

*В. В. Хрустальова,
к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії та конкурентної політики,
Київський національний торговельно-економічний університет
Є. В. Кононенко,
здобувач освітнього ступеня "Магістр" за спеціальністю "Управління в сфері економічної
конкуренції", Київський національний торговельно-економічний університет*

DOI: 10.32702/2306-6814.2019.1.37

РИНОК ПОСЛУГ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

V. Khrustalova,
associate Professor of economic theory and competition policy
in Kyiv National University of Trade and Economic, associate professor, candidate of economic sciences
E. Kononenko,
Student of educational degree "Master" in specialty "Management in the field of economic competition",
Kyiv National University of Trade and Economics

MARKET OF MOBILE COMMUNICATION SERVICES OF UKRAINE: TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Предметом дослідження є сучасний стан розвитку ринку послуг мобільного зв'язку України, що є одним із ключових факторів національної безпеки та конкурентоспроможності країни. У статті висвітлено основні тенденції розвитку вітчизняного ринку. Розкрито особливості розвитку телекомунікаційних послуг у контексті глобалізації. Встановлено, що на ринку послуг рухомого зв'язку існує ймовірність дуополії за рахунок зростання часток двох найбільших операторів телекомунікацій. Обґрунтовано об'єктивну необхідність застосування інструментів регуляторної політики та її вплив на ефективний розвиток ринку мобільного (рухомого) зв'язку та телекомунікаційної галузі в цілому.

За результатами дослідження визначено перспективні напрями розвитку ринку рухомого (мобільного) зв'язку в умовах високої ринкової концентрації враховуючи фактор існування економічно та технологічно виправданих бар'єрів входу.

The subject of the research is the current state of development of the Ukrainian mobile communication services market and its organizational structure. The article highlights the main tendencies of the development of the domestic market, identifies the main players in the market, analyzes the level of competition, examines the main tools of competition. The Ukrainian mobile communications market has reached its level of saturation, which greatly enhances the significance and role of competitive tools used by mobile operators. The peculiarity of this market, above all, is that price competition goes back to the background and inferior to the innovation and diversification

of the package of services offered by communication operators. The text format of communication is more in demand among business users. This tendency stimulates mobile operators to develop their own communication platforms in order to maintain the current level of consumption of traffic by subscribers or even increase its level. The peculiarities of development of telecommunication services in the context of globalization and rapid development of the telecommunication world are revealed. It has been established that there is a number of problems in the mobile communication market, including the probability of collective dominance, namely the duopoly of the two largest Ukrainian operators, which often leads to unjustified high tariffs. Among the main reasons for such a situation on the market, there are a number of barriers to entering this market, such as the need to obtain a license for access to radio frequencies and high capital intensity. The objective necessity of the regulatory policy and its influence on the effective development of the mobile communication market and the telecommunication industry as a whole are substantiated.

According to the results of the research, the prospective directions of the market development of mobile communications in the conditions of high concentration are determined, among which: expansion of the powers of regulatory bodies in the field of telecommunications, adaptation of Ukrainian legislation to the European one, stimulation of access to the market of virtual operators and introduction of services of portability of numbers.

Ключові слова: мобільний (рухомий) зв'язок, вітчизняний ринок, ключові гравці, віртуальний оператор, ринкова концентрація, диверсифікація пакету послуг, недобросовісна конкуренція.

Key words: mobile (mobile) connection, domestic market, key players, virtual operator, market concentration, diversification of services package, unfair competition.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Зв'язок є важливим стратегічним ресурсом будь-якої держави як у контексті національної безпеки, так і в контексті конкурентоспроможності країни на світовій арені. Найвагомішим сегментом телекомунікаційної галузі є якраз мобільний зв'язок, який генерує найбільшу частку доходу в галузі. Проте український ринок рухомого зв'язку значно відстає в розвитку від світових тенденцій та набирає обертів щодо зростання концентрованості ринку. Така ситуація вимагає дослідження стану вітчизняного ринку з урахуванням усіх особливостей розвитку та факторів, що спричиняють його, а також визначення перспектив розвитку мобільного (рухомого) зв'язку за умов зростання ринкової концентрації.

ОСТАННІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПУБЛІКАЦІЇ З ПРОБЛЕМИ

Питання розвитку телекомунікаційної галузі розглядаються вітчизняними вченими та дослідниками, серед яких: Л. Зубко [2], Л. Лазоренко [4], В. Загорулько, В. Болгов, М. Рязанов, Н. Маргіта, О. Карпій, І. Судук, А. Бойко та інші.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження особливостей розвитку вітчизняного ринку мобільного зв'язку та визначення перспектив подальшого функціонування в умовах зростання концентрації на ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У період глобалізації всіх сфер людського життя та безперервного інноваційного розвитку, одним із пріоритетних напрямків економічного зростання будь-якої країни є розвиток телекомунікаційної галузі. Закон України "Про телекомунікації" визначає телекомунікації як передавання, випромінювання та або приймання знаків, сигналів, письмового тексту, зображень та звуків або повідомлень будь-якого роду по радіо, проводових, оптичних або інших електромагнітних системах. Основними сегментами на ринку телекомунікацій залишаються рухомий (мобільний) зв'язок, телефонний фіксований зв'язок та послуги доступу до мережі Інтернет, спільна частка яких у загальних доходах від надання телекомунікаційних послуг за підсумками I півріччя 2018 року складає 85 % [3]. Слід зазначити, що найвагомішу

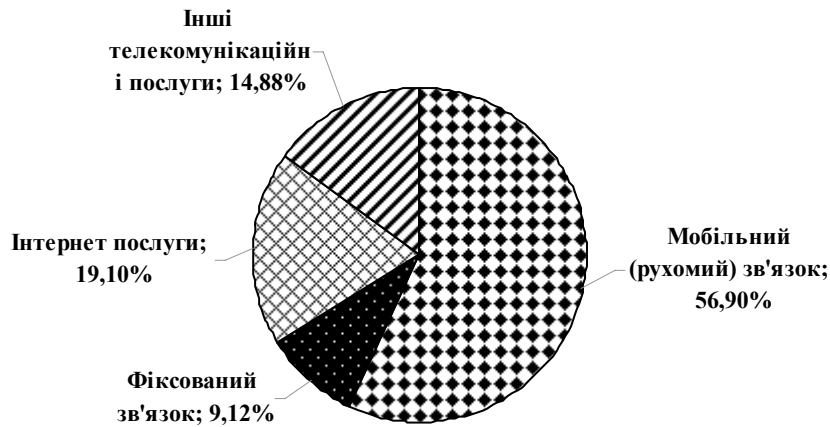


Рис. 1. Розподіл доходів від різних телекомунікаційних послуг України за 1 півріччя 2018 р.

Джерело: [3].

частку (майже 57 %) серед усіх видів телекомунікаційних послуг складає мобільний (рухомий) зв'язок (рис. 1). На сьогодні зона покриття мобільним зв'язком займає близько 98 % території України.

Коефіцієнт проникнення, або забезпеченості населення рухомим (мобільним) зв'язком на 100 жителів у середньому по Україні становить 130, 2 % станом на 01.07.2018 [7]. Для порівняння в 2010 року цей показник досягнув позначки 111% (у розвинених країнах Європи даний коефіцієнт останні роки знаходиться на рівні 150%). За даними державної служби статистики України найнижчі показники забезпеченості населення мобільним зв'язком на 100 жителів спостерігаються у Тернопільській області 86,1 та Хмельницькій області 86,9, водночас, найбільші показники забезпеченості у м. Києві 229,8 та Харківській області — 163,2. Абонентська база налічує близько 55 028,5 тис. осіб, в той час коли чисельність населення нашої країни становить 42 386, 4 тис. осіб. Така ситуація пояснюється схильністю абонентів користуватися послугами відразу декількох операторів, наприклад, мати одночасно дві сім-карти різних операторів, або ж одну як основну, а іншу для роботи.

Кількість абонентської бази мобільного зв'язку може зрости за рахунок реалізації нової для України, але давно вже популярної серед розвинених країни послуги переносимості телефонних номерів (MNP), тобто можливості абоненту переходити від одного оператора до іншого, не змінюючи свій номер. Ще однією при-

чиною на користь MNP можна вважати насичення ринку та спад конкурентної боротьби. Послуга MNP повинна загострити ринкову боротьбу, адже в різних країнах існує різний відсоток мобільних користувачів, які незадоволені рівнем обслуговування у своїй мережі. І з задоволенням змінили би оператора, однак не хочуть змінювати дійсний номер.

Мобільний зв'язок окрім голосової телефонії (дзвінки в мережі та поза мережею) включає в себе також послуги передачі текстових і мультимедійних повідомлень (SMS, MMS), передачу даних та Інтернет (вузькосмуговий доступ) а також роумінг (вихідний та вхідний). За останні роки спостерігається тенденція до зниження використання послуг телефонії та передачі текстових і мультимедійних повідомлень (табл. 1). Очевидно, що з розвитком нових технологій, появою безлічі месенджерів, а сам: Viber, Telegram і т.д., раніше звичні для абонента послуги стають деякою мірою застарілими та незручними в користуванні. Абоненти поступово відмовляються від текстових повідомлень на користь голосових. Текстовий формат комунікації більшою мірою залишається затребуваний серед бізнес користувачів. Така тенденція стимулює мобільних операторів до розробки власних платформ для спілкування з метою втримання поточного рівня споживання трафіку абонентами або навіть збільшення його рівня [5]. Такі платформи реалізували дві компанії Київстар (месенджер Veon) та Lifecell (BIP), однак, видимих результатів у вигляді зростання доходів від використання цих платформ це

Таблиця 1. Динаміка структури доходів від надання послуг мобільного зв'язку

Доходи від рухомого (мобільного зв'язку)	I півріччя 2017	I півріччя 2018	Темпи зростання/ зменшення, %	Абсолютна зміна, млн грн
Голосова телефонія	7028, 8	6408, 6	91, 2	-620, 2
Передача текстових і мультимедійних повідомлень	377, 0	367, 4	97, 5	-9,6
Передача даних та Інтернет (вузькосмуговий доступ)	2478, 3	3786, 3	152, 8	1308, 0
Роумінг (вихідний та вхідний)	412, 8	577, 0	139, 8	164, 2

Джерело: [2].

Таблиця 2. Розподіл ринкових часток між операторами мобільного зв'язку України

Оператор	Частка ринку за доходом, % 2016 рік	Частка ринку за доходом, % за 2017 рік
ПрАТ «Київстар»	44,0	49,0
ПрАТ «ВФ Україна»	36,0	37,6
ТОВ «Лайфселл»	16,9	15,0

не принесло, оскільки для того, щоб абоненти почали використовувати нові месенджери, треба надати їм додаткових переваг (можливість використання функцій месенджера за різних потреб) в порівнянні з уже існуючими, а на це затребується багато часу та ресурсів. Тим самим із прийняттям рішення про скасування додаткової плати за роумінг в межах ЄС, попит на дану послугу також показує позитивну тенденцію до зростання за останній рік.

На сьогоднішній день український ринок рухомого зв'язку досягнув рівня своєї насиченості, що надзвичайно посилює значущість і роль конкурентних інструментів, які застосовують мобільні оператори. Особливістю цього ринку, перш за все, є те, що цінова конкуренція відходить на задній план і поступається інноваційності та диверсифікованості пакету послуг, що пропонується операторами зв'язку. Основними гравцями на ринку послуг мобільного зв'язку України є ПрАТ "Київстар", ПрАТ "ВФ Україна", ТОВ "Лайфселл", ТОВ "Інтертелеком", ПрАТ "Телесистеми України" та ТОВ "ТриМоб". Очевидно, що попри те, що на ринку офіційно діють декілька операторів мобільного зв'язку, основну пропозицію забезпечують лише три: ПрАТ "Київстар", ПрАТ "ВФ Україна" та ТОВ "Лайфселл" (табл. 2), інші оператори, а саме: ТОВ "Інтертелеком", ТОВ "Телесистеми України" (ТМ PEOPLE net), ТОВ "ТриМоб" та ЛусаMobile надають свої послуги в окремих регіонах України, та займають незначну частку в порівнянні з провідними гравцями. Останній — "найбільший віртуальний оператор світу" не має власної інфраструктури, а орендує її у мобільних операторів (на українському ринку ЛусаMobile діє на базі ТОВ "ТриМоб") і надає послуги під власним брендом [6]. Закордоном практика діяльності таких MVNO (Mobile Virtual Network Operator) є дуже поширеною, в той час як досвід вітчизняного ринку показує, що віртуальний оператор не здатен скласти конкуренції для вже сформованої трійки лідерів. Враховуючи той факт, що на сьогоднішній день ліцензію на використання 1800 частот запуску технології 4G придбали тільки Київстар, ВФ Україна та Лайфселл, можна говорити про захоплення 100 % ринків в межах даної технології. Придбання ліцензії на 1800 радіочастоти обійшлася компаніям в кілька мільярдів гривень, і хоча частина лотів була виставлена на вільні торги, в кінцевому рахунку за них торгувалися дві компанії: Київстар та ВФ Україна. Змагання за додаткові радіочастоти пояснюється тим, що чим їх більше, тим ширше покриття можна забезпечити за допомогою меншої кількості обладнання.

Очевидно, що ринок послуг мобільного зв'язку України є висококонцентрованим (Індекс Херфіндала-Хіршмана (ННІ), розрахований як сума квадратів часток суб'єктів на ринку = 0,4), при чому ринкові частки

ПрАТ "Київстар" та ПрАТ "ВФ Україна" показують позитивну тенденцію, на відміну від ТОВ "Лайфселл", частка якого за останній рік зменшилася майже на 2 %. Таке значення показника свідчить про ймовірну монополізацію ринку, в нашому випадку існування дуополії. Серед основних причин такого положення на ринку, варто відзначити наявність низки бар'єрів для входження на цей ринок.

Бар'єрами входу на ринок рухомого (мобільного) зв'язку перш за все є необхідність отримання ліцензії доступу до радіочастот, також сюди слід віднести високу капіталомісткість діяльності з надання послуг мобільного зв'язку, тобто необхідність величезних витрат на створення мережі базових станцій для забезпечення достатнього рівня покриття. Враховуючи стрімко розвиваючий світ телекомунікацій, стандартними послугами зв'язку важко тривалий час втримувати свої позиції на ринку, тому ще одним бар'єром для нових операторів на сьогодні є необхідність у постійній диверсифікації послуг.

Сьогодні оператори рухомого (мобільного) зв'язку виходять на ринки надання фінансових послуг шляхом забезпечення власним абонентам можливості користування електронними платіжними системами. Але це не єдині послуги, якими оператори можуть привабити нових клієнтів. В арсеналі супутніх послуг також є додатки з розвагами. Разом з тим, одним із останніх трендів великих операторів стали комплексні продажі, із стартовими пакетами, покупцям почали пропонуватися смартфони, роутери і багато інших подібних дивайсів зі знижкою. Основною метою таких продажів є стимулювання переходу вже існуючих або нових абонентів на користування послугами нещодавно запущеної в Україні технології 4G.

З такими блискавичним маркетинговими інструментами оператори часто стають об'єктами розслідувань АМК України. Особливо поширеними серед компаній на ринку мобільного зв'язку є правопорушення в сфері недобросовісної конкуренції, а саме поширення інформації, що вводить в оману споживачів стосовно умов тарифікації дзвінків [1]. Також у листопаді було опубліковано повідомлення про порушення справи проти мобільних операторів "Київстар", "ВФ Україна" і "Лайфселл" за абонплату, що становить 28 днів, а не 30, тобто місяць. Слід зазначити, що деякі з порушених Антимонопольним комітетом справ, операторам все ж вдається спростувати. В більшості випадків це стосується тих компаній, що мають у своїй структурі департамент комплаєнс, який носить у більшій мірі превентивно-консультативний характер у т.ч. стосовно антимонопольного законодавства.

Виходячи з цього, очевидно, що на ринку послуг рухомого зв'язку існує низка проблем, що стримує роз-

воток галузі та економіки в цілому. Серед найбільш вагомих проблем, необгрунтоване завищення тарифів на послуги зв'язку та часто неналежна якість даного зв'язку, що викликає незадоволеність з боку споживачів і занепокоєння з боку регуляторів даного ринку. Тож, враховуючи неможливість повною мірою знизити бар'єри для входу, що є технологічно та економічно виправданими (що стосується ліцензування та капіталомісткості), необхідно розробити напрями розвитку вітчизняного ринку послуг мобільного зв'язку в умовах високої концетрації.

З метою усунення вже існуючих проблем та забезпечення ефективного функціонування ринку послуг мобільного зв'язку України, нами запропоновано напрями його подальшого розвитку:

1. Надання ширшого кола повноважень органам регулювання в сфері зв'язку та інформатизації, а саме в частині тарифного регулювання та контролю якості зв'язку.

2. Стимулювання входження на ринок MVNO (Mobile Virtual Network Operator), що забезпечить пошквплення конкуренції на внутрішньому ринку.

3. Впровадження українськими операторами послуги переносимості телефонних номерів (MNP) для посилення цінової конкуренції на ринку.

4. Адаптація законодавства у сфері інформатизації та послуг зв'язку до світового, враховуючи той факт, що основні мобільні оператори є дочірніми компаніями глобальних провайдерів телекомунікаційних послуг.

ВИСНОВКИ

Таким чином, ситуація на ринку мобільного зв'язку України на сьогоднішній день досить неоднозначна. Попри те, що на ринку існує загроза існування дуополії (Київстар та ВФ України займають станом на початок 2018 року більше 80 % ринку із щорічним зростанням), ринок все ж носить частково конкурентний характер за рахунок існування необхідності в постійній диверсифікації послуг зв'язку. Оператори активно змагаються між собою шляхом розробки нових продуктів для ринку телеком, відходячи від стандартних послуг з телефонії та текстових повідомлень. Наразі основним негативним наслідком такої конкурентної боротьби є значне підвищення тарифів на фоні недосконалого мобільного зв'язку. Тож ключовими завданнями держави є забезпечення доброчесності операторів по відношенню до своїх конкурентів та абонентів, постійний моніторинг якості наданого операторами зв'язку а також регулювання рівня тарифів на послуги зв'язку.

Література:

1. Звіт АМКУ за 2017 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/>
2. Зубко Л.В. Аналіз конкуренції на ринку мобільного зв'язку України / Л.В. Зубко, Т.Л. Зубко, Я.В. Сапега // Економіка. Менеджмент. Бізнес. — № 3 (13). — 2015. — С. 107—114.
3. Інформаційне суспільство [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. — Електронні дані. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Лазоренко Л.В. Аналіз ринку мобільного зв'язку України та напрями його розвитку / Л.В. Лазоренко //

Глобальні та національні проблеми економіки. — 2017. — № 15. — С. 246—249.

5. Месенджери як бізнес: Навіщо мобільні оператори створюють платформи для спілкування [Електронний ресурс]. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <https://ua.112.ua/statji/mesendzhery-ia-k-biznes-navishcho-ukrainski-mobilni-operatory-stvoriuiut-svoi-platformy-dlia-spiilkuvannia-417484.html>

6. Оператор LycaMobile оголосив про початок роботи в Україні [Електронний ресурс]. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <http://ua.korrespondent.net/business/companies/3871486operatorLycaMobile-oholosyv-pro-pochatok-roboty-v-ukraini>

7. Галузь зв'язку: цифри та факти [Електронний ресурс] / Офіційний веб-портал Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. — Електронні дані. — Режим доступу: <https://nkrzi.gov.ua/>

8. Офіційний сайт ПрАТ "Київстар". — Режим доступу: <https://kyivstar.ua/uk/mm/entertainment>

9. Сазонова С.В. Тенденції розвитку сучасного телекомунікаційного ринку України // Сучасні тенденції розвитку в інфокомунікаціях та освіті: матеріали ІХ наук. конф. — К.: ДУІКТ, 2012. — С. 185—186.

References:

1. Antimonopoly Committee of Ukraine (2018), "Report-2017", available at: <http://www.amc.gov.ua/> (Accessed 01 Dec 2018).
2. Zubko, L.V. Zubko, T.L. and Sapeha, Ya.V. (2015), "Analysis of competition in the mobile market of Ukraine", *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, vol. 3 (13), pp. 107-114.
3. State Statistics Service of Ukraine (2018), "Information society", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 01 Dec 2018).
4. Lazorenko, L.V. (2017), "Analysis of the Ukrainian mobile communications market and directions of its development", *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vol. 15, pp. 246—249.
5. Hluschenko, N. (2017), "Messengers as Business: Why do mobile operators create platforms for communication", available at: <https://ua.112.ua/statji/mesendzhery-ia-k-biznes-navishcho-ukrainski-mobilni-operatory-stvoriuiut-svoi-platformy-dlia-spiilkuvannia-417484.html> (Accessed 01 Dec 2018).
6. korrespondent.net (2017), "The operator of LycaMobile announced the start of work in Ukraine", available at: <http://ua.korrespondent.net/business/companies/3871486operatorLycaMobile-oholosyv-pro-pochatok-roboty-v-ukraini> (Accessed 01 Dec 2018).
7. National Commission for the State Regulation of Communications and Informatization (2018), "Branch of communication: figures and facts", available at: <https://nkrzi.gov.ua/> (Accessed 01 Dec 2018).
8. Kyivstar (2018), available at: <https://kyivstar.ua/uk/mm/entertainment> (Accessed 01 Dec 2018).
9. Sazonova, S.V. (2012), "Trends in the development of the modern telecommunication market of Ukraine", *Suchasni tendentsii rozvytku v infokomunikatsiiah ta osviti: materialy IX nauk. konf., DUKIT, Kyiv, Ukraine*, pp. 185—186.

Стаття надійшла до редакції 08.12.2018 р.