

УДК 658.8

DOI: 10.31359/2312-3427-2019-3-268

**Т.М. Копань, аспірант**

bodyanchucka@gmail.com

**Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова**

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІКСОВАНОГО ЗВ'ЯЗКУ В УКРАЇНІ**

*Стаття містить дослідження тенденцій розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні та послуг фіксованого зв'язку зокрема. Основою надання послуг фіксованого зв'язку виступає термінація трафіку. Не дивлячись на понад 2,5 рази скорочення кількості операторів ринку рівень концентрації на ньому залишається достатньо високим, про що свідчать такі показники як коефіцієнт ринкової концентрації (CR) та індекс Герфіндаля-Гірмана (ННІ). Зазначене є свідченням існування штучних бар'єрів для входження на ринок нових гравців. На даний час беззаперечним лідером ринку фіксованого зв'язку ПАТ "Укртелеком". А в таких регіонах як Житомирський, Закарпатський, Кіровоградський, Луганський дана компанія не має конкурентів взагалі. Компанія починаючи з 2020 р. відмовилася від підняття абонентської плати та надання декількох видів послуг, що підвищить стійкість компанії на ринку та зниження витрат та втрат, а отже прибутковість бізнесу.*

**Ключові слова:** *ринок телекомунікаційних послуг, послуги фіксованого зв'язку, ринкова концентрація, оператори телекомунікаційних послуг, термінація трафіку*

**Постановка проблеми.** Фіксований зв'язок є доволі прибутковим бізнесом, який здійснюється окремими операторами телекомунікацій. Даний вид зв'язку провадиться на місцевому, міжміському та міжнародному напрямках. Необхідно відзначити, що на даний час засоби фіксованого зв'язку використовуються у повсякденній роботі окремих людей, підприємств, органів влади різних рівнів, що надає йому безпрецедентні бенефіції та можливості подальшого зростання ринку телекомунікацій в загалі. Тому дослідження тенденцій розвитку ринку фіксованого зв'язку є актуальним та своєчасним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями проблем

розвитку ринку фіксованого зв'язку у різні часи займалися такі вчені як О.І. Дриль, І.О. Ковшова, М.І. Ларка, І.В. Новикова, Н.Д. Маслій, В.С. Ніценко, Н.В. Ребрикова, Н.П. Резникова, С.Г. Пригоров та ін.

З цього приводу О.І. Дриль зазначає, що у сфері телекомунікацій мобільний зв'язок поступово витісняє фіксований й має ознаки домінування [1].

За висновками І.О. Ковшової вітчизняний ринок не орієнтований на якісне задоволення телекомунікаційних послуг, оскільки не задовольняє вимогам замовника та виконавця [2].

На думку І.В. Новикової ринок телекомунікацій в Україні не відповідає сучасним трендам й виступає гальмом у розвитку інших суб'єктів господарювання [3].

С.Г. Пригоров та М.І. Ларка рахують, що маркетингові дослідження компаніями гігантами ринку телекомунікацій, доцільно проводити власними силами з залученням фахівців відділу аналітичних досліджень [4].

Н.Д. Маслій та В.С. Ніценко фокусують свою увагу на науково-методичних та системних підходах у системі інтеграції підприємств сфери зв'язку та інформатизації [5, 6].

Наявні тенденції свідчать про суттєві пертурбації у галузі телекомунікацій, що й визначає потребу у додатковому більш детальному дослідженні.

**Формулювання цілей статті.** Провести дослідження якісних та кількісних змін на ринку фіксованого зв'язку, концентрації капіталу та доходної частини компаній, функціонуючих у даному сегменті.

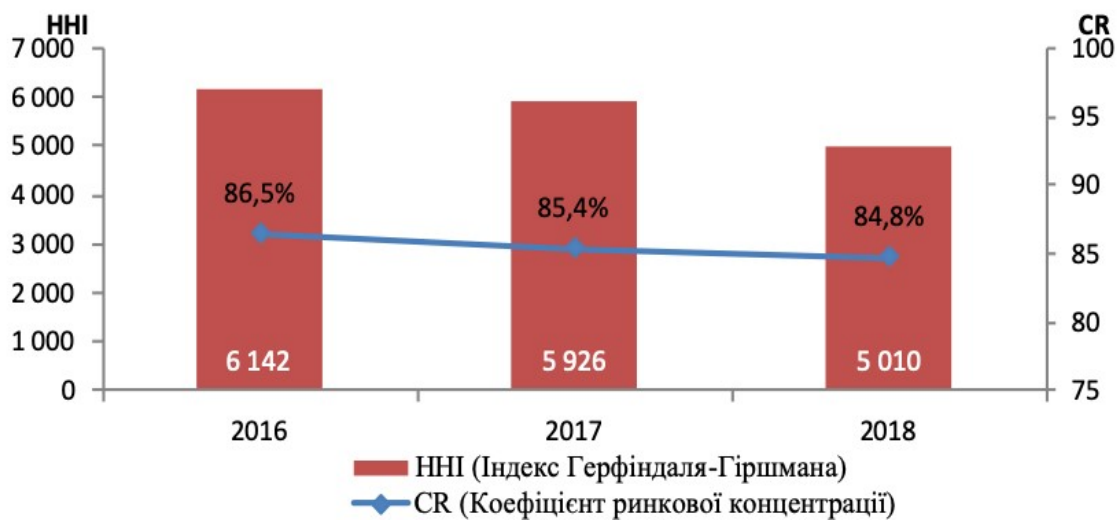
**Виклад основного матеріалу досліджень.** Ринок телекомунікаційних послуг складається з декількох елементів, а саме [1, с. 218]:

- послуги фіксованого телефонного зв'язку;
- послуги мобільного зв'язку;
- послуги з доступу до мереж на базі ІР-протоколу;
- послуги поштового зв'язку.

В основі проведення дослідження лежить поняття термінації трафіку. Термінація трафіка – встановлення, підтримка фізичного та/або логічного з'єднання, пропуск трафіка між телекомунікаційною мережею, з якої надходить виклик або ініціюється з'єднання, та кінцевим обладнанням, до якого спрямовується виклик або ініціюється з'єднання [7].

Саме фіксований зв'язок у 2000-х рр. виступав локомотивом розвитку інших пов'язаних секторів телекомунікаційної сфери. Кількість операторів, зайнятих у даному секторі послуг, кожного року зменшується. Так, якщо станом на кінець 2011 року налічувалося 433 оператора фіксованого та рухомого зв'язку, то вже у 2018 р. тільки 168 [8, 9]. Не дивлячись на понад 2,5 рази скорочення кількості операторів ринку рівень концентрації на ньому залишається достатньо високим, про що свідчать дані рис. 1 [9].

**Рівень концентрації ринку послуги термінації трафіку**



**Рівень концентрації ринку послуги термінації трафіку**

Для цілей дослідження використано два основних показника, характеризуючих стан концентрації ринку послуг термінації трафіку: коефіцієнт ринкової концентрації (CR) та індекс Герфіндаля-Гіршмана (HHI). Показник CR у досліджуваному періоді варіювався у діапазоні 84,8%-86,5%. Дані значення показника суттєво перевищують теоретичне (45%) й свідчать про можливість монополістичного розвитку ринку. Інший показник – HHI – за час дослідження мав тенденцію до зниження з 6142 до 5010. Однак, не дивлячись на такі досягнення його поточне значення перевищує теоретичне (1000) у понад 5 разів. Зазначене є свідченням існування штучних бар'єрів для входження на ринок нових гравців. З метою усунення вказаних диспропорцій потребує додаткового дослідження зазначених бар'єрів, а саме: структурних (технологічних), стратегічних та адміністративних (регулятивних) (табл. 1).

Інформація про наявні у операторів взаємоз'єднання відповідно до укладених договорів про надання послуги транзиту трафіку в розрізі регіонів наведена в табл. 2 [10].

## 1. Оцінка бар'єрів розвитку ринку термінації фіксованого зв'язку

Види бар'єрів	Характеристика проблем
Структурні (технологічні)	Проблеми асиметричного розвитку ринку, пов'язані з можливістю зниження цін на послуги великих операторів та обмеженість доступу малих та середніх операторів до ринку
Адміністративні (регулятивні)	Обмеження, що впливають із законодавчих, нормативних або регулювальних вимог, що здійснюють безпосередній вплив на умови входження на ринок, зокрема, обмежена кількість дозволів на використання номерного ресурсу; заходи щодо контролю за цінами тощо.
Стратегічні	Мають місце, якщо існують тривалі господарські зв'язки значущих суб'єктів господарювання з постачальниками і покупцями, довгострокові угоди щодо постачання (збуту) певного товару (послуги) тощо.

Складено на основі: [9,13,14,15]

## 2. Наявність укладених договорів у операторів надання послуги транзиту трафіку в розрізі регіонів

№	Оператор	Регіон																								
		Вінницька	Волинська	Дніпропетровська	Донецька	Житомирська	Закарпатська	Запорізька	Івано-Франківська	м. Київ	Київська	Кіровоградська	Луганська	Львівська	Миколаївська	Одеська	Полтавська	Рівненська	Сумська	Тернопільська	Харківська	Херсонська	Хмельницька	Черкаська	Чернівецька	Чернігівська
1	ТОВ "ВЕЛТОН.ТЕЛЕКОМ"																									
2	ПрАТ "ТЕЛЕСИСТЕМИ УКРАЇНИ"																									
3	ТОВ "Інтернаціональні телекомунікації"																									
4	ПрАТ "ВФ УКРАЇНА"																									
5	ПрАТ "ДАТАГРУП"																									
6	ТОВ "ЄВРОТРАНСТЕЛЕКОМ"																									
7	БМП "ВОЛСБУД" у формі ТОВ																									
8	ТОВ "Лайфселл"																									
9	ПрАТ "ФАРЛЕП-ІНВЕСТ"																									
10	ПАТ "Укртелеком"																									
11	ПрАТ "КІЇВСТАР"																									

Джерело: [10]

Зазначимо, що компанія ПАТ "Укртелеком" має доступ до усіх без виключення регіонів України, що було пов'язано з монопольним положенням компанії на ринку починаючи з дня незалежності країни. А в таких регіонах як Житомирський, Закарпатський, Кіровоградський, Луганський дана компанія не має конкурентів взагалі.

ПАТ "Укртелеком" відмовився від підвищення тарифів на свої послуги [11]. Такий підхід підвищить вплив компанії на ринок та забезпечить їй стабільну присутність на ринку фіксованого зв'язку в Україні.

Керівництво компанії також вирішило надання деяких видів послуг, що застаріли. До них належать паралельні телефонні апарати у різних абонентів та деякі інші послуги [12]. Це забезпечить зниження витрат та втрат на надання послуг такого роду.

Основними драйверами розвитку ринку фіксованого зв'язку мають стати [3, с. 57]:

можливість консолідації кількох видів послуг (переважно в сільській місцевості);

можливість отримання цільового фінансування від держави в разі зміни законодавства.

**Висновки.** Ринок телекомунікаційних послуг знаходиться в стадії стагнації, що пов'язано не тільки зі зменшенням кількості функціонуючих телекомунікаційних компаній, а й монопольним домінуванням невеликої частки таких компаній на ринку послуг фіксованого та мобільного зв'язку. На ринку термінації фіксованого зв'язку спостерігаються наступні перепони у вигляді структурних (технологічних), стратегічних та адміністративних (регулятивних) бар'єрів. Дослідження укладених договорів у операторів надання послуг транзиту трафіку в розрізі регіонів показав, що ПАТ "Укртелеком" має монопольне положення на ринку фіксованого зв'язку. Компанія починаючи з 2020 р. відмовилася від підняття абонентської плати та надання декількох видів послуг, що підвищить стійкість компанії на ринку та зниження витрат та втрат, а отже прибутковість бізнесу.

### **Бібліографічний список.**

1. Дриль О.І. Маркетингові дослідження (на прикладі ринку телекомунікацій) / О.І. Дриль // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». - 200В. - № 633. - С. 215-223.

2. Ковшова І.О. Особливості маркетингового менеджменту телекомунікаційних підприємств / І.О. Ковшова // Економіка і Фінанси. – 2017. – № 6. – С. 39–48.

3. Новикова І.В. Пріоритетні напрями розвитку та особливості вітчизняного і світового ринків телекомунікації / І.В. Новикова // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. – № 5–6. – С. 53–58.

4. Пригоров С.Г. Особливості проведення маркетингових досліджень на ринку телекомунікацій / С.Г. Пригоров, М.І. Ларка // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність : тр. 6-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 20 грудня 2015 р. / ред. П. Г. Перерва, Є. М. Строков, О. М. Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – С. 40-41.

5. Маслій Н.Д. Науково-методичний підхід щодо формування партнерських відносин при інтеграції підприємств сфери зв'язку та інформатизації / Н.Д. Маслій, В.С. Ніценко // Український журнал прикладної економіки. – 2018. – Том 3. – № 3. – С. 264–277.

6. Маслій Н.Д. Системно-синергетичний підхід щодо оцінки ефективності інтеграції підприємств сфери зв'язку та інформатизації / Н.Д. Маслій, В.С. Ніценко // Український журнал прикладної економіки. – Том 3. – № 4. – С. 85-96.

7. Про телекомунікації : Закон України від 18.11.2003 № 1280-IV // Відомості Верховної Ради України. - 2004. - № 12. - Ст.155.

8. Аналіз ринку фіксованого зв'язку // OLZA. 21 лютого 2018. <https://www.olza.com.ua/statistics/65>.

9. Результати аналізу ринку послуги термінації голосового трафіку на місцевих мережах фіксованого зв'язку телекомунікаційної мережі загального користування : Рішення НКРЗІ від 17.09.2019 № 424. <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=86&id=3948&language=uk>.

10. Результати аналізу ринку послуг транзиту трафіку у фіксованій телефонній мережі загального користування : Рішення НКРЗІ від 14.01.2020 № 11. [https://nkrzi.gov.ua/images/upload/129/3948/Dodatok\\_do\\_rishennia\\_11\\_14012020\\_new.doc](https://nkrzi.gov.ua/images/upload/129/3948/Dodatok_do_rishennia_11_14012020_new.doc).

11. "Укртелеком" отказался от повышения тарифов // РБК-Україна. <https://www.rbc.ua/rus/news/ukrtelekom-povyshil-tarify-1577369577.html>.

12. В Укртелекомі з 1 січня відмовляється від застарілих послуг. 27.12.2019. <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2846099-v-ukrtelekomi-z-1-sicna-vidmovlatsa-vid-zastarilih-poslug.html>.

13. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності / І.С. Рябуха // Теоретико- методологічні засади ефективного розвитку аграр. вир-ва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 24– 25 квіт. 2014 р.: у 2 ч. Ч. 1 / ХНАУ. – Х., 2014. – С. 81–83.

14. Рябуха М.С. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень / М.С. Рябуха, А.Є. Цицоріна // Вісник ХНАУ. Серія: економіка АПК і природокористування. – Харків: ХНАУ 6(2007): 96-100.

15. Пономарьова М.С. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу / М.С. Пономарьова, Н.О. Єфремова, О.П. Нагорнюк // Вісник ХНАУ. Серія Економічні науки. № 1. 2018. - С. 247-256.

**Копань Т.М. Маркетинговые исследования развития рынка фиксированной связи в Украине.** Стаття содержит исследование тенденций развития рынка телекоммуникационных услуг в Украине и услуг фиксированной связи, в частности. Основой предоставления услуг фиксированной связи выступает терминация трафика. Несмотря на более 2,5 раза сокращение количества операторов рынка уровень концентрации на нем остается достаточно высоким, о чем свидетельствуют такие показатели как коэффициент рыночной концентрации и индекс Герфиндаля-Гиршмана. Указанное является свидетельством существования искусственных барьеров для входа на рынок новых игроков. В настоящее время безоговорочным лидером рынка фиксированной связи является ОАО "Укртелеком". А в таких регионах как Житомирская, Закарпатская, Кировоградская, Луганская данная компания не имеет конкурентов вообще. Компания, начиная с 2020 г. отказалась от поднятия абонентской платы и предоставление нескольких видов услуг, что несомненно повысит устойчивость компании на рынке и снизит расходы и потери, а следовательно доходность бизнеса.

**Ключевые слова:** рынок телекоммуникационных услуг, услуги фиксированной связи, рыночная концентрация, операторы телекоммуникационных услуг, терминация трафика

**Kopan T.M. Marketing research on the development of fixed-line communications in Ukraine.** The article provides an overview of the trends of

the telecommunication services market in Ukraine and fixed telecommunication services in particular. Fixed-line communication is based on traffic termination. It should be noted that the number of fixed and mobile (cell-phone) operators in the years 2011-2018 decreased significantly - from 433 to 168 units. Despite a more than 2.5-fold reduction in the number of market operators, its concentration level remains quite high, as evidenced by such indicators as the market concentration ratio (CR) and the Herfindahl-Hirschman index (HHI). CR's indicator in the study period varied in the range of 84.8%-86.5%. These values of the indicator significantly exceed the theoretical (45%) and indicate the possibility of monopolistic development of the market. Another indicator - HHI - during the study tended to decrease from 6142 to 5010. However, despite these improvements, its current value exceeds the theoretical (1000) more than 5 times. This is evidence of the existence of artificial barriers for new entrants at the market. In order to eliminate these disparities, the following barriers need to be additionally researched, namely: structural (technological), strategic and administrative (regulatory). Ukrtelecom is currently the undisputed leader in the fixed-line telephony market. It should be noted that public company Ukrtelecom has access to all regions of Ukraine without exception, which has been in account with the company's monopoly position in the market since the country's independence. And in such regions as Zhytomyr, Zakarpattia, Kirovograd, Lugansk this company has no competitors at all. Since 2020, the company has refused to raise its monthly fee and provide several services, which will increase the company's stability in the market and reduce costs and losses, and therefore profitability of the business will increase. Industry experts emphasize the possibility of further development of the fixed-line telephony market in corporate, state, municipal and rural lines.

**Key words:** telecommunication services market, fixed-line services, market concentration, telecommunication services operators, traffic termination.

*Стаття надійшла до редакції: 05.06.2019 р.*