

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА
ПІДПРИЄМНИЦТВА**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДО ЗАХИСТУ ДОПУСКАЮ
Завідувач кафедри маркетингу
д.е.н., професор
Виноградова О.В. _____
«09» червня 2020 року

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
на тему:

**«ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ
ПОСЛУГ»**

Виконав: студент 4 курсу, групи МРД-41

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Корнійчук Валентин Євгенович _____

Керівник к.е.н. Іртлач М.О. _____

Рецензент д.е.н., проф. Гусєва О.Ю. _____

КИЇВ – 2020

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва
Кафедра маркетингу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Ступінь вищої освіти «БАКАЛАВР»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри маркетингу

Виноградова О.В. _____

«23» березня 2020 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Корнійчуку Валентину Євгеновичу

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Формування і розвиток ринку

телекомунікаційних послуг»

керівник кваліфікаційної роботи к.е.н. Іртлач Михайло Олександрович

затверджені наказом закладу вищої освіти від «24» березня 2020 року № 487

2. Строк подання кваліфікаційної роботи 08 червня 2020 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти
України; наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів; офіційні дані

Державної служби статистики України; нормативні документи, що регулюють
діяльність підприємств; наукова література.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретико-методологічні основи розвитку ринку телекомунікаційних послуг

2. Аналіз і оцінка розвитку ринку телекомунікаційних послуг України

3. Стратегічні напрямки розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні

5. Перелік графічного матеріалу:

Таблиць - 5

Рисунків -14

6. Дата видачі завдання 23.03.2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Вивчення літератури, підбір матеріалів для виконання кваліфікаційної роботи	23.03.2020 - 29.03.2020	виконано
2.	Підготовка вступу і першого розділу	30.03.2020 - 19.04.2020	виконано
3.	Підготовка другого розділу	20.04.2020 - 10.05.2020	виконано
4.	Підготовка третього розділу	11.05.2020 - 31.05.2020	виконано
5.	Підготовка висновків та пропозицій	01.06.2020 - 03.06.2020	виконано
6.	Систематизація використаних під час дослідження джерел	04.06.2020 - 07.06.2020	виконано
7.	Подання роботи для перевірки на академічний плагіат	08.06.2020 - 11.06.2020	виконано
8.	Написання відгуку науковим керівником	11.06.2020	виконано
9.	Зовнішня рецензія	11.06.2020	виконано
10.	Оформлення та представлення роботи на кафедрі та попередній захист	12.06.2020 - 14.06.2020	виконано
11.	Підготовка доповіді, презентації та ілюстративного матеріалу	15.06.2020 - 17.06.2020	виконано
12.	Захист кваліфікаційної роботи	18.06.2020-19.06.2020	виконано

Студент _____

Корнійчук В.Є.

Керівник роботи _____

Іртлач М.О.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ.....	8
1.1. Теоретичні аспекти розвитку ринку телекомунікаційних послуг в умовах глобалізації	8
1.2. Класифікація видів телекомунікаційних послуг і їх особливості...	19
1.3. Зарубіжний досвід розвитку ринку телекомунікаційних послуг і можливості його застосування в Україні	24
Висновки до 1 розділу.....	30
2. АНАЛІЗ І ОЦІНКА РОЗВИТКУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	32
2.1. Особливості ринку телекомунікаційних послуг України	32
2.2. Оцінка розвитку ринку телекомунікаційних послуг України.....	41
Висновки до 2 розділу.....	48
3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	49
3.1. Обґрунтування необхідності удосконалення механізму державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг	49
3.2. Пріоритетні напрямки розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні	60
Висновки до 3 розділу.....	72
ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
ДОДАТКИ.....	81

ВСТУП

Актуальність дослідження. На сьогоднішній день ринок телекомунікацій є одним з основних секторів економіки, від ефективної діяльності якого залежить функціонування і злагоджена робота всіх державних систем. Під впливом телекомунікаційних послуг змінюються форми економічної діяльності. Удосконалення системи комунікацій з використанням телекомунікаційних технологій стирають географічні межі і породжують зміни організації виробництва, модернізацію трудових відносин і принциповий зростання мобільності робочої сили, а також еволюцію виробничого процесу. Розвиток ринку телекомунікаційних послуг є не тільки ключовим фактором економічного зростання, а й необхідною умовою розвитку економіки країни в умовах глобалізації.

Уряд України здійснює цілеспрямовану державну політику в галузі розвитку ринку телекомунікаційних послуг. В результаті цієї політики, а також завдяки наявності низки сприятливих передумов в діяльності вітчизняних і зарубіжних підприємств, Україна за порівняно короткий термін зуміла побудувати розвинутий ринок телекомунікаційних послуг.

Для розширення можливості зростання ринку телекомунікаційних послуг потрібно вдосконалення напрямів розвитку ринку телекомунікаційних послуг, що зумовлює актуальність теми магістерської кваліфікаційної роботи.

Дослідження теоретичних аспектів телекомунікаційних послуг та проблем, які виникають у ході їх розвитку, пов'язаних з розробкою перспективних напрямків за стратегіями розвитку, вивчалися у наукових роботах зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як: Р.К. Раджабов, Х.Н. Факеров, М. Нурмахмадов, М.Х. Саидова [1], Ю.М. Скворцова [2], Д.В. Проскура, Н.В. Проскура [3], Н.В. Ребрикова [4], Н.В. Ребрикова [5]. Дослідження особливостей формування і розвитку ринку телекомунікаційних послуг висвітлюються у роботах таких відомих вчених як: О.В. Виноградової,

Н.О. Євтушенко [6, 32, 35, 40] О.А. Кондрашова [6], А.В. Гладилина, А.Н. Герасімова, Е.І. Громова [7] та ін. Аналіз наукової літератури показав, що закордонні та вітчизні вчені ведуть постійний пошук шляхів розвитку ринку телекомунікаційних послуг. Проте наукові праці закордонних вчених у питаннях телекомунікаційних послуг недостатньо адаптовані до умов функціонування українських підприємств, а у працях вітчизняних вчених по різному обґрунтовані теоретичні аспекти та особливості використання цього виду послуг.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка науково-практичних рекомендацій щодо формування і розвиток ринку телекомунікаційних послуг.

Згідно з метою роботи було встановлено наступні **завдання**:

- дослідити теоретичні аспекти розвитку ринку телекомунікаційних послуг в умовах глобалізації;
- узагальнити класифікацію видів телекомунікаційних послуг і їх особливості;
- представити зарубіжний досвід розвитку ринку телекомунікаційних послуг і можливості його застосування в Україні;
- проаналізувати стан та тенденції розвитку ринку телекомунікаційних послуг;
- провести оцінку розвитку ринку телекомунікаційних послуг України.
- обґрунтувати необхідність удосконалення механізму державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг;
- обрати пріоритетні напрямки розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні.

Об'єктом дослідження є процес формування і розвитку ринку телекомунікаційних послуг.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та організаційно-практичні особливості процесу формування і розвитку ринку телекомунікаційних послуг.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу магістерської роботи склали сучасні принципові положення теорії маркетингу, наукові роботи та практичні дослідження як вітчизняних, так і закордонних вчених у даній сфері, матеріали наукових, практичних конференцій, періодичні видання, результати дослідно-аналітичних, академічних та прикладних розробок з проблем формування і розвитку ринку телекомунікаційних послуг, стратегічного маркетингу. У роботі використано такі методи дослідження: розрахунково-аналітичний, економіко-математичний та метод теоретичного узагальнення; спостереження та порівняння; систематизація. Обробка даних здійснювалася з використанням сучасних комп'ютерних технологій.

Інформаційною базою роботи стали публікації провідних вітчизняних і зарубіжних науковців зі стратегічного планування, маркетингу, з проблем формування і розвитку ринку телекомунікаційних послуг, а також законодавчі та нормативні акти України, що стосуються питань ринку телекомунікаційних послуг.

Апробація і публікації результатів роботи. Результати дослідження апробовано шляхом публікації статті «Шляхи підвищення конкурентоспроможності на ринку телекомунікаційних послуг України» у збірнику наук. праць «Економіка. Менеджмент. Бізнес» ДУТ, 2020. № 1 (31).

Обсяг і структура роботи. Кваліфікаційну роботу викладено на 85 сторінках. Робота складається зі вступу, розділу 1, розділу 2, розділу 3, висновків до кожного розділу, висновків до роботи в цілому, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

1.1. Теоретичні аспекти розвитку ринку телекомунікаційних послуг в умовах глобалізації

В умовах глобалізації основною закономірністю посилення цивілізації є перетворення сфери послуг в динамічно розвиваюче сферу національної економіки. Бурхливе зростання сфери послуг знаменує собою вступ сучасної економіки в постіндустріальний етап розвитку. Зростання ролі послуг пов'язане із задоволенням духовних і матеріальних потреб громадян, ефективному використанні вільного часу, самоствердженням і самореалізацією індивідуума, а також сприяє розвитку видобувних галузей і виробництва товарів і поліпшення інтеграційних процесів [1, с. 3].

Слід зазначити, що розвиток інтеграційних процесів і все зростаюче значення інноваційних продуктів у сфері телекомунікацій у величезній мірі підвищили роль інформації як ключового фактора, що забезпечує конкурентоспроможність суб'єктів ринку.

В умовах глобалізації та розвитку інтеграційних процесів, впровадження телекомунікаційних технологій у всіх сферах національної економіки сприяє переходу до інформаційного суспільства. В даному процесі інформація вважається найважливішим економічним ресурсом. Виходячи з цього, активне впровадження телекомунікаційних технологій вважається важливою умовою прогресу економіки країни і руху до постіндустріального суспільства. В сучасних умовах в окремих країнах світового господарства телекомунікаційні технології активно розвиваються, таким чином,

згладжуючи коливання ВВП і обганяючи стадії загального економічного зростання.

В сучасних умовах в окремих соціально-економічних системах має місце тенденція відповідності макроекономічних закономірностей, поетапного випередження темпів приросту телекомунікаційних послуг (ТПП) щодо темпів приросту послуг в цілому (ТПП), які повинні випереджати темпи приросту обслуговуючого сектора економіки (ТОС), а останні, в свою чергу, темпи приросту ВВП (ТВВП).

Сектор телекомунікаційних послуг виступає найважливішим сектором національної економіки, який покликаний забезпечувати ефективне функціонування та розвиток усіх компонентів соціально-економічної системи, а також зростаючий попит на телекомунікаційні послуги в усіх напрямках і галузях життєдіяльності людини. Телекомунікаційна галузь включає сукупність служб і мереж, що займаються передачею даних та інформаційних ресурсів, а також надають різні види телекомунікаційних послуг.

Аналіз різних визначень терміна «телекомунікація» показує, що він означає далеко, на відстані і комунікація, а комунікація це спілкування, обмін думками, відомостями, ідеями, тобто особлива форма взаємодії між людьми в процесі життя і роботи [2].

На думку автора роботи [2, с. 130] під телекомунікацією слід розглянути: спілкування, обмін інформаційних потоків на відстані, використовуючи спеціалізовані технічні засоби (телефон, радіо, телебачення та ін.) в умовах формування і розвитку ринку.

Ринок - це інститут включає систему економічних відносин, які охоплюють процес обміну товарів, робіт і послуг, що сприяє формуванню елементів ринкового механізму. Сучасному ринку притаманні системні властивості. Одним з найважливіших таких властивостей виступає його саморегулювання ринку в рамках закону попиту і пропозиції.

Найважливішим компонентом загального ринку виступає ринок засобів зв'язку, оскільки від рівня функціонування даного ринку залежить своєчасна передача і отримання інформаційних потоків, що вважається основою для розвитку НТП і задоволення запитів людей.

Аналіз показує, що ринок телекомунікаційних послуг є важливим сегментом світового ринку і головним компонентом відтворювального процесу в ньому, даний ринок, на думку ВТО, поступається тільки по обороту фінансових послуг.

Телекомунікації - це будь-які форми зв'язку, методи передачі інформаційних потоків на далекі відстані. Крім того, телекомунікації - це процеси передачі, отримання та обробки інформаційних потоків на відстані з використанням електронних, електромагнітних, мережевих, комп'ютерних та інформаційних засобів і програм. В цілому, телекомунікаційні послуги розглядаються як цілеспрямована діяльність, результатом якої виступає корисний ефект і забезпечує запит з передачі і прийому інформації із застосуванням спеціальних програмних засобів і обладнання.

Телекомунікаційні послуги мають особливі риси послуг в цілому, які зазвичай на практиці описуються формулою 4 «Н»: «невідчутність – не збереженість - невіддільність від виробника послуг - мінливість за якістю».

Крім того, телекомунікаційні послуги мають специфічні риси, які тільки притаманні їм [3]:

- процес надання послуг невіддільне від процесу використання;
- телекомунікаційні послуги надаються на тривалий період. При укладанні угоди між користувачем і компанією в сфері телекомунікаційних послуг конкретизується комплекс послуг, який може бути перерваний користувачем до настання терміну договору в разі появи будь-яких об'єктивних чи суб'єктивних причин (наприклад, користувач вирішив змінити оператора зв'язку);

- розрахунок ціни послуг, що надаються здійснюється з урахуванням багатьох індикаторів, один раз в розглянутому місяці, за сукупністю наданих телекомунікаційних послуг;

- інформаційні потоки є двосторонніми (багатосторонніми) і процес їх передачі здійснюється між двома користувачами, які можуть перебувати в різних географічних точках світу або всередині даної країни.

Телекомунікаційні послуги є частиною інфраструктури суспільства, яка «покликана забезпечити передачу інформаційних потоків шляхом застосування різних форм, видів і програмних засобів передачі інформації, надати користувачеві свободу при виборі відкритих послуг на базі комплексу сервісних можливостей постачальника (провайдера) послуг і сприяти виконанню соціальних та інших можливостей і зобов'язання громадянина» [3].

Телекомунікаційна сфера - це сукупність підприємств-операторів, які мають взаємопов'язані і взаємодіючі технологічні інфраструктури, і входять в загальний процес виробництва. Ця сфера охоплює сферу телекомунікаційних послуг і сферу телекомунікаційного обладнання.

Сфера телекомунікаційних послуг включає в себе сукупність послуг оператора або провайдера телекомунікаційного ринку, які спрямовані на задоволення зростаючих запитів користувачів в телекомунікаційній сфері. Вона містить в собі:

- провідний зв'язок, який включає в себе процес передачі і прийому інформації з використанням провідних ліній з металевими або волоконнооптичними лініями;

- безпроводний зв'язок, який направлений на забезпечення електрозв'язку із застосуванням радіо технологій, в процесі якої кінцеве обладнання хоча б одного з користувачів може вільно переміщатися із збереженням унікального ідентифікаційного номера в межах пунктів закінчення телекомунікаційної мережі;

- передача даних, тобто передача інформації у вигляді даних з застосуванням телекомунікаційних мереж;
- телематичні послуги - послуги з доступу та обробки даних щодо управління та вимірювання параметрів виконавчих або інших систем, механізмів, приладів і встаткування [4].

Ринок телекомунікаційних послуг представляє сукупність виникаючих відносин з передачі, обміну, зберігання інформації, яка базується на діючих системах правил і норм, а також соціальному контролю за їх надання агентам ринкової системи, в контексті регулювання конкурентної боротьби і виконання соціально-економічних завдань суспільства.

Як зазначає Скворцова Ю.М. «Ринок телекомунікаційних послуг виступає найважливішою сферою споживчих інтересів і є невід'ємною частиною ринку зв'язку. Даний ринок складається з таких сегментів, як: мобільний зв'язок; місцевий телефонний зв'язок; міжміський та міжнародний зв'язок; передача даних, включаючи і Інтернет [2].

Так, на думку Афанасьєва М.Н. «Ринок телекомунікаційних послуг - це складна система обороту інформаційних потоків, яка може оперативно передавати інформацію практично в будь-який регіон і на будь-яке підприємство, качати, фільтрувати і контролювати передачу і прийом великих масивів інформації, необхідних як для ведення бізнесу, так і для індивідуальних зацікавлених користувачів» [5].

За визначенням Виноградової О.В. «Ринок телекомунікацій - це взаємодія виробника і користувача в контексті зменшення витрат і одержання оптимального рівня доходу від послуг» [6].

Крім того, Виноградова О.В. з економічної точки зору зазначає, що «Ринок телекомунікаційних послуг - це сукупність економічних відносин, які пов'язують між собою пропозицію послуг зв'язку та попит на дані послуги» [6].

У науковій літературі відсутнє загальноприйняте визначення ринку телекомунікаційних послуг, а також немає єдиного, універсального визначення поняття телекомунікаційних послуг.

У роботі [7] автори вважають, що послуга зв'язку - це результат діяльності установи по прийому, обробці, передачі і доставці телефонних, телеграфних, поштових та інших видів інформації.

В Інтернет-джерелах такі послуги розглядаються як передача звукової інформації, зображень та іншої інформації за допомогою радіотрансляційної, релейного або супутникового зв'язку, засобами кабельної системи, телефону, телеграфу і телекса, а також послуги з оренди і технічного обслуговування мереж передачі звуку, зображення і даних [8].

На думку інших авторів «телекомунікаційні послуги - це набір можливостей, які пропонуються користувачеві з боку постачальника телекомунікаційних послуг» [9].

Ретельний аналіз інтерпретації ринку телекомунікаційних послуг показує, що вони в залежності від характеру створюваного споживчого ефекту, виступають в двох основних формах:

- 1) передача різного роду інформації (телефонних розмов, телеграм, листів і т.п.);
- 2) надання користувачам технічних пристроїв.

При розгляді послуг в якості товару, необхідно використовувати поняття моделі пакету послуг, що надаються. Відповідно до цієї теорії, телекомунікаційні послуги описуються як набір різного роду послуг, що формують сукупний продукт, який включає базові, допоміжні і підтримуючі послуги. Однак існують відмінні риси цих послуг при вході на телекомунікаційний ринок. Особливе місце займають базові і підтримують послуги.

Відмітна особливість допоміжних послуг від підтримуючих полягає в тому, що користувачеві неможливо від них відмовитися, оскільки в даному випадку цей пакет втратить своє існування.

Підтримуючи послуги не виступають життєво важливими, однак їх надання вважається основою при виділенні конкурентних переваг компанії-оператора. В якості основної послуги розглядають підключення телефону, Інтернету, кабельного телебачення, а допоміжною послугою вважається обслуговування клієнтів, способи оплати послуг, інформаційні матеріали і т.д., а підтримуючої - навчання, обладнання тощо.

Слід зауважити, що в деяких випадках одна і та ж послуга при одних і тих же умовах може виступати допоміжною, а при інших - підтримує. В цілому, допоміжні бувають платними, а які підтримують - безкоштовними послугами.

Слід підкреслити, що формування ринку телекомунікаційних послуг відбувається під впливом різних факторів, в тому числі об'єктивних і суб'єктивних. Дані фактори по різному впливають на розвиток цього ринку. Можна виділити фактори, які значно впливають на розвиток ринку телекомунікаційних послуг і залежать від стану маркетингової діяльності в даній сфері. Особливості маркетингової діяльності при наданні телекомунікаційних послуг пов'язані з особливостями ринку телекомунікаційних послуг, як щодо нової і специфічної сфери людської діяльності. У свою чергу, дана сфера вважається важливим напрямом модернізації національної економіки і надання інформаційно-комунікаційних послуг користувачам.

Дослідженню особливостей ринку телекомунікаційних послуг приділено пильну увагу в працях таких вчених, як: Голубіцкой Е.А., Резникової Н.П., Разроева Е.А. [10-12]. Незважаючи на це, не в повному обсязі вивчена сукупність економіко-організаційних і маркетингових особливостей ринку телекомунікаційних послуг, які роблять значний вплив на систему надання послуг на даному ринку.

Важливо підкреслити, що ретельний аналіз специфічних рис ринку телекомунікаційних послуг, сприяє кращій інтерпретації його змісту в конкурентному середовищі, особливостей споживчих переваг, що в

результаті сприяє вибору найбільш раціональних засобів просування послуг на даному ринку. Дані специфічні риси вимагають систематизації при їх наданні, а також відбору маркетингових засобів надання послуг.

До найважливішою групі особливостей ринку телекомунікаційних послуг можна віднести чинники економічного характеру, в якості яких виступають: низька платоспроможність величезної маси користувачів послуг; висока ціна окремих видів телекомунікаційних послуг; ще більш падаючий попит на телекомунікаційні послуги; нестача інвестиційних коштів на розвиток даного сектора та інфраструктури; низький рівень підтримки галузі з боку держави; високі витрати з прокладання телекомунікаційних ліній, встановлення телекомунікаційного обладнання; високий ступінь зношеності устаткування і потреба в його заміні.

Слід зазначити, що основним стримуючим фактором розвитку ринку телекомунікаційних послуг виступає неготовність до використання деяких видів послуг, через слабе розвитку дистанційних засобів надання послуг, дистанційних форм бізнесу, обліку, контролю і надання послуг установам і населенню. В останні роки в рішенні даного завдання спостерігаються значні позитивні зрушення, але до сих пір рівень надання даних послуг в Республіці Таджикистан низький і не відповідає сучасним вимогам.

В умовах ринкової економіки об'єктивно виникає дисбаланс у відносинах між виробниками-продавцями і клієнтами. Встановлено, що споживач зацікавлений в тому, щоб користуватися необхідними послугами високої якості, в конкретний період часу при мінімальній вартості за послугу і їх передачі. А компанії-оператори, зацікавлені в тому, щоб реалізувати якомога більшого обсягу послуг за високими цінами.

В умовах глобалізації, телекомунікаційні послуги увійшли в розряд послуг першої необхідності. Вони грають важливу роль як у процесі задоволення запитів в інформаційних потоках, так і для забезпечення розвитку економіки і суспільства, що свідчить про велику соціальну значущість цих послуг. В першу чергу, це пов'язано зі значними

структурними перетвореннями цієї сфери, які були обумовлені прискореним темпом науково-технічного прогресу і змінами переваг покупців в сторону сучасних видів послуг зв'язку. Існуюча телефонний і мобільний стільниковий зв'язок та Інтернет-послуги вважаються базовими товарними складовими сучасного ринку телекомунікаційних послуг.

Природні ресурси від інформаційних відрізняються тим, що вони не тільки не виснажуються, а, навпаки, зростають, якісно розвиваються, сприяють раціональному використанню інших ресурсів і їх економії. Отже, роль держави в розвитку телекомунікаційної сфери дуже значна. До того ж дослідженнями окремих вчених в макроекономічній сфері виявлено залежності між економічним зростанням конкретних галузей (територій) і станом телекомунікацій, що свідчить про стратегічне значення цієї сфери послуг.

Досвід зарубіжних країн свідчить про те, що в залежності від зростання підприємництва, роль телекомунікацій значно розширюється. Наприклад, до недавніх пір вони були сервісними напрямками і які покликані обслуговувати потреби бізнесу, але, проте, поетапно вони перетворилися в одну з важливих структурних компонентів бізнесу, без якого неможливе функціонування бізнес-структур.

Формування і розвиток ринку телекомунікаційних послуг вважається найважливішим фактором забезпечення економічного зростання, підвищення ділової активності і іміджу країни в світовому масштабі, створення інфраструктури ринкової системи, створення сприятливих умов для залучення інвестицій в народне господарство, рішення продуктивної зайнятості населення країни.

Даний ринок вважається висококонцентрованим щодо з іншими ринками по територіальній структурі і своїх учасників. Всі провідні світові компанії даної сфери є операторами-універсалами, які надають пакет телекомунікаційних послуг.

На наш погляд, такий широкий профіль діяльності свідчить про те, що споживачі зацікавлені у всебічному отриманні різних послуг.

В сучасних умовах ринок телекомунікаційних послуг знаходиться під впливом ряду тенденцій, актуальними з яких вважається наступне:

1. основним фактором зростання телекомунікаційних послуг є зростання ділової активності в різних країнах. Існує залежність між тенденціями економічного зростання, рівня життя населення і масштабу використання телекомунікаційних послуг.

2. сфера телекомунікаційних послуг є однією з найбільш динамічно розвиваються сфер економіки країни.

3. Останнім часом запобігають перешкоди при виході іноземних представників телекомунікаційних послуг на національні ринки окремих країн. При цьому лібералізація ринку телекомунікаційних послуг сприяє вільному переміщенню нових технологій і збільшення розробок в сфері телекомунікаційних послуг. В результаті більшість великих компаній в сфері телекомунікаційних послуг стали транснаціональними.

4. активно зростає роль і значення інноваційних розробок у розвитку даного ринку. Важливим вважається інтенсивний розвиток мобільного зв'язку.

За думкою Єфремова А.А. «Телекомунікаційні послуги відіграють важливу роль в утворенні цивілізованого суспільства - в національному господарстві, промисловій сфері, науковій, культурній, будівельної, транспортної діяльності і т.д. [13] При цьому вони утворюють з даними системами інформаційну інфраструктуру будь-якої економіки.

Таким чином, відбувається тенденція глобалізації та інтернаціоналізації інфраструктури телекомунікаційного ринку, і, в результаті, телекомунікація буде сполучною компонентом майбутньої цивілізації [13, С. 70] Дана галузь розвивається в залежності від рівня розвитку продуктивних сил і зростання валового внутрішнього продукту, який формується в нашій країні.

Глобалізаційні процеси і масштаби вирішуваних проблем соціального характеру, в усьому світовому господарстві, сприяють зростанню ролі телекомунікаційних послуг в різних сферах життєдіяльності людей, і вважається стратегічним національним ресурсом в сучасних умовах розвитку економіки і розвитку ринкових відносин, а також формування конкурентного середовища [14].

На наш погляд, телекомунікаційна сфера не тільки обслуговує виробничий процес, а й увійшовши в нього, виступає важливим компонентом систем регулювання автоматизованих процесів технологічної сфери. Телекомунікаційна сфера сприяє розробці раціональної структури і технології виробництва, заощадження ресурсів, вдосконалення умов праці, а також зниження фізико-психологічних навантажень.

В даний час розширюється місце і роль телекомунікаційних послуг і в невиробничій сфері, оскільки вимагає застосування в діяльності людей сучасних досягнень НТП, комп'ютерної техніки, які дозволяють швидко отримати потрібну інформацію і прийняти раціональне їй рішення. Надання сучасних телекомунікаційних послуг має величезні соціальні наслідки, особливо на основі надання мобільного зв'язку.

На закінчення розгляду ролі телекомунікаційних послуг в національній економіці, можна зробити наступний висновок. Бурхливий розвиток телекомунікаційного ринку має величезний вплив на економіку країни. Даний процес має як прямий, так і непрямий вплив.

Таким чином, забезпечення економічного зростання в будь-якій країні неможливо не тільки без збільшення потужності виробництва, збільшення виробництва в базових галузях і сфері послуг національної економіки, а й без розвитку сучасного телекомунікаційного ринку.

1.2. Класифікація видів телекомунікаційних послуг і їх особливості

Телекомунікації за дуже короткий проміжок часу пройшли величезний шлях у своєму розвитку: від трансатлантичної телеграфної лінії, прокладеної в 1858 році, до новітніх мереж стільникового і супутникового зв'язку сьогодні. Цілком очевидно, що в наші дні телекомунікації в розвинених країнах вже перетворилися в товар першої необхідності.

За класифікацією ГАТС телекомунікаційні послуги поділяються на 2 групи, з огляду на способи їх надання та особливості [13, С. 32].

Існують модифікації послуг: e-mail, онлайнні форми зв'язку; обробка, зберігання і отримання інформації, електронний обмін інформацією, форма яких модифікується в процесі їх передачі.

Аналіз показує, що при класифікації телекомунікаційних послуг доцільно використовувати такі принципи:

- відповідність послуг чинним нормативно-правовим актам у сфері зв'язку та інформатизації, а також системі статистичної звітності;
- спадкоємність діючих підходів операторів до класифікації телекомунікаційних послуг;
- систематичний облік чиниться оператором переліку послуг, а також нових телекомунікаційних послуг, технологій і їх споживчих властивостей;
- своєчасна деталізація телекомунікаційних послуг і облік покриття цими послугами значної частини ринку;
- всебічне врахування попиту ділового, корпоративного і представницького сектора телекомунікаційного ринку та ін.

Дослідження наукової літератури та класифікації Міжнародного союзу електрозв'язку показує, що телекомунікаційні послуги можна класифікувати за такими основними критеріями, як зображено на рис. 1.1.

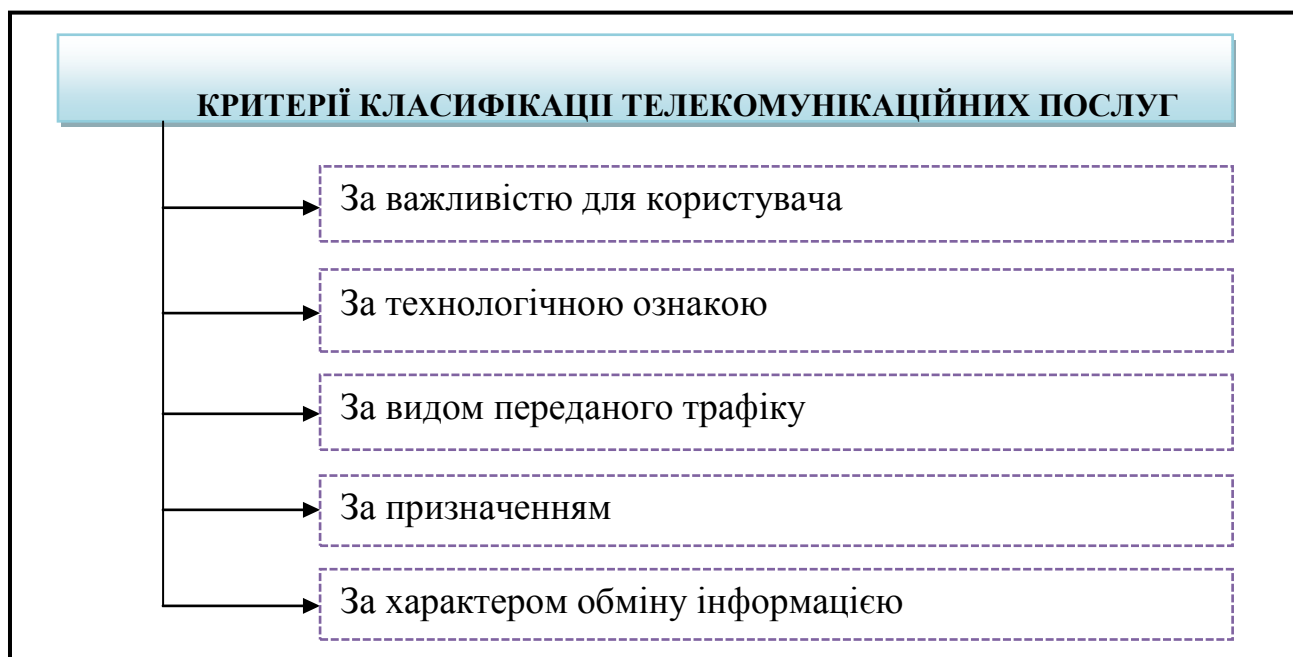


Рис. 1.1. Класифікаційні критерії телекомунікаційних послуг
(систематизовано автором)

За критерієм важливості для клієнтів, телекомунікаційні послуги бувають основними (базовими) і додатковими (факультативними), а також основні бувають універсальними (табл. 1.1).

Очікування користувачів телекомунікаційних послуг формують попит на послуги, який підкріплюється особистими потребами різного роду. Згідно відомої теорії потреб А. Маслоу окремі види п'яти рівневої піраміди потреб людини можна задовольнити за допомогою різних виробників послуг. Наприклад, потреба в їжі цілком можна задовольнити в спеціалізованих підприємствах громадського харчування, потреба в безпеці і охороні здоров'я здатні задовольнити виробники послуг соціального характеру, а потреби в мобільного телефонного зв'язку - установи операторів мобільного зв'язку.

У контексті теорії очікування кожен споживач купуючи послугу, має можливість оцінити співвідношення витрачених коштів і придбаних очікувань. Якщо очікування виправдалися, кошти витрачені не дарма. Труднощі оцінки витрат і отриманого ефекту може виникнути в результаті втручання людського фактора. Оскільки більшість споживчих послуг -

результат людської діяльності, ризики невиправданих очікувань будуть збережені.

Таблиця 1.1

Класифікація телекомунікаційних послуг (систематизовано автором)

Види телекомунікаційних послуг	Зміст
Універсальні	Надання міжнародного телефонного з'єднання фіксованим абонентам; доступу до телефонної мережі незалежно від типу абонентської лінії (провідна лінія або радіодоступ); місцевого телефонного з'єднання фіксованим абонентам; користування радіоточкою; передача звичайних телеграм.
Додаткові	За технологічною ознакою послуги бувають: телефонного зв'язку; рухомого зв'язку; документальної зв'язку; телебачення і радіомовлення; інтелектуальних мереж. Послуги телефонного зв'язку бувають: послуги місцевого телефонного зв'язку; міжміського телефонного зв'язку; міжнародного телефонного зв'язку. Послуги рухомого зв'язку бувають: послуги рухомого радіотелефонного (стільникового) зв'язку; рухомий радіозв'язку (транкінговий зв'язок); персонального радіовиклику (пейджинг). Послуги документального зв'язку бувають: передачі даних; телематичних служб; телеграфного зв'язку. Послуги телебачення і радіомовлення бувають: розповсюдження телерадіопрограм; кабельний розподіл.
Послуги інтелектуальних мереж	виділяються в рамках набору можливостей (CS), встановлених рекомендаціями міжнародних союзом електрозв'язку (МСЕ).
За видом переданого трафіку	послуги передачі мови; передачі даних; мультимедіа.
За призначенням	послуги надання зв'язку (послуги телеслужби); перенесення інформації: з надання користувачам засобів зв'язку (здача каналів та інших засобів зв'язку в оренду).
За характером обміну інформацією	обмін інформацією в реальному часі (інтерактивні послуги), включаючи прийом / передачу даних, послуги мультимедіа, послуги інтелектуальних мереж, послуги Інтернет, послуги з надання відеоінформації і програм по кабельних мережах за запитом, запит довідкової інформації з телефонного апарату; обмін інформацією не в реальному (відкладеному) часу (включаючи голосову та електронну пошту, інформацію з проміжним накопиченням, служби передачі факсимільних повідомлень, попередній вибір програм кабельного телебачення і т.д.); одностороння передача (коротких текстових повідомлень і програм по мережі кабельного телебачення).
Традиційні і нові	традиційні послуги бувають: телефонна (фіксована і рухома) зв'язок, телеграфний зв'язок, послуги передачі даних, телематичних служб, телебачення і радіомовлення. Послуги нові - виникають в результаті появи нових служб, що створюються в процесі розвитку програмних і апаратних засобів телекомунікацій.

Дане припущення підтверджується висловлюванням американського вченого Т. Хілт, що підкреслює, що «послуга може бути визначена як зміна стану людини або предмета, що належить будь-якому учаснику економічних відносин, яке досягається в результаті свідомих дій іншого учасника відносин» [15].

Дії виробника послуг в момент надання здатні впливати на їх якість, а значить і на споживчу вартість послуг. Отже, справжню цінність споживчих послуг можна визначити через три категорії: суму витрат споживачів, виражену ціною на послугу; час, витрачений на пошук потрібної послуги, виражене доступністю; якість послуг, здатне в повній мірі відповідати всім очікуванням.

В результаті такого підходу, поняття сфери споживчих послуг, зокрема телекомунікаційних послуг, можна розкрити через систему трьох основних категорій: якість, доступність, споживча вартість, що формують стрижень змістовної моделі їх цільового призначення (рис. 1.2).

Телекомунікаційні послуги, незалежно від їх класифікаційних ознак, повинні бути: якісними, прийнятними за ціною, доступними за територіальним розташуванням. У цій тріаді полягає базовий посил їх цільового призначення.

До категорії якості споживачі звертаються при виборі предметів або послуг, здатних максимально повно задовольнити їх особисті потреби. Філософські та економічні трактування категорії якості по-різному розкривають його зміст, що не знижує ролі даної категорії в процесі виробництва і надання послуг.

Не менш важливою категорією моделі цільового призначення телекомунікаційних послуг виступає їх ціна. Будучи мірилом ринкового попиту і пропозиції, ціна на телекомунікаційні послуги визначає на ринку обсяг попиту і пропозиції, рівень конкуренції в галузі.

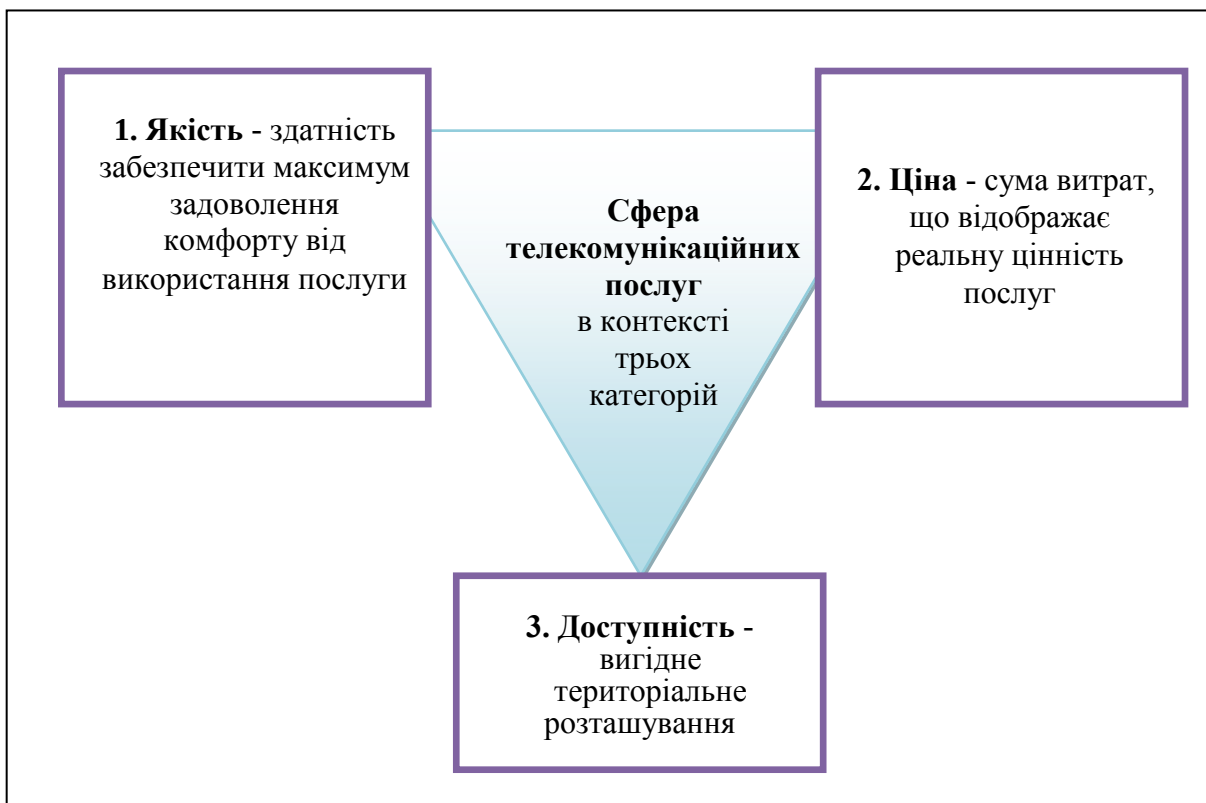


Рис. 1.2. Змістовна модель цільового призначення телекомунікаційних послуг[13-15]

Третьою категорією моделі виступає доступність, виражена в показнику територіального розташування суб'єктів по відношенню до користувачів телекомунікаційних послуг.

Можливість користуватися необхідними телекомунікаційними послугами в радіусі доступності для населення говорить про зростання рівня якості та комфорту проживання на території, де ця умова витримано. Тільки при одночасному поєднанні перерахованих категорій сфера телекомунікаційних послуг здатна виконувати своє істинне призначення - служити людям, створювати кожному жителю поселення комфортні умови проживання.

1.3. Зарубіжний досвід розвитку ринку телекомунікаційних послуг і можливості його застосування в Україні

Важливим завданням кожної держави є забезпечення споживчих прав громадян як активних учасників економічних відносин.

На сьогоднішній день телекомунікаційні послуги в світі міцно займають місце в структурі щоденного споживання нарівні з продуктами харчування, житлово-комунальними та медичними послугами.

Жодна сфера споживчих правовідносин не може зрівнятися з телекомунікаційною сферою в плані різноманіття, динамізму, широкого поширення і доступності, що робить її виключно складною з точки зору правового регулювання та правозастосування. Різноманіття телекомунікаційних послуг, тарифних опцій, їх відносно низька вартість, дозволяє будь-якому споживачеві формувати індивідуальний набір необхідних послуг і користуватися ними практично в необмежених обсягах.

Разом з тим є багато нарікань з боку споживачів щодо якості та надійності наданих телекомунікаційних послуг. На перебої з мобільним зв'язком скаржаться все - незалежно від того, який оператор обслуговує (погане з'єднання, збої, нерозбірливість голосу і т.д.).

Активне зростання місця і ролі галузей сфери сервісу в загальній структурі господарства свідчить про перехід від індустріальної стадії розвитку до наступної, яка відрізняється від попереднього етапу розвитку. Постіндустріальне суспільство - це суспільство, в економіці якого пріоритет перейшов від переважного виробництва товарів до виробництва послуг, проведення досліджень, організації системи освіти і підвищення якості життя.

Світовий досвід показує, що через зростаючого попиту в інформаційних потоках і послуги, повинен бути раціонально організований доступ до інформаційних даних, поліпшений інформаційний обмін між окремими суб'єктами ринку телекомунікаційних послуг.

В окремих країнах, в залежності від рівня розвитку ринку телекомунікаційних послуг і його суб'єктів, існує соціальна і правове середовище при реалізації телекомунікаційної політики на основі існування універсальних вимог. Вони спрямовані на розвиток інфраструктури ринку телекомунікаційних послуг, підвищення ефективності цієї галузі і якості послуг, що надаються, а також захист інтересів суспільства, верховенства права і застосування ефективного механізму менеджменту.

У цих умовах значно зростає роль і повноваження регулюючого органу з чотирьох питань в сфері телекомунікацій:

1. Регулювання умов входу суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг в ринкову систему;
2. Регулювання видачі, розподілу та моніторингу частот і номерного ресурсу з технічної точки зору, сертифікація технічного обладнання та стандартизації;
3. Регулювання діяльності учасників ринку телекомунікаційних послуг на ринку в контексті забезпечення системи вільної конкуренції і дотримання всіх вимог антимонопольного законодавства, захисту клієнтів, контролю над тарифами та якістю надаваних телекомунікаційних послуг;
4. Контроль за виконанням умов отриманої ліцензії на надання телекомунікаційних послуг на ринку.

У цих умовах втручання держави в функціонування ринку телекомунікаційних послуг має базуватися на відкритий і ефективний спосіб телекомунікаційної політики, неможливості впливу інтересів окремого оператора на політику регулювання в даній сфері, недопущення дискримінації операторів або клієнтів, особливості використання адекватних санкцій за порушення нормативно-правових актів, обліку економічних і соціальних наслідків дій на ринку.

Нами виявлено, що всіх країнах світу еволюція ринку телекомунікаційних послуг реалізувалася в контексті державної (приватної) регульованої монополії і відсутності конкуренції всередині цієї сфери.

Основні принципи регулювання ринку телекомунікаційних послуг сформульовані в 1997 році Всесвітньою організацією торгівлі [16].

Важливо зауважити, що незалежно від того, що в даний час в механізмі функціонування ринку телекомунікаційних послуг в передових країнах, державному регулюванню відводиться головна роль, багато національних установи утримують свої ринки, дотримуючись вимог існуючих регламентів.

У зв'язку з цим існує механізм державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг активізуючи конкурентні відносини, поєднує з жорстким державним контролем основні індикатори діяльності стільникових компаній зв'язку. Тут змінюється не тільки рівень державного нагляду, а й форми регулювання телекомунікаційної галузі.

В цілому, держава продовжує керувати пріоритетними напрямками розвитку сфери телекомунікацій на основі застосування методів непрямого впливу.

Тому в плані можливої практичної адаптації до умов України особливий інтерес представляє світовий досвід розвитку ринку телекомунікаційних послуг, в т.ч. моделі державного регулювання і контролю за телекомунікаційною сферою в розвинених країнах світу.

Слід погодитися з ученим Резникової Н.П. про те, що до ключових причин появи різних видів ринків телекомунікацій в Америці і ЄС можна віднести «відмінність традиційної ролі та форми впливу держави на економіку в Північній Америці і в Європі. Якщо в США це вплив в основному непряме через податкову систему, тарифну політику, правила технічної експлуатації споруд, розвинену систему юридичних актів (вже до початку 1970-х рр. Національний регулятор в області телекомунікацій ФСС мала в своєму активі понад 2000 правил та інструкцій), то в Європі - це пряме управління підприємством, повністю або частково перебувають у державній власності» [12].

В даний час в країнах СНД ми бачимо розвиток інфраструктури ринку телекомунікаційних послуг і надання сучасних послуг зв'язку, а всередині

галузі розвиток основних сегментів має нерівномірний характер, а інтеграція відстає від світового рівня. Разом з тим, рівень інтеграції на ринку телекомунікаційних послуг країн ЄС і розвинених країн світу має високий рівень.

Важливо зауважити, що ринки фіксованого та рухомого телефонії в Білорусі, РФ і України, досягли певного рівня розвитку і до 2016 р значно зросли інвестиції в фіксовану мережеву інфраструктуру на основі використання оптоволоконної мережі, мережі наступних поколінь і фіксованих бездротових мереж на основі зростання надання широкосмугових послуг зв'язку [17]. В останні роки в країнах СНД спостерігається зростання сектора фіксованого телефонного зв'язку і збільшується кількість видаваних державою ліцензій [17].

В цілому держава відіграє важливу роль у розвитку ринку телекомунікаційних послуг країн СНД. Світовий досвід показує, що в країнах світу існують різні моделі державного регулювання галузі зв'язку та ринку телекомунікаційних послуг (табл. 1.2).

В цілому аналіз табл. 1.2 показує, що існуючі моделі є важливими і можуть бути використані при розробці механізму державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг в Україні. При цьому слід використовувати різні варіанти вжиття форм, моделей і механізмів регулювання, враховуючи економічну діяльність в різних сегментах ринку телекомунікаційних послуг в нових умовах, а також можливості рівномірного розміщення базових станцій та іншої інфраструктури операторів на території країни.

На наш погляд, законодавчі органи, враховуючи особливості розвитку ринку телекомунікаційних послуг, повинні сформувати пріоритетні напрямки вдосконалення існуючої системи державного регулювання телекомунікаційної галузі і основних його суб'єктів. При цьому слід використовувати досвід країн далекого зарубіжжя.

Таблиця 1.2

Існуючі моделі розвитку ринку телекомунікаційних послуг в різних країнах світу (систематизовано автором)

Модель розвитку	Опис національної моделі
Американська (високо конкурентна) модель (фактично виникла в 1982 році після монополізації AT&T і появи альтернативних операторів і провайдерів)	У 1996 році вступив в силу Закон про телекомунікації «для сприяння конкуренції і скорочення регулювання з метою збереження низьких цін, високої якості обслуговування американських споживачів телекомунікацій та заохочення швидкого розгортання нових телекомунікаційних технологій». Закон визначає умови конкуренції в області місцевих телефонних мереж; скасовує обмеження, які забороняють компаніям, які займаються кабельними мережами, мати пайову участь в справах телефонних компаній і т.д.
Британська модель (1996 р.)	Компанії, що надають послуги на основі маркетингових досліджень, самі визначають ті суми, які повинні бути покриті за рахунок їх тарифної політики, а також за рахунок бюджетних надходжень. Завдання управління галуззю вирішуються незалежною організацією OFTEL. Британська модель забезпечує умови, коли до загального державного фінансування підключиться приватний бізнес, що призводить до спільного державно-приватного визначення тарифів.
Німецька модель (ринок телекомунікацій був повністю лібералізовано 01.01.1998 року; німецький регуляторний орган був створений в якості національного органу на базі Міністерства економіки та технологій; функції регуляторного органу описані в Законі «Про телекомунікації»; метою регулювання телекомунікацій є стимулювання справедливої конкуренції та гарантування споживачам можливості отримувати високоякісні послуги зв'язку)	На ринку спочатку існували чотири основні компанії – «Дойчтелеком», «Бертельсманн», «Бурда», «Компьюсерв» (європейського відділення американської компанії). У 1998 р. була розпочата «лібералізація телекомунікаційного сектора Європи», причому Німеччина в області лібералізації телекомунікацій займає провідне становище, оскільки ще в 1996 році була розпочата приватизація «Дойчтелеком», який зараз є об'єктом суворого регуляторного контролю з боку Німецького регуляторного органу.
Французька модель (відкриття галузі для конкуренції в 1998 р.)	«Франстелеком», спочатку мав статус монополіста з часткою державної участі в 27%, на сьогоднішній день має право рекомендувати учасникам ринку телекомунікацій норми і правила, які не носять нормативно-правового характеру, не є обов'язковими і тільки приймаються державними органами до уваги при прийнятті нормативних рішень в області телекомунікаційного регулювання.
Норвезька і бельгійська моделі	У Норвегії на ринку діє один природний монополіст - державна компанія «ТелеНорд», послуги якої охоплюють все населення країни. Планується поділ «ТелеНорд» на три незалежні компанії. У Законі про телекомунікації Норвегії виділені наступні цілі розвитку телекомунікаційної сфери: - створення мереж для органів влади на різних рівнях, відкриття їх для широкого кола громадян, розвиток мережі «інфокіосків», які надають громадянам необхідну інформацію, по суті наближаючи мережеві телекомунікаційні послуги до універсальних; - створення електронних каталогів бібліотек.

Важливо зауважити, що на відміну від зарубіжних країн, де сегмент фіксованого зв'язку займає провідне місце, то в Україні також частка фіксованого зв'язку неухильно зростає. Разом з тим аналіз закономірностей і тенденцій розвитку на ринку телекомунікаційних послуг показує значне зростання в сегменті мобільного зв'язку, а ринок рухомого зв'язку прискорено розвивається за рахунок впровадження нових технологій і послуг, що надаються, як HSDPA, IMT- 2000 / 3G / 3,5G / 4G і т.д., що дає можливість для проникнення на цей ринок і високих доходів, створюваним мобільним зв'язкам.

В Україні також спостерігається розвиток ринку Інтернет-послуг. Характерною особливістю цього ринку є вплив масштабів території країни на цінову політику постачальників Інтернет-послуг.

Членство України в Світовій організації торгівлі і входження в світовий інформаційний простір зобов'язує телекомунікаційну галузь невідповідність встановленим вимогам на основі складається системи вільної конкуренції.

Вивчення зарубіжного досвіду показує, що державна політика, що забезпечує телекомунікаційне розвиток України, повинна охоплювати такі напрямки, що сприяють формуванню інформаційного суспільства:

- соціально-політичне: (соціально-правова і психологічна підготовка населення до умов життя в новому суспільстві): сімейна комп'ютеризація, розвиток ЗМІ, інформаційна безпека, міжнародний інформаційний обмін та ін.;
- техніко-технологічне (розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури, формування технологічної бази): єдиний інформаційний простір, технології, професійний рівень співробітників;
- економічна: формування ринку інформаційних послуг, товарів, робіт і послуг.

Зрозуміло, Україна в сучасних умовах світогосподарських зв'язків не може залишатися осторонь від інтеграційних процесів у світовому

інформаційному суспільстві, створюють для населення країни гідне життя, найважливіші умови для розвитку особистості, економічне процвітання держави.

В Україні зараз діє ряд законів і постанов, які безпосередньо чи опосередковано впливають на діяльність операторів мобільного зв'язку.

Останнім часом в Україні прийняті конкретні заходи щодо розвитку інформаційного суспільства. Вдосконалена техніко-технологічна база інформатизації, високими темпами зростає обсяг збуту засобів інформатизації, персональних комп'ютерів, телекомунікаційного обладнання, налагоджено виробництво цих коштів в країні.

Разом з тим існує безліч проблем, які пов'язані з недостатнім ступенем використання науково-технічного і виробничого потенціалу; освітою значних відмінностей в ступені інформатизації окремих областей і районів країни, які пов'язані з нерівномірністю їх розвитку в соціально-економічному та культурному аспекті; нерозвиненістю правової бази, яка регулює взаємовідносини держави з суб'єктами ринку телекомунікаційних послуг; недостатністю вжитих заходів щодо забезпечення інформаційної безпеки в Україні.

Висновки до 1 розділу

У ході дослідження теоретико-методологічних основ розвитку ринку телекомунікаційних послуг зроблені наступні висновки:

1. Досліджено теоретичні аспекти розвитку ринку телекомунікаційних послуг в умовах глобалізації, а саме: виявлено, що ринок телекомунікаційних послуг знаходиться під впливом ряду тенденцій (основним фактором зростання телекомунікаційних послуг є зростання ділової активності в різних країнах; сфера телекомунікаційних послуг є однією з найбільш динамічно розвиваються сфер економіки країни; останнім часом запобігають перешкоди при виході іноземних представників телекомунікаційних послуг на національні ринки окремих країн і в результаті більшість великих компаній в

сфері телекомунікаційних послуг стали транснаціональними; активно зростає роль і значення інноваційних розробок у розвитку даного ринку.

2. Узагальнено класифікацію видів телекомунікаційних послуг і їх особливості. Телекомунікаційні послуги можна класифікувати за такими основними критеріями, як важливість для користувача; технологічна ознака; вид переданого трафіку; призначення; характер обміну інформацією. Класифікація телекомунікаційних послуг складається з наступних видів: універсальних; додаткових; послуг інтелектуальних мереж; вид переданого трафіку; за призначенням; за характером обміну інформацією; традиційних і нових. Змістовна модель цільового призначення телекомунікаційних послуг складається з трьох категорій: якість, ціна і доступність.

3. В країнах світу існують різні моделі державного регулювання галузі зв'язку та ринку телекомунікаційних послуг, нами було розглянуто такі моделі, як американська (високо конкурентна), британська, німецька, французька, норвезька і бельгійська моделі.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ І ОЦІНКА РОЗВИТКУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

2.1. Особливості ринку телекомунікаційних послуг України

Особливості телекомунікаційних послуг обумовлені їхньою належністю до послуг зв'язку. Як і в інших галузях, у сфері телекомунікацій відбувається процес передавання інформації шляхом використання спеціальних засобів праці, до яких відносять: устаткування і апаратуру, станційні і лінійні споруди, виробничі будівлі, інструменти та інше, які складають активи підприємств зв'язку.

Процес споживання телекомунікаційних послуг подібний до споживання продукції (товарів) в галузях матеріального виробництва. Якщо телекомунікаційна послуга споживається у виробничій сфері, то її вартість переноситься на вартість новоствореного товару. Якщо ж послуги телекомунікацій споживаються в невиробничій сфері або служать особистому споживанню, то разом зі споживанням зникає і їхня вартість. Всі вищенаведені ознаки свідчать про те, що сфера телекомунікацій належить до сфери матеріального виробництва. Разом з цим економічній природі ринку телекомунікацій належать специфічні риси, які впливають з його особливостей самої галузі телекомунікацій. [37].

До особливостей ринку телекомунікацій слід віднести такі:

1) специфіка створюваного продукту, який на відміну від продукції промисловості не є речовим продуктом (товаром), а представляє собою кінцевий корисний ефект процесів передавання і приймання інформації, який виступає у формі послуги.

2) невідокремленість у часі процесів виробництва та споживання продукції.

Крім того кінцевий результат виробничої діяльності не може зберігатися про запас або на складі, виключатися зі сфери виробництва і вступати у сферу обігу для реалізації.

3) на відміну від промисловості, де предмет праці підлягає речовій зміні (фізичній, хімічній тощо), у виробничому процесі сфери телекомунікацій інформація, як предмет праці, повинна підлягати тільки просторовому переміщенню. Будь-яка інша зміна інформації, крім просторового переміщення, означає її спотворення, втрату споживної вартості і завдає шкоди споживачам.

4) процес передавання інформації завжди є двобічним, тобто відбувається між відправником і отримувачем інформації. Оскільки необхідність у передаванні інформації може виникнути між абонентами, які знаходяться в будь-яких пунктах, це потребує створення надійної, стійкої, розвиненої мережі зв'язку, що поєднує всі населені пункти між собою. [37].

У 2018 році доходи від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку склали 4 786 млн. грн., їх питома вага у загальному обсязі доходів від надання телекомунікаційних послуг становила 8,5 % [18].

В структурі доходів від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку на кінець 2018 року найбільшу частку 62,6 % склали доходи від надання послуг міського телефонного зв'язку, частка доходів від надання послуг міжміського та міжнародного зв'язку склала 30,4 % (рис. 2.1).

За період з 2016 року по 2018 рік спостерігається тенденція до зменшення доходів від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку, так у 2018 році зазначені доходи зменшились на 6,9 % у порівнянні із минулим роком [17-18].

Станом на 01.01.2019 кількість абонентів фіксованого телефонного зв'язку складала 6 069 тис. од., що на 15,5 % або на 1 112 тис. од. менше ніж станом на 01.01.2018 [17]

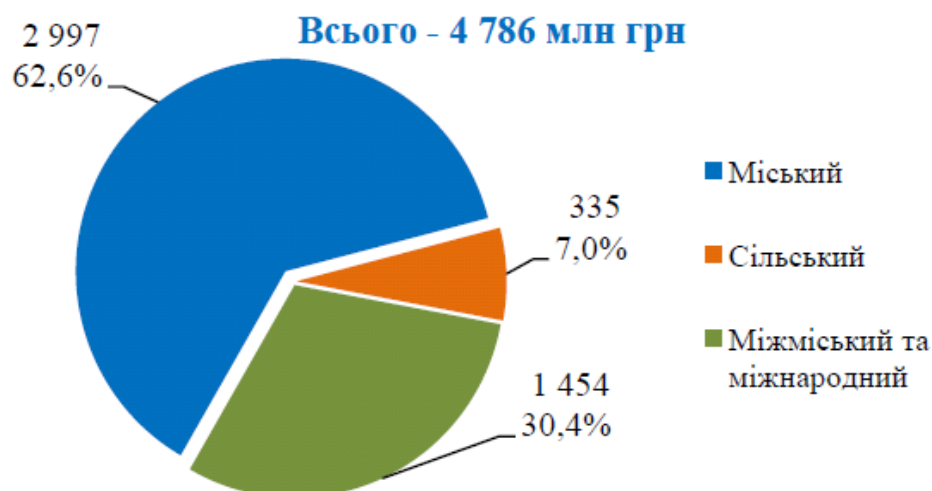


Рис. 2.1. Структура доходів від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку, млн. грн. та їх частка у 2018 році [17-18]

Забезпеченість населення фіксованим телефонним зв'язком зменшується, так станом на 01.01.2019 забезпеченість населення фіксованим телефонним зв'язком становила по Україні 14,4 одиниць у розрахунку на 100 жителів, що на 14,8 % менше у порівнянні з 2017 роком (рис. 2.2).

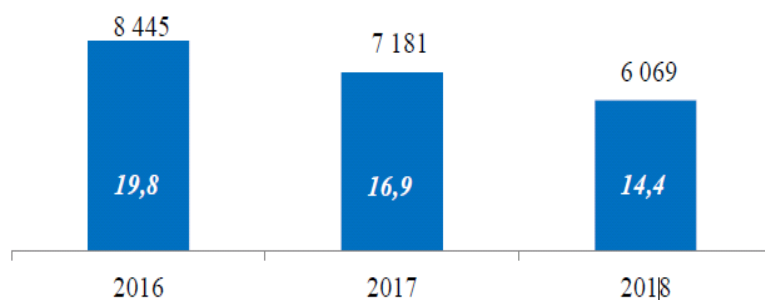


Рис. 2.2. Динаміка кількості фіксованого телефонного зв'язку (тис. од.) та забезпеченості населення фіксованим телефонним зв'язком у розрахунку на 100 жителів[17-19]

У 2018 році середньомісячний дохід від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку в розрахунку на одного абонента збільшився на 10,2% у порівнянні з 2017 роком.

Станом на 01.01.2019 регіонами з найвищою забезпеченістю населення фіксованим телефонним зв'язком були Одеська область та м. Київ і Київська область, а з найнижчою – Луганська та Донецька області.

Доходи від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку у 2018 році склали 34 978 млн. грн., їх питома вага у загальному обсязі доходів від надання телекомунікаційних послуг становила 61,9 %.

В структурі доходів від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку найбільші частки становлять: доходи від надання послуг голосової телефонії – 41,9% та доступу до мережі Інтернет – 45,8%, сумарна частка яких становить 87,7% (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Структура доходів від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку, млн. грн. та їх частка у 2018 році [18]

За період з 2016 року по 2018 рік спостерігається тенденція до збільшення доходів від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку, так у 2018 році вони збільшились на 11,1% у порівнянні з 2017 роком.

В 2018 році доходи від надання послуг з доступу до мережі Інтернет переважили доходи від послуг голосової телефонії. Частка доходів від надання послуг з доступу до мережі Інтернет у загальному обсязі доходів рухомого (мобільного) зв'язку склала у 2018 році 45,8%, що на 13,0% більше у порівнянні з 2017 роком, при цьому частка доходів від надання послуг голосової телефонії зменшилася на 11% і склала 41,9%. Продовжується

тенденція падіння обсягів передачі SMS, MMS повідомлень, частка доходів від надання таких послуг у 2018 році склала 2,3%.

У 2018 році загальний обсяг інвестицій операторів рухомого (мобільного) зв'язку у галузь зв'язку становив 17 958 млрд. грн.

Кількість активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі рухомого (мобільного) зв'язку на кінець 2018 року склала 54 007 тис. од., що на 3,8% або на 2 126 тис. од. менше ніж станом на кінець 2017 року.

У 2018 році середньомісячний дохід від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку в розрахунку на одну активну ідентифікаційну телекомунікаційну картку мережі рухомого (мобільного) зв'язку збільшився на 15,6% у порівнянні з 2017 роком [18].

За даними Держстату України забезпеченість населення рухомим (мобільним) зв'язком станом на 01.01.2019 становила по Україні 128 одиниць у розрахунку на 100 жителів. Першими трьома регіонами з найвищою забезпеченістю населення рухомим (мобільним) зв'язком є м. Київ, Харківська та Херсонська області, а з найнижчою – Хмельницька, Тернопільська та Житомирська області.

У 2018 році обсяг голосового трафіку операторів рухомого (мобільного) зв'язку знизився на 52 590 тис. хв. або 21%, однак, при цьому спостерігалася позитивна динаміка збільшення обсягів вихідного трафіку на мережі інших операторів рухомого (мобільного) зв'язку на фоні зменшення внутрішньо мережевого трафіку.

Так, обсяги вихідного трафіку на мережі інших операторів рухомого (мобільного) зв'язку у 2018 році в порівнянні з 2017 роком збільшилися на 23 %.

З моменту впровадження радіотехнології «Міжнародний рухомий (мобільний) зв'язок ІМТ» кількість активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі, з яких було здійснено доступ до мережі Інтернет стандарту 4G станом на 01.01.2019 досягла 8 933 тис. од.

Загальна кількість активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі, з яких було здійснено доступ до мережі Інтернет, на кінець 2018 року становила 32 435 тис. од. З моменту впровадження радіотехнології «Міжнародний рухомий (мобільний) зв'язок ІМТ» кількість активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі, з яких було здійснено доступ до мережі Інтернет стандарту 4G станом на 01.01.2019 досягла 8 933 тис. од.

Загальна кількість активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі, з яких було здійснено доступ до мережі Інтернет, на кінець 2018 року становила 32 435 тис. од.

Кількість активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі рухомого (мобільного) зв'язку, з яких було здійснено доступ до мережі Інтернет, протягом 2018 року зростала у відповідності з розвитком мобільних мереж стандартів 3G та 4G.

З розвитком мереж стандартів 3G та 4G обсяг Інтернет трафіку на мережах рухомого (мобільного) зв'язку стрімко зростає: у 2017 році по відношенню до 2016 року майже в 3 рази, у 2018 році по відношенню до 2017 року – в 2 рази.

За останні роки зросла потреба громадян України у послугах міжнародного роумінгу. Доходи від абонентів, що отримали послуги міжнародного роумінгу на території іншої країни, у 2018 році становили 1 221 млн. грн., що на 14 % більше ніж у 2017 році. Спостерігається збільшення частки доходів від надання послуг міжнародного роумінгу в загальному обсязі доходів від послуг рухомого (мобільного) зв'язку: у 2016 році вона становила 3,2 %, у 2017 – 3,4 % та у 2018 – 3,5 %.

У 2018 році кількість абонентів, що отримали послуги міжнародного роумінгу склала 10 971 тис. осіб, що на 31,2 % більше ніж в 2017 році. За 2016 - 2018 роки зросла майже вдвічі кількість абонентів, що отримали послуги міжнародного роумінгу в країнах ЄС.

З впровадженням граничної розрахункової такси за послуги термінації вхідного міжнародного трафіку (0,10 €/хв.), були створені умови для зниження операторами рухомого (мобільного) зв'язку роздрібних цін на послуги міжнародного роумінгу, що надаються споживачам України.

Основним трендом при отриманні послуг міжнародного роумінгу на території іншої країни стало зростання споживання послуг передачі даних. Так, у 2018 році обсяг трафіку передачі даних в роумінгу збільшився вдвічі, доходи від абонентів за послуги передачі даних збільшились на 33 % у порівнянні з 2017 роком і склали 566 млн. грн. [18].

За даними Держстату України у 2018 році доходи від надання послуг фіксованого Інтернету склали 8 136 млн. грн., питома вага яких становила 14,4 % в загальному обсязі доходів від надання телекомунікаційних послуг. Основну частину доходів від надання послуг фіксованого Інтернету склали доходи від фіксованого (проводового) широкосмугового доступу до Інтернету (ШСД), частка яких на кінець 2018 року становила 83,2 % (рис. 2.4).

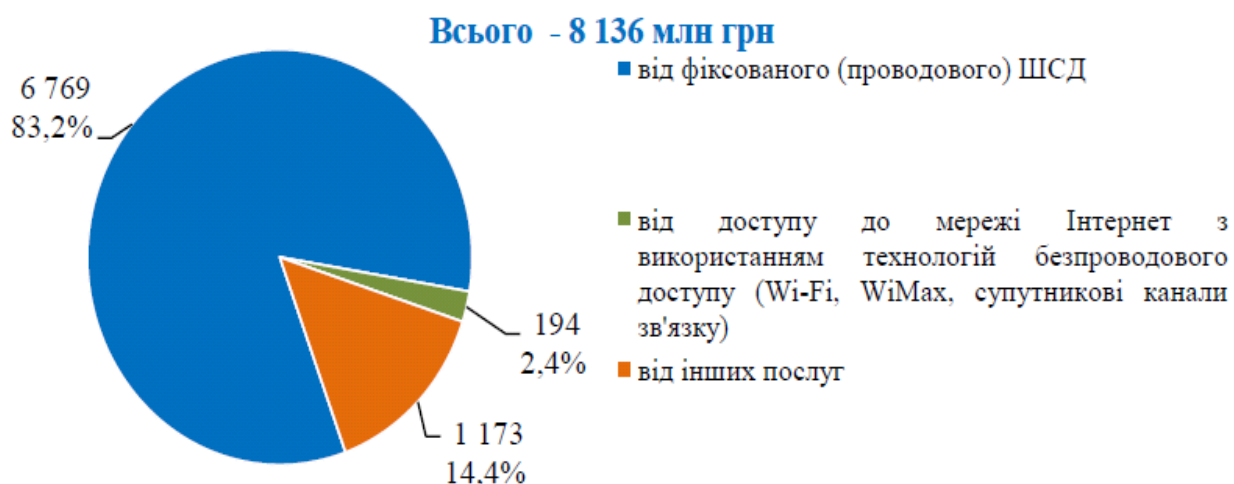


Рис. 2.4. Дохід від надання послуг фіксованого Інтернету, млн. грн. та їх частка у 2018 році[18-23]

За 2016 – 2018 роки спостерігається тенденція зростання доходів від надання послуг фіксованого Інтернету, які у 2018 році зросли на 11,1 % у порівнянні з 2017 роком.

У 2018 році кількість абонентів фіксованого Інтернету становила 6 159 тис. од. Кількість абонентів фіксованого ШСД у 2018 році зросла на 3,3 % у порівнянні із 2017 роком та склала 5 288 тис. осіб, при цьому забезпеченість населення фіксованим ШСД по Україні на 01.01.2019 складала 12,5 одиниць у розрахунку на 100 жителів.

Середньомісячний дохід від надання послуг фіксованого Інтернету у розрахунку на одного абонента за даними 2018 року збільшився на 12,7% у порівнянні з 2017 роком.

Станом на 01.01.2019 регіонами з найвищою забезпеченістю населення фіксованим ШСД до мережі Інтернет є м. Київ, Одеська та Миколаївська області, а з найнижчою – Закарпатська, Луганська та Донецька області [18].

Найбільша частка абонентів фіксованого ШСД (65,9 % від загальної кількості абонентів фіксованого ШСД за даними 2018 року) отримувала доступ до мережі Інтернет через волоконно-оптичне підключення до будинку/оселі (FTTx) та цифрові абонентські лінії (xDSL).

За 2016-2018 роки зросла кількість абонентів, які отримують послуги з фіксованого ШСД через волоконно-оптичне підключення будинку/оселі, при цьому кількість абонентів, що підключені через цифрові абонентські лінії зменшується.

Переважає кількість абонентів фіксованого ШСД отримує доступ до мережі Інтернет на швидкості від 10 до 100 Мбіт/с, частка яких у загальній кількості абонентів фіксованого ШСД у 2018 році склала 89 %.

Відповідно до Закону України «Про поштовий зв'язок» на НКРЗІ покладається: ведення єдиного державного реєстру операторів поштового зв'язку; формування цінової політики та регулювання відповідно до законодавства тарифів на універсальні послуги поштового зв'язку, до яких відносяться послуги з пересилання поштових карток, листів, бандеролей,

відправлень для сліпих – простих та рекомендованих; посилок без оголошеної цінності масою до 10 кг.

В Україні сформувався та функціонує ринок послуг поштового зв'язку, що є важливою і соціально значимою складовою галузі зв'язку.

Під впливом економічної і фінансової ситуації, яка склалась як в державі, так і у світі в цілому, ринок послуг поштового зв'язку України зазнає певних змін та характеризується зниженням обсягів письмової кореспонденції та розширенням поля діяльності у таких сегментах, як електронна торгівля, фінансові послуги та міжнародна логістика.

У зв'язку із лібералізацією ринку поштового зв'язку збільшується кількість операторів поштового зв'язку та обсяг наданих ними послуг.

Згідно з розпорядженнями Кабінету Міністрів України від 10.01.2002 № 10-р та від 25.04.2018 № 277-р, національним оператором поштового зв'язку України є ПАТ «Укрпошта» [18-23].

Універсальні послуги поштового зв'язку у 2018 році надавалися ПАТ «Укрпошта» через мережу поштового зв'язку, яка складається з понад 12,8 тис. об'єктів поштового зв'язку по всій території України. Загальна протяжність поштових маршрутів становить більше 300 тис. км. У 2018 році здійснено обробку та доставку споживачам понад 355,2 млн. поштових відправлень.

Таким чином, у 2018 році доходи від надання послуг зв'язку склали 61 976 млн. грн., з них доходи від надання телекомунікаційних послуг склали 91,1 %, а доходи від надання послуг поштового зв'язку та кур'єрських послуг – 8,9 % (рис. 2.5).

За 2016-2018 роки спостерігається тенденція до збільшення доходів від надання послуг зв'язку, які у 2018 році зросли на 10,2 % у порівнянні з 2017 роком.

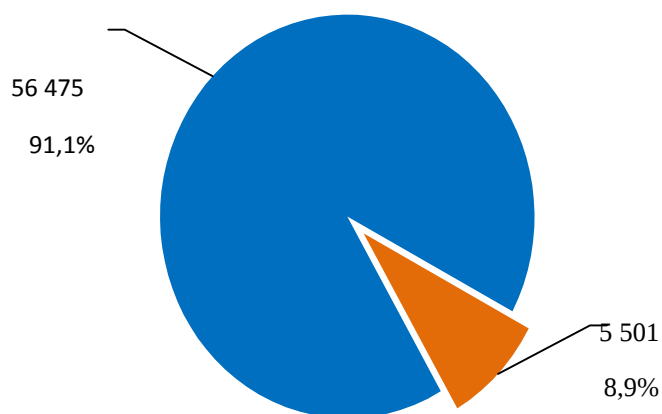


Рис. 2.5. Структура доходів від надання послуг зв'язку за 2018 р., млн. грн. (загальний обсяг 61976 млн. грн.) [18-23]

Доходи від надання телекомунікаційних послуг у 2018 році збільшились на 10,5 % у порівнянні з 2017 роком та склали 56 475 млн. грн., доходи від надання послуг поштового зв'язку та кур'єрських послуг у 2018 році збільшились на 8,2 % у порівнянні з 2017 роком та склали 5 501 млн. грн. (рис. 2.6) [18].

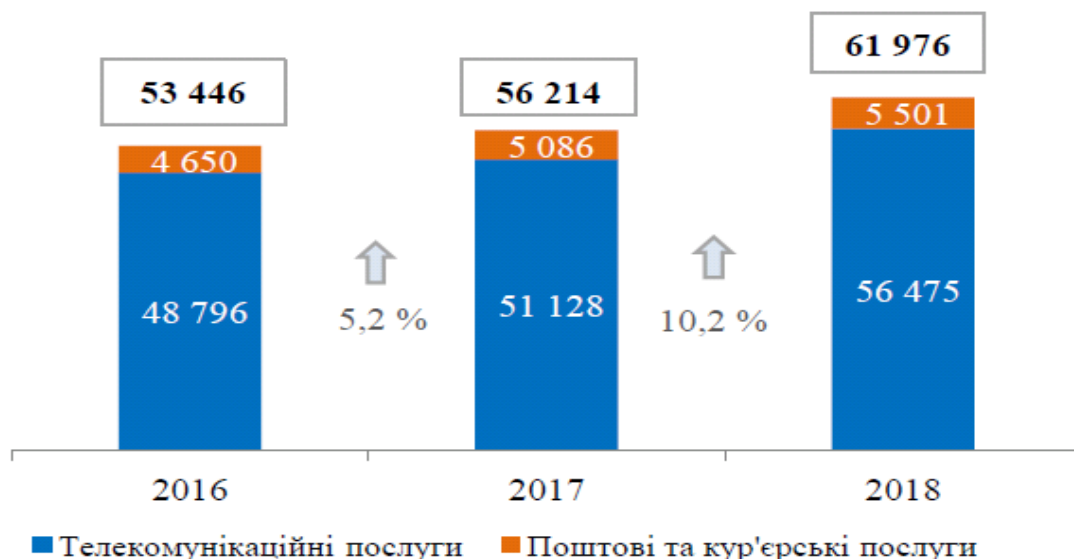


Рис. 2.6. Динаміка доходів від надання послуг зв'язку за видами послуг за 2016 – 2018 рр., млн. грн.[18]

Таким чином, в структурі доходів від надання телекомунікаційних послуг у 2018 році найбільшу частку склали рухомий (мобільний) зв'язок –

61,9 % та фіксований доступ до мережі Інтернет – 14,4%, сумарна частка яких у загальних доходах від надання телекомунікаційних послуг склала 76,3 % [18]. Тенденції і проблеми розвитку видів телекомунікаційного зв'язку представлено в Додатку А.

2.2. Оцінка розвитку ринку телекомунікаційних послуг України

У 2018 році сумарні доходи всіх телекомунікаційних компаній України від надання послуг були рівні 61976 млн. грн. (у 2017 році доходи дорівнювали 56214 млн. грн., приріст доходів в 2018 році – 9,3%).

Забезпеченість населення рухомим (мобільним) зв'язком на 100 жителів, за регіонами станом на 31.12.2019 дорівнює 128,2; фіксованим телефонним зв'язком – 9,9.

Структуру доходів від надання телекомунікаційних послуг за 2018 рік представлено на рис. 2.7.

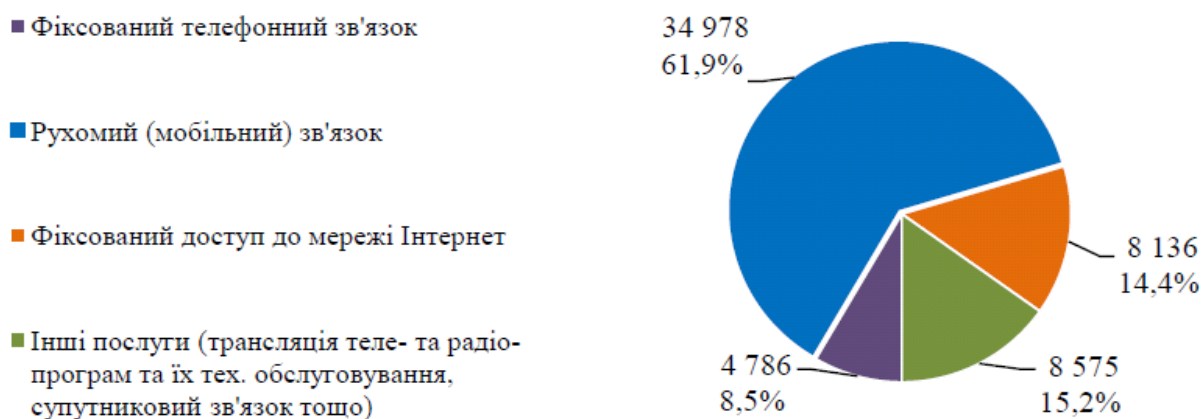


Рис. 2.7. Структура доходів від надання телекомунікаційних послуг за 2018 р., млн. грн.[18-23]

У 2019 році сумарні доходи всіх телекомунікаційних компаній України від надання послуг були рівні 66422 млн. грн. (у 2018 році доходи дорівнювали 61976 млн. грн., приріст доходів в 2019 році – 6,7%).

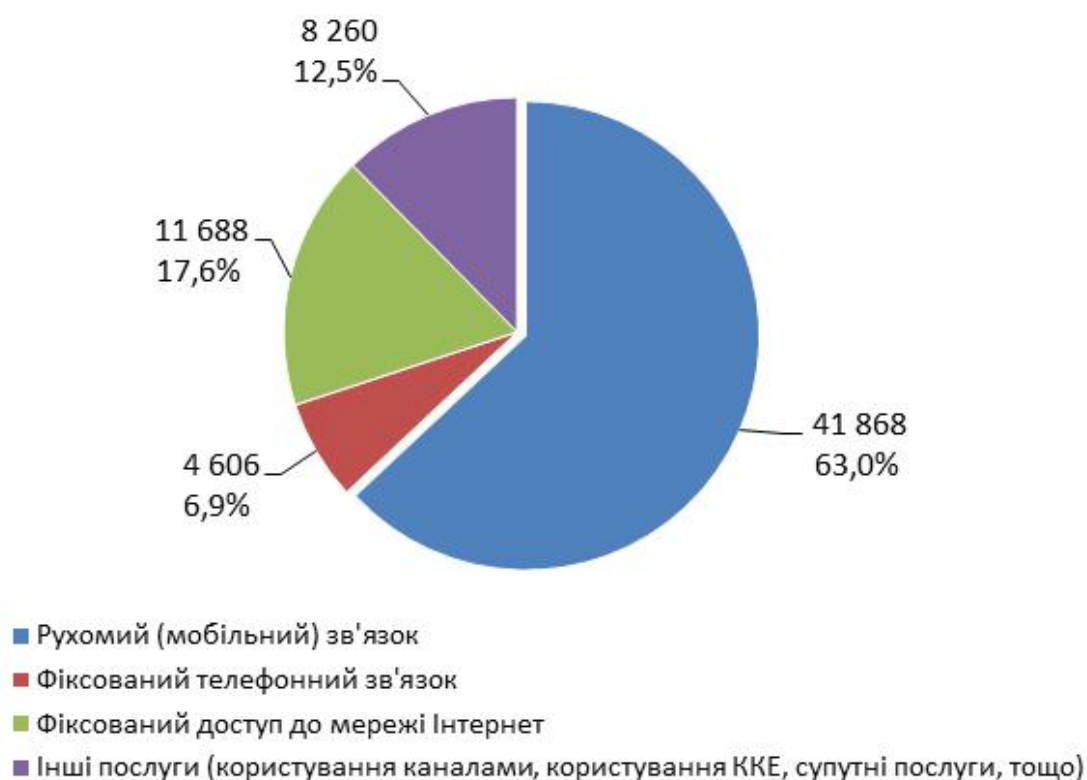


Рис. 2.8. Структура доходів телекомунікаційних послуг, млн. грн. за 2019 рік [19]

Кількість абонентів мобільного зв'язку станом на 31.12.2019 склала 41868 млн. чоловік (по числу сім-карт: деякі абоненти мають дві-три сім-карти).

Кількість абонентів фіксованого телефонного зв'язку станом на 01.01.2019 склала 4606 млн. осіб [19 - 20].

Таким чином, в телекомунікаціях України склалася сприятлива тенденція підвищення результативності економічної діяльності підприємств. Приріст доходів телекомунікаційних компаній України за підсумками 2019 року склав 6,7%.

У сучасному телекомунікаційному ринку України (як системи) за допомогою системного підходу виділено такі сегменти (підсистеми):

- сегмент традиційних телекомунікаційних компаній (оператори мобільного зв'язку і оператори фіксованого зв'язку);

- сегмент Інтернет - провайдерів та інших телекомунікаційних компаній, що надають Інтернет-послуги;
- сегмент компаній, що транслюють програми ефірного, кабельного і супутникового телебачення;
- сегмент інших підприємств телекомунікаційного ринку.

Оператори, які діють в кожному сегменті, з'єднані з кіберпростору мережі Інтернет. Всі підприємства телекомунікацій пов'язані між собою. Тому можна вважати, що сучасний телекомунікаційний ринок має мережеву структуру. В мережевій структурі ринку кожен споживач, підключившись до одного оператора, виявляється підключеним до всієї мережі і до кіберпростору мережі Інтернет і може замовити, і отримати необхідний йому інформаційний продукт.

Більш детально цей процес досліджений в роботі авторів [21]. У процесі проведеного дослідження було виконано аналіз сучасного стану підприємств телекомунікацій по кожному із зазначених вище сегментів і по ринку в цілому. Сегмент традиційних телекомунікаційних компаній, оператори мобільного зв'язку це найбільші і прибуткові компанії в Україні. Доходи компаній даного сегмента від надання послуг мобільного зв'язку за підсумками 2016 - 2018 рр. наведено в табл. 2.1 [19-20, 22-23].

Таблиця 2.1

Основні показники телекомунікаційних компаній від надання послуг мобільного зв'язку за підсумками 2016 - 2018 рр.

Показники	Рік								
	2016 р.			2017 р.			2018 р.		
	Київ-стар	ВФ-Україна	Life-cell	Київ-стар	ВФ-Україна	Life-cell	Київ-стар	ВФ-Україна	Life-cell
Кількість абонентів, млн. осіб	26,1	20,9	9,2	26,5	20,8	8,4	26,6	22,2	7,8
Дохід, млрд. грн.	14,96	11,14	11,7	16,5	11,9	0,31	18,7	12,7	0,21
Прибуток, млрд. грн.	3,03	1,385	0,93	9,2	2,2	-0,51	10,5	2,47	- 0,78

Виходячи з табл. 2.1 ПрАТ «Київстар» протягом досліджуваного періоду впевнено збільшує свої фінансові показники та чисельність абонентів. ПрАТ «ВФ-Україна» за винятком чисельності абонентів має таку ж тенденцію. Набагато гірша ситуація у ТОВ «Lifecell», а показники 2017-2018 рр. вказують на те, що дана компанія є збитковою.

Основними компаніями мобільного зв'язку в Україні є: Київстар, Водафон, Лайфселл, Інтертелеком, Три Моб, Реорленет [19]. Київстар - компанія, яка працює в Україні 20 років, оператор надає послуги зв'язку і передачі даних на основі широкого спектра комунікаційних технологій. Київстар входить до складу VimpelComLtd. (Нині - VEON), однієї з найбільших в світі інтегрованих телекомунікаційних компаній, з головним офісом в Нідерландах. Всі показники економічної діяльності компанії Київстар у 2018 році покращилися.

Загальний дохід за 2018 рік склав 15,260 млрд. грн. (в 2017 році - 14,175 млрд. грн., приріст в 2018 році – 7,1%); дохід від реалізації мобільних послуг склав 14,173 млрд. грн. (в 2017 році - 13,275 млрд. грн., приріст в 2016 році – 7,1%); дохід від реалізації послуг фіксованого зв'язку в 2018 році склав 1,152 млрд. грн. (у 2017 році - 995 млн. грн., приріст в 2018 році – 13,6%).

Кількість абонентів мобільного зв'язку компанії Київстар у 2018 році дорівнювало 26,4 млн. (у 2017 році - 25,6 млн., приріст в 2016 році - 3%). Основні послуги: мобільний зв'язок і мобільна передача даних (92,9% доходу); фіксований зв'язок (7% доходу); доступ до мережі Інтернет, ТВ Київстар, «домашній Інтернет» та інші послуги (0,1%).

Частка оператора Київстар в сегменті ринку мобільного зв'язку дорівнює: за кількістю абонентів в 2018 році - 46% (у 2015 році - 41,8%, приріст в 2016 році - 4,2%); за величиною доходу в 2016 році - 40,9% (у 2015 році - 37,57%, приріст в 2016 році - 3,33%).

Частка оператора Київстар в сегменті ринку мобільного зв'язку дорівнює: за кількістю абонентів в 2018 році - 48% (у 2017 році - 43,8%, приріст в 2018 році – 8,75%); за величиною доходу в 2018 році - 40,9% (у

2017 році - 37,57%, приріст в 2016 році - 3,33%). Частка оператора Київстар на телекомунікаційному ринку: в 2018 році - 26,05%; в 2017 році - 26,39% [24-25]. На ринку сформувалася тенденція підвищення результативності економічної діяльності компаній мобільного зв'язку.

Таким чином, можна вважати, що компанія Київстар є динамічно розвиваючою компанією з напрямком розвитку на збільшення обсягу нових Інтернет-послуг і інфокомунікаційних послуг.

Водафон - одна з найбільших світових телекомунікаційних компаній, що надає широкий спектр послуг, включаючи мобільний голосовий зв'язок, передачу даних, обмін повідомленнями, фіксований інтернет і телебачення. За підсумками 2018 року оператор Водафон Україна отримав дохід в розмірі 11,7 млрд. грн. (У 2017 році – 10,4 млрд. грн.), що на 11,1% більше, ніж за попередній рік. За 2018 року дата-трафік зріс на 210%, дохід від нього перевищив 2 млрд. грн. Кількість абонентів оператора за рік збільшилася на 425 тисяч. Абонентська база досягла 20,9 млн. чоловік (у 2017 році - 20,7 млн. чоловік) [26-27]. Тож компанія Водафон Україна є розвивається компанією з орієнтацією на збільшення обсягу нових інтернет-послуг і інфокомунікаційних послуг. Положення оператора на ринку стійке.

Лайфселл - компанія-лідер з надання інноваційних послуг. Одним з досягнень оператора стало розвиток ринку мобільного Інтернету в Україні. У 2015 році Лайфселл став першим оператором на українському ринку, який запустив зв'язок на основі технології 3G +. Лайфселл ставить перед собою мету стати першим українським дата-оператором [28].

У 2018 році дохід Лайфселл виріс на 9,1% до 4,94 млрд. гривень, проти 4,38 млрд. гривень в 2017 році. Таким чином, можна вважати, що компанія Лайфселл є компанією, що розвивається з орієнтацією на нові Інтернет-послуги та інфокомунікаційні послуги.

Інтертелеком займає 4 позицію серед мобільних операторів зв'язку в Україні. Оператор надає послуги мобільного зв'язку, фіксованого зв'язку, міжнародного зв'язку та 3G Інтернет-доступу за технологіями CDMA EVDO

Rev.A і CDMA EVDO Rev.B у всіх регіонах України. Послуги доступні в найширшій зоні покриття серед операторів, що надають послуги 3G інтернет доступу (більше 14000 населених пунктів). Абонентська база оператора на сьогоднішній день складає більше 1 мільйона 400 тис. абонентів [30].

ТриМоб - оператор, який надає послуги мобільного зв'язку стандарту UMTS / WCDMA. Видами діяльності ТОВ «ТриМоб» є: надання послуг мобільного зв'язку стандарту UMTS з правом технічного обслуговування та експлуатації мереж і надання в користування каналів електрозв'язку [31].

PEOPLEnet - оператор мобільного зв'язку третього покоління. Послуги мобільного зв'язку надаються в стандарті CDMA з використанням технології EV-DO Rev.A [32].

Інформація про кількість абонентів мобільного зв'язку і обсязі доходів від надання послуг мобільного зв'язку операторів Інтертелеком, Трімоб, Peoplenet в доступних джерелах відсутня. Розрахунок частки ринку мобільного зв'язку інших операторів мобільного зв'язку (Інтертелеком, Три Моб, Peoplenet) здійснений шляхом порівняння загального значення доходів (або кількості абонентів) всіх операторів мобільного зв'язку з аналогічними сумарними даними трьох провідних операторів (які вказані вище).

Кількість абонентів інших операторів мобільного зв'язку в 2018 році склало 0,5179 млн. осіб (у 2017 році - 9,8 млн. чоловік), частка ринку за кількістю абонентів інших операторів мобільного зв'язку в 2018 році - 0,95% (у 2017 році - 7,22%). Обсяг доходів інших операторів в 2018 році дорівнював 3,1771 млрд. грн. (У 2017 році - 5,2506 млрд. грн.). Відповідно, частка ринку за обсягом доходів в 2018 році - 12,04% (у 2017 році - 18,53%). Частка інших операторів мобільного зв'язку на телекомунікаційному ринку розрахована аналогічно. У 2018 році інші оператори мобільного зв'язку займали 5,68% телекомунікаційного ринку. У 2017 році - 10,45%. Частка цих операторів в телекомунікаційному ринку істотно знизилася. Зниження частки ринку інших операторів мобільного зв'язку в 2019 році можна пояснити впровадженням

основними операторами технології 3G і більш високим авторитетом провідних компаній.

Доходи від надання послуг зв'язку в Україні за 2017-2018 рр. представлено у табл. 2.2 [19, 24-31].

Таблиця 2.2

Доходи від надання послуг зв'язку в Україні за 2017-2018 рр.

Показники	2017 р., млн. грн.	2018 р., млн. грн.	Темпи зростання (зменшення), %
Доходи – всього, в т.ч.:	56214	61976	110,2
Телекомунікаційні послуги:	51128	56475	110,5
Телефонний фіксований зв'язок – всього, в т.ч.:	5139	4786	93,1
телефонний міський	3229	2997	92,8
телефонний сільський	338	335	93,6
телефонний міжміський (разом з міжнародним)	1552	1454	93,7
Рухомий (мобільний) зв'язок	31479	34978	111,1
Фіксований доступ до мережі Інтернет	7322	8136	111,1
Інші телекомунікаційні послуги – всього, в т.ч.:	7188	8575	119,3
телеграф	7	2	22,9
проводове мовлення	133	128	96,2
передача і прийом телевізійних і радіопрограм, радіозв'язку	2597	2830	109,0
надання в користування кабельної каналізації електрозв'язку	124	130	104,8
надання в користування каналів та ліній електрозв'язку операторам телекомунікацій	616	730	118,5
супутниковий зв'язок	74	107	144,6
інші послуги	3637	4648	127,8
Поштова та кур'єрська діяльність – всього, в т.ч.:	5086	5501	108,2
поштова діяльність	3780	4118	108,9
інші послуги	1306	1383	105,9

Дані, наведені у таблиці 2.2, підтверджують висновок, зроблений вище, що на телекомунікаційному ринку України сформувалася позитивна тенденція підвищення результативності економічної діяльності практично всіх учасників ринку.

Висновки до 2 розділу

У ході дослідження аналізу і оцінки розвитку ринку телекомунікаційних послуг України зроблені наступні висновки:

1. Проаналізовано стан та тенденції розвитку ринку телекомунікаційних послуг. За підсумками 2016 - 2019 років підприємства, що діють на телекомунікаційному ринку України, досягли більш високих показників: сумарний дохід підприємств збільшився в порівнянні з 2018 роком на 9,3%, на ринку виникла сприятлива тенденція підвищення результативності економічної діяльності підприємств; при цьому доходи сегмента Інтернет-провайдерів та інших телекомунікаційних компаній від надання Інтернет-послуг зросли на 48,5%, що свідчить про ефективне вирішення підприємствами проблеми доступу до мережі і використанні її можливостей Інтернет користувачами України.

2. Проведено оцінку розвитку ринку телекомунікаційних послуг України. Оцінка стану конкурентного середовища на ринку мобільного зв'язку і на телекомунікаційному ринку України, дозволяє стверджувати, що ринок мобільного зв'язку є поки досить концентрованим, конкурентне середовище розвинена слабо; на телекомунікаційному ринку України сформувалася помірно розвинена конкурентне середовище.

РОЗДІЛ 3.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

3.1. Обґрунтування необхідності удосконалення механізму державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг

В сучасних умовах ефективну економічну діяльність можна формувати на основі використання достовірної інформації. Зараз інформація служить мірою впорядкованості та стійкості соціально-економічної системи, і є методом впливів людини на обмежені ресурси для задоволення свого попиту. Тут значну роль відіграє інформація, а також її перетворення і можливості взаємодії між суб'єктами ринкової системи.

У цих умовах значно зростає роль і місце сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, особливо телекомунікаційні технології, що сприяють формуванню інформаційного суспільства.

Телекомунікаційні технології і інформація, стали найважливішими галузями інформаційного суспільства, і вся економічна діяльність спрямована на виробництво, надання і споживання інформації [33].

Важливо зауважити, що в умовах України розвиток сфери телекомунікацій є «платформою» для створення інформаційного суспільства, і держава надає дієву підтримку в цій галузі економіки, розробляючи і реалізуючи науково-обґрунтовані спеціалізовані стратегії, концепції та програми розвитку на середньострокову і довгострокову перспективу.

У сучасних умовах значну роль у взаємодії і економічному розвитку підприємництва відіграє сфера телекомунікацій, зокрема оператори мобільного зв'язку. Слід зауважити, що сфера телекомунікацій виступає ключовим елементом ефективного функціонування всіх суб'єктів

господарської діяльності, а також раціонально впливає на процеси управління.

Іншими словами, ринок телекомунікаційних послуг виступає в якості одного з ключових секторів народного господарства, від ефективного функціонування якого залежить її діяльність і злагоджена робота всіх соціально-економічних систем.

Можна погодитися з академіком С. Ю. Глаз'євим, що «комунікаційні технології, поряд з нано- і біотехнологій, утворюють новий їх комплекс, пронизуючи всю економіку і створюючи вибухові ефекти в тих сферах, куди вони проникають, а також з тим, що новий технологічний уклад носить гуманітарний характер - на відміну від тих, які до сих пір існували в економічній історії. У той же час складно погодитися з тим, що вони «не вимагають глибокого державного втручання» [34].

Слід підкреслити, для обґрунтування необхідності державного регулювання сфери телекомунікацій, зокрема діяльності операторів мобільного зв'язку, необхідно досліджувати необхідність державного регулювання національної економіки в цілому.

Ринкова економіка не в силі вирішити більшість економічних проблем шляхом стимулювання конкуренції. Роль держави в регулюванні економіки проявляється у взаємозв'язку економіки і політики. Державна економічна політика є ключовою ланкою і важливим компонентом ринковою системи [35].

Як справедливо зазначає Чугунов Г.К. «В сучасному глобалізаційному світі саме інформаційні ресурси, обізнаність, знання, виступають джерелами вартості, а можливість оперативної передачі інформації вважається дуже важливою умовою успіху як для приватних і державних структур, так і для окремої людини» [36].

В умовах глобалізації та розвитку сучасних методів надання телекомунікаційних послуг, роль державних органів не тільки не знижується, але в певному сенсі навіть істотно підвищується.

Слід зауважити, що головними інструментами і важелями державного регулювання і контролю стануть законодавча і нормативно-правові база, що регулюють інформаційне відношення в суспільстві.

На наш погляд, дуже актуальною вважається розробка нормативних документів, які регламентують надання телекомунікаційних послуг.

Необхідно зауважити, що держрегулюванню повинні піддаватися ті ринки, у яких є неефективна конкуренція, запобігає дискримінація щодо клієнтів і конкурентів операторами, які займають домінуюче становище на телекомунікаційному ринку.

Виходячи з цього, нами розроблена модель державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг, основною метою, якої виступає формування конкурентної моделі держрегулювання на даному сегменті ринку телекомунікаційних послуг (рис. 3.1).

При цьому слід забезпечити стійке функціонування телекомунікаційних компаній. Отже, державне регулювання телекомунікаційного ринку має бути спрямоване на розвиток конкурентної позиції в даній галузі.

З метою реалізації основних напрямів державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг, необхідно керуватися наступними базовими методами:

- 1) організаційно-правові;
- 2) економічні.

При цьому слід особливо відзначити, що в окремих випадках державне регулювання ринку телекомунікаційних послуг, навпаки, обмежує діяльність суб'єктів ринку телекомунікацій, що, перш за все, пов'язано зі складністю розробки державної політики регулювання телекомунікаційного ринку.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ
Мета: створення конкурентної моделі державного регулювання на ринку телекомунікацій

СТРАТЕГІЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

1. Приватизація і роздержавлення у сфері телекомунікацій

2. Антимонопольна політика у сфері телекомунікацій

3. Регулювання процедур надання телекомунікаційних послуг

4. Підвищення прозорості процедур регулювання

5. Регулювання у сфері тарифної політики

6. Ліцензування операторів стільникового зв'язку

РЕЗУЛЬТАТИ

- зміна структури ринку;
- запобігання зловживань з боку операторів займають домінуюче становище;
- залучення інвестицій;
- отримання додаткового доходу державою за рахунок приватизації.

- узгодження переліків товарних ринків у сфері телекомунікацій, проведення аналізу на предмет конкуренції на них, визначення в разі відсутності конкуренції;
- забезпечення умов для відкритої конкуренції;
- розширення частки ринку.

- оптимізація регулювання послуг доступу до телекомунікаційних мереж;
- оптимізація регулювання послуг зв'язування телекомунікаційних мереж.

- підвищення наповнюваності бюджетної сфери;
- відмова від прямого регулювання товарних ринків телекомунікацій;
- визначення критеріїв доступності;
- стимулювання операторів зі значною ринковою силою до підвищення ефективності послуг, що надаються.

- створення об'єктивних, відкритих, недискримінаційних і прозорих умов для залучення додаткових інвестицій і підтримки інноваційних рішень;
- підвищення рейтингів ринків телекомунікацій.

- забезпечення своєчасного збалансування тарифів на телекомунікаційні послуги на основі собівартості;
- регулювання тарифних ставок;
- розмежування регулювання процедури з передачі інформації від регулювання інформаційного контенту;
- розширення асортименту послуг.

- лібералізація ринку телекомунікаційних послуг;
- забезпечення конкурентоспроможності ринку телекомунікаційних послуг.

Рис. 3.1. Модель державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг України (побудовано за джерелами [33; 36])

Актуальність здійснення державного регулювання телекомунікаційного ринку в сучасних умовах визначається з урахуванням окремих компонентів, зокрема:

- в телекомунікаційній сфері діють оператори різних форм власності та напрямків;
- даний ринок формується не тільки державою, а й приватним сектором;
- в даній сфері спостерігається нерівномірність технічного розвитку, а також економічного становища суб'єктів ринку.

Як основний компонент ринкової економіки телекомунікаційна сфера забезпечує своєчасну передачу і поширення інформаційних ресурсів, тому вважається головним чинником зростання конкурентоспроможності економіки.

У нинішніх умовах ефективно і раціональне використання інформаційних потоків необхідно всім суб'єктам господарських відносин. Перш за все, інформація необхідна для виявлення конкурентних переваг суб'єктів і їх позиціонування на ринку.

У цих умовах пред'являються дуже високі вимоги до підприємницьким структурам телекомунікаційного ринку.

Слід підкреслити, що демонополізація телекомунікаційної сфери в національній економіці України привела до посилення конкурентного змагання на ринку, виникнення нових видів послуг, що надаються зв'язку мобільних операторів, які сприяли структуруванню телекомунікаційного ринку та підвищенню його прозорості. При цьому поява нових видів послуг зв'язку викликає нові труднощі, які пов'язані з диверсифікацією функціонування суб'єктів телекомунікаційної сфери.

У цих умовах ефективно функціонування підприємницьких структур на телекомунікаційному ринку, особливо на ринку телекомунікаційних послуг, можливо тільки при визначенні базових споживчих переваг і мотивів

поведінки покупців, а також при вирішенні проблеми вибору кращого способу надання послуг на цільовому ринку.

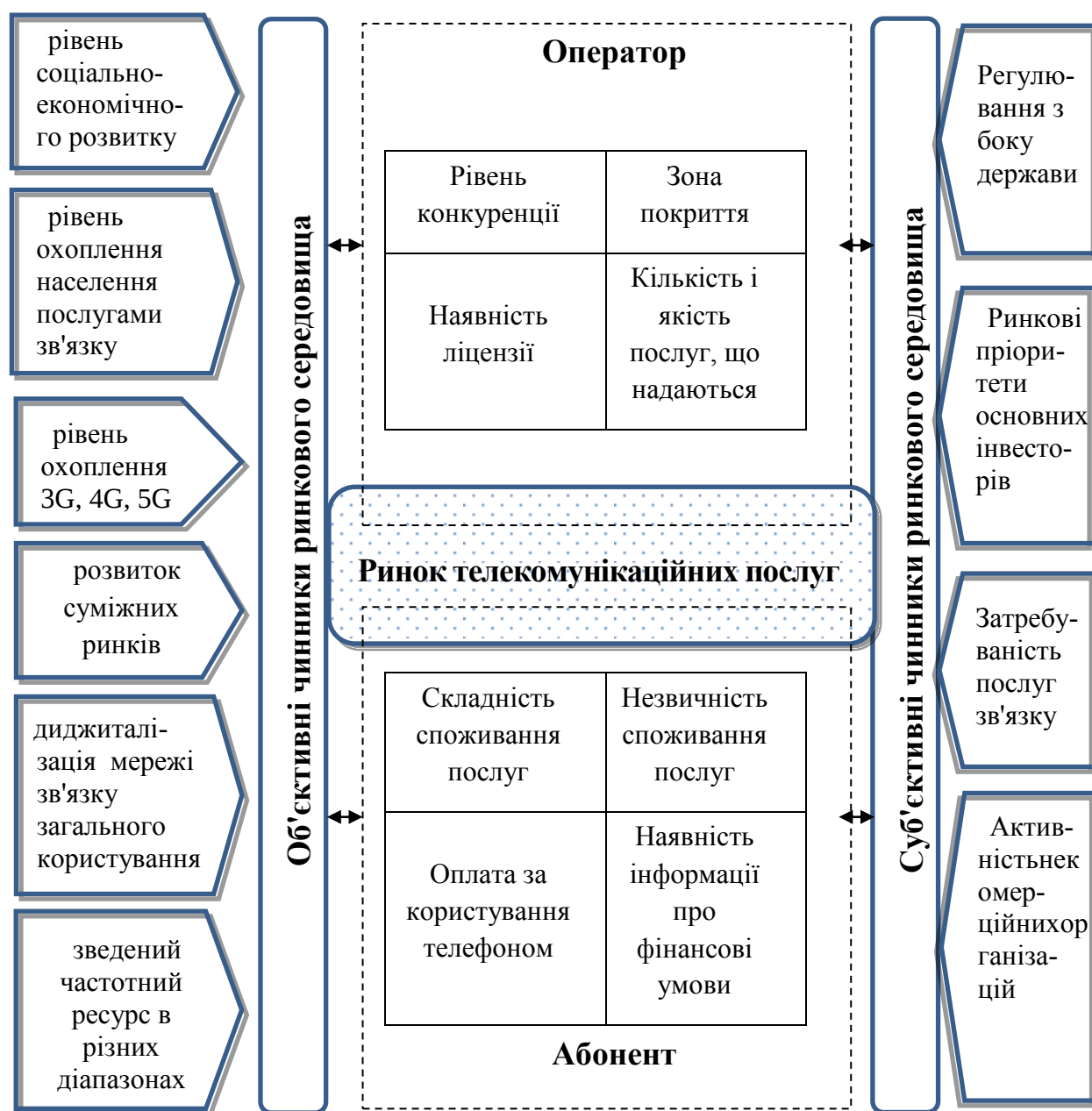


Рис. 3.2. Модель функціонування ринку телекомунікаційних послуг (побудовано автором)

Виходячи з цього, пріоритетним вважається розробка методичних підходів для прогнозування діяльності суб'єктів телекомунікаційного ринку в контексті розробки їх ринкової стратегії.

Разом з тим розвиток ринку телекомунікаційних послуг України в останні роки відбувається прискореними темпами. Проведено роботи по вдосконаленню його структури, змінювалися методи держрегулювання, сформована адекватна ринковим моделям господарювання нормативно-правова база.

Ринок телекомунікаційних послуг України знаходиться починаючи з 2000 року в стадії прискореного зростання, на основі впровадження нових видів телекомунікаційних послуг.

Таким чином, аналіз ринку телекомунікацій в Україні показує, що всі фактори, що впливають на клієнтів і операторів зв'язку, можуть бути розділені на дві групи чинників:

- з боку попиту, до яких віднесена технічна складність споживання послуги, незвичність споживання технічно складних послуг, вид оплати за користування стаціонарним телефоном, наявність інформації про фінансові умови надання телекомунікаційних послуг;

- з боку пропозиції, до яких віднесено: рівень конкурентної боротьби на республіканському та місцевому ринку, наявність ліцензії на надання телекомунікаційних послуг, зона покриття, кількість і якість надаваних телекомунікаційних послуг.

Таким чином, на підставі дослідження факторів впливають на діяльність суб'єктів телекомунікаційного ринку, можна сформулювати основні інструменти, що входять в систему економічного механізму забезпечення підвищення конкурентоспроможності суб'єктів на ринку телекомунікаційних послуг (рис. 3.3).

Сутність і необхідність запропонованого економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку телекомунікаційних послуг полягає в створенні гнучкої системи управління діяльністю, що включає широкий перелік надаваних телекомунікаційних послуг, ефективну політику просування та реалізації послуг, ефективне управління взаємовідносинами з користувачами послуг.



Рис. 3.3. Економічний механізм підвищення конкурентоспроможності суб'єктів на ринку телекомунікаційних послуг [удосконалено за 33, 36]

Для телекомунікаційного ринку України позитивним умовою стало забезпечення стійкості Інтернету, незалежно від ринкових потрясінь. Це свідчить про те, що ринок Інтернет є досить стійким сегментом ринку. Кількість Інтернет-користувачів в Україні зростає швидкими темпами, так як клієнти відносяться до платоспроможної групи населення.

В сучасних умовах телекомунікаційний ринок регулюється на двох рівнях: національному та міжнародному.

Важливо підкреслити, що регулювання телекомунікаційного ринку на рівні держави здійснюється за допомогою використання юридичних актів загального і спеціального характеру. Дані законодавчі акти в цілому покликані регулювати тенденції розвитку ринку телекомунікацій, діяльність суб'єктів ринку, а також визначити повноваження державних органів щодо регулювання даного ринку.

Як актів загального характеру виступають Конституція України, Цивільний кодекс, Кодекс країни про адміністративні правопорушення, державні закони про природні монополії, акціонерні товариства, іноземні інвестиції, конкуренцію і обмеження монополістичної діяльності, захисту прав споживачів та інші.

Дані нормативно-правові акти вважаються загальними для всього національного господарства і покликані регулювати широке коло питань суб'єктів телекомунікаційного ринку.

Важливо підкреслити, що в більшості країн світового господарства, регулювання ринку телекомунікаційних послуг покладено на незалежний регулюючий орган.

Даний орган має величезний ступінь свободи від політичного тиску і компетентності. Повна незалежність регулятора в телекомунікаційній сфері забезпечується його незалежністю від органів державної влади і незалежним фінансуванням.

Діяльність органів управління і регулювання в телекомунікаційній сфері спрямована на формування такої держполітики регулювання ринку телекомунікаційних послуг, яка б сприяла:

- вдосконаленню середовища конкурентної боротьби на базі регулювання процесу злиття компаній і демонополізації;
- забезпеченню прав суб'єктів і населення на доступ до ІТК інфраструктурі;
- забезпеченню і підвищенню інвестиційної привабливості в телекомунікаційній галузі;

- зближенню вітчизняних телекомунікаційних центрів в світову інформаційну середу.

Вивчення зарубіжного досвіду реформування телекомунікаційної сфери в передових країнах з урахуванням специфічних особливостей економіки України, дозволяє сформулювати наступні основні цілі і завдання держрегулювання телекомунікаційного ринку:

- формування безпечної системи функціонування ринку телекомунікацій, зокрема ринку мобільного зв'язку;
- забезпечення можливості стратегічного розвитку суб'єктів телекомунікаційного ринку і виробників телекомунікаційних засобів;
- демонополізація телекомунікаційного ринку та формування раціональної середовища для конкурентної боротьби шляхом контролю за діяльністю компаній у телекомунікаційній сфері;
- забезпечення недискримінаційного доступу альтернативних суб'єктів ринку до мережі загального користування;
- створення необхідних умов для застосування передових телекомунікаційних технологій та надання клієнтам нових телекомунікаційних послуг.

Як було зазначено вище, для реалізації поставлених цілей і завдань з регулювання телекомунікаційного ринку, державні органи повинні використовувати самі передові методи і інструменти регулювання.

Підводячи підсумки необхідності державного регулювання телекомунікаційного ринку, слід зазначити кілька ключових моментів:

1. Державне регулювання ринку телекомунікаційних послуг не повинно бути направлено на жорсткий контроль діяльності операторів, а, навпаки, враховувати забезпечення інтересів клієнтів і постачальників телекомунікаційних послуг.

2. Серед вчених і фахівців сфери телекомунікацій та постачальників телекомунікаційних послуг немає чіткої думки з приводу місця механізмів держрегулювання телекомунікацій, яке вони займуть в перспективі. Цим

обумовлюється появою нових сучасних підходів і рекомендацій з регулювання телекомунікаційного ринку в цілому.

3. Світова практика свідчить про те, що зниження частки втручання державних органів в діяльність телекомунікаційних компаній виступає ключовим фактором і умовою розвитку ринку телекомунікаційних послуг.

4. Державі необхідно знаходити компроміс між політикою захисту конкуренції та політикою протекціонізму телекомунікаційних компаній протягом всього періоду лібералізації ринку. Виконання даного завдання покликана забезпечити ефективність регулювання ринку телекомунікаційних послуг.

Таким чином, головна мета державного регулювання телекомунікаційного ринку повинна бути спрямована на недопущення відмови ринкових інструментів, обмеження використання деякими суб'єктами ринку їх ринкової сили і підвищувати економічну ефективність телекомунікаційних послуг. Роль державного втручання повинна зводитися до формування певної телекомунікаційної політики і законів для досягнення зазначених цілей та завдань.

3.2. Пріоритетні напрямки розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні

В умовах глобалізації, розвиток телекомунікаційного ринку вважається одним з перспективних напрямків модернізації економіки країни, а інвестиційні вкладення в інфраструктуру телекомунікаційної сфери сприяє посиленню стратегічного положення нашої країни в перспективі.

В цілому, для формування сучасного телекомунікаційного ринку та його розвитку, доцільним вважаємо розробку науково обґрунтованої раціональної державної політики з урахуванням створення нормативно-правової бази, що регулює функціонування операторів на цьому ринку використовуючи ефективний механізм ціноутворення на послуги операторів

зв'язку і сприяє активізації роботи національних компаній і розвитку їх інфраструктури в найменш розвинених областях України.

Слід зазначити, що розвиток телекомунікаційного ринку в Україні відбувається в ракурсі тенденцій світового ринку: ступінь проникнення мобільного зв'язку давно прирівнювався з іншими сусідніми країнами; телекомунікаційні компанії надають своїм клієнтам найсучасніші послуги.

Важливо підкреслити, що в даний час, число користувачів окремих видів телекомунікаційних послуг збільшується, а також спостерігається неухильне зростання фінансових показників телекомунікаційних компаній.

На наш погляд, для забезпечення сталого розвитку телекомунікаційних компаній можна запропонувати наступні основні ключові стратегії.

Перш за все, раціональне управління і використання ресурсів виступає в якості однієї з найважливіших стратегій сталого розвитку суб'єктів телекомунікаційного ринку. При цьому слід чітко визначити роль і значення окремих ресурсів на ринку телекомунікаційних послуг.

В якості другої важливою стратегією стійкого розвитку суб'єктів телекомунікаційного ринку виступає корпоративна політика та формування ефективного брендингу. Оскільки організація окремої структури в телекомунікаційній компанії і виявлення принципів ефективної взаємодії вважається вирішальною стратегією функціонування суб'єктів в умовах жорсткої конкуренції. Формування ефективного бренду сприяє зменшенню витрат на рекламу, а також виступає важливим чинником і умовою довіри користувачів до телекомунікаційних послуг.

Третьою найважливішою стратегією для сталого розвитку суб'єктів телекомунікаційного ринку в умовах України вважається ефективну взаємодію з державними органами в сфері регулювання даної галузі. Роль цієї стратегії дуже помітна в умовах процвітання корупції і суб'єктивності діяльності держчиновників. При цьому суб'єктам телекомунікаційного ринку також слід вступати в партнерство з вітчизняними та зарубіжними компаніями. Оскільки телекомунікаційні компанії не в силах створювати

комплекс послуг окремо. В даному аспекті для сталого розвитку, суб'єктам телекомунікаційного ринку слід залучити максимальну кількість передових телекомунікаційних кампаній.

В якості четвертої стратегії сталого розвитку суб'єктів телекомунікаційного ринку розглядається організація активної роботи з дилерами, оскільки дилери компаній відіграють вирішальну роль в поширенні послуг на телекомунікаційному ринку.

Вивчення літератури показує, що інноваційна телекомунікаційна послуга вимагає організації ефективної роботи по інтерпретації і навчання клієнтів, а також по індивідуальній настройці телекомунікаційних послуг. Застосування наявних дилерських мереж для здійснення даної діяльності може значно стимулювати інтерес кінцевих користувачів до інноваційних послуг.

Іншим важливим напрямком сталого розвитку ринку телекомунікаційних послуг є принцип універсального обслуговування користувачів. Оскільки універсальне обслуговування клієнтів телекомунікаційними послугами виступає загальновизнаним інструментом забезпечення доступу до інформаційно-комунікаційних ресурсів, забезпечення гідної якості життя населення, а також рівноправних можливостей людей для вдосконалення і розвитку [37].

При цьому універсальне обслуговування користувачів телекомунікаційного ринку є особливим механізмом регулювання телекомунікаційної сфери, яка нарівні з іншими сучасними методами, застосовується державними органами для управління в даній сфері.

Застосування принципу універсального обслуговування клієнтів поряд з іншими важливими стратегіями сталого розвитку телекомунікаційної сфери інтерпретується актуальністю питання досить можливого рівня доступу населення країни до інформаційно-комунікаційних послуг. Воно вважається важливою умовою розробки організаційно-правової, соціально-економічної і політичної основи переходу України до інформаційного суспільства.

Зазвичай у світовій практиці під універсальним обслуговуванням розуміється надання можливості підключення абонента до телекомунікаційної мережі та використання мінімального набору послуг зв'язку незалежно від географічного положення, рівня доходу чи інших факторів життя населення за доступними цінами [38].

Багато операторів в різних країнах, прагнуть до надання універсальних телекомунікаційних послуг, і вони вважаються універсальними.

Слід зазначити, що оператори, які надають універсальні послуги є недостатньо ефективними, через розширення своєї інфраструктури для забезпечення технічної можливості надання телекомунікаційних послуг з урахуванням їх потреби в певних територіях. Ці оператори в розвинених країнах підтримують бездомних або бідні домогосподарства, а також не телефонізують населені пункти або окремі райони.

Стратегічним напрямом сталого розвитку телекомунікаційного ринку вважається підвищення інвестиційної активності і привабливості телекомунікаційної сфери та розвиток інноваційних технологій, а також формування передової національної інфраструктури телекомунікаційного ринку.

Слід зазначити, що інвестиційна політика в телекомунікаційній сфері, перш за все, сприяє розвитку добросовісної конкуренції, яка ґрунтується на формуванні альтернативних суб'єктів телекомунікаційного ринку та створення різноманіття послуг. Дана задача здійсненна шляхом формування умов для збільшення конкурентів. При цьому слід розрізняти суб'єктів, які формують інфраструктуру від провайдерів телекомунікаційних послуг. Важливо зауважити, що формування ринкової інфраструктури та телекомунікаційних мереж виступає пріоритетом інвестиційної політики в телекомунікаційній сфері.

На наш погляд, інвестиційна політика в телекомунікаційній сфері повинна бути спрямована на розвиток діяльності суб'єктів

телекомунікаційного ринку, модернізацію їх діяльності, а також розширення мереж відомчих органів.

Держава повинна стимулювати інвестиційну діяльність в цих сферах за допомогою заохочення залучення внутрішніх і зовнішніх інвестиційних ресурсів безпосередньо суб'єктами телекомунікаційного ринку.

Світовий досвід показує, що в багатьох країнах, ринок телекомунікаційних послуг був монополізований державними операторами. І це вважалось гальмуючим фактором для формування інформаційного суспільства. Водночас лібералізація даного ринку в кінці минулого століття ввела його на якісно новий рівень розвитку на основі децентралізації і підвищення конкурентоспроможності даного ринку, використовуючи сучасні технології.

При лібералізації телекомунікаційного ринку важливо враховувати наступні фактори:

- телекомунікаційний ринок розвивається швидше, чим більше він буде лібералізован;
- спостерігається необхідність зростання залучення приватних інвестицій для розширення і поліпшення телекомунікаційних мереж, з метою створення і надання нових телекомунікаційних послуг;
- значне зростання мережі Інтернет призводить до зростання переданої інформації, що і вимагає зростання кількості провайдерів;
- розвиток мобільного зв'язку та бездротових сервісів, вимагає розширення інфраструктури системи надання таких видів послуг;
- розвиток можливості ведення комерційної діяльності в міжнародному масштабі пов'язане з наявністю глобальних і міжнаціональних провайдерів.

Слід підкреслити, що питання про зменшення зовнішнього регулювання телекомунікаційної сфери має позитивний результат тільки в перспективному періоді. Разом з тим без зовнішнього втручання, формування конкурентного ринку телекомунікаційних послуг буде малоймовірним. Тільки в період приватизації та формування конкурентоспроможної ринкової

середовища важливе місце займало суворе державне втручання. Дане втручання необхідне за такими основними причинами:

- регулятори телекомунікаційного ринку зобов'язані ліцензувати нових суб'єктів у сфері телекомунікації.
- на регуляторів покладено завдання поступового зняття всіх обмежень щодо конкурентних відносин ;.
- посилення контролю за дотриманням обов'язків нових суб'єктів телекомунікаційного ринку.
- втручання може бути затребуване для гарантії того, що на ринку телекомунікаційних послуг зустрічаються високоприбуткові і малоприбуткові послуги.

У цих умовах важливим вважаємо вивчення специфічної ролі ринку телекомунікаційних послуг для забезпечення економічного зростання, але всі вони показують, що існує позитивна каузальна зв'язок між показниками діяльності цього ринку і темпами економічного зростання [39].

Приватизація і лібералізація телекомунікаційного ринку зумовили необхідність в реорганізації органів управління, які залучені в сферу телекомунікацій, а також організації окремих незалежних регулюючих організацій.

Уряду України слід розробити телекомунікаційну політику. Дана політика повинна враховувати національні інтереси держави, окремих власників, адміністрації і співробітників - операторів, а також ухилення від втручання в конкуренції і управлінні телекомунікаційних компаній. При цьому незалежний регулятор повинен реалізувати розроблену державну політику в цій сфері.

В умовах України лібералізація телекомунікаційного ринку вимагала необхідності розробки інструментів регулювання цін. Ці інструменти затребувані в умовах монополізації і в умовах приватизації та лібералізації ринку. Однак до теперішнього часу в республіці не сформульована система вільної конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг, а з іншого боку

операторами ефективно використовуються методи цінового регулювання для отримання конкурентних переваг.

Важливо зауважити, що регулювання цін також стимулює вільну конкуренцію на телекомунікаційному ринку і головна її мета пов'язана з фінансовими інструментами, ефективним функціонуванням та неупередженістю.

В даний час державна політика спрямована також на лібералізацію ринку товарів і послуг. Важливо зауважити, що важливим стратегічним напрямком лібералізації вважається членство України в СОТ.

В рамках Світової організації торгівлі для лібералізації телекомунікаційного ринку слід враховувати її основні вимоги.

Отже, основна мета плану заходів на державному рівні в умовах членства у Світовій організації торгівлі повинна бути спрямована на створення відкритого ринку телекомунікаційних послуг з розвиненою інфраструктурою. Що стосується підприємницьких структур, то вони повинні розробити ефективну стратегію розвитку телекомунікаційних компаній.

На наш погляд, дана стратегія повинна включити такі стратегічні напрямки:

- розробка заходів щодо вдосконалення якості надаваних телекомунікаційних послуг;
- вибір ефективних і динамічних сегментів ринку телекомунікаційних послуг для функціонування мобільного зв'язку та Інтернет;
- збільшення сфери діяльності телекомунікаційних компаній шляхом географічного розширення діяльності, а також реалізацією стратегій злиття та поглинання телекомунікаційних компаній;
- розробка сучасних видів телекомунікаційних послуг, в тому числі комплексні послуги;
- розвиток компаній в якості «комплексного оператора» для клієнтів;

- обґрунтування, розробка та реалізація інвестиційної політики по розширенню мереж зв'язку і сфер діяльності телекомунікацій.

Реалізація зазначених заходів сприяє створенню великих конкурентоспроможних операторів з широким пакетом якісних телекомунікаційних послуг.

На наш погляд, важливим фактором формування розвиненої і ефективної системи надання телекомунікаційних послуг в умовах лібералізації даного ринку, вважається розвиток конкуренції з урахуванням її безвідносно до рівня соціально-економічного розвитку країни, вирішення завдання забезпечення безпеки і конкурентоспроможності національної економіки.

Багаторічна практика провідних країн світу, в тому числі і східноєвропейських країн, підтверджує необхідність та економічну доцільність нового незалежного регулятора в галузі зв'язку, який широко проводить політику демонополізації, приватизації та лібералізації в сфері зв'язку та інформаційно-комунікаційних технологій.

Розвиток незалежного регулятора в телекомунікаційній сфері, зокрема в галузі зв'язку вимагає демонополізувати цю сферу і проводити законодавчі, політичні, економічні та технічні перетворення існуючого монопольного ринку. Ці рішення змінюють існуючі політико-економічні, організаційно-технічні, а також технологічні аспекти діяльності суб'єктів ринку. Демонополізація виступає базою для вільної конкуренції і підвищення ефективності даної галузі, і як стратегічний важіль ринкової економіки, який відкрив шлях до цивілізованої приватизації.

Аналіз розвитку східно-європейських країн показує, що для успішної реалізації інноваційного менеджменту в телекомунікації необхідно: створення незалежного регулятора галузі, формування необхідної законодавчої бази, реструктуризація цієї сфери, наявність ефективного механізму приватизації, лібералізація ринку зв'язку країни, перерозподіл державної власності в галузі і т.д. [40].

Основоположним елементом інноваційного розвитку галузі зв'язку та інформаційних технологій мабуть є інститут незалежного регулювання телекомунікаційної галузі.

На незалежного регулятора покладається проведення величезної кількості реформ галузі зв'язку. Тому головними факторами стимулювання лібералізації ринку телекомунікаційних послуг в Україні:

- залучення приватних інвестицій з метою модернізації мереж зв'язку країни для виробництва і надання нових телекомунікаційних послуг;
- впровадження інноваційного менеджменту та технологій з високою якістю надання споживачам телекомунікаційних послуг;
- входження в транснаціональні телекомунікаційні мережі для організації міжнародного трансферу технологій та надання міжнародних послуг зв'язку високої якості і т.д.

В даний час багатьма інститутами світу робляться спроби для інноваційного розвитку економіки країн, що розвиваються світового господарства, з тим, щоб приватизація операторів і лібералізація ринку телекомунікаційних послуг для них проходили б безболісно.

Все це свідчить про те, що в країні потрібно розробити довгострокову концепцію розвитку галузі на базі інноваційного розвитку всіх секторів національної економіки як стратегічний пріоритет країни для забезпечення прозорості, що базується на закономірностях розвитку цієї сфери і на базі новітніх технологій.

Світова практика показує, що будь-яка економіка повинна володіти необхідним рівнем соціальної сфери (школи, пошта, магазини, медичні пункти і т.д.). В даний час, в той же час потрібно доступ і до мінімальних інформаційно-комунікаційних засобів (Інтернет, центри дистанційного навчання, електронний уряд, банки, торгівля тощо) і стандартам для отримання сучасних телекомунікаційних послуг.

Стратегічним показником регулювання телекомунікаційної сфери та сегмента і сектора мобільного зв'язку, зокрема, є оцінка стабілізуючого

урядового органу. Засадничими пріоритетними завданнями у всіх стабілізуючих є:

- організація та управління процесом трансформації від монополії до вільної конкуренції;
- сприяння процесам вільної конкуренції;
- вдосконалення регулюючої середовища;
- поліпшення процедур ліцензування і законотворчості;
- економічне регулювання галузі та вдосконалення механізмів;
- регулювання діяльності суб'єктів ринку в цій галузі;
- дія в інтересах користувачів;
- формування механізмів забезпечення безпеки покупців. Всесвітній досвід роботи регуляторів в даній сфері крім того говорить про їх єдність у сфері співвідношення головним основам їх функціонування і розвитку. В якості таких принципів виступають:

- незалежність;
- самостійність у функціональному аспекті;
- колегіальність;
- підзвітність.

Роль незалежного регулятора тарифів цілком може виконати Служба зв'язку при Уряді країни. Крім того, важливим вважається участь цієї служби у вирішенні конфліктів з питань ціноутворення, враховуючи вимоги протоколу СОТ з телекомунікацій. Важливо зауважити, що регулятор повинен бути незалежний від учасників ринку. З іншого боку, регулятор повинен функціонувати вільно від влади. Для цього в його склад повинні входити фахівці різних відомств, які повністю не займають якусь б щось не- було політичну посаду в міністерствах і відомствах держав.

У цьому процесі відділ, який регламентує відносини в ринку зв'язку, зобов'язаний з'являтися дійсно незалежний з органу, який розробляє політику і стратегію сфери зв'язку. Тобто неможливо виробляти принципи, вести нагляд через їх дотримання, потім і особисто для себе надавати оцінку.

Інформатизація суспільства, створення стратегії, «електронний уряд» і «інформаційне суспільство» - це функції урядового органу. Функції стабілізуючого органу - формування однакового допуску до інфраструктури, в разі якщо хтось функціонує на вторинному ринку телекомунікацій або формування з метою абсолютно всіх схожих обставин діяльності.

Основним моментом в роботі регулятора є його неупередженість і об'єктивність. Такий підхід може реально стимулювати приплив інвестицій в сектор, що, в свою чергу, принесе користь економіці країни. Необхідно також відзначити, що незалежність регулюючого органу не говорить про його незалежності від існуючого законодавства. Вони повинні бути підзвітні відповідним законодавчим актам і державним органом республіки. Це ж, у свою чергу, забезпечується за рахунок таких механізмів як щорічні звіти, слухання і презентації, в ході яких регулятор повинен оприлюднити проведену ним роботу.

Таким чином, дослідження діючих механізмів регулювання ринку телекомунікаційних послуг показало, що існуючі системи регулювання недосконалі і потребують оптимізації.

Оптимальна система регулювання повинна забезпечити поєднання державного регулювання (забезпечення державних і громадських інтересів) і ринкового саморегулювання на рівні підприємства (забезпечення інтересів підприємства). В умовах конкурентного ринку управління підприємствами та регулювання ринку повинні бути розділені і здійснюватися різними органами.

Даний механізм має два рівні регулювання: державне регулювання, яке здійснює незалежний орган (на схемі зверху); ринкове саморегулювання (рис. 3.4).

Незалежний регулятор, діючи відповідно до наявного Законодавства, враховуючи як державні і громадські (що для телекомунікацій особливо важливо) інтереси, так і інтереси всіх учасників ринку, приймає рішення з регулювання телекомунікаційної діяльності.

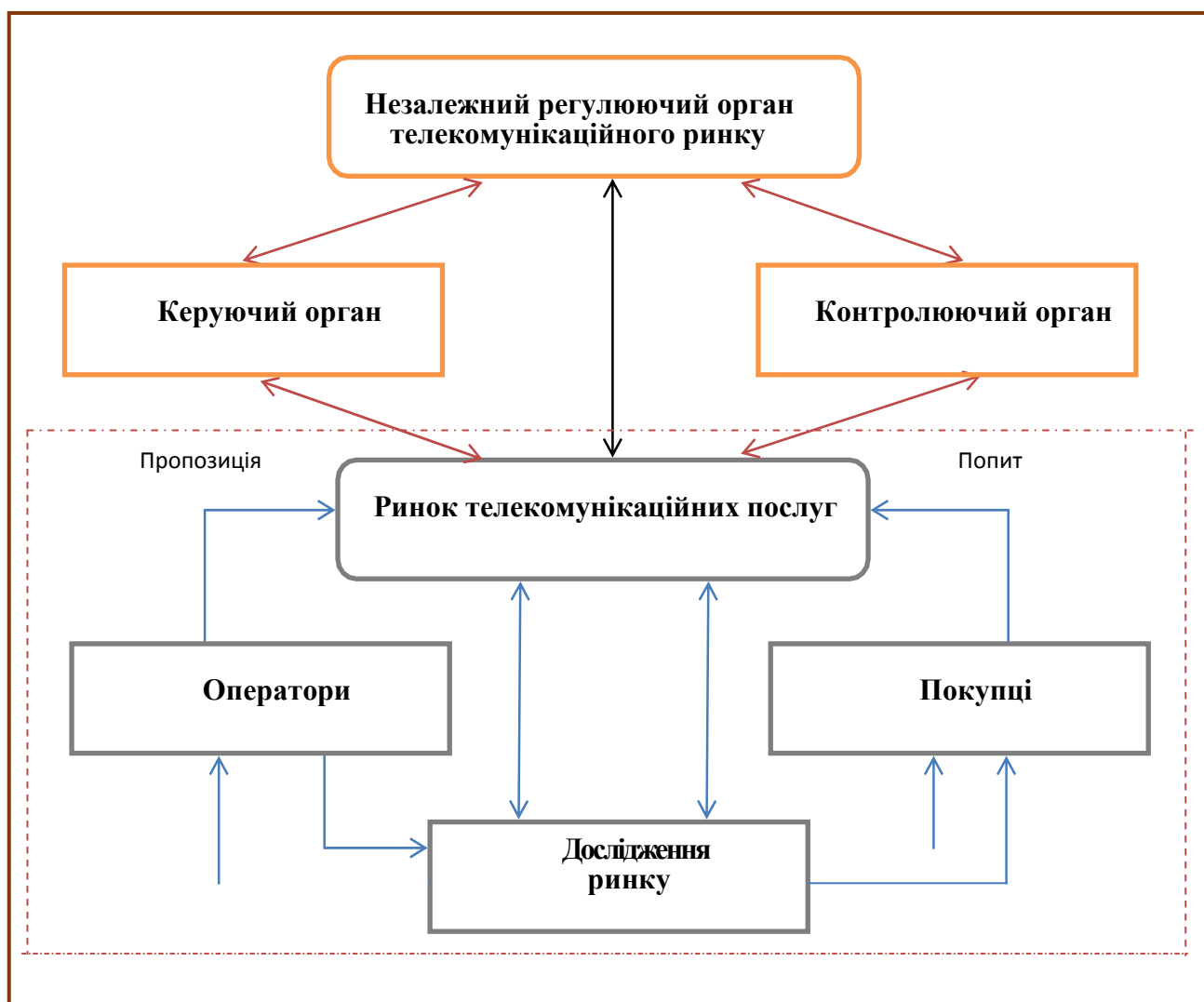


Рис. 3.4. Модель оптимального механізму регулювання телекомунікаційного ринку [36-39]

Свої дії регулятор погодить (це ілюструється на схемі моделі двонаправленими стрілками) з усіма зацікавленими сторонами: Державним органом управління підприємствами в сфері зв'язку (керуючий орган), Державним органом контролю і нагляду (орган контролю), учасниками ринку телекомунікаційних послуг (оператори), громадськими інститутами (на схемі не показані, реалізація їх впливу можлива в майбутньому).

Таким чином, основними обов'язками та вимогами для незалежного регулятора галузі в Україні є наступне:

- створення адміністративно-фінансових і технічних правил регулювання;
- створення науково-обґрунтованих технічних рішень по взаємозв'язку в галузі;
- розробка технічних вимог до телекомунікаційних операторів;
- видання технічних стандартів засобів телекомунікації.

Таким чином, основне завдання вдосконалення державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг в Україні полягає в удосконаленні нормативно-законодавчих умов розвитку цього ринку, формуючи конкурентне середовище. Отже, для цього важливим вважаємо зміна прямого, неефективного в сучасних умовах, державного регулювання діяльності в галузі телекомунікацій на модель конкурентного регулювання. При цьому актуальним вважається гармонізація законодавства в галузі зв'язку до вимог Світової організації торгівлі та інших міжнародних організацій.

Висновки до 3 розділу

У ході дослідження стратегічних напрямів розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні зроблені наступні висновки:

1. Обґрунтовано необхідність удосконалення механізму державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг. Державне регулювання телекомунікаційного ринку метою якого є створення конкурентної моделі державного регулювання на ринку телекомунікацій складається з: стратегії державного регулювання ринку телекомунікацій (приватизація і роздержавлення у сфері телекомунікацій; антимонопольна політика у сфері телекомунікацій; регулювання процедур надання телекомунікаційних послуг; підвищення прозорості процедур регулювання; регулювання у сфері тарифної політики; ліцензування операторів стільникового зв'язку) та результатів. Представлено модель функціонування ринку

телекомунікаційних послуг, яка складається з об'єктивних чинників ринкового середовища (рівень соціально-економічного розвитку, рівень охоплення населення послугами зв'язку, рівень телефонізації, розвиток суміжних ринків, цифронізація мережі зв'язку загального користування, зведений частотний ресурс в різних діапазонах), оператора (рівень конкуренції, зона покриття, наявність ліцензії, кількість і якість послуг, що надаються), абонентів (складність споживання послуг, незвичність споживання послуг, оплата за користування телефоном, наявність інформації про фінансові умови) та суб'єктивних чинників ринкового середовища (регулювання з боку держави, ринкові пріоритети основних інвесторів, затребуваність послуг зв'язку, активність некомерційних організацій) та економічний механізм підвищення конкурентоспроможності суб'єктів на ринку телекомунікаційних послуг.

2. Обрано пріоритетні напрямки розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні. Представлено модель оптимального механізму регулювання телекомунікаційного ринку яка складається з незалежного регулюючого органу телекомунікаційного ринку (керуючого органу, контролюючого органу), ринку телекомунікаційних послуг (оператори, покупці) і досліджень в галузі телекомунікацій.

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

У ході дослідження формування і розвитку ринку телекомунікаційних послуг:

1. Досліджено теоретичні аспекти розвитку ринку телекомунікаційних послуг в умовах глобалізації, а саме: виявлено, що ринок телекомунікаційних послуг знаходиться під впливом ряду тенденцій (основним фактором зростання телекомунікаційних послуг є зростання ділової активності в різних країнах; сфера телекомунікаційних послуг є однією з найбільш динамічно розвиваються сфер економіки країни; останнім часом запобігають перешкоди при виході іноземних представників телекомунікаційних послуг на національні ринки окремих країн і в результаті більшість великих компаній в сфері телекомунікаційних послуг стали транснаціональними; активно зростає роль і значення інноваційних розробок у розвитку даного ринку.

2. Узагальнено класифікацію видів телекомунікаційних послуг і їх особливості. Телекомунікаційні послуги можна класифікувати за такими основними критеріями, як важливість для користувача; технологічна ознака; вид переданого трафіку; призначення; характер обміну інформацією. Класифікація телекомунікаційних послуг складається з наступних видів: універсальних; додаткових; послуг інтелектуальних мереж; вид переданого трафіку; за призначенням; за характером обміну інформацією; традиційних і нових. Змістовна модель цільового призначення телекомунікаційних послуг складається з трьох категорій: якість, ціна і доступність.

3. Представлено зарубіжний досвід розвитку ринку телекомунікаційних послуг і можливості його застосування в Україні. В країнах світу існують різні моделі державного регулювання галузі зв'язку та ринку телекомунікаційних послуг, нами було розглянуто такі моделі, як американська (високо конкурентна), британська, німецька, французька, норвезька і бельгійська моделі.

4. Проаналізовано стан та тенденції розвитку ринку телекомунікаційних послуг. За підсумками 2016 - 2019 років підприємства, що діють на телекомунікаційному ринку України, досягли більш високих показників: сумарний дохід підприємств збільшився в порівнянні з 2018 роком на 9,3%, на ринку виникла сприятлива тенденція підвищення результативності економічної діяльності підприємств; при цьому доходи сегмента Інтернет-провайдерів та інших телекомунікаційних компаній від надання Інтернет-послуг зросли на 48,5%, що свідчить про ефективне вирішення підприємствами проблеми доступу до мережі і використанні її можливостей Інтернет користувачами України.

5. Проведено оцінку розвитку ринку телекомунікаційних послуг України. Оцінка стану конкурентного середовища на ринку мобільного зв'язку і на телекомунікаційному ринку України, дозволяє стверджувати, що ринок мобільного зв'язку є поки досить концентрованим, конкурентне середовище розвинена слабо; на телекомунікаційному ринку України сформувалася помірно розвинена конкурентне середовище.

6. Обґрунтовано необхідність удосконалення механізму державного регулювання ринку телекомунікаційних послуг. Державне регулювання телекомунікаційного ринку метою якого є створення конкурентної моделі державного регулювання на ринку телекомунікацій складається з: стратегії державного регулювання ринку телекомунікацій (приватизація і роздержавлення у сфері телекомунікацій; антимонопольна політика у сфері телекомунікацій; регулювання процедур надання телекомунікаційних послуг; підвищення прозорості процедур регулювання; регулювання у сфері тарифної політики; ліцензування операторів стільникового зв'язку) та результатів. Представлено модель функціонування ринку телекомунікаційних послуг, яка складається з об'єктивних чинників ринкового середовища (рівень соціально-економічного розвитку, рівень охоплення населення послугами зв'язку, рівень телефонізації, розвиток суміжних ринків, цифровізація мережі зв'язку загального користування,

зведений частотний ресурс в різних діапазонах), оператора (рівень конкуренції, зона покриття, наявність ліцензії, кількість і якість послуг, що надаються), абонентів (складність споживання послуг, незвичність споживання послуг, оплата за користування телефоном, наявність інформації про фінансові умови) та суб'єктивних чинників ринкового середовища (регулювання з боку держави, ринкові пріоритети основних інвесторів, затребуваність послуг зв'язку, активність некомерційних організацій) та економічний механізм підвищення конкурентоспроможності суб'єктів на ринку телекомунікаційних послуг.

7. Обрано пріоритетні напрямки розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні. Представлено модель оптимального механізму регулювання телекомунікаційного ринку яка складається з незалежного регулюючого органу телекомунікаційного ринку (керуючого органу, контролюючого органу), ринку телекомунікаційних послуг (оператори, покупці) і досліджень в галузі телекомунікацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Раджабов Р.К., Факеров Х.Н., Нурмахмадов М., Саидова М.Х. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития/ Р.К. Раджабов, Х.Н. Факеров, М. Нурмахмадов, М.Х. Саидова.-Душанбе: Ирфон, 2007.- С.3
2. Євтушенко Н. О. Механізм консалтингової взаємодії підприємств на ринку телекомунікаційних послуг України: монографія. Київ: ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА». 2017. – 535 с.
3. Проскура Д. В., Проскура Н.В. Аналіз телекомунікаційних послуг в контексті основних характеристик послуги // Журнал «Економіка і управління». № 12 (121), 2014. – С. 75-79.
4. Проскура Д.В., Проскура Н.В. Соціальна спрямованість телекомунікаційних послуг // Вісник НГІЕІ. 2013. 7 (26). С. 102-115.
5. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с
6. Виноградова О.В. Організація контролю процесу прийняття управлінських рішень на телекомунікаційному підприємстві./ Виноградова О.В., Кондрашов О.А. // Монографія - Київ:ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2018. – 252 с.
7. Руська Р. В. Економетрика : навчальний посібник / Р. В. Руська. – Тернопіль : Тайп, 2012. – 224с
8. Education at a Glance. OECD, 2005. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу www.oecd.org
9. Попов Є.В. Просування товарів і услуг.- [Електронний ресурс]. - Режим доступу www.ippnou.ru/article.php?idarticle=007452.
10. Голубицкая Е. А., Кухаренко Е. Г. Основы маркетинга в телекоммуникациях. Учебное пособие для вузов. – М.: Радио и связь, 2005.
11. Разроев Э. Инфокоммуникационный бизнес: управление, технологии, маркетинг. – СПб., Изд-во «Профессия», 2003.

12. Особливості маркетингу в сфері телекомунікацій – [Електронний ресурс]. - Режим доступу <https://leosvit.com/for/telecom>

13. Леонова О.О. дослідження тенденцій розвитку телекомунікаційного ринку України з врахуванням інноваційних факторів. Ефективна економіка № 1, 2012. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=898>

14.Булах І. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій [Текст]: монографія / І. В. Булах, Т. Д. Надтока; ДВНЗ «Донец. нац. техн. ун-т».— Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2010— 583 с.

15. Hill, T. Ongoing sand services // Rev.of income and wealth. – URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1475-4991.1977.tb00021.x>

16. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2015 рік URL: http://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/6128/ZVIT_NCCI_2015.pdf

17. Міжнародний союз електрозв'язку. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.itu.int.

18. ЗВІТ про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2018 рік, К.: Київ, 2018. – 72 с.

19. National Commission for the State Regulation of Communication sand Informatization [Electronic resource]: official web-portal. – URL: <http://www.nkrz.gov.ua>

20. State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]: website. –URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

21. Striy, L. A. Network organization market sof info communication industry [Text] / L. A. Striy, L. A. Zaharchenko, A. K. Golubev // Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. – 2016. – No. 16 (4). – P. 43–47.

22. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2016 рік URL: http://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/6128/ZVIT_NCCI_2016.pdf

23. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2017 рік URL: http://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/6128/ZVIT_NCCI_2017.pdf

24. Kyivstar [Electronic resource]: website. – Available at: <http://www.kyivstar.ua>

25. Kulesh, S. Kiev staropublikovalfinansovyerezul'tatyza 2016 god i obivil o rebrendingesvoegoaktsioneraVimpelCom v VEON [Electronic resource] / S. Kulesh // ITC.ua. – 27.02.2017. – URL: <http://itc.ua/news/kyivstar-opublikoval-finansovyye-rezultaty-za-2016-god-i-obyavil-o-rebrendinge-svoego-aktsionera-vimpelcom-v-veon>.

26. Vodafone website. – URL: <http://vodafoneua.in.ua>.

27. Kulesh, S. Rezul'tatyVodafoneUkrainaza 2016 god: data-trafikvyrosna 210%, dokhodotnegoprevysil 2 mlrdgm, abonentskaiabazadostigla 20,9 mlnchelovek [Electronic resource] / S. Kulesh // ITC.ua. – 21.03.2017. – Available at: <http://itc.ua/news/rezultaty-vodafone-ukraina-za-2016-god-data-trafikvyiros-na-210-dohod-ot-nego-prevyisil-2-mlrd-grn-abonentskaya-baza-dostigla-20-9-mln-chelovek>

28. Lifecellsegodnia [Electronic resource] // Lifecell. – Available at: https://www.lifecell.ua/ru/o_lifecell/kompaniia-segodnia/lifecellsegodnia

29. Kulesh, S. lifecell obivilrezul'taty 2016 goda: chistaiapribyl'sostavila 928 mlngm, dokhodvyrosna 8,1%, nokolichestvoabonentovsokratilos'na 1,4 mln [Electronic resource] / S. Kulesh // ITC.ua. – 16.02.2017. – URL <http://itc.ua/news/lifecell-obyavil-rezultaty-2016-goda-chistaya-pribyilsostavila-928-mln-gm-dohod-vyiros-na-8-1-nokolichestvo-abonentov-sokratilos-na1-4-mln>.

30. Intertelecom [Electronic resource]: website. – URL<http://www.intertelecom.com.ua>.

31. About company [Electronic resource] // TriMobLtd. – URL: <http://3mob.ua/about-company>

32. Виноградова О. В., Гончаренко С.В. Передумови впровадження технологій 4G і 5G – як складових інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств України. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Збірник наукових праць. - Київ:ДУТ, 2016. - № 4 (18). С. 50-55. Режим доступу: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/1364>.

33. Проскура Д. В., Проскура, Н.В., Мурашова Н. А, Зайцев О.М. Становлення інформаційного суспільства в умовах інноваційного розвитку телекомунікаційних послуг - Н.- 2013 - 145 с.

34. Лібералізм і модернізація (за матеріалами - круглого столу). - Економіка України. - № 8, 2011.- С. 7.

35. Виноградова О.В., Євтушенко Н.О. Маркетингові інновації на ринку телекомунікаційних послуг. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: матеріали XI Міжнар. науково-практ. конф. (м. Суми, 28-30 вересня 2017 р). Суми: Територія, 2017. С. 53-56.

36. Бойко А.Б. Оцінка ринку телекомунікаційних послуг в Україні та основні напрями його подальшого розвитку. Інноваційна економіка. 2014 р. №6. - С.49 – 52.

37. Бенько І., Бенько В. Аналіз стану телекомунікації в Україні та перспективи розвитку// Економічний аналіз. – Вип.3(19) 2008 - С.26-29..

38. Communication Outlook / OESD, Paris, 1999. – Р. 138.

39. Нільсон Дж., Тагліоні Д., Моделювання економічних вигод від лібералізації торгівлі послугами / Вісник міжнародних організацій. 2009. № 1 (23).- С.51.

40. Виноградова О.В., Євтушенко Н.О. Корпоративна культура як стратегічний інструмент в системі управління телекомунікаційними підприємствами. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Збірник наукових праць. Київ: ДУТ, 2016. № 4. С. 23-30. Режим доступу: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/1362>.

41. Досягнення сфери зв'язку за 2018 рік. URL: <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=138&language=uk>

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Тенденції і проблеми розвитку видів телекомунікаційного зв'язку

Вид телекомунікаційного зв'язку	Тенденції розвитку	Проблеми розвитку
телекомунікаційні мережі	продовження розгортання телекомунікаційних мереж рухомого (мобільного) зв'язку четвертого покоління (4G) із застосуванням радіотехнології «Міжнародний рухомий (мобільний) зв'язок ІМТ» в смугах радіочастот 1800 МГц та 2600 МГц; активізація процесу впровадження на телекомунікаційних мережах рухомого (мобільного) зв'язку України послуги із перенесення абонентських номерів; розпочато процес створення умов для запровадження конвергентних рішень щодо спільного використання фрагментів мереж фіксованого і рухомого (мобільного) зв'язку; створення умов для реконструкції та оптимізації телекомунікаційних мереж, шляхом використання сучасного високопродуктивного комутаційного обладнання, здатного обслуговувати декілька зон нумерації; підвищення попиту споживачів на конвергентні телекомунікаційні послуги, послуги міжмашинної взаємодії (machine-to-machine, M2M) та послуги Інтернету речей (Internet of Things, IoT); розпочато процес законодавчого врегулювання питання щодо забезпечення з'єднання головних управлінь Національної поліції України з телекомунікаційними мережами загального користування (далі – ТМЗК) на рівні обласних центрів, що забезпечить централізацію приймання і обробки викликів за скороченим телефонним номером 102; забезпечення підготовки та використання телекомунікаційних мереж України в умовах воєнного стану; виконання заходів з побудови Національного центру оперативно-технічного управління мережами телекомунікацій України.	нерівномірність забезпечення споживачів телекомунікаційними послугами, у тому числі загальнодоступними та послугами широкосмугового доступу до Інтернету в окремих адміністративно-територіальних одиницях України; організаційні та технологічні проблеми функціонування телекомунікаційних мереж на тимчасово окупованих територіях, що пов'язано з втручанням у роботу ТМЗК та порушенням майнових прав операторів, провайдерів телекомунікацій України; діяльність незаконно створених на тимчасово окупованих територіях суб'єктів господарювання, що не зареєстровані згідно із законодавством України, та які не мають права здійснювати діяльність у сфері телекомунікацій з використанням радіочастотного та номерного ресурсів ТМЗК; невиконання вимог Закону України «Про доступ до об'єктів будівництва, транспорту, електроенергетики з метою розвитку телекомунікаційних мереж» власниками об'єктів інфраструктури, які під всілякими приводами мають наміри обмежити доступ до елементів інфраструктури; стала тенденція останніх років до збільшення випадків викрадення та пошкодження кабелів та інших технічних засобів телекомунікацій операторів телекомунікацій, у тому числі викрадення мідних кабелів, що набуло масового характеру.

Продовження таблиці А.1

Вид телекомунікаційного зв'язку	Тенденції розвитку	Проблеми розвитку
фіксований телефонний зв'язок	заміщення послуг фіксованого телефонного зв'язку послугами рухомого (мобільного) зв'язку та дзвінками через мережу Інтернет з широким використанням споживачами сервісів передачі голосу, відео, зображень, повідомлень з використанням Інтернету; зростання попиту з боку операторів телекомунікацій на впровадження конвергентних рішень взаємодії мереж фіксованого і рухомого (мобільного) зв'язку для забезпечення безперервного надання споживачам послуг фіксованого телефонного зв'язку, в тому числі загальнодоступних телекомунікаційних послуг; продовження реалізації проектів модернізації телекомунікаційних мереж фіксованого телефонного зв'язку шляхом заміни застарілих систем комутації на сучасні надпотужні розгалужені системи комутації, здатні обслуговувати декілька зон нумерації, та оптимізації їх використання.	зниження попиту населення на послуги фіксованого телефонного зв'язку та зменшення кількості абонентів; тривала відсутність телефонного зв'язку у споживачів у зв'язку із значною кількістю випадків викрадення та пошкодження мідних кабелів та інших технічних засобів телекомунікацій операторів фіксованого телефонного зв'язку, що є найбільш чутливим для спеціальних об'єктів Міністерства оборони України, служб надзвичайних ситуацій, медичних закладів, правоохоронних органів тощо; нерівномірне забезпечення споживачів послугами фіксованого телефонного зв'язку в окремих адміністративно-територіальних одиницях України; повільні темпи модернізації комутаційного обладнання аналогових фрагментів місцевих телефонних мереж; ускладнення здійснення маршрутизації трафіка через точки взаємоз'єднання телекомунікаційних мереж, які розташовані на тимчасово окупованих територіях України, що вимагає переконфігурації побудови мереж та призводить до збільшення витрат операторів телекомунікацій на експлуатацію та управління власними телекомунікаційними мережами, негативно впливає на сталість їх функціонування.

Продовження таблиці А.1

Вид телекомунікаційного зв'язку	Тенденції розвитку	Проблеми розвитку
рухомий (мобільний) зв'язок	подальше впровадження та розширення території покриття телекомунікаційних мереж 4G, за рахунок чого відбулось суттєве зростання обсягу споживання Інтернет трафіку; зростання доходів операторів телекомунікацій від надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку, в яких найбільшу питому вагу вперше склали доходи від надання послуг з доступу до мережі Інтернет; зменшення кількості абонентів рухомого (мобільного) зв'язку за рахунок відмови від використання абонентами декількох SIM-карток різних операторів; зростання користування споживачами різноманітних месенджерів для передавання/приймання голосових викликів, аудіо, відео та текстових повідомлень за допомогою мережі Інтернет; запровадження пакетів послуг з фіксованою платою, які передбачають надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку, у тому числі фіксованої кількості хвилин, що входять до вартості пакету послуг із включенням до них послуг доступу до мережі Інтернет та міжнародного телефонного зв'язку тощо; підвищення середньої вартості пакетів послуг за рахунок фокусування на послугах доступу до Інтернету та встановлення 4-х тижневого розрахункового періоду за користування пакетами послуг; створення необхідних організаційних, технічних та економічних передумов для впровадження у 2019 році на телекомунікаційних мережах рухомого (мобільного) зв'язку України послуги із перенесення абонентських номерів; збільшення кількості споживачів послуг міжмашинної взаємодії (machine-to-machine, M2M) та послуг Інтернету речей (Internet of Things, IoT).	встановлення операторами мобільного (рухомого) зв'язку тарифів/тарифних планів, які не дають можливості споживачам, у разі відсутності потреби в послугах Інтернету, під час вибору тарифів/тарифних планів обрати такий, який не передбачав би таких послуг; підключення операторами рухомого (мобільного) зв'язку України контент-послуг (інформаційних, довідкових, розважальних тощо), на які вони не надавали своєї згоди.

Продовження таблиці А.1

Вид телекомунікаційного зв'язку	Тенденції розвитку	Проблеми розвитку
фіксований Інтернет	динамічне зростання ринку послуг ШСД, в тому числі за рахунок збільшення кількості нових підключень абонентів, зростання споживання Інтернет трафіку та збільшення рівня доходів від надання послуг ШСД; зростання впливу розвитку цифрової інфраструктури на подолання цифрового розриву та збільшення переліку доступних на території держави електронних послуг (e-Gov, e-Learning, e-Health, телемедицина тощо); збільшення обсягу наданих абонентам додаткових послуг та сервісів: OTT-сервісів, хмарних обчислень, антивірусного захисту тощо; збільшення кількості ліній фіксованого ШСД, які організовані з використанням волоконнооптичних технологій та радіотехнологій безпроводового доступу (Wi-Fi), у порівнянні з кількістю мідних ліній, коаксіального кабелю, супутникових каналів.	недостатність рівня забезпечення споживачів послугами фіксованого доступу до Інтернету в окремих адміністративно-територіальних одиницях України; зростання тарифів, яке обумовлене зміною договірних відносин з українськими медіа групами та власниками об'єктів інфраструктури транспорту, будівництва та енергетики; необхідність залучення значних інвестицій в покращення сталості функціонування мереж та модернізації обладнання, утримання висококваліфікованих співробітників.