

Фісун Ю.В.
старший викладач
Національного авіаційного університету, м. Київ

Fisun I.
senior lecturer
National Aviation University, Kyiv

Ковтун О.Ю.
студентка,
Національний авіаційний університет, м. Київ

Kovtun O.
student
National Aviation University , Kyiv

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ІНТЕРНЕТ ПРОВАЙДЕРІВ

Анотація. В статті розкрито актуальність дослідження проблеми розвитку ринку Інтернет провайдерів України. Авторами доведено, що доступ в Інтернет - це саме динамічно-розвиваючий напрямок телекомунікаційної галузі, з кожним днем все більша кількість людей підключається до всесвітньої «павутини», все більше кількості техніки вводять в експлуатацію. Держава також зацікавлена в розвитку галузі, адже все більше інформаційних повідомлень, все більше державних послуг отримує населення через мережу Інтернет. Також, проведено дослідження стану розвитку інформаційного та телекомунікаційного ринку України. Встановлено, що прискореним темпом розвиваються послуги з надання кабельного телебачення, а також доступу до мережі «Інтернет». Визначено, що основними сегментами на ринку телекомунікаційних послуг залишаються мобільний, фіксований та ширококутний (комп'ютерний) зв'язок.

Ключові слова: Інтернет провайдер, кабельна каналізація електров'язку, ширококутний доступ.

Аннотация. В статье раскрыта актуальность исследования проблемы развития рынка Интернет провайдеров Украины. Авторами доказано, что доступ в Интернет - это самое динамически-развивающееся направление телекоммуникационной отрасли, с каждым днем все большее количество людей подключается ко всемирной «паутине», все больше количества техники вводят в эксплуатацию. Государство также заинтересовано в развитии отрасли, ведь все больше информационных сообщений, все больше государственных услуг получают население через сеть Интернет. Также, проведено исследование состояния развития информационного и телекоммуникационного рынка Украины. Установлено, что ускоренным темпом развиваются услуги по предоставлению кабельного телевидения, а также доступу к сети «Интернет». Определенно, что основными сегментами на рынке телекоммуникационных услуг остаются мобильный, фиксированный и широкополосная (компьютерная) связь.

Ключевые слова: Интернет провайдер, кабельная канализация электросвязи, широкополосный доступ.

Annotation. In the article actuality of research of problem of market development is exposed the Internet of providers of Ukraine. It is well-proven authors, that access in the Internet - it same dinamicly-developing direction of telecommunication industry, with every day the greater amount of people is connected to the world wide «web», the more amount of technique puts into an operation. The state is also interested in development of industry, in fact more information messages, more state services get a population through a network the Internet. Also, research of informative and telecommunication market of Ukraine development status is conducted. It is set that services develop a speed-up rate in the grant of cable television, and also access to the network the «Internet». Certainly, that basic segments at the market of telecommunication services remain mobile, fixed and computer connection.

Keywords: the Internet provider, duct-work of telecommunication, broadband access.

Постановка проблеми. Актуальність дослідження даної теми визначається тим фактом, що в галузі Інтернет провайдерів велика кількість учасників не досягнувши успіху залишає ринок. Головна причина – спад в останні п'ять років фінансових показників, особливо в перерахунку в валюту. Невеликі провайдери, які загнали себе демпінгом, не задовольняють власників показниками та не в змозі конкурувати з іншими учасниками ринку якістю послуги, обслуговування, додатковими сервісами.

Але з іншого боку, на сьогодні розвиток інформаційного суспільства, поширення інформаційних технологій в усі сфери життєдіяльності людини та суспільства стали нормою подальшої еволюції цивілізації. Зв'язок є однією з пріоритетних і найважливіших галузей в Україні й покликаний задовольняти потребу споживачів, органів державної влади, місцевого самоврядування, оборони тощо. Галузь зв'язку є однією з небагатьох галузей економіки України, що характеризуються сталими показниками розвитку. Український телекомунікаційний ринок характеризується стійкістю ринкових позицій ключових операторів, стабільним попитом на послуги, а також високою конкуренцією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти Інтернет-провайдингу висвітлені в роботах таких вчених-науковців, як А. Богачевського, В. Василенка, Дж. Веллінгтона, В. Гранатурова, Н. Єр'оміна, Грищук А.В., Макаров В.В. та в аналітичних публікаціях дослідницьких та консалтингових агентств.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є визначення місця Інтернет провайдерів у загальній структурі ринку телекомунікацій України, виділення його ключових переваг у розвитку сучасних інноваційних методів зв'язку.

Виклад основного матеріалу. Інтернет провайдер є оригінальною Інтернет-компанією, оскільки свого часу їхні послуги були необхідними для того, щоб Інтернет міг досягти критичної маси користувачів, для того щоб зробити це поширеним та постійно зростаючим явищем. З моменту впровадження

вітчизняного Інтернет ринку, цікаве історичне спостереження полягає в тому, що у ранніх Інтернет-провайдерів не було попередньої бізнес-моделі, на основі якої вони могли б базуватися на своїх сервісах, тому вони вільно запозичувались з бізнес-моделей (та послуг) існуючих постачальників послуг зв'язку, таких як компанії телефонії. В результаті і, мабуть, тому, що вони також набрали значну частину з цих компаній, Інтернет-провайдери потрапили в теорію вимушеної зовнішності, щоб почати надавати свої послуги [1].

Така сама картина міграції талантів та бізнес-моделі також була очевидна при переході від телеграфної служби до послуг телефонії в попередній час. У будь-якому випадку, сьогоденні Інтернет-провайдери, що значною мірою пройшли минулий етап переходу, і тепер стикаються з важким завданням визначити своє власне майбутнє та відповідність більш складній базі комунікаційних технологій, ніж будь-який інший час минулого.

Отже, в наш час важливість існування Інтернет провайдерів недооцінена, але вони є однією з головних ланок у наданні Інтернет послуг. Кожне підключення Інтернету, незалежно від його типу (мобільний, телефонне, по виділеній лінії) – це в першу чергу підключення обладнання кінцевого споживача до потужностей провайдера. Тобто комп'ютер отримує доступ до сервера провайдера, який має постійний канал зв'язку з Інтернетом.

Причому характеристики серверів Інтернет провайдера визначають, скільки користувачів він може одночасно обслуговувати, а також якість надання самої послуги та швидкість. Як правило, компанії-провайдери пропонують своїм клієнтам кілька тарифів з різними умовами та відповідно до них виділяють на користувача певну частину від загальної пропускної здатності свого каналу виходу в Інтернет.

Ринок ширококутового доступу до мережі Інтернет має значний потенціал в Україні. Потенційна кількість підключень в Україні становить 19 мільйонів. При пропорційному рості доходів розмір ринку у грошовому виразі становить 23 мільярди гривень.

Саме тому важливо розглянути проблеми, які існують на цьому ринку та які методи розвитку впроваджуються. Велика кількість операторів, у яких відсутні оборотні кошти на розвиток, модернізацію, утримання висококваліфікованих фахівців, впровадження нових сервісів й послуг – приречені на банкрутство або на поглинання.

Як правило, більша частина провайдерів в Україні виникла завдяки ініціативі однієї людини або невеликої групи однодумців. Згодом вони росли, але бізнес не зростав. Наступав той період, коли як морально, так і фізично тягнути бізнес, який весь час з'їдає не тільки прибуток, але і зовнішні позики, просто не міг існувати.

Також однією з причин є боязнь підняти ціну послуги до економічно обґрунтованої. Провайдерам треба підвищувати зарплати співробітникам, оновлювати обладнання, вартість якого прив'язана до долара. Проблема багатьох операторів ще в тому, що вони існують за рахунок амортизації [2].

Важливою проблемою також є зростання бізнесу та незмога контролювати його. З укрупненням бізнесу ростуть витрати й складності його ведення: технічна складова (підтримка мережі або оренда великих каналів), адміністративна (потреба вибудовувати ІТ-системи, що забезпечують роботу бізнесу та ін.), юридична (захист даних, взаємини з регуляторами і т.д.). Оператори з декількома сотнями або тисячами абонентів вже можуть не справлятися з виникаючими труднощами без збитків і змушені йти з ринку.

Саме тому, на ринку Інтернет операторів так мало нових учасників, через поточні ціни, які склалися на ринку, рівень насичення та інші проблеми.

Інтернет-провайдери в Україні вже сьогодні мають достатньо проблем, що заважають їм розвиватися.

Перший інфраструктурний бар'єр, який завжди турбував учасників ринку, – це кабельна каналізація електрозв'язку (ККЕ), головна артерія для Інтернет-каналів в містах. Каналізація будувалася ще за радянських часів. У роки незалежності вона активно добудовувалася, як компанією, яка отримала її на баланс – «Укртелекомом», – так і іншими учасниками ринку.

В результаті колишній держмонополіст заволодів 90% ККЕ України протяжністю 112 тис. канало-кілометрів, а цієї весни він був успішно проданий австрійському інвестиційному фонду EPIC – разом з національним підземним надбанням. Законів, за допомогою яких зараз вдалося б контролювати діяльність приватної компанії, яка розпоряджається, по суті, загальною інфраструктурою, прийнято не було. Й ринку тепер можна очікувати від оновленого «Укртелекому» чого завгодно.

Такий сегмент українського ринку телекомунікацій, як надання послуг кабельного Інтернету залишається одним з найуспішніших. Показники швидкості й працездатність мереж знаходиться на високому рівні – порівнянно з тим, що мають користувачі в багатьох країнах Західної Європи, але секрет успіху криється не тільки в роботі головних Інтернет-провайдерів України, а й в їх генпідряднику та партнерах. Так, наприклад, дві найбільш значущі компанії – «Київстар» і «Укртелеком» – вже не перший рік співпрацюють з ТОВ «Полігон».

Якщо розглядати тенденції на ринку Інтернет провайдерів, то під впливом зростання курсу долара й євро до національної грошової одиниці, зниження (або відсутність зростання) платоспроможності клієнтів чинили прямий вплив на дії компаній. До необхідності підняття тарифів в результаті прийшли майже всі національні провайдери.

Друга важлива тенденція – уповільнення темпів зростання телекомунікаційного ринку в цілому та в зв'язку з його насиченням. Обумовлено це, в тому числі й високими показниками проникнення кабельного Інтернету. Але навіть в таких, здавалося б, несприятливих умовах лідери ринку живуть і досягають нових вершин.

Такі компанії, як «Київстар», «Укртелеком», «Воля» зробили ставку на стратегічно важливих і значимих моментах, які гарантують надання клієнтам якісної послуги та забезпечують лояльність. Протягом останніх років ці фірми працювали й продовжують працювати над оптимізацією мереж, пошуком нових

ніш, розвитком технічної інфраструктури, грамотною взаємодією з наявними клієнтами.

Двом з трьох основних учасників ринку України у вирішенні цих завдань допомагає компанія з 15-річним досвідом на ринку телекомунікацій – надійний і перевірений підрядник – ТОВ «Полігон».

«Укртелеком» – номер один серед українських Інтернет-провайдерів. Ця компанія зберігає статус телекомунікаційного лідера, але як і раніше утримує першість на ринку надання широкопasmового доступу до Інтернету. В активі «Укртелекому» понад 1,5 млн. підключених до глобальної мережі абонентів і перспективи розвитку за рахунок покриття щодо віддалених населених пунктів.

Зараз компанія веде роботу зі зміни бізнес-процесів, побудови нових відносин з клієнтами. Все це супроводжується кропіткою роботою над технічної складової – модернізується мережева інфраструктура, використовується обладнання світового рівня. Змінюється підхід і щодо залучення нових абонентів, у чому «Укртелекому» активно допомагає «Полігон».

Партнер працює на приріст абонентської мережі, забезпечення зростання прибутковості від підключених клієнтів всією Україною. У сфері продажів ADSL-Інтернету саме «Полігон» займає впевнене лідерство серед всіх підрядних організацій «Укртелекому». У тому числі й завдяки цьому позиції лідера ринку Інтернет провайдерів залишаються непохитними.

Щодо «Київстар», то він є лідер за показником зростання. Ведучий мобільний оператор України вже в трійці кращих провайдерів, що надають широкопasmовий доступ до глобальної павутини. Кількість абонентів перевалило за позначку 800 тисяч, що поки не дозволяє конкурувати з «Укртелекомом». Але показники зростання настільки високі, що прямо зараз «Київстар» – другий в країні Інтернет-провайдер, який залишив позаду «Волю», «Датагруп» та інші відомі компанії.

«Київстар» йде своїм шляхом, який близький до того, що пропонують конкуренти, але є й відмінності. Спочатку – це був мобільний оператор, потім

Інтернет-провайдер, а тепер і компанія, що надає послуги телебачення. У тих містах та регіонах, де компанія пропонує послугу «Домашній Інтернет», запущено й Інтернет-телебачення, в якості партнера, успішний оператор супутникового ТБ – Viasat, що забезпечує клієнтам хороший вибір телеканалів. «Київстар» має на меті зробити послугу телебачення доступною для всіх клієнтів, які користуються фіксованим Інтернетом компанії.

Решта представників на ринку Інтернет провайдерів України відстають від лідерів (за винятком «Волі» з 600 тисячами абонентів) [3].

Як бізнес, Інтернет провайдери повинні зосередити свою увагу на забезпеченні послідовного та високоякісного обслуговування своїх клієнтів, а також забезпеченні хорошої рентабельності інвестицій для своїх акціонерів. Але останнім часом, схоже, Інтернет-провайдери витягуються в багатьох інших напрямках, які в деяких випадках можуть суперечити головній меті.

Щодо тенденцій на цьому ринку, то найближчим часом найбільш перспективною буде технологія FTTB (Fiber to the Building) – волокно до будівлі. В цьому випадку волоконно-оптична лінія зв'язку доходить до кожної будівлі, в якій розташовується обладнання доступу – комутатор Інтернет [4].

Всього існує три види підключення:

- оптоволокну;
- мідний кабель;
- Wi-Fi.

З них найдешевший, але застарілий і малопотужний – мідний кабель, його впровадження безперспективно.

На даний момент основним матеріалом для проведення Інтернету є оптоволокну. Це найбільш дорогий спосіб підключення, вибір якого обумовлений високою якістю роботи. Однак, розвиток технології виробництва Wi-Fi-модулів дозволяє поступово впроваджувати саме їх. Потужні Wi-Fi-модулі – це прекрасна альтернатива оптоволокну. Їх монтаж і обслуговування значно дешевше, що істотно впливає на розцінки послуг провайдера.

Для того, щоб визначитися зі способом підключення, необхідно враховувати нюанси конкретного житлового сектора. Так, віддалений житловий комплекс зажадає прокладки оптоволокна з усіма наслідками, що впливають витратами. А новий район міста, що вже має покриття, отримає більш дешеве Wi-Fi підключення. В цілому, розвиток Інтернет провайдерів в Україні залежить від фінансування, грамотного планування та впровадження нових технологій.

Підключення абонентів в такому випадку проводиться банальним мережевим кабелем. Цей формат має наступні плюси: дешевизна підключення, зручність для абонентів (фактично всі комп'ютери й мережеві пристрої мають порт Інтернет, при цьому не потрібно додаткового обладнання для користування послугою), надійність мідного кабелю. Є й мінуси, але вони не настільки істотні: потрібне забезпечення електроживлення комутаторів Інтернет в будинках, часто виникають проблеми із завантаженням наявних стояків в під'їздах. За даною технологією побудована майже вся мережа онлайн в Україні: вона найбільш пристосована для контактного розміщення вузлів доступу з максимальним охопленням. Для населених пунктів з низькою щільністю забудови швидше за все підійдуть інші технології.

Найближчий конкурент технології FTTB – пасивні оптичні мережі (PON), але традиційні рішення – EPON і GPON – абсолютно не дають ніякої переваги перед Ethernet-доступу, так як при спільному використанні смуги на кожного абонента доводиться максимум 40 Мбіт /с.

Тому можна сказати, що технологічні стандарти в Україні вже склалися. Як ISQ для обміну повідомленнями, так і Інтернет в квартирі – стандарт на довгі часи. Тільки величезні, й, напевно, невиправдані інвестиції можуть щось змінити в цьому питанні.

Важливо зазначити, що до тенденцій відносяться збільшення ціни для споживачів. Незважаючи на те, що більшість українських Інтернет провайдерів на початку року вже переглядали прайси, вартість Інтернету й ТБ-пакетів

продовжує рости й далі. Але ж за минулий рік тарифи «інтернетчиків» виросли в середньому на третину. Деякі оператори підвищували розцінки ще сильніше.

Відтоку клієнтів, за словами самих провайдерів, це не спровокувало – клієнти готові платити за якісні послуги й морально звикли до повсюдного подорожчання всього.

Така тенденція пов'язана із зростанням собівартості послуг, зокрема – збільшенням вартості енергоносіїв, і ціни продовжать рости, як відповідь на зростаючі витрати для утримання мереж. В середньому ціна зросла на 30%. На початку року провайдери вже підняли вартість послуг телебачення, в зв'язку з тотальним збільшенням витрат на роялті (авторських прав). Також змінилися тарифи на Інтернет послуги. Кожен провайдер сам вирішує, коли й на скільки підвищувати ціни. Але так чи інакше, середній крок подорожчання на кінець року не повинен перевищити 7% в цілому по країні.

Варто відзначити, що в Україні близько 6500 провайдерів і операторів, які зосереджені в великих населених пунктах. Така концентрація призводить до того, що в одному багатоповерховому будинку може бути від 5 до 7 пропозицій від різних компаній, що підштовхує операторів ринку до створення над вигідних акційних пропозицій з бонусними періодами та тимчасовими тарифними послабленнями клієнтам. Але зазвичай акції швидко закінчуються й абонентів все одно переводять на повний тариф [5].

У найближчих планах Інтернет провайдерів позбутися непопулярних і повільних тарифних пакетів, і залишити лише декілька самих ходових, «швидких» і, звичайно, дорогих. З іншого боку, вони постараються максимально заповнити ніші, що залишаться й додати пропозицію що раніше не надавалася, а швидкість доступу до мережі Інтернет у свою чергу не постраждає. Середня швидкість і обсяги споживання трафіку ростуть зважаючи на постійне збільшення контенту, тому подальша еволюція пакетів відбуватиметься саме в цей бік.

Також відбудуться зміни тарифної політики в галузі телебачення. Провайдери переходять до концепції платного контенту. Особливу увагу зараз більше приділяють формуванню комплексних пропозицій з ТВ-сервісами.

Щодо подорожчання тарифів, то варто зазначити, що Британські дослідники з Cable.co.uk вирахували недавно, що в Україні майже найдешевший Інтернет світі – в середньому він коштує 6,64 \$ на місяць, дешевше тільки в Сирії – 6,6 \$. Україна сильно відрізняється за ціною на доступ від європейських країн. У тій же Польщі наприклад, за глобальну павутину доведеться заплатити 15,78 \$, а в Німеччині – 28,7 \$.

Висновки. На ринку Інтернет провайдерів склалась така ситуація, коли існують основні великі гравці, що є причиною неможливого виходу на ринок для нових невеликих операторів. Але незважаючи увагу на великих гравців, цей ринок є дуже перспективним та прибутковим. В свою чергу на ньому існують свої проблеми, які заважають якісному розвитку. Серед них такі проблеми, як відсутність оборотних коштів на розвиток, модернізацію, нестача коштів для утримання висококваліфікованих фахівців, впровадження нових сервісів і послуг.

Саме тому новим гравцям на ринку, необхідно заповнювати нішу, на яку приходиться найменша кількість гравців та притримуватися тенденцій, які існують на ринку, або використовувати їх у більш виграшному руслі. Серед яких, поступове збільшення тарифів і зведення їх кількості до мінімуму, на початку своєї діяльності використовувати звичайний мережевий кабель для приєднання споживачів та інші.

Література:

1. Грищук А.В. Формування системи інноваційного провайдингу в Україні / А.В. Грищук // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/32420/1/255-454-455.pdf>

2. Кеба В.И., Лебедева Н.В. Маркетинговые нематериальные активы как составной элемент экономического потенциала предприятия // Актуальные

вопросы экономических наук. 2008. № 1. С. 62-67.

3. Контент-маркетингове агентство Top Lead. IT-індустрія в Україні [Електронний ресурс] / Контент-маркетингове агентство Top Lead. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.bakertilly.ua/news/id1430>.

4. Лимарев П.В. Инструменты управления экономической эффективностью в организации // автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. экон. наук / Московский Государственный Университет Печати им. Ивана Федорова. Москва, 2012.

5. Макаров В.В. Система маркетингових заходів компанії-провайдера послуг Інтернет / В.В. Макаров // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/4499/1/ilov111-114.pdf>