

УДК 338.47

10.18524/2413-9998/2020.1(44).198365

Н. В. Орлова,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту та інновацій

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,

Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна,

e-mail: nataliaorlova757@gmail.com

А. О. Костюк,

студентка 3 курсу,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,

Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна,

e-mail: 20kostt@gmail.com

КОНКУРЕНТНА СТРУКТУРА РИНКУ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ: ЧИ НЕМИНУЧА ОЛІГОПОЛІЯ?

Метою даного дослідження є вивчення конкурентної структури ринку мобільного зв'язку України. Порядок аналізу передбачає визначення коефіцієнтів ринкової концентрації, структурних (технологічних), стратегічних та адміністративних (регулятивних) бар'єрів для входження в галузь, а також оцінку існуючих проблем на ринку послуг термінації трафіку. Отримані результати служать підставою для вироблення принципів державного регулювання галузевих процесів, яке має спиратися не на короткостроковий результат, а забезпечити досягнення ефективної конкуренції в довгостроковому періоді.

Ключові слова: ринок мобільного зв'язку; мобільні оператори; телекомунікація; абоненти; показники концентрації; бар'єри для входження на ринок.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Технологічний прогрес і розвиток інтернет-технологій дали поштовх зростанню телекомунікаційних та інформаційно-комунікаційних галузей економіки. В умовах сучасних глобалізаційних процесів саме ці галузі забезпечують міжнародну конкурентоспроможність і включають ключові фактори стабільного економічного зростання країни. А це – умова інтеграції України у глобальне інформаційне суспільство. Головним сегментом телекомунікаційної галузі є мобільний зв'язок. Ця сфера активно розвивається як в Україні, так і

в світі в цілому. Розвиток стосується залучення нових технологій, удосконалення послуг, що надаються клієнтам, впровадження нових моментів в системі взаємовідносин операторів з абонентами. Сектор мобільного зв'язку існує в Україні майже тридцять років. За цей період змінювалися ринкові гравці, стратегії їх поведінки, форми державного регулювання цієї сфери діяльності, порядок формування тарифів, принципи відносин з абонентами, рівень конкуренції на ринку. Це дозволяє характеризувати галузь як досить динамічну, тому доречною є необхідність дослідження стану вітчизняного ринку мобільного зв'язку з урахуванням особливостей його розвитку, а також визначення перспектив розвитку мобільного зв'язку за умов зростання ринкової концентрації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В працях вітчизняних вчених містяться дослідження різних аспектів ринку мобільного зв'язку: сучасний стан телекомунікаційного ринку, конкурентна структура ринку мобільного зв'язку, аналіз послуг, що надаються, конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, перспективи та проблеми розвитку, маркетингові стратегії операторів, гармонізація українського законодавства з європейським у частині регулювання ринку мобільного зв'язку. Дослідженням різних аспектів ринку мобільного зв'язку України займаються такі вітчизняні науковці, як В. Болгов, В. Гранатуров, Л. Зубко, Л. Лазоренко, Н. Маргіта, С. Пономаренко, Я. Сапега, С. Усик, О. Цундер та інші.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є аналіз конкурентної структури ринку мобільного зв'язку України з використанням показників ринкової концентрації, бар'єрів входження в галузь і інших проблем, що перешкоджають розвитку ефективної конкуренції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Телекомунікаційні послуги відіграють важливу роль у формуванні інформаційного суспільства. Найбільш динамічним і перспективним сегментом сфери є мобільний зв'язок. Прогресивний розвиток ринку мобільного зв'язку в Україні, обумовлений глобальним розповсюдженням і застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій, який не тільки створює можливість для комфортного спілкування

між абонентами, а й прискорює комунікації між контрагентами, що географічно віддалені один від одного, забезпечує оперативне прийняття управлінських рішень, розвиток економіки. На державному рівні актуальність розвитку українського ринку мобільного зв'язку знайшла своє відображення в Концепції розвитку телекомунікацій України, яка була затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 7 червня 2006 року № 316-р. та в Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні, яка була затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р.

У структурі ВВП України частка доходу від телекомунікаційних послуг постійно збільшується і становить 3.85% за 2018 рік [1]. Стабільно більшу частину надходжень забезпечує дохідний мобільний зв'язок (табл.1).

Таблиця 1

**Динаміка доходу від надання
послуг мобільного зв'язку в Україні, 2014-2018 рр.**

Рік	2014	2015	2016	2017	2018
Дохід від надання послуг мобільного зв'язку, млн грн	31535,9	33187,4	34077,1	35216,6	38521,1
Частка послуг мобільного зв'язку від усього телекомунікаційного доходу, %	60,14	59,37	55,04	53,33	53,09

Джерело: сформовано авторами на основі даних [1].

Ще одним показником розвитку ринку мобільного зв'язку є динаміка кількості абонентів.

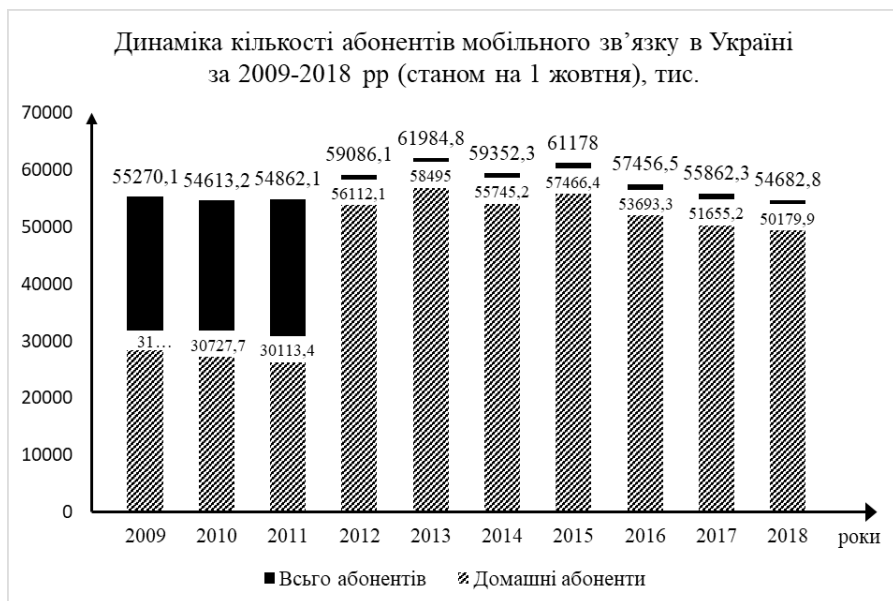


Рис. 1. Динаміка кількості абонентів мобільного зв'язку в Україні (станом на 12 жовтня), тис.

Джерело: сформовано авторами на основі даних [1].

Аналіз розглянутої динаміки дозволяє говорити про позитивне зростання абонентської бази, особливо серед домашніх абонентів (за десятиріччя їх кількість зросла на 59 %). В даний час абонентська база домашніх користувачів майже на 9 млн. осіб більше, ніж загальна чисельність українського населення.

У структурі послуг мобільного зв'язку виділяють 4 основні напрямки:

– 41,9 % – голосова телефонія. Частка цієї послуги з кожним роком зменшується. Один оператор може задовольнити потреби абонента, надаючи стандартний тарифний пакет, це зумовлює відмову від користування двома SIM-картками та скорочення розміру абонентської бази. Користувачі заощаджують на тривалості розмов, адже завжди можна поспілкуватися через мобільний додаток для комунікацій. За останній рік доходи за цією статтею скоротилися на 11,8 %.

– 45,8 % – доступ до Інтернету. Попит постійно збільшується, у 2018 році він вперше склав найбільшу питому вагу у складі доходу. За даними дослідження агентства мобільного маркетингу LEAD9, 91 % українських власників смартфонів вже встановили хоча б один з месенджерів (Viber, FacebookMessenger, Skype, Telegram) [2]. За останній рік доходи за цією статтею зросли на 55,3 %.

– 2,3 % – передача повідомлень, контент-послуг скорочується, необхідність у замовних послугах за кодом (новини, погода, гороскоп, довідка тощо) зникла з використанням мобільного Інтернету, але банки, магазини та інші компанії все ще використовують SMS-повідомлення для сповіщення своїх клієнтів [3];

– 10 % – суміжні послуги: гроші в борг, перенесення невикористаних послуг з попереднього тарифного пакета в поточний, заміна/вибір номера, заміна SIM-картки на новий формат USIM для використання мобільного зв'язку четвертого покоління та ін. [4].

Динаміка всіх видів доходів від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку представлена на рис. 2.

Рівень проникнення мобільного зв'язку становить 129,9 %, через використання споживачами телефонів з двома SIM-картками, що забезпечує мобільним операторам високий рівень прибутку, стійкий попит та місткість ринку. Але з кожним роком кількість абонентів зменшується, наближаючись до природного розміру, тому оператори збільшують свої доходи шляхом підвищення якості послуг (перехід до зв'язку четвертого покоління, використання власних месенджерів та додатків тощо) і відповідно їх вартості. За даними Держстату послуги зв'язку в Україні у 2018 році подорожчали на 15,1 % [1].

Питаннями державного регулювання у сфері зв'язку та інформатизації займається Національна комісія (НКРЗІ), яка була створена Указом Президента України №1067/2011 від 23.11.2011 на виконання Закону України «Про телекомунікації». НКРЗІ проводить аналіз ринків, що мають бути проаналізовані відповідно до статті 116 Угоди про асоціацію між Україною, з однією сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони.



Рис. 2. Динаміка доходів від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку

Джерело: побудовано авторами на основі даних [4].

Оцінку стану економічної конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг Комісія здійснює за трьома критеріями:

1) рівень концентрації ринку (зосередження частки доходів від надання послуг на ринку послуг у окремої кількості операторів, провайдерів таких послуг);

2) наявність значних (високих та постійних) бар'єрів для входження на ринок послуг інших операторів, провайдерів телекомунікацій;

3) наявність проблем, що існують на ринках телекомунікаційних послуг, щодо регулювання взаємодії операторів телекомунікацій при взаємоз'єднанні телекомунікаційних мереж та наданні телекомунікаційних послуг, які не можуть бути вирішені у повному обсязі лише із застосуванням законодавства про захист економічної конкуренції [4].

Основними компаніями, які працюють сьогодні на ринку мобільного зв'язку України, є три підприємства: ПрАТ «Київстар», ПрАТ «ВФ Україна» та ТОВ «Lifecell». Частка основних телекомунікаційних компаній за доходом від наданих послуг мобільного зв'язку в 2018 році становить 98,8 % (рис. 3).



Рис. 3. Структура ринку мобільно зв'язку за доходом від наданих послуг в 2018 році

Джерело: побудовано авторами на основі даних [1; 3; 5; 6; 7].

Інші оператори, такі як ТОВ «Інтертелеком», ПрАТ «Телесистеми України» (TM PEOPLE net), ТОВ «ТриМоб» надають свої послуги в окремих регіонах України та займають незначну частку в порівнянні з провідними ринковими гравцями.

Особливості послуг, що надаються фірмами нової економіки, вимагають розгляду питання ринкової концентрації не тільки з позиції частки в загальному обсязі отриманого доходу, а й з точки зору абонентської бази. За даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, кількість активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі рухомого (мобільного) зв'язку на кінець 2018 року склала 54 007 тис. од. Серед компаній «великої трійки» вона розподілялася таким чином: «Київстар» – 26,4 млн (48,9 %), «ВФ Україна» – 19,7 млн (36,5 %) та “Lifecell” – 7,3 (13,5 %). Частка активних користувачів послуг цих трьох компаній становить 98,9 % від загального обсягу. Таким чином, дані про розподіл ринкових часток і ступеня контролю над ринком практично збігаються за обома показниками дослідження. Індекс ринкової концентрації CR, який розраховується за показниками доходу суб'єктів ринку, що мають найбільші частки на певному ринку послуг пропуску трафіка, характеризує галузь як висококонцентровану (для висококонцентрованого ринку $70\% < CR < 100\%$).

Іншим показником оцінки ринкової концентрації і ступеня монополізації галузі, що враховує нерівномірність розміру фірм, є індекс Герфіндала – Гіршмана (ННІ), який являє собою суму квадратів ринкових часток усіх компаній галузі.

$$HHI = \sum_{i=1}^k Vi^2 \quad (1)$$

де Vi – ринкова частка операторів.

У 2018 році ННІ склав 3847,06. Якщо цей показник знаходиться в інтервалі $2000 < HHI < 10000$, ринок класифікується як висококонцентрований.

Описана внутрішня структура ринку мобільного зв'язку України дозволяє характеризувати його як олігополістичний, при якому

ринкова пропозиція представлена невеликою кількістю порівняно великих підприємств, що виробляють однорідну продукцію. Особливість олігополії, як типу організації ринкової структури, полягає в загальній взаємозалежності поведінки підприємств - продавців. Тому олігополії подібні учасникам рефлексивної гри, в якій ролі і правила генеруються учасниками безпосередньо по ходу ігрової дії, а за ходом одного з них завжди підуть відповідні дії інших.

Такі характерні риси ринку мобільного зв'язку дозволяють віднести його до тих галузей, на яких використовуються згідно антимонопольно-конкурентного права Європейського Союзу, України та інших держав методи попереднього (ex ante) та подальшого (ex post) регулювання. Потреба у попередньому регулюванні ринку телекомунікацій пов'язана зі специфікою цієї сфери, бо реалізація принципів ефективної конкуренції тут неможлива лише на базі норм антимонопольного законодавства. Ця форма регулювання використовується для попередження небажаного розвитку ринку.

Згідно «Порядку проведення аналізу ринків певних телекомунікаційних послуг та визначення операторів, провайдерів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках таких послуг», якщо за критерієм рівня концентрації ринок сприятливий до застосування попереднього регулювання, то є необхідність визначення наявності структурних (технологічних), стратегічних та адміністративних (регулятивних) бар'єрів для входження на ринок.

1. Структурні (технологічні) бар'єри пов'язані зі специфікою технології, структурою супутніх витрат та рівнем попиту. Вони виникають внаслідок високого рівня мінімально ефективного об'єма послуг через значну економію на масштабі та на різноманітності послуг. Тому собівартість одиниці товару у оператора, провайдера з розвиненою мережею нижче собівартості одиниці товару в невеликій мережі. Використання методів цінової конкуренції для нових операторів, що входять на ринок і прагнуть досягнути збільшення своєї ринкової частки, призведе до низької маржинальності бізнесу та неможливості відшкодування постійних витрат.

Ринок мобільного зв'язку характеризується високою капіталомісністю, що пов'язано з необхідністю великих витрат на отримання ліцензії та інфраструктури.

мання ліцензії доступу до радіочастот, на створення та підтримку циклу проектування, впровадження та експлуатації послуг зв'язку, на створення мережі базових станцій для забезпечення достатнього рівня покриття, на дослідження і матеріально-технічне забезпечення. Крім того, з огляду на світ телекомунікацій, що стрімко розвивається, стандартними послугами зв'язку важко тривалий час утримувати свої позиції на ринку, тому актуальним є питання постійної диверсифікації послуг, розширення їх спектру, що надаються в формі зв'язку і сервісів цільовим сегментам ринку.

Масштабні проекти і нововведення прямо залежать від залученого капіталу. Власниками трьох головних провайдерів українського мобільного зв'язку є іноземні компанії («Альфа-Групп», Bакcell, Turkcell), які забезпечують значні фінансові інвестиції та технічний розвиток галузі. Іншим компаніям, що знаходяться у власності українських осіб і держави, важко конкурувати з лідерами за фінансовими можливостями розвитку.

Так вартість ліцензій, виданих Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, на користування радіочастотним ресурсом України для впровадження 4G коштувало українським операторам 7890 млн грн. Для зв'язку четвертого покоління використовують частоти в діапазоні 2510-2690 МГц, що забезпечує високу швидкість сигналу, але зменшує дальність покриття – додаткові витрати для компаній. Тому оператори перейшли від цінової конкуренції до предметної конкуренції контент-пропозицій. Запровадження пакетів послуг з фіксованою платою, які передбачають надання послуг мобільного телефонного зв'язку, у тому числі фіксованої кількості хвилин на дзвінки іншим операторам, що входять до вартості пакету послуг із включенням до них послуг доступу до мережі Інтернет та міжнародного телефонного зв'язку тощо [4]. Оператор Lifecell пропонує своїм абонентам створювати абонентам індивідуальні тарифи, враховуючи власні потреби та платоспроможність [6].

Сьогодні Київстар має власний п'ятирічний план розвитку, який передбачає забезпечення інтернетом 80 % населення країни. На думку фахівців, ці цифри цілком можуть досягти 90 %. Для реалізації планів буде інвестовано 3-5 млрд гривень.

2. Стратегічні бар'єри існують через тривалі господарські зв'язки провідних суб'єктів господарювання з постачальниками і покупцями, довгострокові угоди щодо постачання даної послуги тощо. У цьому випадку структура ринку послуги термінації трафіку вказує на неможливість ефективної конкуренції у відповідній перспективі. Значну роль тут відіграє і ступінь лояльності клієнтів до свого мобільного оператора, час виходу на ринок.

Наприклад, компанія lifecell історично має менше абонентів ніж лідери, бо почала працювати на українському ринку у 2005 році, коли ринок фактично вже був поділений між двома операторами (компанія «ВФ Україна» почала надавати послуги з 1993 року, «Київстар» – з 1997 року). Надалі існувало багато інших дрібних операторів, які або зникли з ринку, або фактично перестали надавати послуги, хоча номінально ще існують.

Існування в тарифних пакетах умови «нуль всередині мережі» спонукає абонентів до спілкування із абонентами свого ж оператора. Тому більш велика абонентська база великих операторів побічно сприяє залученню нових клієнтів. Цей ефект «ефект пов'язаності», так званий club effect, проявляється і в поведінці абонентів, які свідомо і довготривало користуються послугами двох різних операторів [9].

Позитивною зміною на ринку мобільного зв'язку України, яка відповідає європейським тенденціям та могла б сприяти розвитку внутрішньої конкуренції, є впровадження послуги MNP – Mobile Number Portability – перенесення телефонних номерів. Це означає, що при переходу до іншого мобільного оператора всі цифри абонентського номера, разом з кодом, залишаються без змін. Тепер збереження номера при зміні оператора - це законне право споживачів і ознака здорової конкуренції на ринку мобільного зв'язку. Дана послуга діє в Україні з 1 травня 2019 року і здійснюється безкоштовно протягом трьох днів.

Детальна статистика в системі «донор – отримувач» станом на 4 листопада 2019 року відображена на рис. 4.

	Донор					Всього перенесено до:
	ПрАТ «ВФ Україна»	ПрАТ «Київстар»	ТОВ «Інтертелеком»	ТОВ «лайфселл»	ТОВ «ТриМоб»	
Отримувач						
ПрАТ «ВФ Україна»		6 514	12	2 093	116	8 735
ПрАТ «Київстар»	7 987		0	3 288	145	11 420
ТОВ «Інтертелеком»	68	64		21	2	155
ТОВ «лайфселл»	4 118	4 989	27		145	9 279
ТОВ «ТриМоб»	318	230	8	83		639
Всього перенесено від:	12 491	11 797	47	5 485	408	30 228

Рис. 4. Статистика перенесення номера при зміні оператора (MNP) в Україні

Джерело: [10].

Аналіз результатів реалізації даної послуги за 2019 рік показує, що за цей період українці перенесли 37,5 тисячі мобільних номерів. Ця, безумовно, необхідна послуга, ніяк не впливає на конкурентну структуру ринку. Тим більше, що дані переміщення стосуються в основному абонентів фірм-лідерів, а сам баланс даного переміщення в рамках конкретних фірм занадто незначний.

3. Адміністративні (регулятивні) бар'єри впливають із законодавчих, нормативних або регулювальних вимог, що здійснюють безпосередній вплив на умови входження на ринок, зокрема, обмежена кількість дозволів на використання номерного ресурсу; заходи щодо контролю за цінами тощо.

Згідно Ліцензійних умов здійснення діяльності з надання послуг мобільного зв'язку, суб'єкти господарювання обов'язково повинні мати ліцензію на здійснення відповідного виду діяльності в сфері телекомунікацій, на користування радіочастотним ресурсом України та відповідні дозволи на експлуатацію радіоелектронних засобів.

В тому випадку, якщо заявлена потреба в радіочастотному ресурсі України перевищує його фактичну наявність, то смуги, номінали радіочастот надаються в користування виключно на конкурсних або тендерних засадах відповідно до вимог закону.

Останнім кроком аналізу конкурентного середовища на ринку мобільного зв'язку виступає оцінка наявності проблем, що існують на ринку послуг термінації трафіку.

У відносинах між операторами можуть виникати ситуації, коли вони не в змозі досягнути взаємоузгоджених позицій щодо економічних умов договору про взаємоз'єднання мереж. Актуальною проблемою для українського ринку є обмеження конкуренції шляхом встановлення великими операторами необґрунтовано завищених цін на дзвінки на інші мережі. НКРЗІ не має повноважень регулювати ринки, крім оптового ринку термінації трафіку, відсутня процедура усунення такого зловживання великими гравцями [11].

Завищення цін дзвінків на інші мережі домінуючими операторами через club effect, про що писалося вище, призводить до витіснення інших гравців ринку. Завищення вартості дзвінка на інші мережі обмежує можливість абонента змінити оператора, навіть при наявності привабливішої пропозиції. Це, безумовно, йде в розріз з принципами розвитку ефективної конкуренції та свободи вибору споживача.

В результаті виникає небезпека цілісності функціонування телекомунікаційної мережі загального користування, що перешкоджає повсюдному поширенню надання телекомунікаційних послуг та задоволенню попиту споживачів на послуги достатнього асортименту, обсягу та якості.

Ці проблеми не можуть бути вирішені в повному обсязі із застосуванням законодавства про захист економічної конкуренції, бо факти зловживання монопольним (домінуючим) становищем, які призвели до усунення чи обмеження конкуренції або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів, підпадають під принципи регулювання ex-post, які стосуються подій, що вже відбулися і не впливають на поточний стан ринку.

З точки зору спеціалістів [12], для усунення цієї проблеми необхідні заходи, які використовуються в ЄС, а саме:

- визначення тарифів термінації трафіку на рівні собівартості. Зараз ці такси у три-чотири рази вищі, ніж собівартість;
- надання НКРЗІ у разі виявлення проблем на телекомунікаційних ринках можливості їх усунення шляхом накладання регуляторних зобов'язань. Ця норма відповідає імплементації директив ЄС, що передбачені Угодою про асоціацію.

Проте, очевидно, що реалізація таких заходів йде в розріз з інтересами великих операторів, впливаючи на чисельність абонентської бази і формуючи умови посилення конкуренції на ринку.

Висновки та пропозиції. За результатами оцінки стану економічної конкуренції на ринку послуг мобільного зв'язку можна зробити наступні висновки.

1. Ринок мобільного зв'язку України розвивається швидкими темпами, оператори мобільного зв'язку адаптують національний ринок до сучасних реалій: враховують зміни потреб споживачів та впроваджують світові тенденції телекомунікаційних послуг у галузі зв'язку.
2. Показники ринкової концентрації свідчать про його олігополістичну структуру з істотним переважанням двох фірм. Ця структура носить стійкий характер і останні роки позиції фірм-лідерів тільки зміцнюються.
3. Аналіз структурних (технологічних), стратегічних та адміністративних (регулятивних) бар'єрів для входження на ринок показує, що їх подолання з урахуванням високотехнологічної характеристики галузі і високого рівня мінімально ефективного обсягу випуску можливо для обмеженого числа фірм. Наявність «ефекту пов'язаності» створює додаткові переваги для провідних фірм і, по суті, стає реальним бар'єром для невеликих операторів.
4. Технологічні особливості ринку мобільного зв'язку обумовлюють той факт, що надмірна конкуренція може призвести до скорочення маржинальності бізнесу, зниження інвестиційних можливостей операторів і галузі в цілому і гальмування процесу галузевого розвитку.
5. Використання державних регуляторних механізмів щодо зниження рівня концентрації галузі мобільного зв'язку не відповідає довгостроковим цілям підвищення ефективності. Регулювання повинно бути спрямоване не на цінову, а на продуктову конкуренцію. Тому необхідно визнати об'єктивність високого рівня галузевої концентрації і забезпечувати створення рівних умов для всіх учасників ринку і правил щодо недопущення зловживання монополюним становищем лідерами ринку.

Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України: статистична інформація. Ukrstat. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 21.01.2020).
2. Стільниковий зв'язок у розрізі. На чому заробляють мобільні оператори. Мобільний зв'язок України. URL: <https://mzu.in.ua/category/news/> (дата звернення: 22.01.2020).
3. Офіційний сайт ПрАТ «Київстар». Kyivstar. URL: <https://kyivstar.ua/uk/mm> (дата звернення: 24.02.2020).
4. Звіт про роботу НКРЗІ за 2018 рік. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. URL: <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=34&id=8484&language=uk> (дата звернення: 21.01.2020).
5. Офіційний сайт ПрАТ «ВФ Україна». Vodafone. URL: <https://www.vodafone.ua/uk> (дата звернення: 22.01.2020).
6. Офіційний сайт ТОВ «Лайфселл». Lifecell. URL: <https://www.lifecell.ua/uk> (дата звернення: 22.01.2020).
7. Офіційний сайт ТОВ «ТриМоб». 3mob. URL: <http://3mob.ua/> (дата звернення: 22.01.2020).
8. Про затвердження Порядку проведення аналізу ринків певних телекомунікаційних послуг та визначення операторів, провайдерів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках таких послуг: Рішення НКРЗІ від 11.12.2018 № 640. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0054-19> (дата звернення: 23.01.2020).
9. G-Еволюція мобільного зв'язку в Україні – зради та перемоги. URL: <https://voxukraine.org/uk/connector/g-evolyutsiya-mobilnogo-zv-yazku-v-ukrayini-zradi-ta-peremogi/> (дата звернення: 23.01.2020).
10. Послуга збереження номера: стало відомо, скільки українців змінили мобільного оператора. URL: https://www.unian.ua/economics/telecom/10812500-posluga-zberezhennya-nomera-stalo-vidomo-skilki-ukrajinciv-zminili-mobilnogo-operatora.html?_ga=2.61707496.51520233.1582986504-1490027928.1581453511 (дата звернення: 25.01.2020).
11. Результати аналізу ринку послуг термінації голосового трафіку на телефонних мережах рухомого (мобільного) зв'язку телекомунікаційної мережі загального користування/ Додаток до рішення НКРЗІ від 01.10.2019 № 455. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/fn055446?an=11>. (дата звернення: 23.01.2020).
12. Шпаргалка для Федорова: що заважає працювати «Київстар», «Ланету», «Дататруп» та іншим. Яких покращень ринок очікує від нової влади. URL: <https://mind.ua/publications/20201781-shpargalka-dlya-fedorova-shcho-zavazhae-pracyuvati-kiyivstar-lanetu-datagrup-ta-inshim> (дата звернення: 26.01.2020).

Стаття надійшла 28.01.2020 р.

Н. В. Орлова,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента и инноваций

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,

Французский бульвар, 24/26, г. Одесса, 65058, Украина,

e-mail: nataliaorlova757@gmail.com

А. А. Костюк,

студентка 3 курса,

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,

Французский бульвар, 24/26, г. Одесса, 65058, Украина,

e-mail: 20kostt@gmail.com

КОНКУРЕНТНАЯ СТРУКТУРА РЫНКА МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ УКРАИНЫ: НЕМИНУЕМА ЛИ ОЛИГОПОЛИЯ?

Целью данного исследования является изучения конкурентной структуры рынка мобильной связи Украины. Порядок анализа предполагает определение коэффициентов рыночной концентрации, структурных (технологических), стратегических и административных (регулятивных) барьеров вхождения в отрасль, а также оценку существующих проблем на рынке услуг терминирования трафика. Полученные результаты служат основанием для выработки принципов государственного регулирования отраслевых процессов, которое должно опираться не на краткосрочный результат, а обеспечить достижение эффективной конкуренции в долгосрочном периоде.

Ключевые слова: рынок мобильной связи; мобильные операторы; телекоммуникация; абоненты; показатели концентрации; барьеры вхождения на рынок.

N. V. Orlova,

PhD in Economics,

associate professor

of Management and Innovation Department,

Odessa I. I. Mechnikov National University

24/26 Frantsuzkyi bulvar, Odessa, 65058, Ukraine

e-mail: nataliaorlova757@gmail.com

A. A. Kostiuk,

student of 3rd course,

Odessa I. I. Mechnikov National University

24/26 Frantsuzkyi bulvar, Odessa, 65058, Ukraine

e-mail: 20kostt@gmail.com

COMPETITIVE STRUCTURE OF UKRAINIAN MOBILE COMMUNICATION MARKET: IS OLIGOPOLY UNAVOIDABLE?

The purpose of this research is to study the competitive structure of the Ukrainian mobile communications market. The order of analysis involves the determination of market concentration coefficients, structural (technological), strategic and administrative (regulatory) barriers to entry into the industry, as well as an assessment of existing problems in the market for traffic termination services. The technological features of the mobile market cause the fact that excessive competition can lead to a decrease in business margins, reduce the investment opportunities of operators and the industry as a whole and slow down the process of industry development.

The obtained results serve as a basis for elaboration of principles of state regulation of branch processes. The use of state regulatory mechanisms to reduce the concentration of the mobile communications industry does not meet the long-term goals of improving efficiency. Regulation should be directed not at price but at product competition. Therefore, it is necessary to recognize the objectivity of a high level of industry concentration and to ensure the creation of a level playing field for all market participants and rules to prevent monopoly abuse by market leaders.

Key words: mobile communications market; mobile operators; telecommunications; subscribers; concentration indicators; barriers to entry into the market.

References

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: statystychna informatsiya. Ukrstat [State statistics service of Ukraine: statistical information. Ukrstat]. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
2. Stilnykovyy zvyazok u rozrizi. Na chomu zaroblyayut mobilni operatory. Mobilnyy zvyazok Ukrainy [Cellular communication in section. What mobile operators earn. Mobile communication of Ukraine]. Retrieved from <https://mzu.in.ua/category/news/> [in Ukrainian].
3. Ofitsiynyi sayt PrAT «Kyivstar». Kyivstar [Official site of Kyivstar Private JSC. Kyivstar]. Retrieved from <https://kyivstar.ua/uk/mm> [in Ukrainian].
4. Zvit pro robotu NKRZI za 2018 rik. Natsionalna komisiya, shcho zdiysnyuye derzhavne rehulyuvannya u sferi zvyazku ta informatyzatsiyi [NCCRI performance report for 2018. National Commission for the State Regulation of Communications and Informatization]. Retrieved from <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=34&id=8484&language=uk> [in Ukrainian].
5. Ofitsiynyi sayt PrAT «VF Ukrainya». Vodafone [Official site of Private JSC “VF Ukraine”. Vodafone]. Retrieved from <https://www.vodafone.ua/uk> [in Ukrainian].
6. Ofitsiynyi sayt TOV «Laifsell». Lifecell [The official site of Lifecell LLC. Lifecell]. Retrieved from <https://www.lifecell.ua/uk> [in Ukrainian].
7. Ofitsiyyny sayt TOV «TryMob». 3mob [Official site of TriMob LLC. 3mob]. Retrieved from <http://3mob.ua/> [in Ukrainian].

8. Pro zatverdzhennya Poryadku provedennya analizu rynkiv pevnykh telekomunikatsiynykh posluh ta vyznachennya operatoriv, provayderiv telekomunikatsii z istotnoyu rynkovoyu perevahoyu na rynkakh takykh posluh/ Rishennya NKRZI vid 11.12.2018 № 640 [On approval of the procedure for conducting market analysis of certain telecommunication services and identification of operators, providers of telecommunications with significant market advantage in the markets of such services / NCCRC Decision No. 640 of 11.12.2018]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0054-19> [in Ukrainian].
9. G-Evolutsiya mobilnoho zvyazku v Ukraini – zrada ta peremohy [G-Evolution of mobile communications in Ukraine - betrayal and victory]. Retrieved from <https://voxukraine.org/uk/connector/g-evolyutsiya-mobilnogo-zv-yazku-v-ukrayini-zradi-ta-peremogi/> [in Ukrainian].
10. Posluha zberezhennya nomera: stalo vidomo, skilky ukrajintsiiv zminyly mobilnoho operatora [Number storage service: it became known how many Ukrainians changed their mobile operator]. Retrieved from https://www.unian.ua/economics/telecom/10812500-posluga-zberezhennya-nomera-stalo-vidomo-skilki-ukrajinciv-zminili-mobilnogo-operatora.html?_ga=2.61707496.51520233.1582986504-1490027928.1581453511 [in Ukrainian].
11. Rezultaty analizu rynku posluh terminatsiyi holosovoho trafiku na telefonnykh merezhakh rukhomoho (mobilnoho) zvyazku telekomunikatsiynoyi merezhi zahalnoho korystuvannya/ Dodatok do rishennya NKRZI vid 01.10.2019 № 455 [Results of the analysis of the market of voice traffic termination services on telephone networks of mobile (mobile) telecommunication network of public use / Addendum to NCCRC Decision No 455. 01.10.2019]. Retrieved from <https://ips.ligazakon.net/document/view/fn055446?an=1> [in Ukrainian].
12. Shparhalka dlya Fedorova: shcho zavazhaye pratsyuvaty «Kyivstar», «Lanetu», «Datahup» ta inshym. Yakykh pokrashchen rynek ochikuye vid novoyi vlady [Cheat sheet for Fedorov: what prevents Kyivstar, Lanet, Datagroup and others from working. What improvements the market expects from the new government]. Retrieved from <https://mind.ua/publications/20201781-shpargalka-dlya-fedorova-shcho-zavazhae-pracyuvati-kiyivstar-lanetu-datagrup-ta-inshim> [in Ukrainian].