

Література

1. Кочетков В.М., Нікітін А.В. Маркетинг у банку: Конспект лекцій. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2002. – 88 с.
 2. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг: Підручник. – Київ: ЦНЛ, 2004. – 344 с.
 3. Киселев В.В. Управление банковским капиталом (теория и практика). – М.: Экономика, 1997. – 256 с.
 4. Севрук В.Т. Банковские риски. – М.: Дело ЛТД, 1995. – 72 с.
 5. Самойлов Г.О., Бачалов А.Г. Банковская конкуренция. – М.: Экзамен, 2002. – С. 37.
-

УДК 339.13:654(477)

Студ. Ю.Б. Харамбура;
асист. С.М. Лихолат – Львівська КА

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ МОБІЛЬНОГО СТІЛЬНИКОВОГО ЗВ'ЯЗКУ В УКРАЇНІ

Розглядається системна парадигма розвитку мобільного стільникового зв'язку в умовах динамічних змін.

Ключові слова: мобільний зв'язок, віртуальний оператор.

Stud. Yu. Kharambura; assist. S. Lykholat – Commercial Academy of Lviv
**State and prospects of market development of mobile cellular
communication in Ukraine**

A systematic paradigm of development of mobile connection in condition of dynamic changes is considered.

Keywords: mobile connection, virtual operator.

Постійно зростаюча складність і динамічність виробничих, економічних і соціально-економічних потреб сучасного українського суспільства стає причиною більш масштабнішого розвитку ринку послуг зв'язку. Побудова в Україні стабільної мобільної мережі залежить від багатьох чинників: потреб ринку; ліцензійної політики уряду; прагнення операторів створити таку мережу. Крім того, вона може прямо залежати і від менш глобальних чинників: від потреб самого суспільства чи від дій конкурентів. Проте і з теперішнім насиченням українського ринку мобільним зв'язком, і з очікуваним його зростанням діючі оператори здатні впоратись.

Аналізом цієї проблематики займалися: С. Чекалов, О. Проживальський (президент Української асоціації операторів зв'язку "Телас") та І. Блут (директор департаменту мобільного зв'язку та передачі інформації (ICM) ДП "Сіменс Україна").

У кінці 1992 р. було організовано компанію "Український мобільний зв'язок" (УМС), засновниками якої виступали Укртелеком, Deutsche Bundespost Telekom, KPN і Tele Denmark. Практично відразу УМС почало розвивати мережу в регіонах. До кінця 1993 р. нею було охоплено дев'ять обласних центрів. Кількість абонентів, навіть при тогочасній дорожнечі мобільних послуг, становила 5,3 тис. чоловік.

З одного боку, технічний розвиток, з іншого – конкуренція, істотно змінили український ринок. Однак, можливостей для вдосконалення у нього

ще чимало, проте Всесвітній економічний форум поширеність мобільного зв'язку у нас вважає досить стабільною стороною бізнес-клімату в Україні.

Мобільний зв'язок в Україні надають п'ять компаній: "Український мобільний зв'язок", "Київстар GSM", "Голден Телеком", "Українські радіосистеми" (торгова марка WellCom), а також "Цифровий стільниковий зв'язок України" (DCC).

Однак цей ринок повністю займають дві компанії: "Київстар" і UMC. За рівнем доходів їм належить 94,3 % ринку (52,9 % і 41,4 % відповідно), за кількістю абонентів – 98,6 % (51,7 % і 46,9 % відповідно).

У серпні 2004 р. доходи операторів від надання послуг мобільного стільникового зв'язку збільшилися на 8,1 % порівняно з рівнем липня того ж року – з 842,952 до 910,862 мільйона гривень. У серпні кількість абонентів операторів мобільного стільникового зв'язку збільшилось порівняно з показниками липня на 6,6 % – до 9,55 млн. чоловік. У 2003 р. кількість абонентів мобільних операторів збільшилась порівняно з рівнем 2002 р. на 77,9 % – з 3,635 до 6,467 млн. чоловік. У 2003 р. доходи від мобільного стільникового зв'язку становили 3 834,612 млн. гривень [2].

Відносно недавно користувачі мобільного зв'язку зіткнулися з явищем, яке викликало чимало спірних питань. Йдеться про віртуальних операторів, які не мають власної мережі передавачів, і є свого роду орендарями повноцінних операторів. Так, минулого року у Києві відбулося народження двох нових віртуальних операторів – privat:mobile, Mobi GSM та Life, які мають стабільний прийом у столиці та у великих містах, але поки що не у змозі забезпечити той рівень покриття, який мають інші віртуальні оператори – "Джинс" від UMC чи Djuiсе від "Київстар". Отже, серед пропозицій-новачків з'явилися суто міські варіанти. Оскільки основний удар віртуальних операторів розрахований саме на потреби великого міста, то в найближчому майбутньому від них необхідно очікувати розширення пакету послуг – якщо не повноцінний GPRS, то його аналог, WAP, EMS та MMS з мінімальними витратами, тобто повноцінний мобільний зв'язок, специфікою якого є саме потреби міста.

Провідні оператори мобільного зв'язку України – "Український мобільний зв'язок" і "Київстар GSM" обслуговують понад 35 % ринку. До речі, невдовзі цей відсоток може зменшитись, оскільки мобільні "новачки-оператори" стрімкими темпами утверджують свою позицію на українському ринку мобільного зв'язку. Оскільки вони розраховані, у першу чергу, на активну молодь. Студенти – майже ідеальна цільова аудиторія і саме на них орієнтуються спеціально підібрані тарифи віртуальних операторів. До речі, якщо детально ознайомитись з тарифами, то вони практично не відмінні, а тому проблема вибору практично відсутня. Паралельно з цим необхідно уявити колосальну кількість вже звичних тарифних пакетів і контрактів від національних операторів. Однак, до конкуренції віртуальних операторів поки що далеко. Це, зокрема впливає з заяви Антимонопольного комітету України, який мав намір визнати найбільших мобільних операторів України компанії UMC і

"Київстар" монополістами і тим самим домагатися зниження тарифів і підвищення якості послуг мобільного зв'язку. Комітет уже завершив дослідження стану конкуренції на ринку мобільного зв'язку і перед прийняттям остаточного рішення розіслав мобільним операторам попередні висновки. У попередньому висновку наявні всі підстави визнати компанії UMC і "Київстар" монополістами, оскільки вони займають понад 35 % ринку мобільного зв'язку, в якому конкуренція не є досить жорсткою [3].

У відповідь на рекомендації Антимонопольного комітету України щодо зниження тарифів на послуги мобільного зв'язку, компанія "Український мобільний зв'язок" (UMC) повідомила про зниження з 26 квітня 2004 р. тарифів для користувачів карток SIM-SIM на 25 %. Про це голову Антимонопольного комітету України Олексія Костусєва поінформував у своєму листі Генеральний директор UMC Ерік Франке. Він зазначив, що компанія узяла на себе відповідальність, щоб зробити послуги мобільного зв'язку доступними для всіх громадян України [6].

Щодо "Київстар", то необхідно зазначити, що у компанії є досвід доступу до міжнародних і внутрішніх ринків капіталу, після випуску цінних паперів. Це стало ключем до забезпечення достатньої ліквідності і погашенню короткострокових кредитів, забезпечених кредитами постачальника, розширенню мережі з достатньою ємністю для швидкого росту абонентів [5].

Звичайно, вітчизняному мобільному зв'язку ще не страшні проблеми росту, з якими впритул зіштовхнулися Західна Європа, де, за статистикою, на кожну людину вже зараз припадає більше одного мобільного телефону. Так, за результатами моніторингу, проведеного агентством ІТ ПРО, протягом першого кварталу 2004 р. клієнтська база вітчизняних операторів мобільного зв'язку збільшилась на 840 тис. користувачів. При цьому рівень насиченості ринку (відсоткове співвідношення кількості користувачів до загальної кількості жителів) досяг 11,3 %. Тоді як європейська мобільна індустрія шукає вихід зі стану тотального насичення (коли практично всі потенційні споживачі стали користувачами мобільного зв'язку), вітчизняна демонструє стабільне зростання, дозволяючи собі збільшення кількості користувачів за рік на 41 %. Хоча закони економіки невблаганні, а отже екстенсивне розширення ринку має свої межі, Україні не доведеться гальмувати своє зростання навіть у разі охоплення операторами ринку всіх потенційних користувачів мобільного зв'язку. Адже Європа, схоже, уже знайшла ліки від хвороби росту. Причому, на думку фахівців, ці ліки здатні не тільки вилікувати галузь від застою, а й підвищити її рентабельність. Принаймні, 16-й всесвітній конгрес 3GSM, що проходив наприкінці лютого у Каннах (Франція), це підтвердив.

Отже, кроки мобільних операторів у напрямку зниження тарифів не можна не вітати. Зниження цін і зростання якості послуг – це реальні позитивні наслідки конкурентної боротьби, що дадуть змогу йому і далі розвиватися стрімкими темпами, зробивши мобільний зв'язок ще більш доступним і зручним.

Література

1. **Статистичний** щорічник України за 2003 рік. За ред. О.П. Осауленка. – К.: Консультант, 2004. – 632 с.
2. **Маслов В.П.** Інформаційні системи і технології в економіці: Навч. посібник – Київ: Слово, 2003. – 264 с.
3. **Чекалов С.** Битва титанів: Конкуренція на ринку мобільного зв'язку// Контракти. – 2004, № 3, січень.
4. **www.uamobile.omportal.com.**
5. **www.kyivstar.net.**
6. **www.umc.ua.**

УДК:338.3:636.5

Здобувач І.Ф. Ясіновська – Львівський державний аграрний університет

СУЧАСНИЙ РІВЕНЬ ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ М'ЯСНОГО ПТАХІВНИЦТВА У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

Проаналізовано сучасний стан виробництва м'яса птиці у Карпатському регіоні. Обговорено актуальні проблеми птахівництва. Запропоновано шляхи підвищення ефективності та збільшення виробництва м'яса птиці.

Ключові слова: Карпатський регіон, птахівництво, поголів'я, виробництво, м'ясо птиці.

Competitor I.F. Yasynovska – Lviv State Agrarian University

Modern level of meat poultry production and the prospects of development of meat poultry farming in Carpathian region

Modern condition of meat poultry production in Carpathian region is analysed. The actual problems concerning poultry farming are discussed. The ways of improvement of effectiveness and increasing of meat poultry production are proposed.

Keywords: Carpathian region, poultry farming, number of live-stock, production, poultry meat.

Важливою складовою раціону людини є м'ясо птиці. Споживання насичених жирів негативно позначається на здоров'ї людини, в той час як жирні поліненасичені кислоти позитивно впливають на фізіологічні процеси життєдіяльності в організмі споживача. Крім того, надлишкове споживання жиру призводить до серцево-судинних захворювань, як відомо, м'ясо птиці містить менше жиру, ніж м'ясо яловичини і особливо свинини.

М'ясне птахівництво має специфіку, спричинену біологічними особливостями: високою плодовитістю, заплідненістю, несучістю, скоростиглістю, високою енергією росту.

Стан птахівничої галузі та динаміку її розвитку засвідчують дані про обсяги вирощування птиці в усіх категоріях господарств Карпатського регіону (табл. 1).

У 2003 році порівняно з 1990 р. в усіх категоріях господарств Карпатського регіону обсяг вирощування м'яса птиці зменшився на 60,8 %, а у сільськогосподарських підприємствах цей спад становив 82,1 %.