

40,8 млн.грн.). Банк принимал участие в финансировании строительства транспортной платформы и был связующим звеном между заказчиком – иностранной фирмой и подрядчиком строительства – судостроительной компанией. Сложность реализации проекта в том, что был реальный заказ на строительство транспортной платформы со стороны зарубежной фирмы, и были трудности в осуществлении проплат за выполненные работы из-за сомнений у заказчика относительно полного, своевременного и целевого перечисления средств. Одним из условий со стороны заказчика было выполнение заказа на 20% за счет собственных средств подрядчика. Если на этом этапе все будет на должном уровне, то заказчик продолжит дальнейшую поэтапную оплату. Однако у подрядчика не было таких средств. АКБ «Морской» взял на себя определенный риск, связанный с реализацией проекта и на основе гарантии со стороны заказчика стал связующим звеном. Участие банка в кредитовании проекта дало возможность получить в дальнейшем в лице завода постоянного заемщика, который видит в банке партнера по бизнесу, способного делить с ним доходы. Еще одним примером инвестиционного кредитования банка стало участие в финансировании морского пожарного судна. В данном случае АКБ «Морской» принимал участие в кредитовании как проектных, так и судостроительных работ в комплексе. Банк, осуществляя кредитование деятельности предприятий ресторанного бизнеса, был привлечен к процессу кредитования предприятий совместной отрасли – сельского хозяйства, как сырьевой базы. Но банк отказывается работать с физическими лицами, как наиболее рискованными, при этом наращивая объемы кредитования в целом [7].

Коммерческие банки Крыма, видя значимость и перспективность инвестиционного кредитования, постепенно входят в данную сферу деятельности, нарабатывая соответствующий опыт. Для обеспечения экономики Крыма кредитными ресурсами необходимо, на наш взгляд, принять следующие меры:

- усовершенствовать нормативную базу банковского сектора в направлении снижения кредитного риска;
- снизить ставки коммерческих банков по кредитам;
- восстановить доверие населения к финансово-банковской системе (без этого из финансового оборота выпадают огромные денежные ресурсы);
- диверсифицировать подходы к различным группам клиентуры;
- расширить применение банковских инструментов.

В перспективе кредитная политика банков должна отразить географические и территориальные особенности нашего региона – например в Крыму недостаточно, развита сфера услуг, сотрудничество с иностранными инвесторами, а также нет надежных заемщиков с реальными инвестиционными проектами.

Учет ситуации в характере деятельности банков поможет выработать и реализовать кредитную политику.

Источники и литература

1. Закон Украины «О банках и банковской деятельности» от 07.12.2000 г. № 2121-III.
2. Ермоленко Г.Г., Коршикова Т.В. Анализ кредитных операций банков // Финансы Украины, 2001. – № 3.
3. Финансы Украины за 2002 год Госкомстат Украины Главное управление статистики в АРКрым. – Симферополь, 2003.
4. Основные показатели деятельности банков // Вестник НБУ, 2004. – №1.
5. Статистические материалы // Мир денег, 2003. – №1.
6. Сундук А., Юрин Я. Банковское кредитование // Вестник НБУ, 2004. – №1.
7. Инвестиционное кредитование // Финансы Украины, 2003. – №12.
8. Анализ НБУ // Закон и бизнес, 2003. – № 52.
9. Кулик О. Негативные тенденции преодолены // Урядовый курьер, 2004. – № 6.

Ибрагимов Э.Э.

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ СВЯЗИ – КАК ЗАЛОГ ВЫВЕДЕНИЯ ОТРАСЛИ НА ЕВРОПЕЙСКИЙ УРОВЕНЬ

Постановка проблемы. Стратегической задачей правительства Украины является вхождение в Европейский Союз. С этой целью Правительством разработана программа по интеграции экономики при вхождение государства в Европейское пространство. Для вступления в ВТО и ЕС необходимо выработать ряд мер по адаптации отраслей экономики к европейским требованиям и сделать их конкурентоспособными. В связи с этим немаловажным фактором является эффективное управление предприятиями, как составляющими отрасли. Прямым показателем экономического благосостояния субъектов предпринимательской деятельности – является доходность предприятий.

Анализ последних исследований и публикаций. В данное время в экономической литературе приводится анализ состояния предприятий в Украине и АР Крым в сравнении с предприятиями в европейских государствах. При всем разнообразии публикаций большинство авторов сходятся в мысли о скорейшем экономическом реформировании отрасли связи в Украине.

Выделение нерешенных ранее части общих проблем. Проблема улучшения эффективности управления является наиболее актуальной, в исследованиях недостаточно внимания уделено рекомендациям по внедрению мер, направленных на выведение предприятий на европейский уровень.

Формулирование целей статьи. Целью работы является анализ и обобщение влияния эффективности

**ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ СВЯЗИ – КАК ЗАЛОГ ВЫВЕДЕНИЯ
ОТРАСЛИ НА ЕВРОПЕЙСКИЙ УРОВЕНЬ**

управления предприятиями отрасли связи и внедрение мер по улучшению финансово-экономического состояния отрасли в целом с выведением ее к европейскому уровню развития.

Изложение основного материала. По данным Государственного комитета статистики Украины доходы предприятий отрасли связи – составили 9426,8 млн. гривен. [1, с. 8] (таб. 1).

Доходы предприятий отрасли связи от реализации услуг в Автономной Республике Крым и по регионам Украины в 2003 году.

Таблица 1

Регионы	Доходы от реализации услуг связи в млн. грн.*	В том числе			
		Населению	% соотношение	Другим пользователям	% соотношение
АР Крым	329,7	196,5	59,6	133,2	40,4
г. Киев	3186,2	1233,6	38,7	1952,6	61,3
Днепропетровская область	782,6	466,4	59,6	316,2	40,4
Донецкая область	672,8	329,9	49,0	342,9	51,0
Одесская область	577,5	324,5	56,2	253,0	43,8
Харьковская область	535,4	310,5	58,0	224,9	42,0
Львовская область	471,3	255,3	54,2	216,0	45,8
г. Севастополь	94,3	59,5	63,1	34,8	36,9
Всего по Украине	9426,8	4601,0	48,8	4825,8	51,2

*) в действующих ценах

Анализ данной таблицы показывает, что в зависимости от региона доля потребителей услуг изменяется. Это в первую очередь связано экономическим потенциалом и развитием регионов. Если в г. Киеве доля потребителей юридических лиц превышает долю физических, то в АР Крым ситуация противоположная. По Украине же в целом сохраняется тенденция снижения соотношения количества потребителей в лице населения по сравнению с остальными пользователями (в т.ч. юридическими лицами) (2003г.- 2,4%, в 2002г.- 2,1%, в 2001г.-1,8%). Следует отметить, что высшему уровню менеджмента предприятий и их маркетинговым отделам исходя из статистических данных процентного соотношения потребителей необходимо проводить работу с секторами потребителей на улучшение оказания услуг в равной степени. Рассматривая структуру прибыльности предприятий связи в АР Крым по видам услуг и их потребителям, следует отметить, что несомненное лидерство остается за услугами мобильной (сотовой) связи. [2, с.6]

Рост доходов по сравнению с 2002 годом увеличился на 140,9% (в том числе для населения-258,2%) и составил – 109950,5 тыс. грн. (в том числе для населения-78923,6тыс. грн.). В общеукраинском рейтинге такие показатели достигнуты благодаря высокому уровню менеджеров, разработке краткосрочных и долгосрочных программ работы, внедрению новых технологий по работе с клиентами, созданию привлекательной системы оплаты услуг с тенденцией постоянного снижения уровня тарификации. [3, с.7]

На рынке мобильной связи в 2003 году продолжался рост количества абонентов. В канун новогодних праздников этот сектор отрасли переживал буквально бум «мобилизации». По информации российского Интернет издания «Мобильный форум», в декабре к украинским мобильным операторам подключилось 791 тысяча украинцев. Можно смело говорить о том, что такой прирост абонентской базы является рекордным за все время развития сотовой связи в Украине.

По количеству подключений в декабре первое место заняла компания UMC, на чью долю пришлось 69,4 процента новых абонентов. А именно: 549 тысяч человек. Стратегия разработки программ на увеличение прибыльности включает в себя активное участие менеджмента компании во внедрении качественно новых видов услуг для предприятий и населения. Одним из примеров эффективного принятия решения – является внедрение услуги «GPRS». Это услуга доступа в Интернет с использованием мобильного телефона: работа с электронной почтой, пересылка файлов, доступ в чаты и к различным Web ресурсам, электронный банкинг и многое другое. Основным преимуществом такого доступа является мобильность- возможность доступа в Интернет и другие сети передачи данных в любое время в любом месте там, где есть покрытие мобильной сети. [4, с. 5]

Начиная с 2000 года операторы мобильной связи разных стран начали вводить в своих сетях услуги на основе «GPRS». В Украине первой компанией, которая ввела в своей сети услуги на основе «GPRS», стала UMC. Благодаря этому ключевые абоненты получили возможность в тестовом режиме пользоваться доступом в Интернет и другие сети передачи данных с использованием «GPRS», что на сегодня крайне необходимо для работы многих предприятий. Такие клиенты UMC как - банк «SITIBANK», компания «Mc Donald's» и другие, ощутив положительные стороны данной услуги, увеличили свои расходы на получение услуги на 30%, что незамедлительно сказалось на показателе доходов UMC.[5, с. 91]

У компании «Киевстар» показатель подключившихся абонентов за декабрь 2003 года - несколько скромнее-236 тысяч человек. Количество клиентов других мобильных компаний существенно не изменилось: прирост их абонентской базы составил менее одного процента общего прироста пользователей сотовой связи в Украине. Таким образом, удачно пережив предпраздничный ажиотаж, лидирующие позиции на рынке по-прежнему сохраняют две компании: UMC и «Киевстар». В совокупности они контролируют 96,7 процента Украинского рынка сотовой связи.[6, с. 6]

В целом к концу декабря 2003 года количество абонентов сотовой связи в Украине составило 6 мил-

лионов 600 тысяч человек. Кстати, в ноябре в целом по стране насчитывалось 5 миллионов 810 тысяч мобильных абонентов. К началу 2004 года мобильными телефонами в нашей стране пользуются 13,84 процента жителей. Увы, в этом мы пока значительно отстаем от России, где мобильными телефонами обзавелось уже более четверти населения (а точнее -25,2 процента). Лидерство по количеству абонентов по прежнему сохраняет УМС, которая, на 31 января 2004 года насчитывала 3 миллиона 448 тысяч 168 абонентов. В течение января 2004 года абонентская база компании выросла на 139 558 человек, или на 4,2%. (51,8 процента от всех украинских GSM абонентов). Таких показателей удалось достичь благодаря эффективной деятельности менеджмента компании, который разработал долгосрочную программу диверсификации рынка сотовой связи в Украине. Высшее руководство приняло решение сосредоточить усилия на комплексе мер, в результате которых связь стала максимально доступной для клиентов и была привлекательной с точки зрения ее объема охвата и качества. Такого рода стратегии являются достаточно дорогими, однако экономическое обоснование принятого решения подтвердило достаточно быструюкупаемость. Также стратегией максимального привлечения клиентов придерживается и менеджмент компании «Киевстар». Однако здесь другой подход к потребителям услуг. Каждый пятнадцатый житель нашей страны имеет «киевстаровский» номер. К концу 2003 года количество абонентов этого оператора превысило три миллиона человек [7, с. 113].

На взятие трехмиллионного рубежа в руководство «Киевстара» отреагировало на удивление спокойно и ровно. Объясняется это просто - количество абонентов для компании уже давно не самоцель (хотя такой результат, безусловно, является серьезным достижением, свидетельствующем о доверии клиентов). По мнению менеджеров компании, времена, когда размер абонентской базы определял степень надежности и привлекательности оператора, прошли. Мобильная связь стремительно превращается из дорогого удовольствия в предмет первой необходимости. И сейчас конкуренция на мобильном рынке вышла на тот уровень, когда основным средством борьбы за привлечение новых клиентов становится создание максимально выгодных условий для уже существующих абонентов, дальнейшее расширение покрытия и внедрение новых услуг.

И, конечно же, одним из главных критериев при выборе оператора является то, насколько ему доверяют. «Киевстар» первым предложил абонентам посекундную тарификацию разговоров. Компания первой в Украине воплотила идею бесплатных внутрисетевых входящих звонков и первой ввела в действие услугу предоплаченного сервиса с двумя тарифными моделями, учитывающими особенности образа жизни клиентов. Сегодня услуга предоплаченного сервиса является, пожалуй, самой популярной отечественной карточной услугой, как и мобильны Интернет. Это результат выработки руководством компании долгосрочной программой развития предприятия.

Кроме того, руководство компания «Киевстар» постоянно развивает свое покрытие, которое сегодня охватывает все крупные города, около 800 небольших городков и поселков, свыше 10000 небольших сел и все основные автодороги государственного и регионального значения.

Ну и, наконец, менеджмент «Киевстара» в основу своей стратегии положил доступность услуг и тарифов, стремясь отвечать критериям «народного» оператора. Предложенная компанией тарифная политика – является наиболее гибкой, экономичной и привлекательной, что позволило сохранить компании темпы экономического развития в сравнении с другими компаниями (таб. 2).

Таблица №2. Соотношение роста потребителей компаний сотовой связи в Украине

Оператор	Количество абонентов по состоянию на 31 декабря 2003 года	Количество человек, подключившихся к сети в декабре 2003 года
UMS	3348,610	548610
«Киевстар»	3036000	236000
DCC	85000	3000
Golden Telecom	41000	3000
WellCOM	40200	200
Другие	50100	100
Итого	6600910	790910

Необходимо отметить, что благодаря грамотно разработанной стратегической политике диверсификации рынка услуг связи, компании, предоставляющие мобильную связь охватывают не менее 25% суммы, полученной операторами за предоставление всех услуг связи. Операторы фиксированной связи также закончили 2003 год благополучно, однако, с менее высокими показателями [6, с. 6].

В 2003 году оператор международной связи «Утел» инвестировал 518 млн. грн. в развитие своей сети. Их них 102 млн. грн. компания намерена израсходовать на поддержку основной деятельности, улучшение качества услуг. Остальные 416 млн. грн. компания намерена вложить в развитие местной телефонной связи.

Высший менеджмент «Утела» принял решение провести стратегию развития оказываемых услуг потребителям в два этапа. Первый этап – выведение на проектную мощность АТС, построенных в 2002 году (45 тыс. абонентских номеров). Второй этап – строительство АТС в 10 областных центрах и 21 АТС в райцентрах и сельской местности общей емкостью 81 тыс. абонентских номеров. Таким образом, компания сделала акцент на секторе потребления, который был наименее охвачен конкурентами, в связи с его низкой прибыльностью. Однако специально разработанная тарифная политика позволила получить в 2003 году прибыль от данной программы в размере 25%, что произошло впервые. В том числе «Утел» предос-

тавил льготы по установке телефонов льготной категории граждан, без предоставления соответствующей компенсации из государственного бюджета [8, с. 124].

Также в 2003 году наиболее динамично развивающимися предприятиями были операторы компьютерной связи, получившие в 2003 году прибыль от предоставления услуг (передача данных и доступ в Интернет) 360млн. грн. – на 63,6% больше, чем годом ранее. Таким образом, услуги компьютерной связи по темпу роста доходов значительно опережают все остальные услуги связи, однако их доля в суммарном доходе отрасли незначительна – 3,36%. Это связано с низкой компьютеризацией населения – в первую очередь и как следствие небольшое количество потребителей услуг Интернета. Однако в будущем, с ростом количества потребителей доля доходности предприятий – провайдеров сети Интернета будет расти. Услуги компьютерной связи в Украине предоставляют около 240 операторов, 80% доходов приходится на 10 наиболее крупных операторов. Самым крупным оператором передачи данных в Украине является ОАО «Укртелеком», которое владеет магистральными каналами, в том числе волоконно-оптическими. Три компании имеют собственные сети передачи данных – СП «Инфоком», ООО «Голден Телеком» и ООО «Датаком». Сети этих каналов построены с использованием каналов, арендуемых у «Укртелекома». Руководство данных компаний планирует уже в 2004 году продолжить значительное расширение собственных каналов, что приведет к снижению операционных расходов и увеличению прибыли как минимум на 45% [9, с. 91].

Однако не во всех предприятиях отрасли связи сложилось такое экономическое благополучие. Как и прежде предприятия, где доля государственного пакета акций является весомой или предприятие вообще является государственным – экономические показатели уровня качества менеджмента оставляют желать лучшего, либо вовсе продолжается их падение по сравнению с прошлым периодом. Так, среднемесячная заработная плата персонала (СЗП) по отрасли составила 456,00грн., что, несомненно, свидетельствует о низкой эффективности управления предприятиями. Уровень СЗП по отрасли отразился на коэффициенте соотношения между принятыми и уволенными работниками, который остается в отрицательном значении и в данный период. В 2003 году он составил -0,2 (в 2002 году -0,1). Основная текучесть кадров, как и в 2002 году пришлось на предприятия Крымский филиал «Укрпочта», Крымский ретрансляционный телевизионный передающий центр (КРТЦ). Уменьшилось в 2003 году и среднегодовое количество работников в отрасли – 11,0 тыс. человек (в 2002 году – 11,1).

Выводы. Руководству этих компаний необходимо разработать и внедрить меры по улучшению мотивации сотрудников, качественно изменить условия их работы.

В АР Крым прибыль предприятий отрасли связи составила – 2575,8 тыс. грн.

(из них на предприятиях почты убытки составили – 69,8 тыс. грн., остальные предприятия связи показали прибыль – 2645,6 тыс. грн.). Для увеличения прибыльности отрасли руководству предприятий необходимо принять меры по уменьшению затрат и увеличению рентабельности продукции и услуг, что возможно достичь лишь благодаря внедрению новых технологий и нестандартных решений. Довольно высоким остается показатель степени износа основных средств. В целом по отрасли он составляет 44,6% (в 2002 году – 45,1%). Данную проблему необходимо решать путем привлечения инвестиций в отрасль, создавая благоприятный экономический климат для них.

Таким образом необходимо отметить, что для выведения отрасли связи в Украине на европейский уровень, необходимо применение комплекса мер, в том числе и со стороны государства в виде подготовки управленческих кадров для отечественных предприятий, а также разработки программ поддержки субъектов предпринимательской деятельности, которые способствовали их развитию, улучшению экономических показателей, конкурентоспособности с предприятиями европейских государств и создания инвестиционной привлекательности.

Источники и литература

1. Стан і розвиток зв'язку в Україні за 9 місяців 2003 року. Статистичний бюлетень Державного Комітету Статистики України. – Київ: 2004 р. – 27 с.
2. Продукція та засоби телефонного зв'язку в Автономній Республіці Крим. Статистичний бюлетень Державного Комітету Статистики України та Головного Управління Статистики в Автономній Республіці Крим. – Сімферополь, 2004. – 12 с.
3. Доходи від надання послуг зв'язку за 2003 рік. Статистичний бюлетень Державного Комітету Статистики України та Головного Управління Статистики в Автономній Республіці Крим. – Сімферополь, 2004. – 10 с.
4. Литвинова А. Почти 800 тысяч жителей Украины обзавелись мобильными телефонами в канун новогодних праздников. Факты и комментарии. – №4 (1552) / Киев: Пресса Украины, 2004. – 16 с.
5. Киселев С. GPRS: Интернет становится мобильным. Бизнес №5(524). – Киев: Фактор пресса, 2004. – 134 с.
6. Койдо О. Конкуренция на рынке мобильной связи уже вышла на такой уровень, когда главным критерием при выборе оператора стало то, насколько ему доверяют. Факты и комментарии № 7 (1555). – Киев: «Фактор пресса», 2004. – 162 с.
7. Найдено И., Юрьев М. \$ 220 за каждого. Бизнес №10 (529). – Киев: «Фактор пресса», 2004. – 170 с.
8. Связь. Новости из «Утела». Собственная информация издания. Бизнес № 9 (528). – Киев: «Фактор пресса», 2004. – 180 с.
9. Воронков В. Регионы. Новости компаний. Бизнес №5(524). – Киев: «Фактор пресса», 2004. – 134 с.