекту від впровадження організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг, не дозволяє керівникам ТК підприємств приймати рішення на користь реалізації такого проекту.

Розвиток ІКТ-технологій відбувається практично у всіх сферах, змінюючи стиль життя усього суспільства. Ці інновації є двигуном економічного зростання та можуть значно підвищити потенціал суспільства, одночасно зміцнити його безпеку. В процесі управління на підприємствах телекомунікаційної галузі з метою прийняття оптимальних управлінських рішень, які б дозволили правильно визначити стратегію розвитку самого підприємства, галузі та в цілому держави, необхідно проводити ґрунтовний аналіз його організаційно-економічної діяльності. Мета такого аналізу контроль за ефективністю функціонування організації, а також пошук шляхів для її підвищення.

Розвиток сектора надання телекомунікаційних послуг залежить від ринкової кон'юнктури, технічного та технологічного прогресу, впливу інституціональних факторів. Враховуючи недоліки сучасної статистичної системи, відзначимо, що виявити вплив одного з факторів, а також оцінити їх переваги, зокрема внесок з боку держави щодо надання підтримки та допомоги у наданні загальнодоступних телекомунікаційних послуг, досить важко. Необхідно врахувати той факт, що зусилля з боку держави включають не лише надання пільг та преференцій телекомунікаційним підприємствам, але й дії, спрямовані на поліпшення бізнес-середовища, в якому вони функціонують, а також на перетворення інституційного середовища, на яке впливає державна економічна політика.

У подальшому розвитку галузі, згідно з напрямками розвитку інноваційних технологій та спрямуванням до інформатизації суспільства, велику роль відіграє головний фактор – зростання національної економіки і зміцнення авторитету країни в міжнародному співтоваристві. За даними НКРЗІ, незважаючи на кризові явища в економіці країни, прибуток

підприємств на телекомунікаційному ринку постійно зростає, однак останнім часом спостерігається його падіння. Це вимагає застосування певних заходів для врегулювання взаємовідносин між учасниками ринку і створення умов для розвитку і зростання ринку. Структура управління галуззю майже збігається з організаційною структурою Єдиної національної системи зв'язку України (ЄНСЗУ). Відмінністю є те, що Національна Комісія з питань регулювання зв'язку та інформатизації не є об'єктом, який підпорядковується Кабінету Міністрів України. Згідно із Законом України «Про телекомунікації» вона підконтрольна Президенту України та підзвітна Верховній Раді України [115].

Структура управління галуззю є досить складною. Одночасно два органи виконують функції регулювання – Національна Комісія з питань регулювання зв'язку (НКРЗ) та Центральний орган виконавчої влади в галузі зв'язку (ЦОВЗ) – Адміністрація зв'язку України. Центральний орган виконавчої влади в галузі зв'язку також виконує функції прямого управління підприємствами зв'язку державної форми власності.

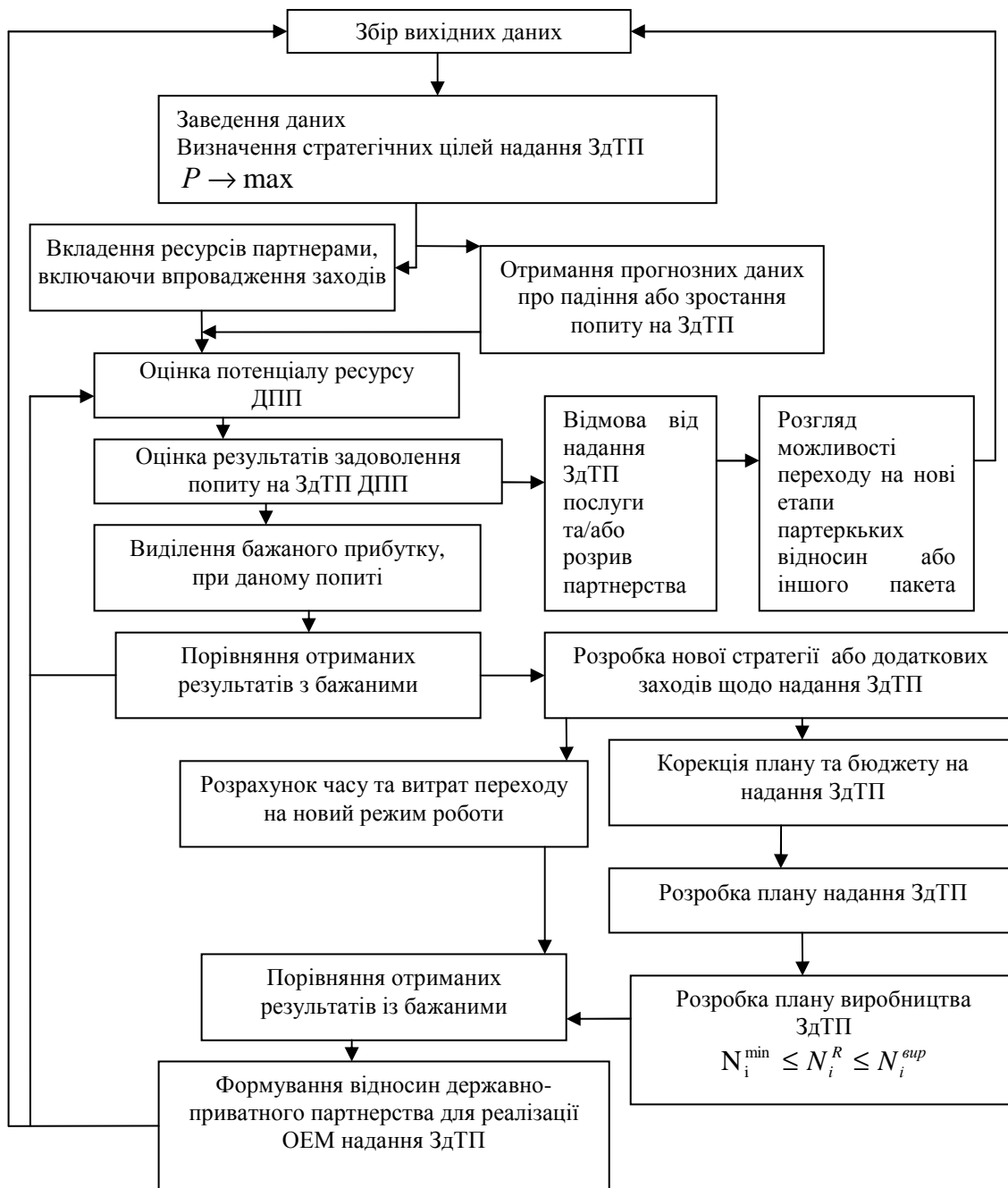
Важливу роль у розвитку інформаційно-комунікаційні технологій відіграє регулювання телекомунікаційних підприємств. Стрімкий розвиток технологій поступово усуває межі між телекомунікаціями та інформаційними технологіями, у зв'язку з чим сьогодні ці дві галузі все частіше розглядаються та регулюються як одне ціле.

Основними напрямками регулювання телекомунікацій, які реалізуються на сьогодні в Україні, є: ліцензування, контроль якості послуг, тарифна політика, сертифікація, контроль над розподілом обмежених ресурсів, мереж, забезпечення загальнодоступних телекомунікаційних послуг, контроль над дотриманням коректності умов взаємодії конкуруючих операторів. За допомогою цього комплексу елементів регулювання здійснюється вплив на учасників ринкових відносин.

Цей вплив здійснює національний регулятор, і вся складність проблеми регулювання полягає в створенні такого механізму впливу, який би не деформував, а навпаки розвивав ринкові відносини, захищав права споживачів і стимулював технологічний прогрес на мережах зв'язку.

Визначено, що оптимальною для державного регулювання на телекомунікаційному ринку при наданні загальнодоступних телекомунікаційних послуг буде модель, в основу якої покладено існуючі підходи та практичні розробки, які використовують у світовій практиці. На основі аналізу світового досвіду доцільно використовувати наступне методичне забезпечення державного регулювання роботи підприємств з надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг на ринку України. Запропонований підхід складається з декількох складових (рис. 3.4):





**Рис. 3.4. Структурно-логічна схема економіко-математичної моделі надання загальнодоступних послуг**

Мета використання комплексу показників для аналізу ефективності OEM надання ЗдТП – підвищення цієї ефективності, що передбачає кілька рівнів аналізу. Результати такого аналізу дають об’єктивне уявлення про загальну ефективність діяльності підприємства в цілому на ринку.

1. *Вербальна модель.* Специфічні та важливі показники, що характеризують результати діяльності телекомунікаційних підприємств, недостатньо досліджені у сучасній науковій літературі. Визначено, що найбільш важливими та інформативними є EBITDA (Earnings Before Interest,

Tax, Depreciation and Amortization), а також основні показники ефективності (драйвери) телекомунікаційних компаній – ARPU (Average Revenue Per User – середня виручка з користувача за певний період часу), MOU (метричний показник), який дорівнює кількості хвилин, використаних абонентом на послуги голосового передання даних, AРРМ (вартість хвилини розмови) тощо. ARPU напряду залежить від MOU и AРРМ.

Показник EBITDA являє собою прибуток компанії без впливу податкового оточення та засобів фінансування, що використовується для довготривалої оцінки ефективності та дозволяє порівнювати ефективність роботи підприємства у різні періоди.

Нині підприємства ринку телекомунікацій отримують прибуток від основної діяльності, але не всі структури ринку є прибутковими. Така галузь, як надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг досі є збитковою. Разом з тим, розвиток даного виду послуг є пріоритетним для побудови інформаційного суспільства та підвищення економіки країни.

Перший рівень аналізу роботи телекомунікаційного підприємства містить дослідження кількісних показників, що відображають ефективність організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг та діяльності телекомунікаційного підприємства в цілому, а саме: рентабельності, дохідності, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості.

Другий рівень містить якісні показники ефективності діяльності підприємства, які можна отримати шляхом опитування співробітників щодо мікроклімату внутрішнього середовища компанії, наприклад, думка працівників щодо умов праці, конкурентів, справедливості оплати праці тощо.

Третій рівень повинен мати якісні результати інформаційної ефективності діяльності виробника послуг. Це мають бути дані про роботу із споживачами, постачальниками, про управління ресурсами тощо, які отримані при використанні телекомунікаційних технологій або оптимізовані завдяки таким технологіям. Недостатній облік рівня інформаційної ефективності підприємства може призвести до негативних наслідків, наприклад, відставання від передових галузевих та світових тенденцій, відсутності можливості зниження собівартості продукції у довгостроковому періоді. При цьому достатньо важко провести кількісний аналіз ефективності впровадження нових технологій на підприємстві у короткостроковий період.

Четвертий рівень аналізу включає дані про ступінь задоволеності діяльністю телекомунікаційного підприємства з боку зацікавлених сторін із зовнішнього середовища – споживачів (фізичні або юридичні особи), постачальників обладнання або послуг, посередників (маркетологів, фінансових, консалтингових, рекламних агентів тощо). Рівень задоволеності цієї групи стейкхолдерів може вказувати на конкурентоспроможність продукції чи послуг, що надає телекомунікаційне підприємство. Аналіз конкурентоспроможності продукції, тобто співвідношення ціни та якості, дозволяє визначити напрями покращання якості продукції та, головне, –

вдосконалення організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг, що забезпечує реалізацію цих послуг або продукції телекомунікаційним підприємством. Ступінь задоволеності цієї групи зацікавлених осіб знаходиться у тісній залежності від кількісних показників ефективності діяльності виробника послуг, що отримані на першому етапі дослідження. Проведення аналізу основних елементів діяльності телекомунікаційного підприємства (таких, наприклад, як витрати, процес обслуговування, внутрішня та зовнішня ефективність, потенційна ефективність, попит на послуги) дозволяє підприємству надавати оптимальну кількість послуг певної якості при оптимальному використанні витрат порівняно з конкурентами та очікуваннями клієнтів.

Таким чином, підприємство більшою мірою здатне впливати на внутрішню ефективність, що створює базу для підвищення зовнішньої ефективності. У свою чергу зовнішня ефективність телекомунікаційного підприємства – це оптимальний обсяг випуску послуг певної якості при постійному обсязі витрат на певну кількість обсягу послуг.

Організаційно-економічний механізм надання ЗдТП повинен базуватись на оцінці зовнішньої ефективності (чим вище якість послуг, що надаються, тим вище фінансові показники).

Потенційна ефективність організаційно-економічного механізму – здатність підприємства виробляти максимально можливий обсяг послуг певної якості порівняно з попитом на дані послуги. Кількісно можливо виміряти цей показник за умови вивчення попиту. Якщо попит збігається з виробничими потужностями оператора, то результат може бути оптимальним. У випадку, коли попит перевищує виробничі можливості телекомунікаційного підприємства, що надає послуги, потенційна ефективність може мати негативний ефект у вигляді погіршення якості послуг. Якщо ж йдеться про попит, нижчий потенційної потужності, то потенційна ефективність буде низькою порівняно з оптимальною.

Таким чином, внутрішня (витратна) та зовнішня ефективність організаційно-економічного механізму, що вказують на ефективність використання ресурсів та здатність виробляти виручку з цих ресурсів, а також потенційна ефективність (показник попиту на загальнодоступні телекомунікаційні послуги) являють собою показники, що доцільно використовувати при проведенні аналізу ефективності організаційно-економічного механізму надання телекомунікаційних послуг. Показниками, необхідними для визначення такої ефективності, можуть бути: витрати на надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг, процес необхідних технологічних змін в інфраструктурі телекомунікаційного підприємства, ступінь задоволення клієнтів, що розраховується за кількістю звернень у компанію, обсяги продажів послуг тощо.

П'ятий рівень аналізу містить дані про соціальний ефект діяльності телекомунікаційної компанії у суспільстві.

Цей підхід до оцінки ефективності організаційно-економічного механізму може використовуватись для компаній, ціль яких не тільки реалізація клієнтоорієнтованого підходу до надання послуг, але й сприяння проведенню постійного аналізу рівня сервісу та систематичного підвищення ефективності використання технологій та ресурсів. Таким чином, у даному дослідженні, визначено показники для оцінки ефективності організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами та запропоновано послідовність оцінки його ефективності. При цьому аналіз ефективності організаційно-економічного механізму проводиться як з економічної точки зору, так і соціальної орієнтації підприємства.

Бюджет отримує податкові та неподаткові відрахування від прибутку провайдера додаткових послуг стільникового зв'язку. Прибуток визначається як різниця між валовою виручкою і собівартістю послуг. У собівартість послуг включаються витрати на виплату заробітної плати, матеріальні витрати і відрахування в амортизаційний фонд. Величина заробітної плати визначається кількістю працівників і їх кваліфікацією. До матеріальних витрат відносяться: вартість матеріалів, обладнання та програмного забезпечення, придбаних у сторонніх організацій, вартість робіт і послуг виробничого характеру, які виконуються сторонніми організаціями, витрати на придбання енергії, використовуваної для виробничих потреб підприємства. Крім того, до матеріальних затрат можна віднести втрат від браку матеріальних цінностей у межах норм природних втрат. Кошти з амортизаційного фонду інвестуються в основний капітал і матеріальні елементи оборотного капіталу (матеріали, пристосування, інструменти разового або короткочасного користування). З отриманого прибутку телекомунікаційне підприємство сплачує податок на прибуток, відсотки за кредит і за іншими зобов'язаннями, виплати власникам, дивіденди акціонерам (за їх наявності) та неподаткові відрахування в бюджет. Нерозподілений прибуток спрямовується на формування страхового і резервного фондів і на інвестиції в основний капітал та матеріальні елементи оборотного капіталу. Коефіцієнт рентабельності активів характеризує здатність керівництва компанії ефективно використовувати її активи для отримання прибутку. Крім того, цей коефіцієнт відображає середню прибутковість, отриману на всі джерела капіталу (власного і позикового). Рентабельність власного капіталу характеризує прибутковість бізнесу для його власників, розраховану після вирахування відсотків по кредиту. В цьому випадку чистий прибуток не коригується на суму відсотків по кредиту.

2. *Математична модель.* У результаті дослідження показників державної підтримки та, враховуючи роль державної підтримки у реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами запропоновано застосувати сукупний показник оцінки ефективності.

Показник, що пропонується, розраховується таким чином. За результат необхідно взяти приріст показників підприємств, що отримали державну підтримку, а за витрати вважати бюджетні вкладення та витрати, пов'язані з утриманням та експлуатацією інфраструктури.

$$EДП_{TK} = \frac{H_{\bar{o}} \cdot CE_i \cdot I_n}{K_{орг.н.} \sum_n Gr_n + C_n}, \quad (3.1)$$

де  $EДП_{TK}$  – ефективність державної підтримки телекомунікаційних підприємств;

$i$  – кількість телекомунікаційних підприємств, яким була надана держпідтримка;

$K_{орг.н.}$  – кількість органів підтримки;

$H_{\bar{o}}$  – сукупність податкових платежів, що зараховуються до бюджету у випадку надання підтримки підприємствам, що надають ЗдТП. Визначається сукупністю податкових платежів, що виникають унаслідок отримання грошових коштів як підтримки;

$CE_i$  – показник соціальної ефективності підприємства;

$I_n$  – показник інноваційності підприємства;

$Gr_n$  – сукупність грошових коштів;

$C_n$  – витрати  $n$ -го органу підтримки, що полягає в утриманні державної інфраструктури підтримки. Визначається як необхідні витрати для забезпечення функціонування організації, що надає державну підтримку: виплати адміністративному апарату, який обслуговує персонал, господарські платежі тощо.

Коефіцієнт соціальної ефективності виражається у середньо-геометричному значенні рангів таких показників: кількість створених робочих місць, приріст доходів на підприємстві телекомунікацій, рівень забезпеченості населення загальнодоступними послугами.

Таким чином, відповідно до інтегрального підходу до загальної оцінки ефективності діяльності підприємств, ефективною може вважатись діяльність, яка має інноваційний характер, а також забезпечує бажаний рівень прибутковості та підтримуючий відповідний рівень якості.

*3. Імітаційний модельний ряд.* Для розвитку OEM надання ЗдТП велике значення має прогноз обсягу їх надання, оскільки саме від цього залежить, по-перше, обсяг наданої державної підтримки, по-друге, зацікавленість телекомунікаційних підприємств у наданні послуг. Загальна система надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг характеризується такими показниками: кількість телекомунікаційних підприємств, які мають можливість надавати ЗдТП, асортимент послуг, кількість споживачів, необхідний обсяг ЗдТП, що необхідно надати споживачам в окремому регіоні, середня вартість надання загальнодоступної послуги окремим підприємством

у певному регіоні. Дані представлені тимчасовими рядами (річні за 3-5 років). Завдання моделювання полягає в такому: на перспективний період (5 років) визначити потребу в загальнодоступних послугах у регіоні та спрогнозувати їх обсяг; визначити бюджетні витрати на надання ЗдТП з урахуванням усіх факторів, що мають істотний вплив та визначаються як базові. У кожному циклі розрахункового періоду бере участь 3-річний відрізок минулого року (звітний період) – це база прогнозування та показники поточного року, на основі яких формується прогноз (сценарій розвитку) на наступний рік. Кількість повторень циклу (ітерацій) визначається горизонтом планування бюджетного фінансування (наприклад, 5 років). Загальну схему моделі з блочною структурою наведено на рисунку 3.5, з конкретизацією розрахункових алгоритмів блоків, скомпонованих за предметним принципом:

Блочний ряд першого рівня – аналіз сформованої структури ринку послуг телекомунікаційних послуг у регіоні (сегментування по споживачах і виробниках) та прогноз потреби в телекомунікаційних послугах з урахуванням демографічної тенденції.

Блочний ряд другого рівня – аналіз і прогноз потреби в сегменті надання ЗдТП з урахуванням індексу забезпеченості споживачів та їх попиту на пакети телекомунікаційних послуг.

Блочний ряд третього рівня – аналіз бюджетних процесів у частині фінансування ЗдТП за три роки і прогноз потреби фінансування збільшення кількості ЗдТП на наступний рік.

На останньому етапі розрахунки мають циклічний характер (з переходом на один наступний рік) і знову повторюються дані 5-річного ретроспективного періоду.

Відповідно до поставленого завдання щодо розробки прогнозу розвитку надання підприємствами ЗдТП здійснено моделювання згідно з поставленою метою. Запропонована модель (див. рис. 3.5) дозволяє здійснити планування на перспективний період та використовувати методи економіко-математичного моделювання, що логічно переносять результати попередніх розрахунків до наступного блоку. Додатковими перевагами застосування цього методу є відносна простота його застосування та виконання за допомогою комп'ютерних програм.

Перший рівень модельного блоку. На першому етапі відбувається аналіз структури ринку телекомунікаційних послуг. Аналізується робота великих телекомунікаційних підприємств, які надають великий обсяг послуг, у тому числі загальнодоступні, середніх підприємств, які мають обмежений асортимент телекомунікаційних послуг, маленьких підприємств, які займають певну нішу, та інших підприємств, що мають технічну можливість надавати ЗдТП. Обчислюється загальна потреба у загальнодоступних послугах з боку споживачів, які мають потребу в їх отриманні. Для такого розрахунку запропоновано використовувати формулу:

$$P_i = N_i - CnЗдТП_{i-1}, \quad (3.2)$$

де  $\Pi_i$  – попит на надання додатково ЗдТП в  $i$ -му році;

$N_i$  – прогнозна кількість наданих ЗдТП в  $i$ -му році;

$Cn_{ЗдТП_{i-1}}$  – кількість наданих ЗдТП в  $i-1$ -му році, з урахуванням необхідності надання ще ЗдТП в  $i-1$ -му році ( $V_i$ ).

На кожній ітерації беруть участь дані за 2 роки – фактичні та прогнозні.

Другий рівень модельного блоку. Проводяться розрахунки потреби в додаткових загальнодоступних послугах на  $i$ -й рік за формулою:

$$\Pi_i^* = \Pi_i \cdot KR_i, \quad (3.3)$$

де  $\Pi_i^*$  – потреба в наданні додатково загальнодоступних послуг на початок  $i$ -го року;

$\Pi_i$  – потреба у виробництві та наданні загальнодоступних послуг в  $i$ -му році (визначається за результатами першого блоку моделі);

$KR_i$  – регіональний коефіцієнт, розрахований на основі експертних оцінок (сегментація ринку), що враховує кількість споживачів загальнодоступних послуг у регіоні.

Кількість споживачів, які мають потребу в загальнодоступних послугах, але не отримують їх ( $D_i$ ), запропоновано розраховувати так формула 2.2

$$D_i = Cnr_i + PCn_{ЗдП^i},$$

де  $Cnr_i$  – кількість споживачів, які мають потребу в отриманні загальнодоступних послуг, але не мають можливості отримувати за станом здоров'я та ін.;

$PCn_{ЗдП^i}$  – потенційні споживачі, тобто кількість споживачів, які не мають попиту на загальнодоступні послуги, але можуть бути потенційними споживачами.

Третій рівень модельного блоку. На цьому рівні проводиться планування бюджетних витрати на надання додаткових загальнодоступних телекомунікаційних послуг, тому на основі формули

$$Bm_i = \Pi_i^* \cdot C_{i-1} \cdot KIf_i, \quad (3.4)$$

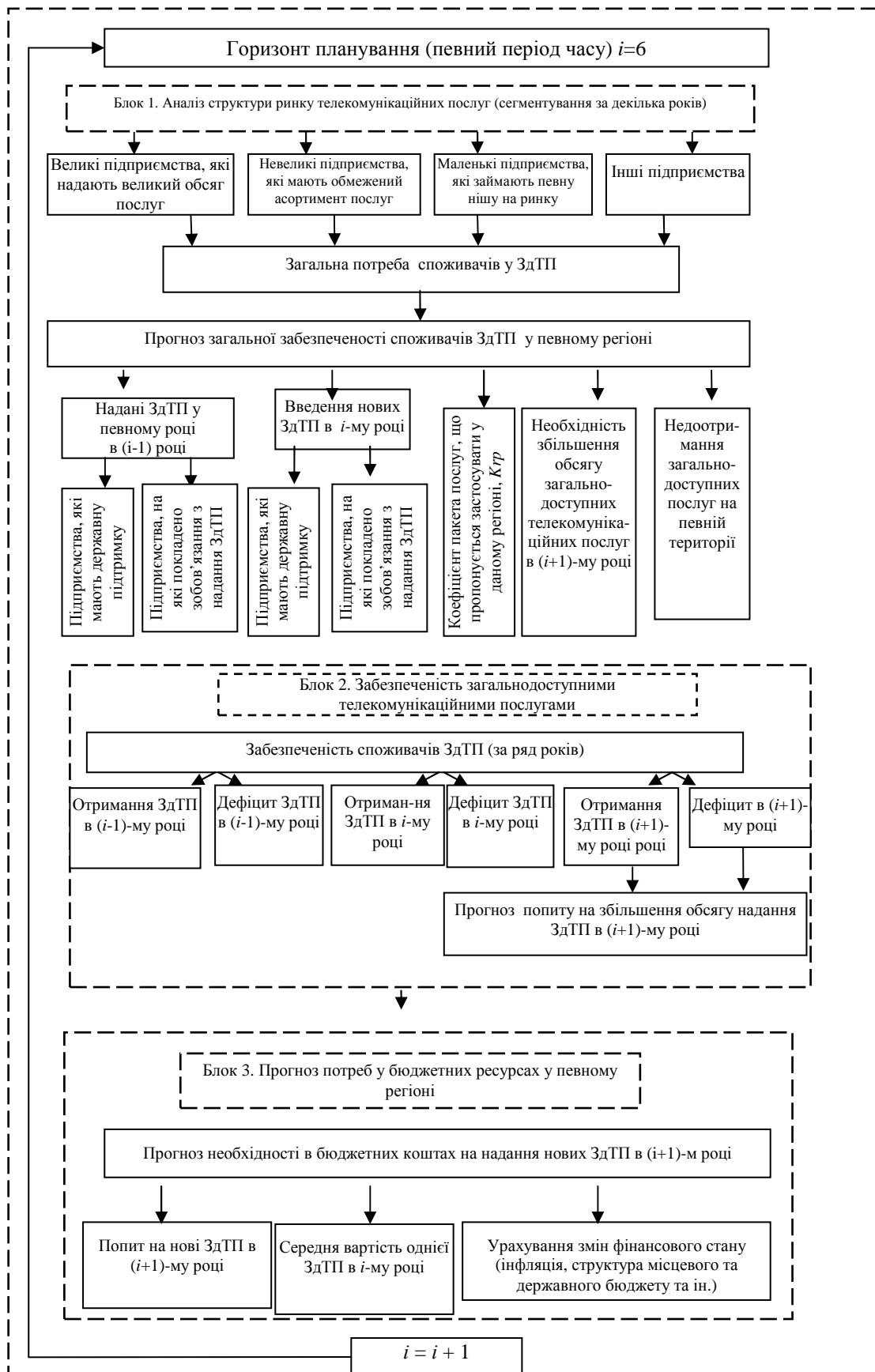
де  $Bm_i$  – бюджетні витрати на введення додаткових ЗдТП на  $i$ -й рік;

$\Pi_i^*$  – потреба в додаткових ЗдТП в  $i$ -му році;

$C_{i-1}$  – вартість введення одного пакета ЗдТП в  $i-1$ -му році;

$KIf_i$  – коефіцієнт урахування змін у фінансовому стані, який враховує інфляцію в  $i$ -му році та норми фінансування галузі телекомунікації у запланованому році.

Перспектива використання запропонованої моделі полягає у застосуванні коефіцієнтів, що враховують витрати телекомунікаційних підприємств на надання загальнодоступних послуг та приріст споживачів, що відбудеться за рахунок введення оновленого пакета загальнодоступних послуг згідно з потребами у регіоні.



**Рис. 3.5. Динамічна блочна модель попиту на загальнодоступні телекомунікаційні послуги**



Методичний підхід передбачає оптимізацію регіональних бюджетних витрат шляхом обґрунтованого визначення обсягів надання ЗдТП з врахуванням попиту на оновлений пакет загальнодоступних послуг на основі прогнозу кількості користувачів ним у запланованому періоді. Запропонований багаторівневий комплекс є базовим, тобто розроблений методичний підхід до прогнозування попиту в регіонах може бути використаний під час прийняття управлінських рішень на телекомунікаційних підприємствах та органами державного управління для оцінки перспектив впровадження ОЕМ надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

Побудована модель прогнозування кількості споживачів загальнодоступних телекомунікаційних послуг в окремому регіоні на основі експоненційної кривої.

Новизна цієї моделі полягає в методичному підході до визначення коефіцієнта природного споживачів ЗдТП на основі методу сплайн-апроксимації. Основним фактором, який впливає на потребу в розширенні обсягів загальнодоступних телекомунікаційних послуг та збільшенні асортименту послуг, є кількість споживачів та їх попит. Оскільки прогнозування кількості споживачів є відправною точкою реалізації першого блоку розробленої моделі, а найбільшого поширення в демографічній статистиці для характеристики минулого і майбутнього розвитку чисельності населення отримав метод експоненційної кривої, то саме на його основі запропоновано проводити прогнозний розрахунок кількості споживачів необхідної вікової групи та за допомогою статистичних даних визначати рівень матеріального забезпечення потенційних споживачів.

У нашому випадку формула розрахунку кількості населення набуде вигляду:

$$CnЗдТП_t = CnЗдТП_0 \cdot e^{kt} , \quad (3.5)$$

де  $CnЗдТП_t$  – кількість споживачів через  $t$  років;

$CnЗдТП_0$  – кількість споживачів у даний момент часу;

$k$  – коефіцієнт приросту споживачів за рахунок переїзду, отримання травм та ін.;

$e^{kt}$  – основа натуральних логарифмів.

Для визначення коефіцієнта приросту споживачів загальнодоступних послуг запропоновано таку методику:

коефіцієнт приросту споживачів може бути розрахований за формулою:

$$k = K_{соц.незах.} - \sum_{i=1} K_{вибут.}^i , \quad (3.6)$$

де  $K_{соц.незах.}$  – коефіцієнт приросту кількості соціально незахищених споживачів телекомунікаційних послуг,

$K_{вибут.}^i$  – коефіцієнт вибуття з числа соціально незахищених споживачів (з причин покращання соціального становища, збільшення доходів, переїзду в інший регіон або смертності в даній групі споживачів).

Оцінку точності прогнозу проведено на базі виконаного ретроспективного прогнозування кількості споживачів ЗдТП на 2012–2021 рр., в якому значення коефіцієнта апроксимації А за цей період змінюється від 4,3% до 6,7%, тобто середня помилка апроксимації не перевищує 7%, що доводить ефективність застосування загальної моделі прогнозування чисельності населення на основі експоненційної кривої (на прикладі Київської області). Розроблені розрахунки наведено у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

**Таблиця розрахунків прогнозу попиту на загальнодоступні послуги населення по Київській області на 2012 –2021 рр.**

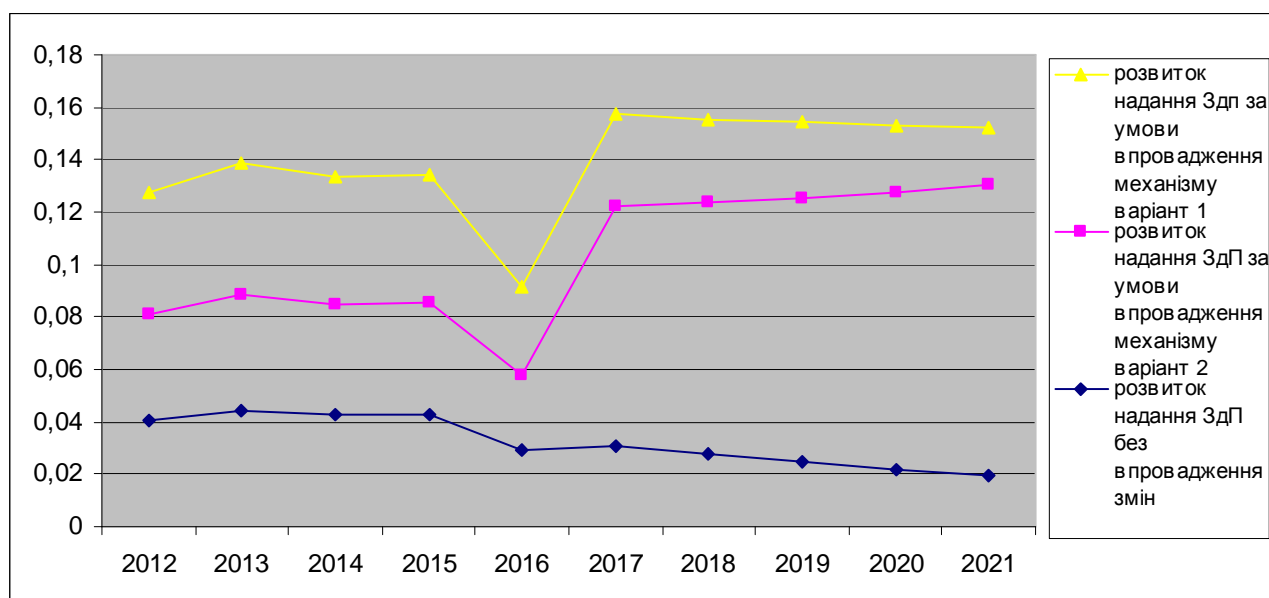
Показники	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Прогнозний коефіцієнт регіонального попиту (Київський регіон)	X	X	X	X	0,087	0,09	0,09	0,10	0,11	0,11
Забезпечення основними послугами зв'язку на 100 мешканців	55,1	49,5	45,7	41,8	59,3	50,49	50,56	50,63	50,7	50,77
Забезпечення населення ЗдТП на 100 мешканців	25,7	25,1	22,3	20,5	19,8	17,76	16,12	14,48	12,84	11,2
Коефіцієнт співвідношення забезпечення мешканців	0,46	0,50	0,49	0,49	0,33	0,35	0,31	0,28	0,25	0,22
сценарій №1	0,04	0,04	0,04	0,04	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02
сценарій №2	0,04	0,04	0,04	0,04	0,03	0,09	0,09	0,10	0,10	0,11
сценарій №3	0,04	0,05	0,05	0,05	0,03	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02

На основі проведених розрахунків графік, що відображає розвиток прогнозу попиту на ЗдТП, побудовано за трьома сценаріями: перший – якщо буде провадження організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних послуг, але пакет (мінімальний набір послуг) залишиться без змін. У цьому випадку ми можемо спостерігати підвищення попиту на загальнодоступні телекомунікаційні послуги за рахунок його економічної привабливості для споживачів, яка буде зумовлена підтримкою держави.

Проте, у подальшому спостерігається повільне зниження попиту завдяки використанню коефіцієнта приросту кількості соціально незахищених споживачів, який буде поступово зменшуватись.

Другий тип сценарію пропонується для розвитку ситуації при якій буде впроваджено не лише OEM, але й відбудуться зміни у пакеті. Тобто буде змінено асортиментний набір загальнодоступних послуг, згідно регіональних потреб споживачів. Прогноз регіонального коефіцієнту попиту для Київської області складає на 2018 р. (0,087), на 2019 р. (0,09), на 2020 р. (0,1) і на 2021 р. показник регіонального коефіцієнту очікується порядку (0,11). За цих умов попит на загальнодоступні послуги буде продовжувати зростати, але більш повільно, ніж у той рік, коли буде впроваджено OEM надання ЗдТП підприємствами.

Третій тип сценарію дає нам можливість спостерігати розвиток подій якщо надання загальнодоступних послуг залишається без змін. За цих умов попит на загальнодоступні послуги буде поступово зменшуватись без будь-якої позитивної динаміки (рис. 3.6).



**Рис 3.6. Прогноз попиту на загальнодоступні послуги населення по Київській області до 2021 рр.**

Розроблено імітаційну модель, завдання якої полягає в такому: на перспективний період – 5 років визначити потребу в отриманні загальнодоступних послуг на регіональному рівні, що дозволяє спрогнозувати бюджетні витрати регіону на надання цих послуг з урахуванням усіх факторів, що мають суттєвий вплив та визначаються як базові в запропонованій моделі.

Перспективи збільшення в майбутньому обсягу надання ЗдТП визначаються планами самих телекомунікаційних підприємств та НКРЗІ, яка, на наш погляд, має займатися розподіленням фінансування серед підприємств. Результатом реалізації першого блоку моделі буде прогноз  $P_i$  – потреби в додаткових обсягах надання ЗдТП в окремому регіоні.

### **3.3. Обґрунтування моделі реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг з використанням державно-приватного партнерства**

У зв'язку з проблемою організації надання ЗдТП здійснюється постійний пошук моделей розвитку телекомунікаційного сектора, що спрямовано на забезпечення телекомунікаційними послугами всіх верств населення згідно з потребами, що виникають у зв'язку з розбудовою інформаційного суспільства. Однак, коли йдеться про ЗдТП, то зважаючи на масштабність проекту, виникає об'єктивна необхідність залучення держави для реалізації такого проекту. Важливою умовою активізації діяльності телекомунікаційних підприємств щодо організації надання ЗдТП може стати розвиток інтеграційних підприємств як важливий фактор стабілізації економіки телекомунікаційної галузі та впровадження державно-приватного партнерства. Звідси виникає необхідність у розробці нових методів оцінки OEM надання ЗдТП. Ефективність управління може розглядатись як у глобальному масштабі – відносно всього об'єкта та зовнішнього середовища, так і у локальному аспекті – відносно процесу управління, технічного оснащення окремих підрозділів структури управління, підсистем управління. Остання набуває важливого значення для оцінки ефективності OEM у частині надання ЗдТП.

Розгляд наукових публікацій з питань оцінки доцільності застосування державно-приватного партнерства дає можливість стверджувати, що на сьогодні впровадження цієї форми відносин стає одним з найефективніших шляхів подолання кризи підприємствами та сприяє зменшенню негативних наслідків трансформаційних процесів. Проведений аналіз засвідчив, що необхідною умовою впровадження та функціонування OEM надання ЗдТП є державне регулювання через активізацію її економічної функції.

Якщо вплив держави трактувати як цілеспрямовану дію з боку владних та законотворчих структур для сталого розвитку економіки, то слід зазначити, що в OEM повинні бути відображені об'єкти (процес надання загальнодоступних послуг) та суб'єкти (учасники цього процесу), на яких розповсюджується державний вплив. Однак для телекомунікаційної галузі державно-приватне партнерство ще не набуло сталого визначення, тому не відмічено елементи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг у межах таких відносин.

Державне регулювання, підтримка приватного бізнесу та підприємницьких структур у таких соціально-значимих галузях, як будівництво, телекомунікації, охорона здоров'я тощо забезпечують баланс приватних та державних інтересів, що в свою чергу забезпечує якість життя населення та розвиток економіки країни в цілому. На наш погляд, найбільш перспективним методом державного регулювання є механізм функціонування ДПП (табл. 3.3).

### Напрями вдосконалення діяльності підприємств на засадах державно-приватного партнерства

Напрямок вдосконалення діяльності телекомунікаційного підприємства	Характер та мета відносин, що засновані на державно-приватному партнерстві
Фінансово-економічний	Винайм в оренду нерухомості та засобів виробництва, лізинговий пакет, фінансові ін'єкції як в стадії розробки проекту, так і на інших етапах, створення робочих вакансій
Організаційно-управлінський	Суттєве втручання до приватних взаємовідносин з питань власності
Соціальний	Партнери вживають спільні заходи для формування споживчої вартості та в частині ціноутворення – для отримання соціального ефекту

Вважаємо за доцільне при реалізації OEM надання ЗдТП використовувати механізм державно-приватного партнерства для підтримки телекомунікаційної галузі, що передбачає співробітництво держави і приватних партнерів та дозволяє передавати окремі функції та зобов'язання, що закріплені контрактом.

Під державно-приватним партнерством в рамках необхідності впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємствами, варто розуміти створення структурного об'єднання державою та телекомунікаційними підприємствами та їх бізнес-асоціаціями з метою реалізації соціально значимих проектів у телекомунікаційній галузі.

Залежно від економічного ефекту, що досягається через реалізацію державно-приватного партнерства та поставленої мети, можна виділити такі види відносин, що поділяються за характером впливу на: організаційно-управлінську, фінансово-економічну та соціальну діяльність телекомунікаційних підприємств.

Механізм державно-приватного партнерства полягає не лише у фінансуванні важливих соціально значущих проектів, але й передбачає, що держава виступає у ролі замовника послуг.

Але на практиці в різних галузях використовуються багато інших методів державно-приватного партнерства, наприклад, будуй-володій-експлуатуй, будуй-експлуатуй-передавай, купуй-будуй-експлуатуй, проектуй-будуй-експлуатуй, будуй-розвивай-експлуатуй, будуй-експлуатуй-передавай право власності, будуй-придбавай права власності-експлуатуй-передавай права власності й отримай дивіденди та інші форми участі держави, що ґрунтуються на державно-приватному партнерстві, здійснюючи діяльність під

державні гарантії. У світовій практиці використовується певна класифікація моделей державно-приватного партнерства, але цей перелік не є вичерпним, оскільки можуть організовуватись нові типи та форми або створюватись нові комбінації з тих, що вже існують та використовуються (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

**Класифікація типів державно-приватного партнерства**

№ п/п.	Назва типу державно-приватного партнерства	Сутність
1	Build–Operate–Transfer (Будівництво–Управління–Передання)	Концесійний механізм: створення, право користування (без права власності) протягом терміну угоди і передання державі
2	Build–Own–Operate–Transfer (Будівництво–Володіння–Управління–Передання)	Відрізняється від Build, Operate, Transfer, але право власності на час дії контракту належить приватному партнерові
3	Build–Transfer–Operate (Будівництво–Передання–Управління)	Відрізняється від Build, Operate, Transfer лише тим, що об’єкт передається державі відразу після будівництва. Приватний партнер обслуговує об’єкт протягом терміну дії угоди, а публічний партнер відшкодовує витрати регулярними платежами (контракт життєвого циклу)
4	Build–Own–Operate (Будівництво–Володіння–Управління)	Build, Own, Operate, Transfer, але після закінчення терміну угоди об’єкт залишається у власності приватного партнера
5	Build–Operate–Maintain–Transfer (Будівництво–Управління–Експлуатація–Передання)	При використанні цього типу партнерства акцент зміщується на підтримку життєздатності та обслуговування об’єкта. Право власності залишається у публічного партнера
6	Design–Build–Own–Operate–Transfer (Проектування–Будівництво–Володіння–Управління–Передання)	Аналогічно Build, Own, Operate, Transfer, але в обов’язки приватного партнера входить і проектування об’єкта угоди
7	Rehabilitate–Operate–Transfer (Реконструкція–Управління–Передання)	Ця схема аналогічна Build, Operate, Transfer, але замість будівництва нового об’єкта передбачено реконструкція існуючого
8	Design–Build–Finance–Operate (Проектування–Будівництво–Фінансування–Експлуатація)	При такому підході вся відповідальність за проектування, будівництво, фінансування та експлуатацію пов’язана в єдиний механізм та передана приватному партнеру. Така схема зазвичай використовується для розроблення нових проектів
9	Design–Build–Operate–Transfer (Проектування–Будівництво–Управління–Передання)	Перевага цього підходу полягає в тому, що він містить відповідальність приватного сектора щодо виконання одразу декількох функцій проектування, будівництво та утримання об’єкта. Таке поєднання є ефективним з огляду на те, що приватний сектор застосовує комплексний підхід до проекту і одразу визначає програму щодо довготермінового утримання об’єкта

10	Design–Build–Operate–Maintain (Проектування–Будівництво–Експлуатація– Підтримання)	Цей вид партнерства комбінує відповідальність за здійснення циклу робіт «Проектування–Будівництво» з експлуатації та утримання об'єкта партнером з приватного сектора. На кінець періоду експлуатація об'єкта переходить назад до державного сектора
11	Design–Build (Проектування–Будівництво)	За цією моделлю уряд укладає контракт з приватним партнером на проектування та будівництво споруди відповідно до вимог, встановлених урядом. Після завершення споруди державний партнер бере на себе відповідальність за її експлуатацію та підтримання
12	Design–Build–Maintain (Проектування–Будівництво – Підтримання)	Ця модель схожа на попередню, за винятком того, що приватний сектор також утримує споруду. Державний сектор зберігає відповідальність за операції

Необхідність впровадження державно-приватного партнерства підтверджується винятковою роллю держави під час реалізації соціально значущих проектів, що призначені для підтримки соціального розвитку та розбудови економічної інфраструктури. Економічна функція держави у партнерських відносинах при реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами полягає у такому:

- формування сприятливого клімату для притоку інвестиційних ресурсів;
- спільне використання інвестиційних коштів та матеріальних об'єктів для досягнення ефективності організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг;
- зростання ефективності використання майна, що знаходиться у державній власності;
- підвищення мотивації всіх учасників державно-приватного партнерства;
- створення нових методів управління;
- об'єктивне визначення потреб споживачів у наданні загальнодоступних послуг та створення доданої вартості цих послуг;
- оптимальне використання ресурсів.

Отже, в рамках державно-приватного партнерства повноважний орган має здійснювати регуляторну функцію, яка буде запобігати виникненню регуляторних бар'єрів для розвитку OEM надання загальнодоступних послуг, сприятиме інвестиційному розвитку галузі та стимулюватиме інноваційний процес, що позитивно вплине на розвиток економіки України в цілому. Визначено переваги та вигоди учасників реалізації державно-приватного партнерства в Україні (рис. 3.7).



**Рис. 3.7. Переваги та вигоди учасників реалізації Державно-приватного партнерства в Україні**

Держава визначає умови роботи інтеграційних об'єднань на основі державно-приватного партнерства та створює можливості для прийняття управлінських рішень на телекомунікаційних підприємствах щодо



впровадження загальнодоступних послуг. Держава здійснює контроль та постійний моніторинг, при цьому об'єкт, який фінансується, залишається у державній власності. Спільно розпочатий проект реалізується у конкурентному середовищі, що створює стимул до здійснення інвестицій у проект і приводить до ефективного та якісного надання загальнодоступних послуг.

Основні напрями проектів, OEM надання загальнодоступних послуг, що можуть реалізовуватись за допомогою державно-приватного партнерства, спрямовані на розвиток телекомунікаційної інфраструктури та забезпечення населення загальнодоступними послугами визначеної якості та за прийнятною ціною. Тобто, залежно від характеру завдань, які вирішуються за допомогою OEM надання загальнодоступних послуг із залученням державної підтримки партнерство матиме два типи проектів: у сфері розвитку телекомунікаційної інфраструктури та у сфері надання загальнодоступних послуг [113, 166, 94]. Алгоритм регуляторного впливу на функціонування OEM надання ЗдТІ є необхідним при застосуванні механізму державно-приватного партнерства (рис. 3.8).

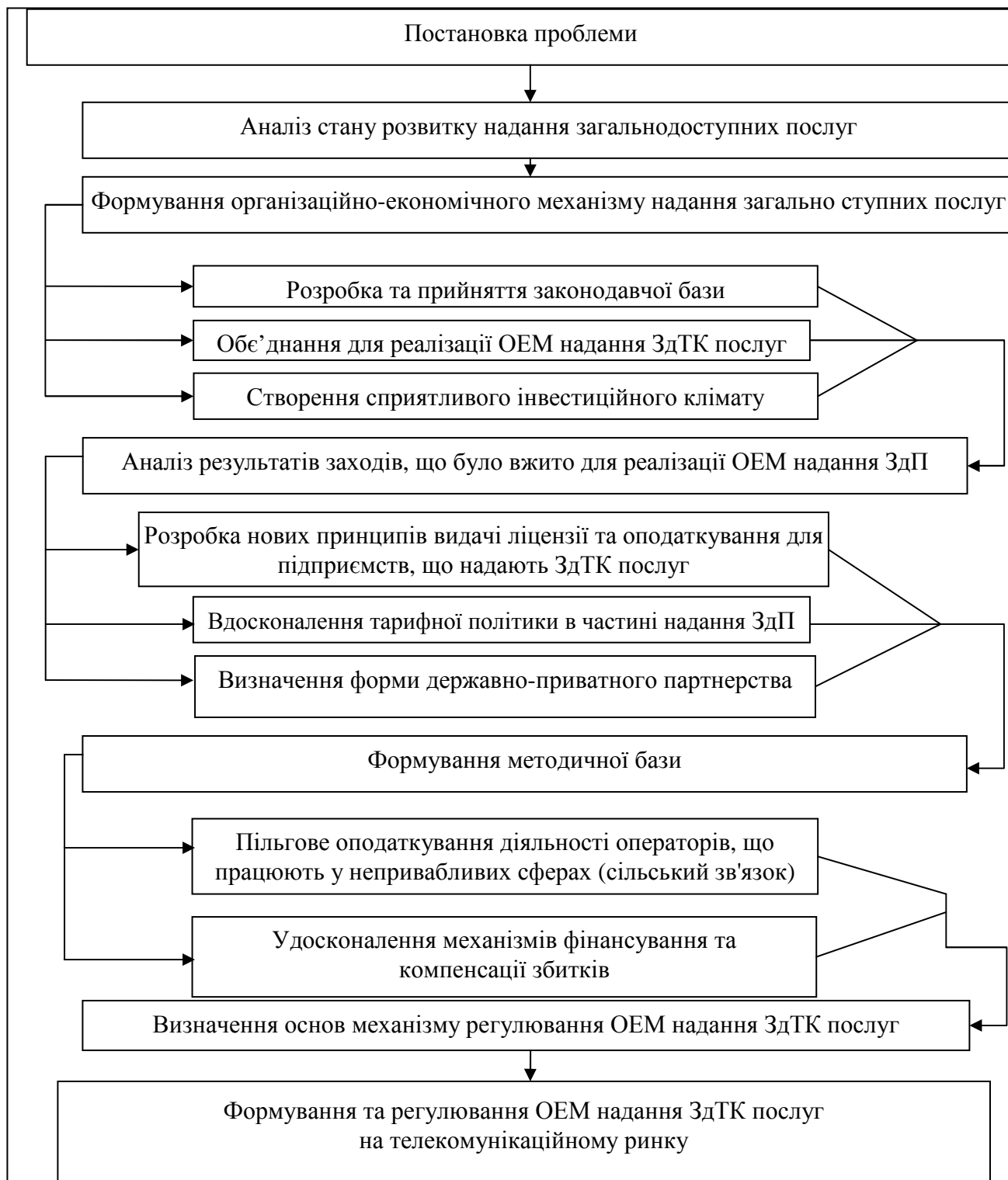
Розроблено та запропоновано алгоритм послідовних дій щодо реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг і формування державного регулювання діяльності телекомунікаційних підприємств на засадах державно-приватного партнерства. На рис. 3.9 схематично представлено механізм реалізації моделі.

Необхідно враховувати дві основні компоненти – особливості телекомунікаційного ринку та його інноваційна складова, оскільки саме розвиток інновацій є необхідним для перспективних напрямів розвитку телекомунікаційного ринку взагалі та діяльності підприємств по наданню загальнодоступних телекомунікаційних послуг зокрема та регіональний аспект, оскільки саме на регіональному рівні є можливість визначити необхідний обсяг загальнодоступних телекомунікаційних послуг, середню вартість або окремої послуги, або пакета послуг.

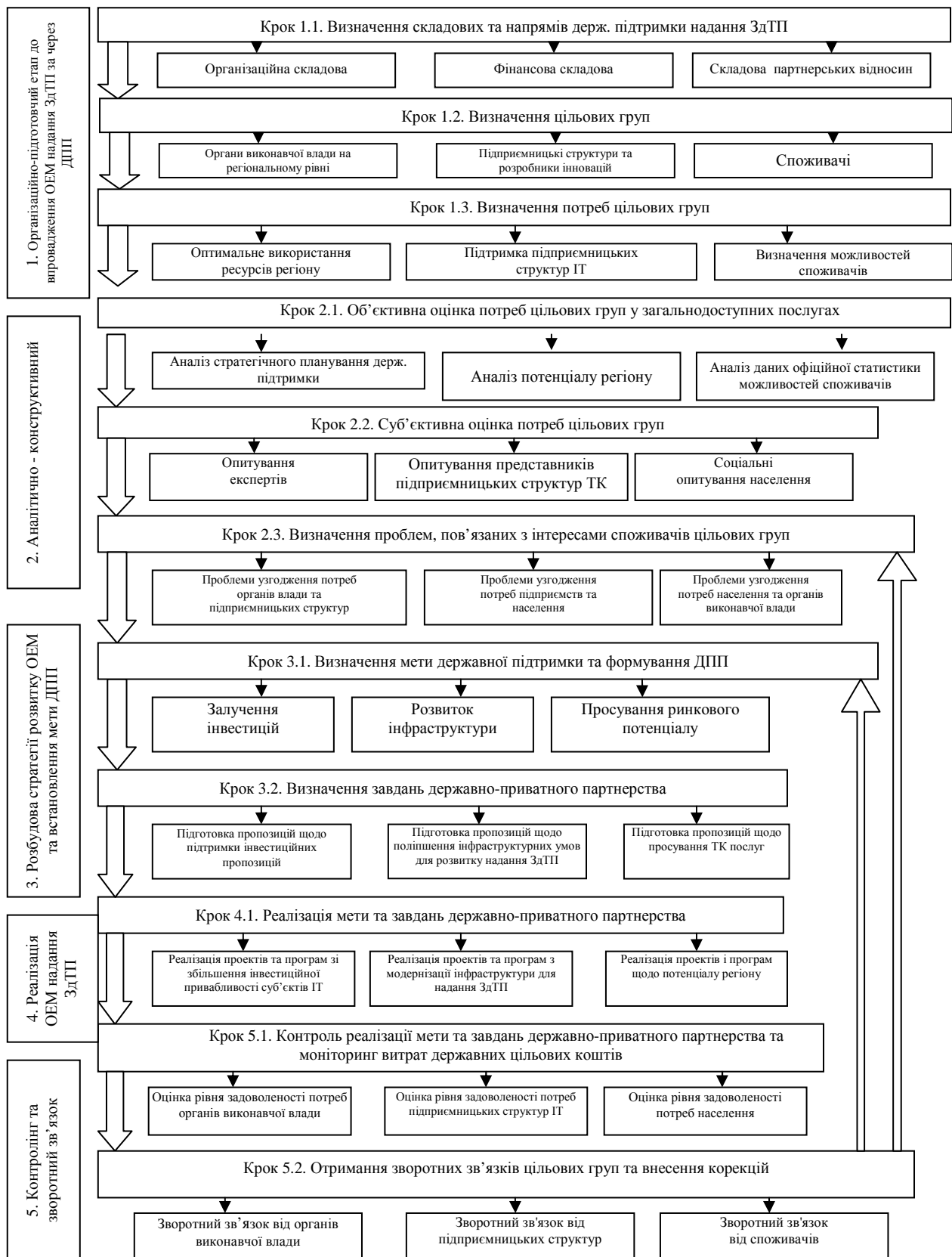
Перший етап розпочинається з проведення досліджень та підготовки до впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами та визначення необхідності державно-приватного партнерства.

На другому етапі на основі дослідницьких робіт проводиться об'єктивна оцінка потреб цільових груп у загальнодоступних послугах та аналіз складових виділених груп споживачів, що потребують загальнодоступних послуг, здійснюються розрахунки можливостей телекомунікаційних підприємств щодо впровадження на їх базі організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг, виявляються напрями вдосконалення або зміни у пакеті загальнодоступних послуг, що надаються або планується надавати у даному регіоні, та визначається необхідний обсяг державної підтримки. Це дуже важливий етап для реалізації OEM надання

загальнодоступних послуг, оскільки від об'єктивності та точності оцінки потреб залежить розрахунок економічних можливостей підприємств та механізму залучення державних цільових коштів у межах державно-приватного партнерства.



**Рис. 3.8. Алгоритм регуляторного впливу на функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами**



**Рис. 3.9. Модель формування державного регулювання діяльності телекомунікаційних підприємств на засадах державно-приватного партнерства**

На третьому етапі передбачається розбудова стратегії розвитку організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг та встановлення мети державної підтримки, що дає можливість визначити механізм співпраці телекомунікаційних підприємств та держави із запровадженням державно-приватного партнерства, що в сучасних умовах є найбільш поширеною формою співвідношення приватного та державного секторів економіки для отримання соціального ефекту та зміцнення економіки країни в цілому.

Четвертий етап розбудови OEM надання загальнодоступних послуг передбачає реалізацію встановленої мети та виконання завдань державної підтримки для надання загальнодоступних послуг для населення.

На останньому етапі відбувається контроль та зворотний зв'язок, який є важливим для оцінки ефективності роботи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємствами з метою порівняння результатів його роботи та можливого корегування на наступний період.

За попереднім теоретичним аналізом проблеми державного регулювання економіки зроблено висновок про те, що державне макроекономічне регулювання є закономірним та логічним наслідком історичного розвитку економічних функцій держави.

Залучення держави до таких соціально важливих проектів, як впровадження OEM надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг через активізацію її економічної функції – це тенденція сучасного розвитку в усьому світі. Враховуючи важкі наслідки фінансової кризи, що торкнулась майже всіх країн світу, та той факт, що більшість держав використовують механізми державної підтримки з метою подолання кризи, дає підстави для вивчення та залучення цього методу до практики вітчизняних телекомунікаційних підприємств. Тому комплексне дослідження проблем державного регулювання телекомунікаційної галузі з метою його модернізації дуже важливе.

Це питання ми розглядаємо як дієвий засіб для вирішення практичного завдання – надання загальнодоступних послуг, а основною метою впровадження OEM надання загальнодоступних послуг стає, як підкреслює академік А.А. Чухно, досягнення ефективного поступального та стабільного економічного, соціального і культурного розвитку України [265].

Основна функція OEM надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг полягає в управлінні економічним розвитком телекомунікаційних підприємств, створенні умов для надання загальнодоступних послуг та розвитку і реструктуризації телекомунікаційних мереж, що сприяє інформатизації суспільства та розвитку нової економіки.

Завдяки запровадженню державно-приватного партнерства відбудеться перерозподіл доходів телекомунікаційної галузі, за якого можливим буде забезпечення процесу відтворення такого соціально-важливого проекту, як надання загальнодоступних послуг. Ця функція держави полягає у вдосконаленні податково-бюджетної політики та зміни умов ліцензування для

телекомунікаційних підприємств, що впроваджують на своїй базі організаційно-економічний механізм надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

Функція держави, яка полягає у створенні умов для розвитку соціально-економічної інфраструктури повинна забезпечити життєдіяльність громадян країни шляхом підтримки таких важливих галузей, як телекомунікаційна. В свою чергу, розвиток та функціонування телекомунікаційних підприємств сприятиме відтворенню економіки в галузях освіти, науки, здоров'я, житлового та дорожнього будівництва та наповненню бюджету країни. В такому випадку державна підтримка не буде суперечити ринковому регулюванню, а навпаки, підвищить його ефективність.

У стадії приближення до євростандартів запровадження ОЕМ надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг на засадах державно-приватного партнерства набуває великого значення. Завдяки тому, що держава має важелі регулювання у телекомунікаційній сфері, уповноважений державний орган виступає учасником та гарантом у такому напрямку економічно-виробничих відносин, як інвестування телекомунікаційних підприємств, у тому числі і зарубіжними партнерами.

Якість забезпечення повноважними органами юридично-соціального базису певним чином впливає на результативність впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг у країні, що в свою чергу сприяє конкурентоспроможності діяльності телекомунікаційних підприємств та піднесенню ефективності державно-приватного партнерства.

Практична цінність послідовного впровадження державно-приватного партнерства полягає у результативності роботи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємствами, подальшому економічному розвитку телекомунікаційних підприємств та запровадження роботи інтеграційних об'єднань у цілому.

Важливою складовою роботи організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційним підприємствами є упорядкування чинників, що здатні активізувати ДПП та сприяти вдосконаленню цього механізму з метою його цілісного застосування для телекомунікаційної галузі. Державно-приватне партнерство, запроваджене в Україні близько 10 років тому, являє собою надійний механізм для залучення інвестицій та є гарантом цільового використання коштів для розвитку галузей, в яких воно використовується. Особливого значення воно набуває для тих секторів економіки, які історично належали до муніципальних. Застосування цього механізму набирає все більшої популярності у всьому світі завдяки можливості передання інвестору (приватному партнеру) об'єкта, що фінансується, у користування або у власність на час дії договору, із наступною можливістю передання приватному партнеру.

Практичній реалізації ДПП в Україні для розвитку інфраструктури України не дає можливості декілька причин, до яких можна віднести, по-перше, майже повну відсутність розуміння даного інструменту як з боку

державних службовців, так й спеціалістів галузі, по-друге, недосконалість законодавчого регулювання. Саме з метою вдосконалення законодавчого забезпечення процесу державно-приватного партнерства, 12 лютого 2015 р. Верховна Рада України прийняла за основу законопроект № 1058 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо зняття регуляторних бар'єрів для розвитку державно-приватного партнерства в Україні та стимулювання інвестицій)». Цим законопроектом передбачено внесення ряду змін до Закону України «Про державно-приватне партнерство» та інші закони, що регулюють відносини у сфері ДПП в Україні [105, 149, 206, 113, 207].

Однією з основних проблем, що характеризують Україну як непривабливу для інвестицій країну, а проекти державно-приватного партнерства визнають нецікавими, є заборона переходу об'єкта такого партнерства у право власності до приватного партнера до кінця дії договору партнерства. У світовій практиці такої заборони не існує, тому закордонні інвестори не бажають вкладати кошти в реалізацію проектів державно-приватного партнерства, навіть у таку високотехнологічну та рентабельну галузь, як телекомунікаційна. Хоча саме перевагами державно-приватного партнерства є здійснення економічної політики та стимулювання інвестиційної активності, що нині вкрай важливо для України для впровадження інноваційних технологій.

Приватний партнер, беручи участь у реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг, здатний забезпечити швидкий приплив капіталу, реалізувати проект у стислі терміни та здійснювати управління ризиками з огляду на практичний досвід роботи. Державний партнер, у свою чергу, здатний забезпечити узгодження інтересів усіх учасників процесу надання загальнодоступних послуг, мінімізувати ризики, пов'язані з інфляцією, політичною нестабільністю, а також встановлювати стандарти та правила забезпечення якості загальнодоступних послуг, здійснювати контроль за процесом їх надання.

Тому такий шлях реалізації OEM надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами через державно-приватне партнерство можна вважати дієвим механізмом державного управління та регулювання в процесі здійснення соціально значущих проектів.

Державно-приватне партнерство є ефективним засобом залучення інвестиційних коштів в об'єкти, що мають високе соціальне та стратегічне значення для розвитку країни, при повному контролі з боку держави. Це сприятиме розвитку організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг та сталому розвитку телекомунікаційних підприємств.

У процесі використання OEM надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами через залучення держави до партнерства стає можливим не лише залучати інвестиційні ресурси, які є вкрай необхідними для введення інновацій у такий високотехнологічний сектор

економіки, як інфокомунікації, але й відновити якість державного управління. Ця перевага означає для держави підняття її статусу, створення нових благ для громадян та їх участь у процесі розбудови нової постіндустріальної економіки, відновлення довіри з боку приватного бізнесу. В свою чергу, держава отримує можливість залучення приватних інвестицій, що дає змогу ефективно розпоряджатись державним майном та отримувати надходження до бюджету.

Щодо соціального ефекту, який створюється внаслідок застосування OEM надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами через реалізацію державно-приватного партнерства, зміни в українському суспільстві створять підґрунтя для гармонійного розвитку економіки країни.

Таким чином, впровадження запропонованого механізму дає можливість гармонізувати відносини та збалансувати інтереси між державою, телекомунікаційними підприємствами, їх власниками, в особі громадян, та споживачами загальнодоступних послуг в інтересах розвитку країни та зміцнення її позицій на світовій арені.

Визначено, що для впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг ще немає достатніх умов, оскільки механізм державно-приватного партнерства в Україні застосовується не так давно. Нині існує потреба у правовому регулюванні в частині визначення, хто саме може виступати як державний партнер, які саме державні служби чи установи можуть брати участь у державно-приватному партнерстві, які конкретні функції вони будуть виконувати. Також важливим залишається питанням розподілу зон відповідальності при реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами. Законодавчі проекти повинні враховувати, яким чином або за допомогою якого важеля регулювання будуть відшкодовуватись збитки, якщо встановлені тарифи на загальнодоступні послуги не зможуть покривати видатки на їх надання або компенсувати недостатню прибутковість цих послуг. Вимагає розробки питання умов, на яких можливим буде призупинити процес реалізації державно-приватного партнерства одним з учасників і хто несе відповідальність за мінімізацію таких ризиків. Отже, враховуючи усю складність питання державної підтримки телекомунікаційних підприємств, існує нагальна потреба в розробленні наукового підходу до прогнозування, планування, формування пропозицій та методів досягнення позитивного ефекту від провадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг.

Розроблені науково-методичні засади визначення ефективності імплементації державно-приватного партнерства, ґрунтуються на динамічній економіко-математичній моделі та враховують інтереси і мотивацію усіх учасників зазначеного партнерства до побудови таких відносин.

Також для залучення інвесторів, які мають намір брати участь у реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами, необхідні гарантії з боку

держави щодо збереження їх коштів та незмінність законодавчих норм до кінця реалізації проекту державно-приватного партнерства.

Законодавство стосовно впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами повинно змінюватися як у ході його застосування, так і під час реалізації та бути орієнтованим на інвестора.

Соціально-економічний стан розвитку телекомунікаційного сектора на території України, особливості окремих її районів вимагає рішення цих завдань із найменшими витратами та максимальним результатом. При цьому держава не здатна реалізувати свої функції підтримки інфраструктури як виробничого, так і соціального характеру. У дореформений період в економіці України соціальна відповідальність за розвиток інфраструктури значною мірою покладалась на великі підприємства, які здійснювали капіталовкладення з власних фондів на будівництво та модернізацію телекомунікаційних мереж.

У сучасних умовах держава не може, а підприємства не хочуть брати на себе відповідальність за нормальний стан та розвиток соціальної інфраструктури. Держава значно знизила фінансування соціальної сфери. Все це загострює пошук шляхів вирішення проблем соціальної відповідальності бізнесу та держави, а також обумовлює необхідність у розробці та впровадженні OEM надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами [267].

Наскільки учасники телекомунікаційного виробничого процесу будуть виступати у ролі єдиного та цілісного механізму, залежить реалізація кінцевої мети впровадження OEM надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами, що дозволить забезпечити обраними послугами споживачів на всій території країни за прийнятною ціною та визначеною якістю. У цьому процесі саме державно-приватне партнерство є одним з основних засобів забезпечення взаємодії окремих підрозділів. Саме цей вид взаємодії здатний реалізувати принципи та забезпечити функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами.

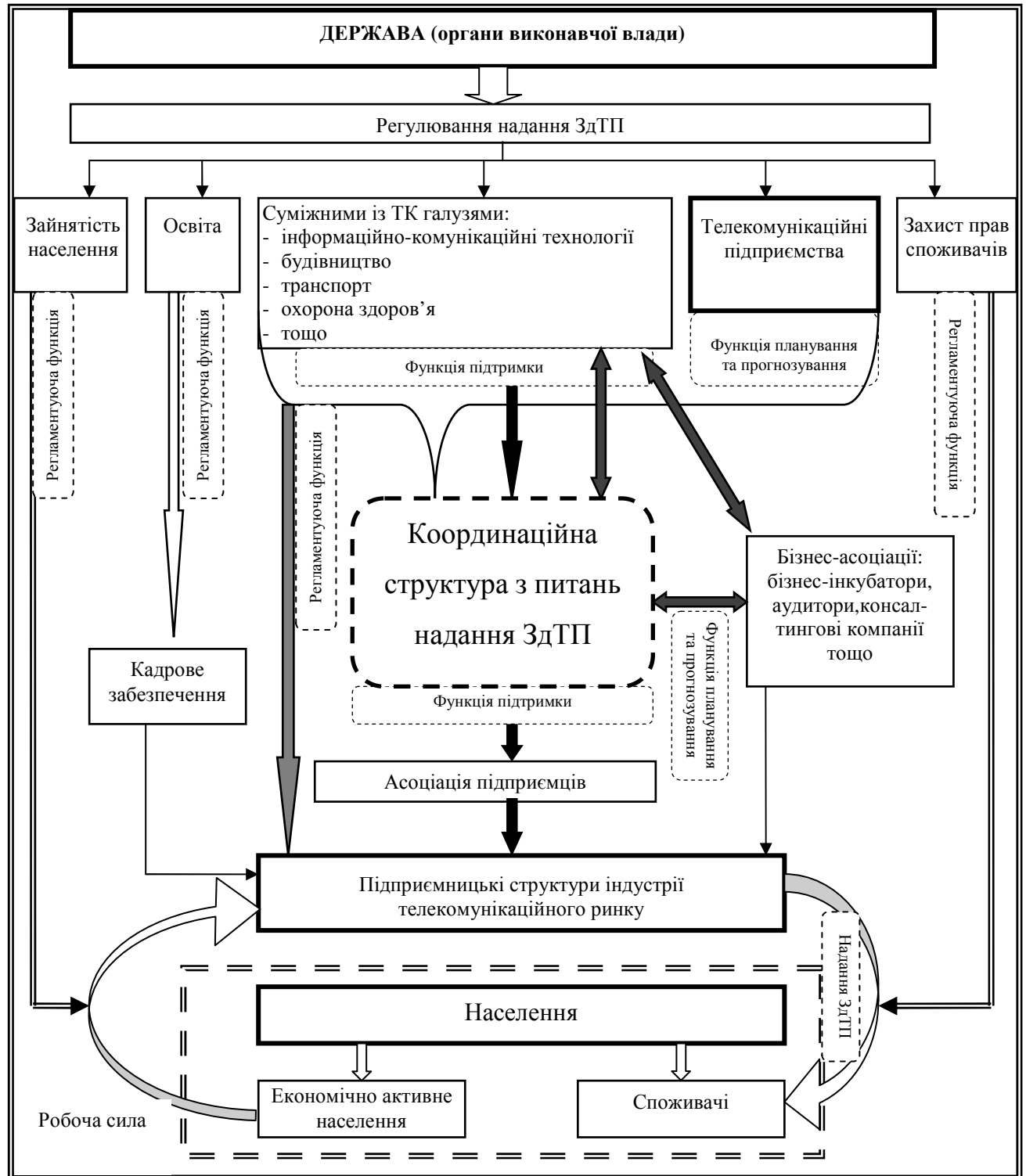
У сучасній українській практиці державно-приватне партнерство розглядається як інтегруюча об'єднувальна структура між органами державної влади та приватними підприємствами з метою реалізації соціальних проектів, розбудови інфраструктури та зміцнення національної економіки, що ґрунтується на залученні державних та приватних інвестицій [204, 264].

Організаційно-економічний механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами на засадах державно-приватного партнерства являє собою комплекс методів і форм співробітництва державних органів та органів місцевого самоврядування з приватними партнерами (приватними підприємствами, інвесторами, фізичними та юридичними особами), що характеризується довгостроковим об'єднанням майнових, технічних, матеріальних, фінансових, кадрових та інших видів ресурсів державного та приватного партнера з метою розбудови та модернізації мереж



загального доступу для надання загальнодоступних послуг користувачам й отримання соціально-економічного ефекту в майбутньому [218, 224, 243, 253].

Розроблено модель державно-приватного партнерства, яка може наочно продемонструвати процес взаємодії приватних та державних структур на телекомунікаційному ринку в сучасних умовах (рис. 3.10).



**Рис. 3.10. Модель взаємодії приватних та державних структур на телекомунікаційному ринку в сучасних умовах**

Вважаємо, що особливу увагу при розгляді даної моделі необхідно звернути на регіональний аспект, адже, на наш погляд, немає необхідності здійснювати державну підтримку телекомунікаційних підприємств при наданні загальнодоступних послуг без врахування особливостей регіонального розвитку кожного окремого сегмента. На сьогодні держава майже не приділяє уваги саме цьому питанню, оскільки існують загальнодержавні програми підтримки підприємств, які надають загальнодоступні телекомунікаційні послуги, але не є ефективними.

На ринку телекомунікацій необхідно визначити, яка установа – державна, приватна, на правах спільної власності або громадська організація повинна стати координуючою структурою з надання загальнодоступних послуг, оскільки саме ця структура повинна буде здійснювати оцінку потенціалу регіону, проводити економічні розрахунки прогнозу споживачів на загальнодоступні послуги, оцінювати необхідність та обсяги державної підтримки та ін. Однак на сьогодні в Україні ці питання ще не вирішені.

Таким чином, визначено, що проблема [117], поставлена нами як актуальна, є малодослідженою щодо відсутності координації дій в управлінні телекомунікаційними підприємствами, системності та узгодженості усіх процесів, які стосуються питань будівництва, модернізації та реконструкції телекомунікаційних мереж, без яких стає неможливим забезпечення населення загальнодоступними послугами на всій території України, проте вона може бути вирішена. Це потребує значних зусиль як з наукової точки зору, так й з практичної, оскільки тільки поєднання цих складових може дати позитивний ефект. Крім того, для вирішення визначеної проблематики необхідно багато часу, ресурсів, використання досвіду проведених розробок. Саме визначення синергетичної складової від усіх цих компонентів й дозволить найбільш правильно та науково обґрунтовано вирішити поставлене завдання.

Для вирішення поставлених завдань запропоновано впровадження організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг з підтримкою державних органів на засадах державно-приватного партнерства. В свою чергу, оскільки для функціонування телекомунікаційних підприємств на ринку потрібно вирішувати питання узгодження проектів будівництва телекомунікаційних мереж та проблеми їх подальшої експлуатації з визначенням права власності на основі проведеного дослідження та запропонованих науково-методичних розробок, які можуть бути впроваджені у практичну діяльність, нами запропоновано створення нової організаційної структури, яка може бути впроваджена у формі або самостійного центру, або як складова існуючих державних чи недержавних структур. Така структура стане дієвим інструментом для вирішення такої важливої проблеми, як створення та формування механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами на умовах взаємопривабливості та економічної ефективності як з боку підприємства, так і з боку держави та споживачів.

## Перелік питань для самоконтролю

1. Що таке гармонізація?
2. Що являє собою гармонізація організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами із системою чинного законодавства та методами державного регулювання? Які можливості вона дає громадянам країни та підприємствам?
3. Які складові містить в собі державна політика надання та регулювання загальнодоступних телекомунікаційних послуг?
4. Що являє собою фінансово-інноваційна політика надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг?
5. Які аспекти включає в себе організаційно-управлінська політика телекомунікаційних підприємств?
6. В чому сутність регуляторної політики надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг?
7. На основі проблемно-цільового підходу до регулювання загальнодоступних послуг охарактеризуйте національний рівень регулювання.
8. Що являє собою регіональний рівень моделі проблемно-цільового підходу до регулювання загальнодоступних послуг?
9. Які пріоритетні орієнтири удосконалення організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами ви можете назвати?
10. Які два органи виконують функції регулювання телекомунікаційною галуззю на сьогоднішній день?
11. Опишіть структурно-логічну схему економіко-математичної моделі надання загальнодоступних послуг.
12. Яка мета використання комплексу показників для аналізу ефективності OEM надання ЗдТП?
13. Назвіть специфічні та важливі показники, що характеризують результати діяльності телекомунікаційних підприємств.
14. Що являє собою показник роботи телекомунікаційного підприємства EBITDA (Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization)?
15. Що являють собою показники роботи телекомунікаційного підприємства ARPU та MOU?
16. Що таке потенційна ефективність організаційно-економічного механізму?
17. Як обчислити ефективність державної підтримки телекомунікаційних підприємств (математична модель)?
18. Якими показниками характеризується система надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг у імітаційній моделі?
19. З яких основних трьох блоків складається динамічна модель попиту на загальнодоступні телекомунікаційні послуги?
20. Як обчислюється загальна потреба у загальнодоступних послугах з боку споживачів?
21. Навіщо проводяться розрахунки потреби споживачів в додаткових загальнодоступних послугах?

22. Як проводиться планування бюджетних витрати на надання додаткових загальнодоступних телекомунікаційних послуг? Наведіть формулу.

23. Що являє собою державно-приватне партнерство?

24. Назвіть напрямки вдосконалення діяльності телекомунікаційних підприємств на засадах державно-приватного партнерства.

25. Які моделі державно-приватного партнерства ви знаєте?

26. У чому полягає економічна функція держави у партнерських відносинах при реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами?

27. Назвіть переваги та вигоди учасників реалізації державно-приватного партнерства в Україні.

28. Опишіть алгоритм регуляторного впливу на функціонування організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних послуг телекомунікаційними підприємствами

29. В чому сутність моделі формування державного регулювання діяльності телекомунікаційних підприємств на засадах державно-приватного партнерства?

30. В чому полягає практична цінність послідовного впровадження державно-приватного партнерства?

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Авксентьев М.Ю. Рекомендации щодо реалізації проектів ДПП в Україні /М.Ю. Авксентьев // Економічний простір: збірник наукових праць. – 2010. – №33. – С.5-14
2. Адаптивные модели в ситемах принятия решений: [монографія] ; под ред. Н.А. Кизима, Т.С. Клебановой. Х. : ИНЖЕК, 2007. 368 с.
3. Амоша А.И., Прокопенко Н.Д., Иванов Е.Т. Каноны рынка и законы экономики. Донецк : ИЭП НАН Украины, 2001. 546 с.
4. Амоша О. Конкурентоспроможність вітчизняного промислового виробництва та проблеми вступу України до Світової організації торгівлі // Вісник Тернопільської академії народного господарства. 2002. № 8(2). С. 70-73.
5. Андриенко В. Н., Беликова Т.Ю., Лысенко Ю.Г., Маншилин К.Н. Стратегическое управление персоналом. Донецк : Юго-Восток, 2-е изд., перераб. и доп., 2005. 202 с.
6. Анісімова О. М. Адаптація економічного механізму функціонування промислових підприємств з урахуванням кон'юнктури міжнародного бізнесу: [монографія]. Маріуполь: ПДТУ, 2012. 280 с.
7. Антипин И.В., Сеница С.А., Савчук С.С. Влияние качества на конкурентоспособность предприятия // Труды учебных заведений связи / СПбГУТ. СПб, 2004. № 170.
8. Апарова О.В. Позичкові джерела фінансування інновацій // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2015. 4 (14). С. 56-63.
9. Апарова О.В. Політика управління інвестуванням інновацій на підприємстві // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2016. № 3(17). С. 17-23.
10. Апарова О.В. Форми і засоби інвестування в інновації в умовах економічної нестабільності // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2016. 2 (16). С. 77-84.
11. Апарова О.В. Формування портфеля інвестицій для забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних телекомунікаційних підприємств // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2014. 2(10). С. 72-77.
12. Асин Л.М. Контроль и ревизия в организациях : учеб. пособие. Ростов н/Д.: Феникс, 2004. 281 с.
13. Астапова Г.В. Астапова Е.А., Дойко Д.П. Организационно-экономический механизм корпоративного управления в современных условиях реформирования экономики Украины. Донецк : Дон-ГУЭТ им. М.Туган-Барановского, 2001. 526 с.
14. Атабаєва А.А. Класифікаційна модель внутрішнього економічного контролю підприємства як основа формування його змісту // Труды Одесского политехнического университета. 2009. Вып. 1(31). С. 208-211.
15. Баластрик Л.О., Транченко Л.В. Баластрик Л.О. Проблемы удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць. Вип. 7. 2005. С. 188-195.
16. Барсук В.А., Губин Н.М., Батый А.Р. Экономико-математические методы и модели в планировании и управлении в отрасли связи. М. : Радио и связь, 1989. 179 с.
17. Безбах Н. В. Проблеми функціонування механізмів державного регулювання партнерських відносин в Україні // Держава та регіони. Сер.: Державне управління. 2011. № 2. С. 92-96.
18. Белошадка В. А. Стратегическое управление: принципы и международная практика (Strategic management. Principles and international practice): учебник для слушателей программ по стратегическому управлению и маркетингу. Киев: Абсолют-В, 1998. 351 с.
19. Бендиков М.А., Фролов И.Э. Высокотехнологичный сектор промышленности России: состояние, тенденции, механизмы инновационного развития / Центр. экон.-ат. Ин-т РАН. М. : Наука, 2007. С.312.

20. Біловол Р.І., Хомович В.М. Управління соціально-економічним розвитком підприємства в ринкових умовах господарювання // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2014. № 2. С. 88-92.
21. Білорус О. Г. Економічна система глобалізму : [монографія]. Київ : КНЕУ, 2003. 360 с.
22. Білоусова С.В. Механізми реалізації політики державно– приватного партнерства у сфері розвитку будівельної галузі України // Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал. – 2013. - № 1 (30). –С. 118-123.
23. Богданов С. Г. Щодо механізмів реалізації державно-приватного партнерства в Україні // Сучасна регіональна політика: освіта, наука, практика : матеріали підсумк. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, 28 жовт. 2011р. : [у 2 т.]. - Одеса, 2011. - Т. II. - С. 12-13.
24. Большой толковый социологический словарь ; пер. с англ. М. : АСТ, 1999. – 554 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа : [http://gufo.me/content\\_soc/kriterii-i-urovni-izmerenija-12816.html](http://gufo.me/content_soc/kriterii-i-urovni-izmerenija-12816.html)
25. Боняр С. М., Скутова-Корх Я. О. Теоретичні основи антикризового управління // Водний транспорт. 2013. Вип. 1. С. 97-102 [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vodt\\_2013\\_1\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vodt_2013_1_19)
26. Боняр С.М., Корнійко Я.Р. Теоретичні основи формування організаційно-економічного механізму // Проблеми розвитку сучасної економічної науки в транспортній галузі. Київ : КДАВТ, 2013. С. 39-41.
27. Ботвіна Н. О. Возможности финансовой политики щодо забезпечення сталого розвитку аграрної сфери // Таврійський науковий вісник. 2011. Вип. 75. С. 208-216.
28. Браїловський М.М. Технічний захист інформації на об'єктах інформаційної діяльності / за ред. В.О. Хорошка. Київ : ДУІКТ, 2007 178 с.
29. Брюховецкая Н.Е. Экономический механизм предприятия в рыночной экономике // Социально-экономические аспекты промышленной политики. Донецк : ИЭП НАН Украины. 1999. № 4. С. 203-213.
30. Булеев И.П. Механизм хозяйствования предприятий и объединений трансформационной экономики : [монографія] Донецк : ІЕП НАН України, 2007. 526 с.
31. Бураковський І.В., Плотніков О.В. Глобальна фінансова криза: уроки для світу та України. Харків: Фоліо, 2009. 299 с.
32. Буряк В.Г. Питання кошторисного фінансування філіалів УДППЗ «Укрпошта» // Наукові праці ОНАЗ ім. О.С.Попова : наук. зб. з радіотехніки і телекомунікацій, електроніки та економіки в галузі зв'язку. Одеса, 2008. № 1. С. 108-112.
33. Бушуев С.Д. Креативные технологии в управлении проектами и программами. /С.Д. Бушуев, Н.С. Бушуева, И.А. Бабаев и др.К.: Саммит книга, 2010, 768 с.
34. Васильчик І.П. Оцінка стану та перспектив ринку злиття/поглинання в Україні // Економіка, фінанси, право. 2007. Вип. № 3. С.10-15.
35. Васконселлос-и-Са Жоржи. Стратегические ходы: 14 наступательных и оборонительных стратегий для достижения конкурентного преимущества / И.В. Тараненко (науч.ред.), Е.А. Латыш (пер.). Д. : Баланс Бизнес Букс, 2007. 240 с.
36. Ващенко О.О. Інформаційно-телекомунікаційні технології як фактор формування політичної культури і політичної соціалізації у трансформаційному суспільстві // Актуальні проблеми управління та економічного розвитку в умовах інформатизації суспільства. Київ : ДУТ, 2016. С. 135-137.
37. Введення в практичну соціальну психологію / А.І. Донцов, Ю.М. Жуков, Л.А. Петровська // Під ред. Ю.М. Жукова / -К.: «Сенс», 1996. 377с.
38. Веклич О. О. Формування економічного механізму сталого розвитку України // Вісник Нац. банку України. 2000. № 2. С. 3-16.
39. Верескун М.В., Захаров С.В. Організаційна діагностика як фактор розвитку підприємств // Ефективна економіка. 2017. № 7 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>

40. Верескун М.В. Методи оцінки ефективності впровадження інформаційних систем на промислових підприємствах // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. Маріуполь, 2015. Вип. 1 (11), Т. 1. С. 21-27.
41. Винер Н. Кибернетика и общество. М. : Тайдекс и К<sup>о</sup>, 2002. 184 с.
42. Виноградова О.В. Реінжиніринг бізнес-процесів у сучасному менеджменті : [монографія]. Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. 196 с.
43. Виноградова О.В. Проблеми та стратегічні пріоритети розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні: регіональний аспект // Проблеми економіки. 2013. № 4. С. 183-191.
44. Виноградова О. О. Управління конкурентними можливостями підприємства // Вісник ВПІ. 2000. № 3. С. 42-48.
45. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. 160 с.
46. Воробей В., Журовська І. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу. Представництво ООН в Україні. Ініціатива Глобального договору в Україні. Київ : Інжиніринг, 2010. 84 с.
47. Ворона О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 30. С. 127-133.
48. Воротін В.Є. Макроекономічне регулювання в умовах глобальних трансформацій. Київ : Вид-во УАДУ, 2002. 392 с.
49. Вэриан Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход : учеб. для вузов / пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. М.: ЮНИТИ, 1997. 767 с.
50. Гавриленко Т.В. Стратегічне управління підприємством в кризових умовах господарювання // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Київ : КНУТД, 2005. № 4. С. 93-95.
51. Галузевий стандарт України «Технології телекомунікаційних мереж наступного покоління». Прийнято та надано чинності наказом Держкомзв'язку № 91 від 12.06.2008 [Електронний ресурс]. Режим доступу : [www.liga.net](http://www.liga.net)
52. Геєць В. Економічні реформи в Україні: моделі, реалії та уроки // Банківська справа . 1996. № 4. С. 26-34.
53. Геєць В. М. Політична і економічна реформи. Питання синхронізації // Економіка і прогнозування. 2001. № 4. С. 9-24.
54. Геєць В.М. Реалії і оцінки ролі держави в ринковій трансформації економіки України // Концепція і модель економічного розвитку для України. - К.: Українські пропілеї, 2001. -345 с.
55. Геєць В.М. Ринкова трансформація в 1990-2001 роках: здобутки, труднощі, уроки // Україна на порозі ХХІ століття: уроки реформ та стратегія розвитку: матеріали наук. конф. Київ : НТУУ КПІ, 2001. 340 с.
56. Геєць В. М. Соціогуманітарні складові перспективи переходу до соціально орієнтованої економіки України // Економіка України. 2000. № 1. С. 4-11.
57. Геймур М.Ю., Тарасенко С.І. До питання щодо визначення сутності категорій «ефективність» та «результативність» [Електронний ресурс] // Економічні науки. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/17\\_APSN\\_2009/Economics/48067.doc.htm](http://www.rusnauka.com/17_APSN_2009/Economics/48067.doc.htm)
58. Глава НКРСИ: «Доступ к онлайн-услугам нужно регулировать» Станислав Юрасов, «proIT» // 05.03.2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://proit.com.ua/article/internet/2012/03/05/093626.html>
59. Гладій І.Й. Регіоналізація світового ринку: євро інтеграційний аспект: Монографія // Гладій І.Й. / Економічна думка, 2006 554 с.
60. Гладков А. В. Зарубежный опыт реализации государственно-частного партнерства: общая характеристика и организационно- институциональные основы/ А. В. Гладков [и др.] //Вестник СамГУ. 2008. -№ 7 (66). С. 25-39.

61. Глобальний договір ООН [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/what>
62. Гойко А. Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрямки їх реалізації / А. Ф. Гойко. К. : ВІРА-Р, 1999. 320 с.
63. Головач А.В. Критерии математической статистики в экономических исследованиях. М., 1973. 37 с.
64. Головки В.І., Мінченко А.В., Шарманська В.М. Фінансово-економічна діяльність підприємства: контроль, аналіз та безпека// Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 448 с.
65. Голубев А.К. Рынок услуг связи Украины : [учеб. пособие для студ. неэкон. специальностей по дисциплине «Экономика отрасли связи»]. Одесса : ОНАС, 2005. 224 с.
66. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента. Таганрог : ТРТУ, 1997.
67. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: тенденции, технологии, практика : [монография]. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2002. 298 с.
68. Гончаров В. М., Макаренко М. В., Припотень В. Ю. Формування стратегії управління розвитком промислового підприємства на основі показників ефективності:[монографія]. Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007.136 с.
69. Господарський кодекс України: кодекс України від 16.01.2003 р. № 435 - IV [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/7code=v0014665-06ГОСТ 6.01.1-87>.
70. Гольшко А.В. Война телекомов. Вестник связи. 2007. № 4. С.19-23.
71. Гольшко А.В., Тихвинский О.В. Третий глаз инновационного менеджера. Вестник связи. 2007. № 7.
72. Гостева І. С. Поняття та види інтегрованих підприємств / І. С. Гостева // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Вип. 20. Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2009. С. 229-237.
73. Государственно-частное партнерство : теория и практика :учебное пособие / В. Г. Варнавский, А. В. Клименко, В. А. Королев и др.; Гос. ун-т - Высшая школа экономики. - М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. 287 с
74. Гребешкова О.М., Махова Г.В. Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://economica.org.ua/files/articles/informprostiral.pdf>
75. Гриценко Л. Л. Управління ризиками при реалізації інфраструктурних проектів у межах державно-приватного партнерства / Л. Л. Гриценко, Т. Ю. Красуля // Актуальні проблеми економіки. 2011. № 12. С. 85-90.
76. Гросул В.А. Організаційний механізм формування та функціонування соціально-економічної системи підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://www.confcontact.com/2008dec/2\\_grosul.php](http://www.confcontact.com/2008dec/2_grosul.php)
77. Гроув Э. Выживают только параноики. Как использовать кризисные периоды, с которыми сталкивается любая компания. М. : Альпина паблишер. 2003.
78. Гудзь О.Є. Байрамов С. Інструменти державно-приватного партнерства щодо активізації інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств /«Економіка. Менеджмент. Бізнес» №4 (17), 2016. – С. 14-20.
79. Гудзь О.Є. Управління ефективністю та прибутковістю підприємства // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Фінанси і кредит. 2013. № 2 (35). С. 18-24.
80. Гудзь О.Є. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навчальний посібник. / О.Є. Гудзь – Львів: Ліга-Прес, 2017. – 166 с.
81. Гудзь О.Є. Управління інноваційним розвитком телекомунікаційних підприємств: навчальний посібник. / О.Є. Гудзь – Львів: Ліга-Прес, 2018. – 140 с.



82. Гудзь Е.Е. Стратегии портфельного управления проектами развития предприятия // Социально-экономические векторы в развитии национальных экономик. Донецк : ДонНУЭТ, 2014. С. 234-258.
83. Гудзь О.Є. Інноваційні моделі управління підприємств на основі інформаційно-комунікаційних технологій / Економіка. Менеджмент. Бізнес – №1 (23), 2018. – С. 4–11.
84. Гудзь О.Є. Стратегії ризикозахищеності інноваційної діяльності підприємств // Інноваційний ресурс страхового ринку в сучасних умовах. 2017. Вип. 1. Т. 1. С. 180-182.
85. Гудзь О.Є., Лазоренко Л.В. Ресурсне забезпечення соціально-економічного розвитку діяльності підприємств зв'язку // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 1(19). С. 5-11.
86. Гусева О.Ю. Обґрунтування платформи прискореного економічного розвитку України на основі високошвидкісних технологій // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 2(20). С. 33-39.
87. Гусева Ю.М. Еволюція концепції стратегічного управління // Економіка України. 2007. № 9. С. 39-41.
88. Дейнега О.В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008\\_623/10.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008_623/10.pdf)
89. Делмон Дж. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре: практическое руководство для органов государственной власти / Джеффри Делмон .-153 с. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа:[http://www.ppiaf.org/ppiaf/sites/ppiaf.org/files/publication/Jeff%20Delmon\\_PPP\\_russian.pdf](http://www.ppiaf.org/ppiaf/sites/ppiaf.org/files/publication/Jeff%20Delmon_PPP_russian.pdf).
90. Демина Е.В., Иодко Е.К., Майофис Л.И. Организация, планирование и управление предприятиями связи. М. : Радиосвязь, 1990. 184 с.
91. Демина Е.В. и др. Менеджмент предприятий связи. М. : Радио и связь, 1997. С. 355.
92. Демина Е.В., Резникова Н.П., Довронравов А.С., Макаров В.В. Менеджмент предприятий связи. М. : Радио и связь, 1997. 316 с.
93. Демьяненко А.Н. и др. Влияние «сетевого феномена» на функционирование хозяйственных структур // Вестник ДВО РАН. 2008. № 5.
94. Демьяненко С. Монетарное и фискальное регулирование экономики и его влияние на формирование производственных затрат в сельском хозяйстве// Экономика Украины. 1996. № 7. С. 31-38.
95. Денисенко Н.П., Гречан А.П., Чигирик К.А. Риски внедрения инновационных проектов [Электронный ресурс]. Режим доступа : [http://iee.org.ua/files/alushta/73-denisenko-riski\\_vnedr\\_inn.pdf](http://iee.org.ua/files/alushta/73-denisenko-riski_vnedr_inn.pdf)
96. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
97. Державно-регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : монографія / за ред. З. С. Варналія. К. : НІСД, 2007. С. 25–40.
98. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика // Вопросы экономики. - 2008. - №8. - С. 61-77.
99. Державний комітет статистики України. Про затвердження Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 11-«зв'язок» «Звіт про продукцію зв'язку».06.06.2005 №143 [Електронний ресурс]. Режим доступу : [www.liga.net](http://www.liga.net)
100. Дзарасов С. Производственные отношения и хозяйственный механизм // Экономические науки. 1979. № 1. С. 30-32.
101. Дикань П.І. Методологічні підходи до оцінки ресурсно- технічного забезпечення виробничої діяльності агрегованих будівельних структур // Економіка: проблеми теорії та практики. Зб. Наук. Праць Дніпропетровського національного університету. Дн-вск: ДНУ, 2010. вип. 259. С.1684-1688.

102. Дикий О.В. Актуальні проблеми модернізації механізмів державно- приватного партнерства у будівництві // Теорія і практика сучасної економіки: Матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (Чернігів, 23-26 жовтня 2007 р.). Чернігів: ЧДТУ, 2007. С. 318-321.
103. Дикий О.В. Імперативи та передумови впровадження механізмів реалізації інвестиційно-будівельних проектів на основі державно-приватного партнерства // Бизнес-информ. 2012. № 3. С. 165-171.
104. Дикий О.В. Ініціація реалізації будівельних проектів на засадах ДПП - як передумова започаткування інтеграційних структур проектного типу - мультиагентних інвестиційних угруповань // Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конференції (Луцьк, 21-23 червня 2011 р.). Луцьк: СПД Сердюк В.Л., 2011. С. 47-54.
105. Дикий О.В. Моделювання структурних характеристик процесу формування стратегії державно-приватного партнерства при реалізації інвестиційних проектів // Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин: зб. наук. праць. К.: КНУБА. 2012. Вип. №27. Ч. 2. С. 73-80.
106. Дикий О.В. Основні пріоритети державно-приватного партнерства та механізм стратегічного планування соціально-економічного розвитку регіонів [Електронний ресурс] / О.В. Дикий // Ефективна економіка. – К.: 2011. – №6. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
107. Добров Г.М., Ершов Ю.В., Левин Е.И., Смирнов Л.П. Экспертные оценки в научно-техническом прогнозировании. Киев : Наукова думка, 1974. 160 с.
108. Довгань Л.Е. Формирование организационно-экономического механизма эффективного управления предприятием [Електронний ресурс] // Вестник НТУУ «КПІ». 2012. № 9. Режим доступу : <http://economy.kpi.ua/ru/node/376>.
109. Довгий С.О. Динаміка руху, тенденції, пріоритети та перспективи розвитку вітчизняного зв'язку // Зв'язок. 2001. № 6. С. 2-7.
110. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М. : Вильямс, 2003.
111. Евланов Л. Г. Основы теории принятия решений / под ред. Е. М. Сергеева. Серия. Экономика и управление (АНХ при СМ СССР). М. : Экономика, 1984. 174 с.
112. Єщенко П.С. Анатомія телеком-хаоса. ТЕЛЕКОМ. 2008. № 11. С. 18-20.
113. Закон України «Про державно-приватне партнерство» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
114. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001р. № 2210-III// Відомості Верховної Ради України. 2001. № 12. С.16.
115. Закон України «Про телекомунікації» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>
116. Захарченко В.І., Борисов О.Г., Іванищева А.В.. Зарубіжний і вітчизняний досвід державного регулювання економіки для сучасної України/ за ред.. В.І. Захарченко. Одеса : Негоціант. 2005, 128 с.
117. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації [Електронний ресурс]. Режим доступу : [[http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1208\\_38705737.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1208_38705737.pdf)
118. Зеліско І.М., Пономаренко Г.Ю. Управління інтелектуальним капіталом підприємств : [монографія]. Київ, 2015. 280 с.
119. Зиндер Е. Новое системное проектирование – информационные технологии и бизнес-реинжиниринг. СУБД 4/95, 1/96, 2/96 [Электронный ресурс]. Режим доступа : [www.citforum.ru](http://www.citforum.ru)
120. Зубко Т.Л. Аналіз конкуренції на ринку мобільного зв'язку України// Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2015. № 3 (13). С.107-114.

121. Иванова С.Л. Кредитный рейтинг в системе управления кредитным риском. Понятие и структура экономического механизма предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа : [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/63511.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63511.doc.htm).
122. Ивлев В., Каменова М., Попова Т. Методологический подход к реорганизации деятельности предприятия. Открытые системы 2/96, [Электронный ресурс]. Режим доступа : [www.open-systems.spb.ru](http://www.open-systems.spb.ru)
123. Инновационный менеджмент : справ. пособие под ред. П.Н. Завлина, А.К.Казанцева, Л.Э. Миндели. Изд. 2-е, перераб. и доп. М. : ЦИСН, 1998. 568 с.
124. Интернет похоронит мобильную связь. Станислав Юрасов // 06.03.2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.proit.com.ua/article/telecom/2012/03/06/095001.html>
125. Иодко Е.К. Организация, планирование и АСУ предприятиями связи : учеб. для студентов электротехнических институтов связи. М. : Радио и связь, 1985. С. 33-35.
126. Итвен Х., Оливер Д. Справочник по регулированию электросвязи. США, Маккарти Тетро, 2000, 230 с.
127. Иванова І. М. Державний фінансовий контроль у забезпеченні економічної безпеки України : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 21.04.01. Національний ін-т стратегічних досліджень. Київ, 2007. 17 с.
128. Каїра З.С., Ващенко О.П. Економічний розвиток малих підприємств на основі інформаційно-телекомунікаційних технологій // Актуальні проблеми управління та економічного розвитку в умовах інформатизації суспільства. Київ : ДУТ, 2016. С. 46-48.
129. Калинина С.В. Повышение эффективности управленческих решений в образовательных учреждениях : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. экон. наук. Екатеринбург, 2001. 23 с.
130. Каменева М. Структурный анализ и реорганизация деятельности предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.citforum.kts.ru](http://www.citforum.kts.ru)
131. Карюк В.І. Вплив інноваційного потенціалу на соціально-економічний розвиток підприємства [Електронний ресурс]// Ефективна економіка. 2016. № 9. Режим доступу : [//www.economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua)
132. Кендалл М.Дж., Стьюарт А. Многомерный статистический анализ и временные ряды. М. : Наука, 1976. 736 с.
133. «Київстар» створив нову компанію «Стармані»[Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/business/1403044-kiyivstar-stvoriv-novu-kompaniyu-starmani>
134. Клебанова Т.С., Дубровина Н.А., Полякова О.Ю., Раевнева Е.В., Милов А.В., Сергиенко Е.А. Моделирование экономической динамики. 2-е изд., стереотип. Х. : ИНЖЕК, 2005. 244 с.
135. Князева Н.А., Князева Е.А. Методичні підходи до вибору тарифних стратегій у сфері надання послуг поштового зв'язку // Міжнар. науковий журнал «Механізми регулювання економіки», 2011. № 3. С. 78-88.
136. Князева Е.А. Научно-прикладные подходы к тарифообразованию на общедоступные телекоммуникационные услуги // Наукові праці КНТУ. Економічні науки, вип. 18, Ч. 1. Кіровоград : КНТУ, 2010. С. 3-8.
137. Князева О.А. та ін. Оцінка ефекту від впровадження інноваційних проектів підприємства зв'язку на мікро- та макроекономічному рівнях [Електронний ресурс]. Режим доступу : [.file:///C:/Users/User/Downloads/ecvu\\_2013\\_20\(1\)\\_5.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/ecvu_2013_20(1)_5.pdf)
138. Князева О.А., Дойсан Н.В. Оцінка стійкого розвитку телекомунікаційного підприємства // Економічний часопис - XXI. 2013. № 5-6 (1). С. 71-74.
139. Князева О.А., Петрашевська А.Д., Франчук О.П. Стратегії управління послугами телекомунікаційних компаній в Україні // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Вип. 10. Ч. 2. 2015. С. 103-106.
140. Князева О.А., Фоменко Л.В. Організаційно-економічний механізм управління трудовими ресурсами телекомунікаційного оператора / Розвиток методів управління та

- господарювання на транспорті : зб. наук. праць. Вип. 4 (41). Одеса : ОНМУ, 2012. С. 187-198.
141. Ковтун Т.В. Система внутрішнього контролю як невід'ємний елемент операційної системи підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 6. Т. 1. С. 165-170.
142. Ковшова І.О. Організаційно-економічні особливості суб'єктів підприємницької діяльності в сфері телекомунікацій України // Економіка, менеджмент, бізнес. 2012. № 1 (5). Т. 2. С. 20-23.
143. Ковшова І.О., Погоріла Т.В. Бізнес-процеси: сутність, класифікація та методи оптимізації // Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку. 2014. Т.1. С. 34-38.
144. Ковшова І. О., Пригода В.М. Формування бізнес-процесів підприємства зв'язку під час проведення клієнтських платежів // Економіка, менеджмент, бізнес. 2015. № 2 (12). С. 51-57.
145. Ковшова І. О., Бондар А. О. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингового менеджменту телекомунікаційних підприємств // Економіка, менеджмент, бізнес. 2016. № 4 (18). С. 37-49.
146. Козаченко Г.В. Организационно-экономический механизм как инструмент управления предприятием // Экономика. Менеджмент. Предпринимательство : сб. научных трудов. Луганск, 2003. № 11. С. 53-59.
147. Конно Т. Стратегия и структура японских предприятий ; пер. с англ. М.: Прогресс, 1987
148. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.uspp.org.ua/media>
149. Концепція розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013-2018 роки [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/739-2013-%D1%80>
150. Краснова В., Матвеева А. Семь нот менеджмента. М. : ЗАО „Журнал эксперт”, 2000. 89 с.
151. Кривешко О.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.nbuiv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment /2011\\_720/27.pdf](http://www.nbuiv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment /2011_720/27.pdf)
152. Кропачев С.В. Складнева О.Н. Подходы к анализу и формированию стратегии инвестиционных фондов //Современная экономика: проблемы и решения : сб. научных трудов. Красноярск, 2000. С. 25-27.
153. Кульман Анри. Экономические механизмы. М. : Прогресс. Универс, 1993. – 192 с.
154. Курицкий В.Я. Оптимизация вокруг нас. Ленинград : Машиностроение, Ленинградское отделение, 1989. С. 86.
155. Лазоренко Л.В. Социальная стратегия развития бизнеса в Украине // MarketingSpolecznyorazperspektywujegorozwojunaswecie : [monografia]. Czestochowa, 2009. P. 192-199.
156. Лазоренко Л.В. Міжнародні стандарти впровадження принципів соціальної відповідальності в діяльності компанії «Київстар» // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип. 6 (06) 2016. Ч. 1. С. 97-102.
157. Лазоренко Л.В. Оцінка соціальної відповідальності компанії «МТС-Україна» // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. № 6. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу : <http://www.eastereurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr>
158. Лазоренко Л.В. Аналіз ринку мобільного зв'язку України та напрямки його розвитку // Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. № 15. Лютий. 2017 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-15-2017/23-vipusk-15-lyutij-2017-r/2768>

159. Ластаев Т.Т., Кайгородцев А.А. Механизм агропромышленной интеграции // Вестник Казахстанско-Американского свободного университета. 2006. № 4. С. 5-10.
160. Леоненко П. М., Чухно А.А., Юхименко П. І. Сучасна інституціональна теорія та фінансова наука // Фінанси України. 2012. № 8. С. 23-42 [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu\\_2012\\_8\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2012_8_3)
161. Литовченко Н.В. Злиття та поглинання: проблеми визначення дефініцій // Науковий вісник ЧДІЕУ. 2011. № 3(11). С. 98-102.
162. Лысенко Ю., Егоров П. Организационно-экономический механизм управления предприятием // Экономика Украины. 1997. №1. С. 86.
163. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
164. Малицький А.А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://intkonf.org>.
165. Мартиросян А.Р. Перспективы эффективного взаимодействия промышленных и банковских структур // Современные аспекты экономики. М., 2005. № 25. С. 57-62.
166. Марцин В. Планомерность при переходе к экономическим методам регулирования рынка// Экономика Украины. 1995. № 9. С.47-52.
167. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента ; пер. с англ. М.: Дело, 1992. 702 с.
168. Методика визначення економічної ефективності витрат на наукові дослідження і розробки та їх впровадження у виробництво. Затверджено Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції та Міністерства фінансів України за № 218/446 від 26.09.2001.
169. Методичні рекомендації щодо застосування критеріїв ефективності управління суб'єктами господарювання державного сектору економіки, надані Міністерством економіки України [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=36464&cat\\_id=3625](http://www.me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36464&cat_id=3625)
170. Мильнер Б.З., Евсенко Л.И., Рапопорт В.С. Системный подход в организации управления. М. : Экономика, 1983. 254 с.
171. Монастирський Г. Л. Реформування адміністративно-територіального устрою України в аспектах формування національної моделі регіонального і місцевого розвитку // Регіональні перетворення у світовому та українському вимірах. 2016. № 4. С. 202-217.
172. Моргачев И.В. Организационно-экономический механизм управления эффективной деятельностью проектных организаций. Донецк, 2006. № 5 С. 77.
173. Моррисей Дж. Целевое управление организацией. М. : Сов. радио, 1979. С. 74.
174. Москаленко В. П. Финансово-экономический механизм промышленного предприятия ; под науч. ред. В. П. Москаленко. Сумы : Довкілля, 2003. 176 с.
175. Мохненко А.С. Особливості реалізації організаційно-економічних змін на вітчизняних підприємствах // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. 2014. № 3. С. 9-13. [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue\\_2014](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2014)
176. МТС Україна змінює бренд і стає Vodafone [Електронний ресурс] // Економічна правда. 2015. Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/2015/10/16>
177. Національна доповідь «Цілі розвитку тисячоліття. Україна – 2010». Київ : Програма Розвитку ООН в Україні, 2010. 108 с.
178. Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/public/file/2010\\_table/1214\\_dopov.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/file/2010_table/1214_dopov.pdf)
179. Національна Стратегія подальшого розвитку інформаційного суспільства в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80/para8#n8>

180. Новикова І.В. Методичні засади типологізації підприємств телекомунікацій в Україні // Black Sea, Tbilisi, Georgia, scientific journal of academic research. Грузія : Gulustan-bssjar. Varketili 3. III A Block, Building 342, Apart. 65, 0163 Tbilisi, Georgia. 2014. № 3. С. 11-16.
181. Новикова І.В. Основи стратегічного управління підприємствами телекомунікацій // Економіка і фінанси. 2014. № 5. С. 37-42.
182. Новикова І.В. Управління ризиками сучасних телекомунікаційних підприємств // THE CAUCASUS INTEGRATION JOURNAL INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS ECONOMICAL AND SOCIAL ANALYSIS JOURNAL OF SOUTHERN CAUCASUS . Грузія : Gulustan-bssjar. Varketili 3. III A Block, Building 342, Apart. 65, 0163 Tbilisi, Georgia. 2014. № 01-02. С. 4-7.
183. Ойхман Е., Попов Э. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. М. : Финансы и статистика, 1997. 198 с.
184. Орлов А.И. Менеджмент в техносфере : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений]. М. : Академия, 2003. 384 с.
185. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
186. Офіційний сайт ПрАТ «Київстар» [Електронний ресурс]. Режим доступу : [https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar\\_today](https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar_today)
187. Офіційний сайт ТОВ «Інтертелеком» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.intertelecom.ua/aboutcompany>
188. Офіційний сайт ТОВ «Lifecel» [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://www.lifecell.ua/uk/pro\\_lifecell/kompaniia-sogodni/lifecell-sogodni](http://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/kompaniia-sogodni/lifecell-sogodni)
189. Офіційний сайт МСЕ. Режим доступу : <http://www.itu.int/ru/pages/default.aspx>
190. Оцінка електронної готовності України. Підготовлено у межах проекту Уряду України (ПРООН – Інноваційний трамплін: ІКТ задля добробуту України за підтримки Державного зв'язку та інформатизації України. [Електронний ресурс], 2002. Режим доступу : [www.un.kiev.ua](http://www.un.kiev.ua)
191. Павлова В.А. Інформаційно-методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємства // Культура народів Причорномор'я. 2006. № 80. С. 122-126.
192. Павлюк К.В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави /, Наук.пр. Кіровоград.нац. техн.. ун-т. Екон. Науки. 2010. - №17. С.10-19.
193. Паламарчук О.М. Сутність та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Evu/2011\\_17\\_2](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_2).
194. Пилипенко И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. М., Смоленск : Ойкумена, 2005. 495 с.
195. Пихорович В.Д. Невостребованная альтернатива рыночной реформе 1965 года. К 80-летию со дня рождения В.М.Глушкова [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.situation.ru/app/j\\_art\\_781.htm-71k](http://www.situation.ru/app/j_art_781.htm-71k)
196. План дій із впровадження Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд» у 2016-2018 роках [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/909-2016-%D1%80>
197. Плещинский А. С. Оптимизация межфирменных взаимодействий и внутрифирменных управленческих решений. М. : Наука, 2004. 252 с.
198. Погостинский Ю.А. Системный анализ функций стратегического управления. СПб.: СПбГАУ, 2005. 248 с.
199. Подсолонко Е.А. Менеджмент: теория и практика. Киев: Вища шк., 2000. 254 с.
200. Политехнический словарь / редкол. А. Ю. Ишлинский (гл. ред.) и др. 3-е изд., перераб и доп. М. : Советская энциклопедия, 1989. 656 с.

201. Попова Г. Х. Организация управления общественным производством/ под. ред. Ю. И. Краснопопая. М., 1984. 198 с.
202. Портер М. «Конкуренция». М. : Вильямс, 2000. С. 304.
203. Порядок оперативного-технічного управління телекомунікаційними мережами України у надзвичайних ситуаціях, в умовах надзвичайного та воєнного стану. Затверджено КНУ від 29.06.2004. № 812.
204. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку та критеріїв оцінки економічної ефективності проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів» [Електронний ресурс]. Режим доступу :<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/684-2012-%D0%BF>
205. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг» (Правила, розд. Загальні положення, п.3) від 9 серпня 2005 р. **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** м. Київ [Електронний ресурс]. Режим доступу : [www.liga.net](http://www.liga.net)
206. Про зняття регуляторних бар'єрів для розвитку державно-приватного партнерства [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://daily.rbc.ua/ukr/show/o-snyatii-regulyatornyh-barerov-dlya-razvitiya-gosudarstvenno-chastnogo-02032015153000>
207. Рада хоче зняти регуляторні бар'єри для розвитку державно-приватного партнерства [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.rbc.ua/ukr/news/rada-hochet-snyat-regulyatornye-barery-dlya-razvitiya-gosudarstvenno-chastnogo-12022015173600>
208. Райли Д. , Кринер М. NGOSS: построение эффективных систем эксплуатации сетей для оператора связи. М. : Альпина-бизнес, 2007.
209. Регіональні перетворення у світовому та українському вимірах: [монографія]. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. 388 с. До 50-річчя ТНЕУ.
210. Редькін О.С., Хрущ Н.А. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління : [монографія]. Одеса : Евен, 2004. 216 с.
211. Резникова Н.П. и др. Менеджмент в телекоммуникациях. М. : Экотрендз, 2005. 364 с.
212. Рибалко Н.В., Суздальцев О.М. Використання методів оцінки якості послуг при економічному управлінні сервісними підприємствами // Всеукр. наук.-практ. конф. [«Формування механізму інноваційного розвитку соціально-економічних систем: теорія, методи, практика»]. Донецьк : ДонУЕП, 2007. С. 82-84.
213. Рокотян А. От телекома к инфокому [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iksmedia.ru/articles/2453872-От-telekoma-k-infokomu-v-biznestrak.html>
214. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. М. : Радио и связь, 1993. 278 с.
215. Сазонова С. В. Принципы внедрения и реализации предоставления социальнодоступных телекоммуникационных услуг в Украине // Institutionelle Grunlagen fur die Okonomik unter den Beingungrn der Transformation: Sammelwerk der wissenschaftlichen Artikel. Verlag SWG imex GmbH Numbergrg, Deutschland, 2014. Vol. 1. С. 280-283. (0,35 д.а.).
216. Сазонова С. В. Класифікації в сфері надання телекомунікаційних послуг як системоутворюючий фактор їх розвитку // Економіка, менеджмент, бізнес. 2011. № 1–2. С. 19-26. (0,578 д.а.).
217. Сазонова С. В. Деякі концептуальні аспекти до методики тарифоутворення в частині послуг взаємоз'єднання операторів : тези доп. V Міжнар. наук.-техн. конф. [«Сучасні інформаційно-комунікаційні технології»], (6–9 жовт. 2009 р.). Київ : ДУКТ, 2009. С. 230–231. (0,1 д.а.).
218. Сазонова С. В. Сутність організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг підприємствами // Інноваційні технології менеджменту підприємств і організацій : матеріали наук.-техн. конф. [«Сучасні інформаційно-телекомунікаційні технології»]. Т. 5. Київ : ДУТ, 2015. С. 150–152. (0,18 д.а.).

219. Сазонова С. В. Телекомунікаційний ринок України та концептуальні основи створення Фонду універсальних послуг // Економіка, менеджмент, бізнес. 2012. № 2 (6), т. 1. С. 33-39.
220. Сазонова С. В. Еволюція концептуальних засад створення фонду універсальних послуг в процесі розвитку телекомунікаційного ринку України // Економіка, менеджмент, бізнес. 2013. № 1 (7), т. 1. С. 30-36.
221. Сазонова С. В. Методи оцінки ефективності організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг на телекомунікаційних підприємствах України // Black Sea, Tbilisi, Georgia, scientific journal of academic research. 2015. Т. 23, № 05. С. 62-65. .
222. Сазонова С. В. Обмін досвідом в наданні загальнодоступних телекомунікаційних послуг зв'язку між країнами СНД // Економіка, менеджмент, бізнес. 2010. № 1. С. 24-31..
223. Сазонова С. В. Формування інноваційної стратегії розвитку для телекомунікаційних підприємств України // Економіка, менеджмент, бізнес. 2015. № 1 (11). С. 62-68.
224. Сазонова С. В. Наукові засади формування та реалізації організаційно-економічного механізму надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг підприємствами України // Економіка, менеджмент, бізнес. 2015. № 3 (13). С. 99-107.
225. Самойлов В.В. Алгоритм формирования организационной структуры компании: системно-синергетический подход // Менеджмент в России и за рубежом. 2005. № 2. С. 7-10.
226. Селезнев В.В. Основы рыночной экономики Украины. Киев : А.С.К., 2002. 156 с.
227. Сероштан А.Н. Критерии и показатели анализа и оценки эффективности фирмы// Новый университет. Экономика и право. 2013. № 11(33) С. 9-13.
228. Сивий В.Б., Сколов Б.Г. Математические методы и модели в планировании и управлении жилищно-коммунального хозяйства. Харьков : Основа, 1991. 206 с.
229. Сидельников Ю.В. Теория и организация экспертного прогнозирования. М.: ИМЭиМО АН СССР, 1990.
230. Сидоренко Д. ABC-метод. Преимущества ABC-метода для принятия решения управляющим персоналом. ИП Ориентсофт, 2002 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.orientsoft.by/A](http://www.orientsoft.by/A)
231. Системи управління якістю за ISO 9001 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.certsystems.kiev.ua/uk/iso-9001/sistemi-upravlinnya-yakisty-za-iso-9001.html>
232. Скрипник К.Г. Экономическая эффективность информационных систем. М.: ДМК Пресс, 2002. 256 с.
233. Соціальна звітність ТОВ«Lifecell» [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://www.lifecell.ua/uk/pro\\_lifecell/sotsialna-vidpovidalnist/suspilno-kulturni-iniciativi](http://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/sotsialna-vidpovidalnist/suspilno-kulturni-iniciativi)
234. Соціальний звіт ПрАТ «Київстар» [Електронний ресурс]. Режим доступу : [www.kyivstar.ua/f/1/press\\_center/responsibility/KSO\\_ru.pdf](http://www.kyivstar.ua/f/1/press_center/responsibility/KSO_ru.pdf)
235. Спільний наказ Мінекономіки, Державного комітету статистики України, Фонду державного майна України від 04.11.2003 № 307/375/1963 «Про затвердження Методики визначення питомої ваги державного сектору в економіці», із змінами та доповненнями від 01.04.2008 № 100/87/370, на підставі показників, наданих Державним комітетом статистики України (Лист від 02.07.2012 № 04/1-07/327).
236. Стан галузі /Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.nkrz.gov.ua>
237. Степин В.С. Проблемы полноты информации на объекте. СПб., Региональная информатика. 1993. 114 с.



238. Стецюк П.А. Методичні аспекти оцінки ефективності фінансових ресурсів телекомунікаційних підприємств // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 2(20) С. 28-32.
239. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80#n8>
240. Струкова В. Механізми державно-приватного партнерства у сфері водопостачання та водовідведення в Україні / В. Струкова // Державне управління та місцеве самоврядування. - 2015. - Вип. 3. - С. 189-199. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums\\_2015\\_3\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2015_3_22)
241. Сулевський В.В. Злиття та поглинання як фактор підвищення вартості підприємств. Офіц. сайт НБУ [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/ekhp/2011\\_4/st12.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ekhp/2011_4/st12.pdf)
242. Сьомкіна Т.В. Взаємоінтеграція макроекономічних систем при формуванні інформаційної інфраструктури // Актуальні проблеми управління та економічного розвитку в умовах інформатизації суспільства. Київ : ДУТ, 2016. С. 118-120.
243. Тофанюк О.В. Застосування механізмів державно-приватного партнерства у бюджетному регулюванні регіонального розвитку// Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2011. №4(16). С.41-53.
244. Трубочёва С.И. Методы оценки эффективности вложений в информационный маркетинг// Вестник Волж. ун-та им. В.Н.Татищева. 2009. № 14. С.17-23.
245. Уэбстер Ф. Теория информационного общества. М. : Аспект пресс. 2004. 185 с.
246. Уёмов А.И. Формальные аспекты систематизации научного знания и процедур его развития : сб. трудов: системный анализ и научное знание. М.: 1978. № 3. С. 73-75.
247. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ ; пер. с англ. А.М. Хотинского / Под ред. М.С. Енюкова. М. : Финансы и статистика, 1989. 215 с.
248. Філон М.М. Аналіз регуляторного впливу на ефективність ринків телекомунікаційних послуг : праці Одеського політехнічного університету. 2013. № 2(41). С. 348-352.
249. Фінансовий звіт ПрАТ «Київстар» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://193.23.225.210/Viktoria/finzvrit2013.pdf>
250. Фінансовий звіт ПАТ «Укртелеком» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.ukrtelecom.ua/media/library/688.pdf>
251. Федоренко В. Г. Інвестиційний менеджмент. Київ : МАУП, 2001. 280 с.
252. Феррианц Я. Хозяйственный механизм и экономия времени. М. : Экономика, 1987. 191 с.
253. Фонд универсальных услуг как механизм обеспечения доступа общества к ИКТ. Опубликовано Intel RCIS\_PR в 19.12.2011 [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://newsroom.intel.com/people/Inte>
254. Форрестер Д. У. Основы кибернетики предприятия. М. : Прогресс, 1971. 340 с.
255. Хавин С. Государственное регулирование в современной смешанной экономике// Вопросы экономики. 1994. № 11. С. 85.
256. Хазан М. Организационно-экономический механизм развития в системе управления предприятием // Проблемы теории и практики управления. 2006. № 2. С. 96-103.
257. Хемеди А.Таха. Введение в исследование операций. М., СПб., Киев : Вильямс. 2005.
258. Хиленко В.В., Михайлов В.Ф., Балькин Г.Ф. Новое поколение сетей NGN: тактика и стратегия операторов // Зв'язок. 2003. № 3. С45-51.
259. Цалін С. Д. Логічний словник-довідник. 4-те вид., випр. і доп. Х. : Факт, 2006. 384 с.

260. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. СПб. : Питер, 2002. 320 с.
261. Цветков В.В., Горбатенко В.П. Демократія – Управління – Бюрократія: в контексті модернізації українського суспільства : [монографія]. Київ : Інститут держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2001. 248 с.
262. Чаадаев В.К. Бизнес-процессы в компаниях связи. М. : Старт-Экотрендз, 2004. 213 с.
263. Чапкина Г.В. Мониторинг рынка телекоммуникационных услуг // Экономика: проблемы теории та практики : зб. наук. пр. Дніпропетровськ, 2002. Вип.160. С. 50-55.
264. Чухно А.А. Державний бюджет і ефективність економіки // Наукові праці НДФІ. 2006. Вип. 2. С. 26-32 [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdfi\\_2006\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdfi_2006_2_6)
265. Чухно А.А. Економічний розвиток України крізь призму глобалізаційно-інтеграційних процесів // Економіка України. 2012. № 1. С. 91-92 [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk\\_2012\\_1\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2012_1_10)
266. Чухно А.А. Модернізація економіки та економічна теорія // Економіка України. 2012. № 10. С. 24-33 [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk\\_2012\\_10\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2012_10_3)
267. Чухно А.А. Окремі аспекти державного регулювання соціально-економічного розвитку регіонів в сучасних умовах // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія : Державне управління. 2014. Вип. 1. С. 122-129 [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNUCZUDU\\_2014\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNUCZUDU_2014_1_20)
268. Чухно А.А. Экономическое развитие Украины сквозь призму глобализационно-интеграционных процессов // Экономика Украины. 2012. № 1. С. 91-92 [Электронный ресурс]. Режим доступа : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekukrr\\_2012\\_1\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekukrr_2012_1_10)
269. Шапиро В.Д., Ольдерогге Н. Г., Шеин В.И. Корпоративний менеджмент. М. : Омега-Л, 2008. 784 с.
270. Шапірова О.С. Економічна безпека як невід’ємна складова конкурентостійкості підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу :<http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/2223/1/Scharipova.pdf>
271. Шемчук Л. О. Конкурентоспроможність підприємства в системі чинників її забезпечення [Електронний ресурс]. Режим доступу :[http://mev-hnu.at.ua/load/mizhnarodna\\_naukovo\\_praktichna\\_internet\\_konferencija/8\\_shljakhi\\_pidvishhennja\\_konkurentospromozhnosti\\_vitchiznjanih\\_pidpriemstv/konkurentospromozhnist\\_pidpriemstva\\_v\\_sistemi\\_chinnikiv\\_jiji\\_zabezpechennja/9-1-0-113](http://mev-hnu.at.ua/load/mizhnarodna_naukovo_praktichna_internet_konferencija/8_shljakhi_pidvishhennja_konkurentospromozhnosti_vitchiznjanih_pidpriemstv/konkurentospromozhnist_pidpriemstva_v_sistemi_chinnikiv_jiji_zabezpechennja/9-1-0-113)
272. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : [навч. посібник]. Київ : КНЕУ, 1999. 384 с.
273. Шехтман Л.И., Давыдова Н.Г. Системы телекоммуникаций: проблемы и перспективы. М. : Радио и связь, 1998. 277 с.
274. Шостак Л. В., Павлова С. В. Оцінювання системи корпоративного управління за допомогою рейтингів // Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 9. С. 98-102.
275. Яременко О.Ф. Використання чутливості при аналізі економічної безпеки суб'єктів господарювання // Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. 2004. № 3. Ч.1. С. 223-224.
276. Экономическая стратегия фирмы / под. ред. А. П. Градова. СПб.: Спец. лит-ра, 1995.
277. David Parmenter. Key Performance Indicators: Developing, Implementing and Using Winning KPI's. New Jersey, USA: John Wiley & Sons, inc., 2007. С. 233.
278. Davenport T.H. Business Innovation, Reengineering work through Information Technology, Boston: Harvard Business School Press, 1993.

279. FCC реорганизует Фонд универсального обслуживания для поддержки услуг фиксированного и мобильного широкополосного доступа 11.02.2011 [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://ngs.zniis.ru/node/1848>

280. Hammer M. and Champy J. Reengineering the corporation: A Manifesto for Business Revolution. New York, 1993. 89 с.

281. Managing innovation. A report on 15 best practices from the leading innovators in the world. The Vancouver research group, 2004 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.managinginnovation.com](http://www.managinginnovation.com).

282. Sazonova S. V. Methodological principles for evaluating economic efficiency of enterprises telecommunications // Topical question of contemporary science : Collection of scientific articles. Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2017. С. 169–173.

283. Stephens M. A. EDF statistics for goodness of fit and some comparisons // J. American Statistic. Association. 1974. V. 69. № 347. P. 730-737.

284. Steiner G. A & Steiner J. F. Business, Government and Society. – N-Y: McGraw-Hall, 1991. 157 с.

285. Taylor W.F. Principles of Scientific Management. New York: Harper & Row, 1971. 208 с.

# ДОДАТКИ

Додаток А 1.1

## SWOT-аналіз діяльності ПАТ «Укртелеком»

<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
1. Великий досвід роботи на ринку послуг (стаціонарний та місцевий зв'язок)	1. Необхідність надавати нерентабельні послуги
2. Найбільш розгалужена мережа філій	2. Значна частка морального та фізично застарілого комутаційного обладнання
3. Широкий асортимент послуг	3. Неefективне управління державою
4. Забезпечує майже усіма видами комунікаційних послуг	4. Постійна необхідність в інноваційних інвестиціях
5. Бере участь у міжнародних проектах та виставках	5. Складна організаційна структура управління
6. Наявність ліцензій на надання послуг зв'язку третього покоління у стандарті UMTS	6. Негнучка тарифна політика внаслідок регулювання державою тарифів на загальнодоступні телекомунікаційні послуги
7. Власна розгалужена мережа сервісних центрів з обслуговування споживачів	
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
1. Освоєння ринку мобільного зв'язку	1. Зниження купівельної спроможності населення
2. Оновлення та покращання асортименту і якості послуг	2. Зменшення частки на ринку стаціонарного зв'язку
3. Подальше освоєння ринку інтернет-технологій	3. Агресивна політика конкурентів в ІТ-області
4. Впровадження новітніх технологій в сфері фіксованого телефонного зв'язку	4. Проникнення на ринок конкурентів, які будуть пропонувати більш дешеві послуги
5. Благодійні акції	

**SWOT-аналіз діяльності ПрАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.»**

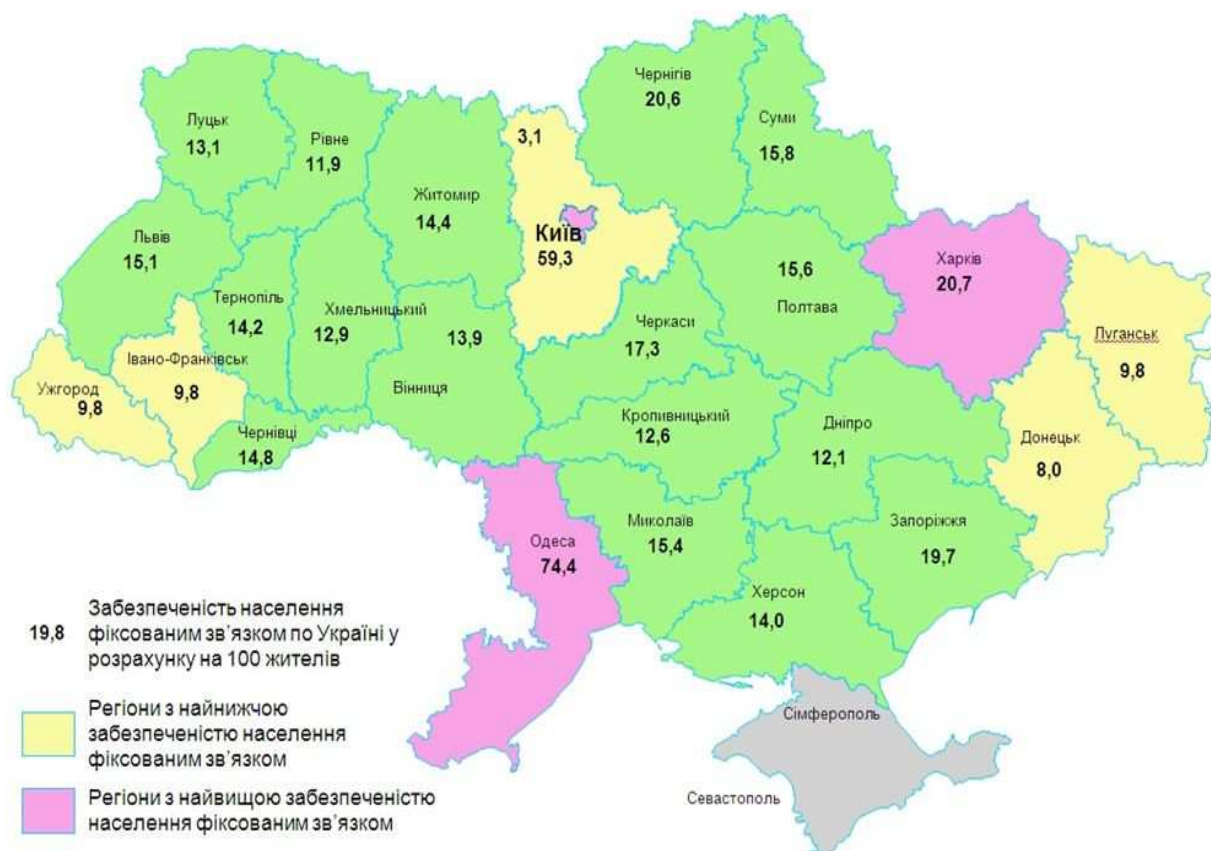
<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
1. Висока якість мобільного зв'язку	1. Зниження купівельної спроможності споживачів
2. Висококваліфікований персонал, дуже мала пильність кадрів	2. Необхідність залучення інвестиційних коштів
3. Постійне вдосконалення послуг	3. Велика кількість конкурентів
4. Впізнавання бренду оператора	4. Складна організаційна структура
5. Високий рівень рентабельності	
6. Велика кількість сервісних центрів з обслуговування споживачів	
7. Інноваційні ідеї щодо нових послуг	
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
1. Розширення ринку мобільного зв'язку	1. Неможливість населення купувати більш дорогі послуги
2. Покращання якості послуг та їх розширення	2. Зниження рівня кваліфікаційного складу
3. Інтенсивний розвиток інтернет-технологій	3. Пропозиція на ринку більш дешевих послуг конкурентами
4. Створення дилерської мережі	4. Проникнення на ринок конкурентів, які будуть пропонувати більш дешеві послуги
5. Поглинання менших операторів (Beeline)	
6. Благодійні акції	

**SWOT-аналіз діяльності Vodafone Україна**

<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
1. Висока якість послуг, мала частка збоїв і прямих помилок мережі, і навіть простої і переобтяженості	1. Зниження купівельної спроможності споживачів
2. Один з лідерів ринку телекомунікаційних послуг	2. Нестача інвестиційних коштів
3. Висококваліфікований кадровий персоналу та дуже низька плинність кадрів	3. Жорстка конкурентна боротьба
4. Велика зона покриття	4. Нестабільна економічна та соціально-політична ситуація в країні
5. «Європейський» бренд оператора та імідж оператора на ринку	5. Складна організаційна структура управління
6. Велика кількість сервісних центрів з обслуговуванням споживачів	6. Залучення банківського кредитування
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
1. Розширення ринку мобільного зв'язку	1. Більшість населення не має можливості купувати дорогі послуги
2. Покращення якості послуг та їх розширення	2. Пропозиція на ринку більш дешевих послуг конкурентами
3. Інтенсивний розвиток Інтернет-технологій	3. Проникнення на ринок конкурентів, які будуть пропонувати більш дешеві послуги
4. Створення дилерської мережі	4. Збільшення собівартості послуг Збільшення затрат на надання послуг (електроенергія)
5. Розширення асортименту тарифів та послуг	5. Загальний склад економіки України
6. Благодійні акції	

	Міська телефонна мережа						Сільська телефонна мережа					
	станом на 30.09.2016		станом на 31.12.2016		Абсолютна зміна, +/-		станом на 30.09.2016		станом на 31.12.2016		Абсолютна зміна, +/-	
	Всього, в т.ч.	домашні	Всього, в т.ч.	домашні	Всього, в т.ч.	домашні	Всього, в т.ч.	домашні	Всього, в т.ч.	домашні	Всього, в т.ч.	домашні
Кількість абонентів фіксованого телефонного зв'язку (фіксована телефонна лінія), усього, в т.ч.	7639,5	5845,7	7514,4	5738,5	-125,0	-107,2	964,5	843,9	930,8	806,6	-33,7	-37,3
основних телефонних ліній	5910,4	4500,0	5773,1	4358,4	-137,3	-141,6	933,7	821,1	895,5	783,5	-38,1	-37,6
фіксованого телефонного зв'язку використанням безпроводового доступу	1445,8	1320,0	1485,5	1358,1	39,6	38,1	27,8	22,2	27,9	22,4	0,1	0,1
фіксованого телефонного зв'язку відомчих АТС, які мають вихід на телекомунікаційну мережу загального користування	283,2	25,7	255,9	2198,7	-27,4	2173,0	3,1	0,6	735,7	79,1	732,6	78,5
Кількість телефонів загального користування - усього	6,1	0,0	5,9	0,0	-0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	x
з них універсальні	6,0	0,0	5,9	0,0	-0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	x

### Забезпеченість населення фіксованим телефонним зв'язком у розрахунку на 100 жителів станом на 01.01.2017



### Особливості надання загальнодоступних телекомунікаційних послуг з урахуванням доходів та географічних особливостей

\*за даними НКРЗІ

*Навчальне видання*

ГУДЗЬ Олена Євгенівна  
САЗОНОВА Світлана Володимирівна

**УПРАВЛІННЯ НАДАННЯМ  
ЗАГАЛЬНОДОСТУПНИХ ПОСЛУГ В  
ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ**

*Навчальний посібник*

Підписано до друку 03.10.2018 р. Формат 60x84/16  
Папір офсетний. Друк офсетний  
Гарнітура «Таймс». Ум. друк. арк. 8,37  
Наклад 300 прим.

**Відруковано:**  
СПДФО «Марусич М.М.»  
пл. Я. Осмомисла, 5/11  
тел./факс 38(032) 261 51 31  
e-mail: [interprint-m@ukr.net](mailto:interprint-m@ukr.net)