

УДК 338.012:654

Болгов В.Є., к.е.н., доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Рязанов М.Р., магістрант економічного факультету, Донецький національний університет імені Василя Стуса

**РИНОК МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ:
ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

У статті досліджено стан ринку мобільного зв'язку України, розглянуто його значення для національної економіки в сучасних умовах. Проаналізовано структуру цього ринку, стан конкурентного середовища та виявлено частку основних гравців на ньому. Визначено ключові тенденції, притаманні українському ринку мобільного зв'язку, окреслено коло проблем, що заважають його зростанню та наведено перспективи майбутнього розвитку. Зроблено висновки щодо можливих змін на ринку в умовах адаптації до світових реалій галузі.

Ключові слова: мобільний зв'язок, ринок мобільного зв'язку, мобільні оператори, телекомунікація, абоненти.

Рис. 2, Табл. 1, Літ. 11

Болгов В.Е., Рязанов Н.Р.

**РЫНОК МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ УКРАИНЫ:
ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

В статье исследовано состояние рынка мобильной связи Украины, рассмотрено его значение для национальной экономики в современных условиях. Проанализированы структура этого рынка, состояние конкурентной среды и выявлены доли основных игроков на нем. Определены ключевые тенденции, характерные для украинского рынка мобильной связи, очерчен круг проблем, которые мешают его росту и приведены перспективы будущего развития. Сделаны выводы, касаемо возможных изменений на рынке в условиях адаптации к мировым реалиям отрасли.

Ключевые слова: мобильная связь, рынок мобильной связи, мобильные операторы, телекоммуникация, абоненты.

Рис. 2, Табл. 1, Лит. 11

V. Bolgov, M. Riazanov

**UKRAINIAN MOBILE COMMUNICATION MARKET:
TRENDS, PROBLEMS AND PERSPECTIVES**

In this article authors examine a current state of the Ukrainian mobile communication market. Its importance for the national economy is reviewed. There is an analysis of a structure of this market, a state of a competitive environment and shares of its main players. The key trends, which are characteristic for the Ukrainian mobile communication market, are determined. The range of problems that hinder its growth are outlined. There are perspectives for future development given in the article. Conclusions about probable changes in the market in conditions of adaptation to world realities of the industry are made.

Key words: mobile communication, mobile communication market, mobile operators, telecommunications, subscribers.

Fig. 2, Tab. 1, Ref. 11

Актуальність. Перехід людства до фази інформаційного суспільства зумовив стрімкий розвиток телекомунікаційних технологій та збільшення їх частки у структурі ВВП у всьому світі. Це надає низку нових можливостей для світової економіки та створює надійний фундамент для сталого розвитку. Мобільний зв'язок – це сегмент телекомунікаційної галузі, що найбільш активно прогресує, як у світі в цілому, так і в Україні.

На сьогоднішній день національний ринок мобільного зв'язку стрімко розвивається та змінюється, що забезпечує йому високу привабливість для інвесторів, однак слід акцентувати увагу на наступних його особливостях: технологічній відсталості гравців українського ринку та наявності загальноекономічних бар'єрів розвитку. Динамічність ринку зумовлена необхідністю операторів постійно удосконалювати існуючі послуги та впроваджувати нові, щоб ефективно задовольняти потреби користувачів. Це дозволяє характеризувати цю галузь як досить мінливу, тому доречною є необхідність дослідження стану національного ринку мобільного зв'язку.

Дослідженням різних аспектів ринку мобільного зв'язку України займалися такі вітчизняні науковці, як Лазоренко Л.В.[1], Усик С.П., Пономаренко С.А. [2], Зубко Л.В., Зубко Т.Л., Сапега Я.В.[3] та інші. У той же час, сучасний стан ринку та його перспективи висвітлені у науковій літературі недостатньо.

Метою дослідження є аналіз українського ринку мобільного зв'язку, виявлення його тенденцій, проблем та перспектив розвитку.

Виклад загального матеріалу. За останні роки мобільний зв'язок стає невід'ємною складовою життя сучасного соціуму, що дуже позитивно впливає на різноманітні аспекти життя, а саме:

- забезпечує зручне, доступне спілкування між абонентами незалежно від їх місцезнаходження (в межах зони покриття);
- спрощує крос-культурні комунікації;
- прискорює бізнес-процеси, скорочує час на прийняття управлінських рішень та ділові комунікації.

Неможливо не визнавати економічну важливість цього ринку. Так, саме на галузь мобільного зв'язку стабільно припадає понад 55% доходу від усіх послуг зв'язку в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Частка мобільного зв'язку у загальному доході від надання послуг зв'язку в Україні, 2008-2016 рр.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Усього дохід від надання послуг зв'язку, млн.грн.	46106,1	46284,5	47432,7	50280,7	52271,1	52492	52434	55895,8	61911,2
Дохід від надання послуг мобільного зв'язку, млн.грн.	29605,9	28456,4	28819,8	31009,3	31535,2	31373	31535,9	33187,4	34077,1
частка, %	64,21	61,48	60,76	61,67	60,33	59,77	60,14	59,37	55,04

Складено авторами на основі [4]

Викладене вище підтверджує значущість галузі для національної економіки, та суспільства в цілому.

Ринок мобільного зв'язку України починає формуватися у 1992 р., коли було засноване спільне українсько-голландсько-німецько-датське підприємство «УМС»

(зараз – ПрАТ «ВФ Україна»). На сьогоднішній день на ринку є три основні гравці: ПрАТ «Київстар», ПрАТ «ВФ Україна» та ТОВ «Лайфселл». На ринку також діють оператори ТОВ «Інтертелеком» (стандарт CDMA) та ТОВ «ТриМоб». Але їх частка дуже мала, тому вони не складають суттєвої конкуренції операторам «великої трійки». Структура ринку мобільного зв'язку України на квітень 2016 р. наведена на рис.1.

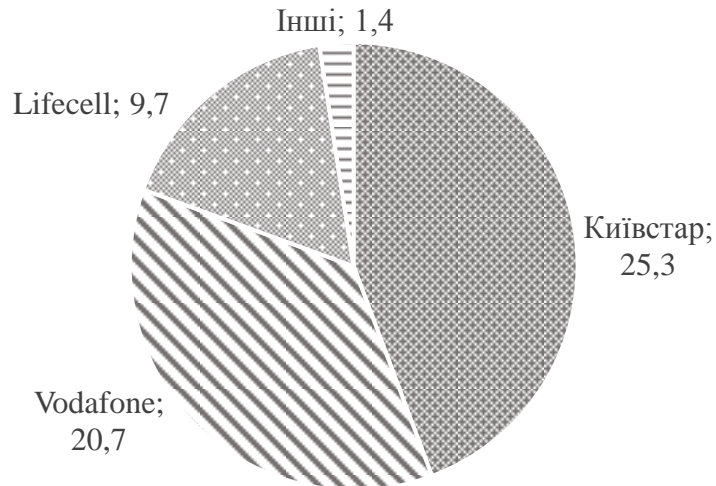


Рис. 1. Структура ринку мобільного зв'язку на квітень 2016 року, млн. абонентів [5]

ПрАТ «Київстар» - це лідер українського ринку мобільного зв'язку. Компанія входить до міжнародного холдингу Veon, який належить інвестиційній групі з російським капіталом LetterOne та норвезькій телекомунікаційній групі Telenor. Оператор забезпечує послугами зв'язку та передачі даних понад 25,3 млн. абонентів (на квітень 2016 р.). За роки існування компанія надавала послуги передплатеного зв'язку під брендом «ACE&BASE», молодіжні пропозиції під брендом «Djuice», економ-пакет під брендом «Мобілич» та універсальні тарифні пропозиції під основним брендом «Київстар». У 2010 р. почалося злиття «Київстар» та «Beeline-Україна» у єдину юридичну особу, що додало до портфелю брендів оператора ще й «Beeline». На сьогоднішній день компанія відмовилася від політики диверсифікації брендів, та надає усі послуги під уніфікованим брендом «Київстар». У 2015 р. ПрАТ «Київстар» було проведено ребрендинг: логотип став більш сучасним, до корпоративних кольорів додано жовтий (з'являється асоціація з державним прапором), робиться акцент на національній належності оператора.

ПрАТ «ВФ Україна» (до 26 квітня 2010 р. - ЗАТ «Український мобільний зв'язок», до 27 травня 2017 р. ПрАТ «МТС Україна») – це другий за величиною оператор мобільного зв'язку в Україні. Підприємство є дочірньою структурою російського ПАТ «МТС» (через голландську компанію Preludium B.V.). Оператор обслуговує 20,7 млн абонентів (на квітень 2016 р.). В різні роки компанія надавала послуги під наступними брендами: «UMC», «SIM-SIM», «Jeans», «Ecotel» та «МТС». Після заключення у жовтні 2015 р. угоди про співпрацю з Vodafone Group plc, підприємство отримує право на використання бренду «Vodafone» на території України, та починає ребрендинг. В листопаді 2015 р. спільно з компанією Fozzy Group (мережа

супермаркетів «Сільпо») впроваджується акційний тариф під окремим брендом «Yezzz!».

ТОВ «Лайфселл» (до 2 лютого 2016 р. – ТОВ «Астеліт») – це третій за величиною оператор мобільного зв'язку в Україні. Належить турецькому оператору Turkcell. За останньою інформацією абонентська база оператора склала 9,7 млн. клієнтів (на квітень 2016 р.). До 2016 року послуги надавалися під брендом «life:)), тоді компанія позиціонувала себе як молодіжного оператора зв'язку та «оператора другої SIM-картки». Після ребрендингу компанія починає орієнтуватися на більш широке коло абонентів, впроваджує послуги для усієї родини (тарифний план «Смарт сім'я»).

Для українського ринку мобільного зв'язку притаманна така тенденція, як суттєве переважання у галузі іноземного капіталу. Це пов'язано з тим, що цей сегмент традиційно вимагає значних інвестицій, які не спроможні зараз забезпечити українські підприємці, на відміну від великих міжнародних телекомунікаційних компаній. Єдиним українським гравцем є ТОВ «ТриМоб», який обслуговує 501 тис. абонентів.

Станом на 1 липня 2017 року кількість абонентів мобільного зв'язку в країні склала 55720 тис. осіб [6] при загальній кількості населення 42467 тис. осіб. Тобто на 100 осіб населення припадає 131 користувач мобільного зв'язку. Така ситуація зумовлена поширеністю використання населенням телефонів з двома SIM-картками. Це може свідчити про те, що на ринку склалася ситуація, коли один оператор не спроможний задовільнити усі потреби абонента. У той же час, спираючись на останню інформацію Державної служби статистики (рис. 2), можна стверджувати, що ця тенденція зникає. Так, у липні 2015 р. кількість абонентів мобільного зв'язку в Україні склала 61733,8 тис., а у тому ж місяці 2017 р. – лише 55720 тис. За два роки абонентська база скоротилася на 6013,8 тис. (9,74%).

Таке зниження кількості абонентів пов'язано із тим, що тепер кожен із гравців ринку надає, у цілому, типовий комплекс послуг (безлімітні дзвінки у власній мережі та пакет SMS-повідомлень, дзвінків на номери інших операторів, трафіку 3G тощо). Це робить нераціональним для абонентів користування двома SIM-картками.

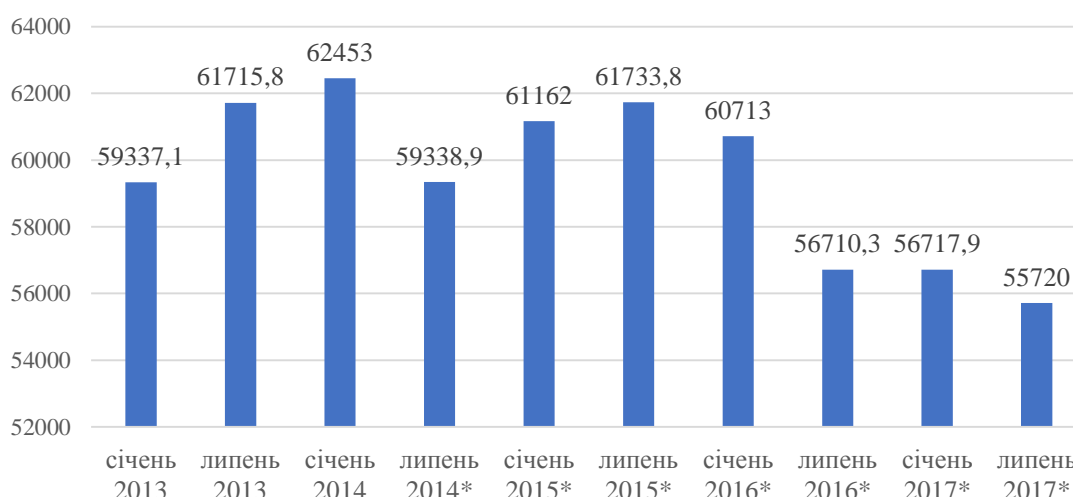


Рис. 2. Динаміка зміни кількості користувачів послуг мобільного зв'язку, 2015-2017 рр., тис. абонентів

* без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Складено авторами на основі [4]

З впровадженням 3G, на ринку мобільного зв'язку змінюється характер конкуренції. Раніше оператори конкурували між собою за рахунок зниження цін на зв'язок. У контексті розвитку мережі нового покоління і гострої необхідності нарощувати доходи, оператори спираються на швидке розширення зони покриття 3G та розробку в рамках тарифів оптимальних комбінацій послуг.

Окремо стоїть питання надання сучасних контент-пропозицій, які входять у пакети трафіку. Такі послуги вже починають з'являтися (ПрАТ «ВФ Україна» - Vodafone Market, Vodafone TV, Vodafone Books, Vodafone Music; ПрАТ «Київстар» - акційні умови користування Zvoorq+ та MyBook., ТОВ «Лайфселл» пропонує своїм абонентам безкоштовне використання месенджеру VIP та додатку Fizu).

Отже, проаналізувавши національний ринок мобільного зв'язку, можливо виділити наступні тенденції:

- переважання в галузі іноземного капіталу;
- відмова гравців від політики диверсифікації брендів;
- «просідання» абонентської бази, її поступове наближення до природного розміру;
- заміна цінової конкуренції на конкуренцію контент-пропозицій;

Під час дослідження, були виявлені певні проблеми ринку. Суттєво стримує розвиток галузі значне скорочення доходів домогосподарств. В умовах скрутного економічного становища, населення країни прагне заощаджувати в усіх сферах життя і зв'язок не є виключенням. Це негативно впливає на прибутковість мобільних операторів та стає перешкодою для їх розвитку та зростання.

Завдали великої шкоди ринку окупація Криму та конфлікт на Сході країни. На сьогоднішній день, у Криму не працює жоден український оператор, а на території тимчасово окупованого Донбасу надає обмежені послуги лише ПрАТ «ВФ Україна». Втрата устаткування та скорочення абонентської бази призвели до значних забутків для мобільних операторів.

Окремою проблемою є технічна відсталість інфраструктури та устаткування компаній-операторів. Так, саме це суттєво гальмує впровадження новітніх технологій зв'язку та якісний розвиток галузі в країні. Загальноекономічні проблеми країни та соціально-політична нестабільність стримують мобільних операторів від інвестування значних коштів у розвиток інфраструктури.

Глобальною світовою проблемою для мобільного зв'язку є зростання популярності Інтернет-спілкування, що призводить до відмови від традиційного голосового мобільного спілкування, на яке припадає значна частка доходів операторів.

Незважаючи на викладені вище проблеми, в майбутньому український ринок мобільного зв'язку чекає низка позитивних змін.

Так, з 24 липня 2017 р. на базі ТОВ «ТриМоб» почав діяти найбільший у світі віртуальний оператор мобільного зв'язку Lусamobile [7]. Входження на національний ринок нового гравця якісно покращує конкуренцію та є сприятливим для населення.

Поступово ринок готується до впровадження новітніх технологій зв'язку. Так, 21 липня 2015 р. Президент підписав Указ «Про забезпечення умов для впровадження системи рухомого (мобільного) зв'язку четвертого покоління» [8]. Зв'язок четвертого покоління (4G) забезпечує абонентів швидким та стабільним виходом до мережі Інтернет. На сьогоднішній день, Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації вже готується до проведення тендерів

щодо розподілу радіочастот для запровадження технологій 4G. Впровадження цієї технології забезпечить якісний розвиток для операторів та зручний доступ до мережі для абонентів.

Висновки. Виходячи з викладеного вище, можна стверджувати, що за останні роки ринок мобільного зв'язку України зазнав значних змін, та почав рухатися у бік світових тенденцій розвитку галузі зв'язку. Це проявляється в усталених частках основних гравців ринку, наближенні національної абонентської бази до свого природного розміру та переході до нових форм конкуренції.

У майбутньому ринок мобільного зв'язку України чекає освоєння нових стандартів зв'язку. Це стане логічним завершенням адаптації національного ринку до світових реалій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лазоренко Л.В. Аналіз ринку мобільного зв'язку України та напрямки його розвитку / Л.В. Лазоренко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – №15. – С. 246–249.
2. Усик С. П. Аналіз послуг мобільного зв'язку на ринку України / С. П. Усик, С. А. Пономаренко // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 3. – С. 341-346.
3. 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.
4. Державна служба статистики України: Статистичні дані. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Українці поступово відмовляються від лишніх SIM-карт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://itc.ua/news/ukrainsyi-postепенno-otkazyvayutsya-ot-lishnih-sim-kart/>
6. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. Офіційний веб-портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nkrzi.gov.ua>
7. Оператор ЛусаMobile оголосив про початок роботи в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/business/companies/3871486-operator-LycaMobile-oholosyv-pro-pochatok-roboty-v-ukraini>
8. Про забезпечення умов для впровадження системи рухомого (мобільного) зв'язку четвертого покоління: указ Президента України від 21 липня 2015 року № 445/2015 // Офіційний вісник Президента України. – 2015. – №17. – с.14. – ст. 1110
9. Офіційний сайт Vodafone Україна [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.vodafone.ua>
10. Офіційний сайт ПрАТ «Київстар» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kyivstar.ua>
11. Офіційний сайт ТОВ «Лайфселл» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://lifecell.ua>