

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339:138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/169-8>**Буга Н. Ю.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7378-9036>

**Янчук Т. В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3901-7670>

**Buga Nataliia, Yanchuk Tanya**  
Vasyl Stus Donetsk National University

## ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ІНТЕРНЕТ-ПОСЛУГ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ

*У статті висвітлено результати дослідження ринку Інтернет-послуг Вінницького регіону. Визначено та проаналізовано основних учасників ринку, що надають Інтернет-послуги, – Інтернет-провайдерів. Ключовими чинниками успіху визначено: вартість підключення; співвідношення «ціна/швидкість»; асортимент тарифних планів; наявність «зовнішньої» служби продажів; наявність рекламного супроводу; наявність ексклюзивних технологій підключення; фінансова стійкість підприємства. Опитування користувачів Інтернет-послуг Вінниці дало змогу сформулювати портрет цільової аудиторії. Розкрито чинники, що сприяють активному розвитку Інтернет-аудиторії. Зроблено пропозиції щодо диференціації послуг та поліпшення якості обслуговування користувачів, що базуються на впровадженні сервісного менеджменту в компанії.*

**Ключові слова:** дослідження ринку, Інтернет-послуги, провайдери, Вінницький регіон, споживачі Інтернет-послуг.

RESEARCH OF THE INTERNET SERVICES MARKET  
IN THE VINNYTSIA REGION

*The results of a study of the Internet services market in the Vinnytsia region are highlighted in the article. The main market participants providing Internet services – are identified and analyzed. These services include: organization of Internet access when using dial-up communication lines; provision of hosting space; maintenance of smooth operation of electronic mail addresses or virtual post service; provision of services for organizing the installation of equipment to the client at their own location; provision of rental services for virtual servers or data backup. The key success factors were chosen: connection cost; price / speed ratio; range of tariff plans; availability of an «external» sales service; availability of advertising support; availability of exclusive connection technologies; financial stability of the enterprise. A survey of users of Internet services in Vinnytsia allowed us to create a portrait of the target audience. The main requirement of users for Internet services is the speed of Internet traffic. Factors contributing to the active development of the Internet audience are revealed: an increase in business activity in the region; an increase in revenues and, as a result, an increase in the availability of telecommunications services; an increase in business needs for telecommunications services; the use of modern technologies that improve the quality of services. Favorable factors for the development of Internet service providers in the foreseeable future are the growing use of telecommunications technologies which leads to an increase in the popularity of services and the rapid pace of development and introduction of telecommunications technologies. Offers made for service differentiation of services: offer additional services that accompany the offered product will be competitive. Improving the quality of user service is based on the implementation of Service Management in the company: responsibility in providing service, quality control of service based on the implementation of standard procedures, improving and maintaining a high level of competence of service personnel in the company, a clear system for evaluating and motivating staff performance. It is advisable to maintain a high level of service quality using internal PR technologies.*

**Keywords:** market research, Internet services, providers, Vinnytsia region, consumers of Internet services.

**JEL classification:** L86, M31, M37

**Постановка проблеми.** Пандемія COVID-19 актуалізувала проблему доступу до Інтернет-послуг усіх громадян та загострила необхідність швидшого усунення цифрової нерівності в регіонах України. Це зумовлено тим, що багато працівників, студентів вирушили на дистанційну роботу, а домогосподарства стали більше замовляти товарів без походу до магазинів. Так, сума продажу товарів і послуг через Інтернет у 2020 р.

зросла на 41% [1]. Без Інтернету, без надання якісних послуг проводити відеоконференції та працювати з великим масивом даних, зробити замовлення в Інтернет-магазині неможливо. Трафік у мережі в 2020 р. значно збільшився, і тенденція зберігається протягом 2021 р. Зростає також необхідність у модернізації мереж, підключення нових користувачів та цілих регіонів, поліпшенні та появі нових сервісів.

За даними Мінцифри, у 2020 р. 5,75 млн громадян, серед яких понад 4 млн українців мешкають у селах, не мали можливості підключитися до якісного фіксованого Інтернету, понад 17 тис населених пунктів не мають оптичних мереж узагалі [2]. Дослідження регіонального ринку Інтернет-послуг дасть змогу визначити основні проблеми та перспективи розвитку окремих його складників, зокрема постачальників високошвидкісного фіксованого Інтернету.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Більшість публікацій, що стосуються дослідження ринку Інтернет-послуг, датуються 2005–2015 рр., звичайно, це пов'язано з появою та розвитком нового ринку в Україні. Протягом останніх п'яти років з'являються цікаві, проте поодинокі роботи, зокрема Н.А. Клименко та І.І. Штанько аналізують конкурентне середовище на ринку Інтернету [3]; А.Ю. Могилова та А.Г. Девлетшаєва розглядають розвиток Інтернет-провайдингу в ретроспективі [4]. Переважно публікації цього напрямку мають науково-популярний характер і видаються окремими організаціями, що працюють у сфері Інтернет-технологій, із метою популяризації своїх послуг та здобутків. Результати досліджень ринку Інтернет-аудиторії можна зустріти у звітах дослідницьких та консалтингових агентств. Тема розвитку сучасних комунікаційних технологій, дослідження об'єктів, що здійснюють свою діяльність у сфері надання Інтернет-послуг у Вінницькому регіоні, чинників, які впли-

вають на її ефективність, оцінка споживчих уподобань місцевих жителів та обґрунтування шляхів розв'язання проблемних питань щодо надання якісних послуг потребують докладного вивчення й зумовлюють необхідність написання даної наукової роботи.

**Мета статті** полягає у дослідженні ринку Інтернет-послуг Вінницького регіону та визначенні проблем його розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Невід'ємним складником сучасного суспільства та цивілізованого людства вважається наявність використання Інтернету. Щодня мільйони користувачів із його допомогою займаються власне роботою та навчанням, розважаються тощо. Організації, які надають послуги з доступу до глобальної мережі, називаються постачальниками Інтернет-послуг. До таких послуг відносять: організацію доступу до Інтернету за використання комутованих ліній зв'язку; надання простору для хостингу, тобто зберігання великих обсягів інформації та забезпечення налаштованої роботи сайтів; підтримання злагодженої роботи електронних поштових адрес або віртуального поштового сервісу; надання послуг щодо організації монтажу обладнання клієнту на власній локації; надання орендних послуг щодо віртуальних серверів або резервування даних.

Широкому поширенню Інтернету на будь-якій території сприяє формування ринку Інтернет-провайдерів – фірм, що надають послуги із забезпечення доступу до

Таблиця 1

Аналіз Інтернет-провайдерів, що діють на території Вінниччини

Критерії	Everest	TVIN	Vinfast	Vinteleport
Ціна	100-360 грн	50-250 грн	140-300 грн	70-320 грн
Швидкість Інтернету, кількість каналів	100 мб/с До 119 каналів	30-200 мб/с До 44 каналів	40-100 мб/с Немає ТВ	35-200 мб/с
Трафік	Є обмеження	Без обмежень	Без обмежень	Без обмежень
Географія покриття	Деякі райони м. Вінниці та м. Хмельницького	Деякі райони м. Вінниці та деякі районні центри області	Деякі райони м. Вінниці	Деякі райони м. Вінниці
Рекламна діяльність	Зовнішня реклама, реклама від партнерів, реклама в Інтернеті	Відсутня	Відсутня	Відсутня
Акції, кількість	3	2	Відсутні	4
«Пакети»	Наявні пакети лише для В2С	Наявні пакети лише для В2С	Наявні пакети для В2В та В2С	Наявні пакети для В2В та В2С, також послуги хостингу та домену та телефонії
Кількість тарифів	7 для Інт., 5 для ТВ	6 для Інт., 2 для ТВ	10 для Інт., немає ТВ	15 для Інт., 8 для ТВ
Унікальні пропозиції	Техпідтримка працює цілодобово, спеціалісти можуть виїхати у будь-який час доби	У вартість підключення входить 6 місяців обслуговування, можливе підключення з оплатою частинами	Виконують підключення безкоштовно	Великий пакет для В2В, дійсно зручний для підприємств
Рейтинг на Google my Business	4,0 / 5 На всі коментарі власники реагують	4,0 / 5 На всі коментарі власники реагують і допомагають розібратись з проблемою	4,0 / 5 Коментарі короткі, на негативні відповідають	2,9 / 5 Більшість відгуків негативні, власники не реагують
Зручність сайту	Зручний сайт, клікабельні номери, сучасний дизайн, нав'язлива реклама	Зручний сайт, все під рукою, сучасний дизайн	Зручний сайт, зрозумілий, сучасний дизайн	Старий дизайн, не комфортний для користувача

Джерело: побудовано на основі [5–8]

Інтернету. Для успішної роботи в конкурентному середовищі провайдери впроваджують нові технології, що дають змогу підвищити якість зв'язку, знижують ціни, розширюють мережі доступу до Інтернету.

Ринок Інтернет-послуг на Вінниччині представлений такими фірмами: «Еверест», Vinteleport, Vinfast, TVIN. Під час оцінки їхнього потенціалу до уваги не бралися великі компанії, такі як «Укртелеком» та «Воля», оскільки внаслідок ефекту масштабу, великої пізнаваності та лояльності до бренду конкурентоспроможність локальних бізнесів буде низькою, а отже, аналіз буде неправдивий.

Об'єктом дослідження вибрано ТРК «ТВІН», яка орієнтується на клієнтів, що мешкають або здійснюють свою господарську діяльність на Вінниччині, мають технічні можливості користуватися її послугами, тобто комп'ютером, планшетом, мобільним телефоном та телевізором. Існує два сегменти ринку Інтернет-послуг: фізичні особи та юридичні особи. Дослідимо такий сегмент, як «фізична особа». Портрет представника цільової аудиторії – особа, яка проживає у Вінницькій області; вік основного користувача – від 16 до 37 років; користувачі мають менші за середні доходи; повна сім'я, з одним або кількома дітьми та літніми батьками; кваліфіковані або початківці-користувачі комп'ютера; люди, які мають комп'ютер, телевізор, смартфон; спосіб життя типових споживачів – активний та обов'язково міський; проживають у секторах приватної забудови міста Вінниці.

Конкурентами «ТВІН» є компанії, що пропонують доступ до мережі Інтернет та телебачення. Такий доступ надають компанії «Еверест», «Укртелеком», «Воля» тощо. Кожна компанія пропонує свої умови для підключення, а також свої тарифні плани. Для оцінки конкурентного середовища в сегменті споживачів послуг бездротового доступу до Інтернету був проведений конкурентний аналіз за ключовими чинниками успіху. Аналіз проходив в два етапи: на першому етапі було складено перелік ключових чинників успіху, і група експертів визначила вагу кожного чинника; на другому – проведено опитування користувачів мережі Інтернет, що входять у сукупність за географічною ознакою – проживання в районах приватної забудови міста Вінниці.

На першому етапі ключовими чинниками успіху нами було вибрано такі: вартість підключення; співвідношення «ціна/швидкість»; асортимент тарифних планів; наявність «зовнішньої» служби продажів; наявність рекламного супроводу; наявність ексклюзивних технологій підключення; фінансова стійкість підприємства.

В експертну групу входили п'ять осіб – співробітників підприємств зв'язку: керівник і співробітник відділу продажів, співробітник служби технічної підтримки, програміст і системний адміністратор. Експертам було запропоновано оцінити вагу кожного чинника шляхом їх ранжування та присвоєння їм значення, відповідного вазі. У результаті експертизи кожного ключового чинника успіху методом прямої бальної оцінки було присвоєно вагу, відповідну його значущості для підприємства (табл. 2).

Експерти найважливішими ключовими чинниками успіху визнали наявність рекламного супроводу діяльності Інтернет-провайдера і співвідношення «ціна/швидкість», найменш важливими – ширину асортиментної групи пропонованої компанією до реалізації послуг і вартість підключення до мережі Інтернет.

Таблиця 2

## Ключові чинники успіху, що вибрані експертами

Чинник	Середня вага чинника
Вартість підключення	0,06
Співвідношення «ціна/швидкість»	0,21
Асортимент тарифних планів	0,05
Наявність «зовнішньої» служби продажів	0,23
Наявність рекламного супроводу	0,22
Наявність ексклюзивних технологій підключення	0,12
Фінансова стійкість підприємства	0,11
Сума чинників	1

У рамках проведення дослідження проведено опитування користувачів мережі Інтернет із проханням оцінити кожен чинник за п'ятибальною шкалою. Деякі чинники (наявність ексклюзивних технологій підключення, фінансова стійкість підприємства) можуть бути оцінені тільки за непрямыми даними. Для їх отримання були задані спеціальні питання. Опитування проводилося на сайті vitatv.com.ua/opituvannya з 18.05.2020 по 31.05.2020. В опитуванні взяло участь 716 осіб, із них до цільової аудиторії віднесли себе 152 людини, що істотно вище демографічного розподілу жителів Вінниці по районах (21% відповіли на запитання про проживання у приватному секторі проти 79%, що реально проживають).

Подальше дослідження проводилося тільки серед користувачів, які проживають у приватній забудові. Вік користувачів розподілився так (рис. 1).

Основною групою користувачів (72%) є люди у віці до 30 років. Доходи користувачів на одного члена сім'ї розподілилися так (рис. 2).

Потреба в доступі до домашнього Інтернету для користувачів стовідсоткова – жоден респондент не відповів, що не користується Інтернетом удома.

Пріоритетна вимога користувачів до послуги – швидкість трафіку (57%). Вартість підключення, навіть у тому разі, коли стягується провайдером, не є значущою для більшості (97%) користувачів.

Підвищення рівня життя населення, зокрема у великих містах – основної цільової аудиторії Інтернет-провайдерів, розвиток потреби в оперативній інформації, послуги доступу до Інтернету відкривають нові можливості для компаній. У зв'язку з перспективою насичення існуючого ринку основними пунктами конкурентної боротьби сьогодні виступають ціна послуг (тарифи, вартість підключення), якість (швидкість передачі/отримання даних, якість сигналу, сервісного обслуговування користувачів) і асортимент послуг.

Можна виділити найбільш значущі зовнішні чинники, впливають на активний розвиток підприємств зв'язку: підвищення ділової активності в регіоні; підвищення доходів і в результаті зростання доступності телекомунікаційних послуг; ріст потреб у телекомунікаційних послугах із боку бізнесу; використання сучасних технологій, що підвищують якість послуг.

Необхідно враховувати, що останнім часом більш актуальним стає питання конкуренції з мобільними операторами, які так само надають Інтернет-послуги. Розширення покриття території України мережами 4G дало змогу збільшити до 78% частку населення, яке

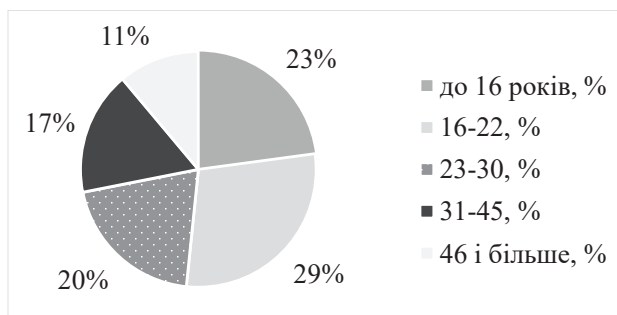


Рис. 1. Розподіл користувачів Інтернет-послуг за віковою ознакою

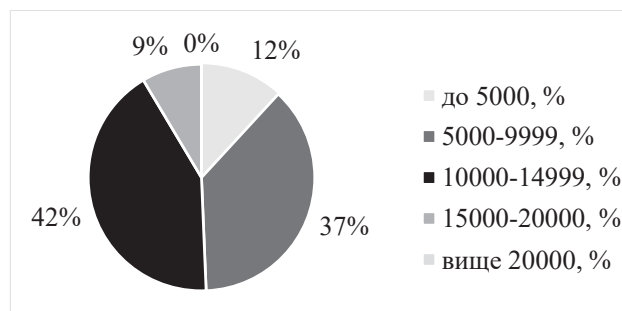


Рис. 2. Розподіл користувачів Інтернет-послуг за рівнем доходу, грн

може отримувати послуги мобільного широкосмтового доступу до мережі Інтернет. Загальна кількість активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі рухомого (мобільного) зв'язку, з яких було здійснено доступ до мережі Інтернет, на початок 2020 р. становила 34 689 тис од. За даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, за 2019 р., Вінницька область відноситься до регіонів із найнижчою забезпеченістю домогосподарств фіксованим доступом до мережі Інтернет [9].

Сприятливими чинниками розвитку підприємства в доступному для огляду майбутньому є зростання використання телекомунікаційних технологій, що призводить до зростання популярності послуг, швидкі темпи розвитку й упровадження телекомунікаційних технологій.

**Висновки.** У зв'язку з посиленням конкуренції на ринку Інтернет-послуг пропонується компаніям, зокрема ТРК «ТВІН», розглянути питання диференціації послуг. При цьому диференціація повинна бути сервісна. Сервісна диференціація – це пропозиція додаткових послуг, які супроводжують пропонований продукт, котрих покупець так або інакше потребує перед покупкою або після неї. Це може бути навчання і консультування, швидкість та надійність поставок, установка, сервісне обслуговування. Для успішної сервісної диференціації супутні послуги повинні бути або безкоштовними, або більш дешевими чи перевищувати за своїм рівнем послуги конкурентів. Для пошуку ідей необхідно вести комунікації зі споживачами. Ефективним засобом вважається використання краудсорсингу, який дасть змогу учасникам обмінятися ідеями, найкращі з яких реалізуються найближчим часом.

Упровадження сервіс-менеджменту і забезпечення якісного обслуговування споживачів на систематичній основі передбачає наявність співробітника, який візьме на себе відповідальність за забезпечення сер-

вісу в компанії; уведення та виконання документа, що регламентує правила взаємодії продавців із покупцями; контроль якості обслуговування клієнтів; підвищення кваліфікації та навчання персоналу, зокрема техніці роботи з клієнтами; упровадження багатокомпонентної системи регулярної атестації персоналу тощо.

Для забезпечення якісного сервісу важливо, щоб атестація враховувала результати роботи досліджуваної телекомунікаційної компанії у цілому або окремих співробітників за якістю обслуговування та результати іспиту співробітників на знання стандартів сервісу та техніки обслуговування клієнтів. Результати атестації повинні використовуватися у формуванні фонду оплати праці співробітників на наступний період. Основний принцип такої системи атестації – прив'язка винагороди співробітників не тільки до кінцевого результату – продажу, а й до результатів за чинниками, що формують кінцевий результат. Окрім того, важливо вивести максимальну частку процедур оцінки співробітників з-під відповідальності директора і прив'язати до зовнішньої інформації (наприклад, тестування знань у навчальному центрі компанії).

Окрім того, необхідно застосовувати регулярну практику з просування і популяризації ідеї важливості якісного обслуговування серед співробітників компанії, тобто внутрішній PR якості сервісу в компанії. Інструментами можуть бути розміщення інформації про результати атестації зі знання стандартів у внутрішніх приміщеннях офісу, регулярні збори колективу для підведення підсумків моніторингу сервісу. Також ефективні постановка цілей по сервісу на рівні компанії, нагородження менеджерів, які демонструють найкращу якість сервісу. Подібні інструменти повинні бути інтегровані в систему сервіс-менеджменту компанії та встановлені обов'язкові й очікувані персоналом процедури.

#### Список використаних джерел:

1. RAU. Ринок e-commerce в Україні в 2020 році зріс на 40% – до 107 млрд грн. URL: <https://rau.ua/ru/news/e-commerce-v-ukraini-2020> (дата звернення: 05.04.2021).
2. 17 тисяч населених пунктів не мають жодного оптичного провайдера – дослідження Мінцифри. Сайт Міністерства та Комітету цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/17-tisyach-naselenikh-punktiv-ne-mayut-zhodnogo-optichnogo-provaydera-doslidzhennya-mintsifri> (дата звернення: 05.04.2021).
3. Клименко Н.А., Штанько І.І. Аналіз конкурентного середовища на ринку фіксованого Інтернету України. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2019. № 8. URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/8\\_2019/27.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/8_2019/27.pdf) (дата звернення: 05.04.2021).
4. Могилова А.Ю., Девлетшаєва А.Г. Ретроспективний аналіз розвитку Інтернет-провайдингу в Україні. Економіка і суспільство. 2018. № 16. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journals/16\\_ukr/29.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/29.pdf) (дата звернення: 05.04.2021).



5. Твін : вебсайт. URL: <https://tvin.com.ua/#> (дата звернення: 06.04.2021).
6. Вінтелепорт : вебсайт. URL: <http://www.vinnitsa.com/ru/> (дата звернення: 06.04.2021).
7. Вінфаст : вебсайт. URL: <http://www.vinfast.net/ru/> (дата звернення: 06.04.2021).
8. Еверест : вебсайт. URL: <https://everest24.com.ua/> (дата звернення: 06.04.2021).
9. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2019 рік. Київ, 2020. URL: [https://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/9088/Zvit\\_2020\\_NKRZI.pdf](https://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/9088/Zvit_2020_NKRZI.pdf) (дата звернення: 10.04.2021).

#### References:

1. RAU. Rynok e-commerce v Ukraini v 2020 roci zris na 40% – do 107 mlrd ghrn.: veb-sajt [The e-commerce market in Ukraine in 2020 grew by 40% – up to 107 billion UAH]. Available at: <https://rau.ua/ru/news/e-commerce-v-ukrayini-2020> (accessed 05 April 2021).
2. 17 tysiach naselenykh punktiv ne maiut zhodnoho optychnoho provaidera – doslidzhennia Mintsyfry [17 thousand settlements do not have any optical provider – the study of the Ministry of Culture]. Sajt Ministerstva ta Komitetu cyfrovoji transformaciji Ukrainy. Available at: <https://thedigital.gov.ua/news/17-tisyach-naselenikh-punktiv-ne-mayut-zhodnogo-optichnogo-provaydera-doslidzhennya-mintsifry> (accessed 05 April 2021).
3. Klymenko N.A., Shtanjko I.I. (2019) Analiz konkurentnogo seredovyshha na rynku fiksovanogho internetu Ukrainy [Analysis of the competitive environment in the fixed internet market of Ukraine]. *Derzhavne upravlinnja: udoskonalennja ta rozvytok* [Public administration: improvement and development], no. 8. Available at: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/8\\_2019/27.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/8_2019/27.pdf) (accessed 05 April 2021).
4. Mohylova A. Yu., Devletshaeva A.H. (2018) Retrospektyvnyi analiz rozvytku internet-provaidynhu v Ukraini [The retrospective analysis of development of internetproviding market in Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo* [Economy and society], no. 16. Available at: [http://economyandsociety.in.ua/journals/16\\_ukr/29.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/29.pdf) (accessed 05 April 2021).
5. Tvin: veb-sajt. Available at: <https://tvin.com.ua/#> (accessed 06 April 2021).
6. Vinteleport: veb-sajt. Available at: <http://www.vinnitsa.com/ru/> (accessed 06 April 2021).
7. Vinfast: veb-sajt. Available at: <http://www.vinfast.net/ru/> (accessed 06 April 2021).
8. Everest: veb-sajt. Available at: <https://everest24.com.ua/> (accessed 06 April 2021).
9. Zvit pro robotu Nacional'noji komisiji, shho zdijsnjuje derzhavne rehuljuvannja u sferi zv'jazku ta informatyzaciji za 2019 rik (2020) [Report on the work of the National Commission for State Regulation of Communications and Informatization for 2019.] Kyiv. Available at: [https://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/9088/Zvit\\_2020\\_NKRZI.pdf](https://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/9088/Zvit_2020_NKRZI.pdf) (accessed 10 April 2021).