

ТАРДАСКІНА

Тетяна Миколаївна  
tardaskina@ukr.net

МІКАЄЛЯН

Мілена Ашотівна  
mikaelian\_m@ukr.net

СЕМЕНЧЕНКО

Олена Євгенівна  
lenochka20097@gmail.comк.е.н., доцент, Одеська  
національна академія зв'язку ім.  
О.С. Попова

студент

студент

УДК 338.47

## ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ОПЕРАТОРІВ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ

## DETERMINATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF MOBILE OPERATORS OF UKRAINE

У даній статті досліджено ринок мобільного зв'язку України, проаналізовано діяльність операторів-лідерів мобільного зв'язку за такими показниками як динаміка кількості абонентів та аналіз доходів операторів за 2014-2016 рр. На основі проведеного SWOT-аналізу та методу експертних оцінок, визначені сильні сторони кожного оператора, їх слабкі місця, можливості та загрози, в ході чого був побудований «радар конкурентоспроможності», це допомогло провести порівняльний аналіз конкурентних переваг, що дало змогу запропонувати заходи щодо підвищення конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку України.

В даній статті досліджено ринок мобільної зв'язку України, проаналізована діяльність операторів-лідерів мобільної зв'язку за такими показателями як динаміка кількості абонентів та аналіз доходів операторів за 2014-2016 рр. На основі проведеного SWOT-аналізу та методу експертних оцінок, визначені сильні сторони кожного оператора, їх слабкі місця, можливості та загрози, в ході чого був побудований «радар конкурентоспроможності», це допомогло провести порівняльний аналіз конкурентних переваг, що дозволило запропонувати заходи щодо підвищення конкурентоспроможності операторів мобільної зв'язку України.

This article explores the mobile communications market in Ukraine, analyzed the activity of mobile operators in terms of such indicators as the dynamics of the number of subscribers and the analysis of operator revenues for 2014-2016. Based on the SWOT analysis and the method of expert assessments, the strengths of each operator, their weaknesses, opportunities and threats were determined, in the course of which a radar of competitiveness was built, this helped to conduct a comparative analysis of competitive advantages, which suggested measures to increase competitiveness Mobile operators of Ukraine.

**Ключові слова:** Конкурентні переваги, оператори мобільного зв'язку, оцінка, якість, конкуренція

**Ключевые слова:** Конкурентные преимущества, операторы мобильной связи, оценка, качество, конкуренция

**Keywords:** Competitive advantages, mobile operators, evaluation, quality, competition

## ВСТУП

Ринок мобільного зв'язку є одним з швидко зростаючих ринків, що обумовлено інтенсивним розвитком даної сфери в усьому світі. Ринок мобільного зв'язку України не виняток. За останні п'ять років ринок мобільного зв'язку України трансформувалася значною мірою. На сьогоднішній день ринок досягнув рівня своєї насиченості, що надзвичайно посилює значущість і роль конкурентних інструментів, які застосовують оператори мобільного зв'язку. Щоб зберегти тенденцію зростання і залишатися лідером, слід гнучко реагувати на дії конкурентів, враховувати зміни конкурентного середовища, забезпечуючи при цьому пріоритет не реактивних, а попереджувальних заходів. Це вимагає формування відповідної системи збору та аналізу

ринкової інформації, створення методичного апарату для безпомилкової ідентифікації можливостей і загроз ринкового середовища, сильних та слабких сторін в діяльності компанії.

У зв'язку з вищезазначеним, визначення конкурентних переваг операторів мобільного зв'язку України є актуальною проблемою на сучасному етапі розвитку ринкової економіки в Україні.

В економічній літературі приділяється значна увага проблемам забезпечення конкурентних переваг підприємств, зокрема і сфери зв'язку. Дослідженню теорії і практики конкурентоспроможності операторів телекомунікацій присвячено наукові праці таких авторів як: В.М. Гранатуров [1], С.П. Воробієнко [1,2], І.А. Кораблінова [3, 4], І.В. Литовченко [4], І.В. Булах [5], О.Е. Цендер [6], Т.О. Голубенкова [7], Л.В. Джемелінська [8], С.С. Яременко [9] та ін.

Втім, поки що інструментарій комплексного та ефективного оцінювання конкурентних переваг операторів мобільного зв'язку, враховуючи специфіку економічної діяльності потребує подальшого дослідження.

**МЕТОЮ ДАНОЇ РОБОТИ** є визначення конкурентних переваг операторів мобільного зв'язку України.

### МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичною основою дослідження стали фундаментальні положення теорії конкуренції, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем формування стратегії досягнення конкурентних переваг підприємства.

Для досягнення сформульованої мети використані такі методи: системний та факторний аналіз, методи порівнянь, узагальнень і аналогій, економіко-аналітичний метод, статистичний метод, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, метод експертних оцінок.

### РЕЗУЛЬТАТИ

Одна зі стратегічних для будь-якої країни сфер є сфера зв'язку, яка має важливе значення для

збалансованого розвитку економіки. Вона є з'єднувальною ланкою як промислової сфери, сфери послуг і споживачів, так і різних географічно розрізних частин країни та економічних центрів.

Мобільний зв'язок сприяє економічному та соціальному розвитку. Але в останні роки темпи зростання ринку мобільного зв'язку значно сповільнилися, загострилася конкуренція операторів у боротьбі за споживача, ринок перенасичений послугами, тому необхідно шукати нові шляхи для завоювання лояльності абонентів.

Майже 90 % всіх абонентів припадають на компанії «Київстар», «МТС-Україна» та «Lifecell», темпи росту абонентської бази операторів мобільного зв'язку представлені у табл. 1 [10].

Як бачимо з табл. 1, темпи зростання абонентської бази операторів мобільного зв'язку України сповільнилися, але лідером за кількістю абонентів на протязі декількох років залишається компанія «Київстар».

Для більш детального аналізу розглянемо динаміку доходів операторів-лідерів мобільного зв'язку за 2014-2016 рр. (табл. 2.) [10].

Таблиця 1

Темпи росту абонентської бази операторів мобільного зв'язку [10]

Назва компанії	Кількість абонентів			Темпи росту/спаду 2016-2015 рр. %	Темпи росту/ спаду 2015-2014 рр. %
	2016 р.	2015 р.	2014 р.		
Київстар	26280984	26055470	26146151	100,86	99,65
МТС	21599437	20300413	20250883	106,39	100,24
Life	10682865	10587367	10312894	100,9	102,66

Таблиця 2

Динаміка доходів операторів мобільного зв'язку, млн. грн. [10]

Назва компанії	За I півріччя 2016 р.	За I півріччя 2015 р.	За I півріччя 2014 р.	Темпи росту/спаду 2016-2015 рр. %	Темпи росту/ спаду 2015-2014 рр. %
Київстар	3 234,1	2 813,6	2 895,2	114,95	97,18
МТС	2 757,8	2 538,3	2 365,2	108,64	107,31
Life	1 132,6	1 059,0	972,8	106,94	108,86

Як бачимо з табл. 2. доходи від послуг мобільного зв'язку компанії «Київстар» склали 3,2 млрд. грн., темпи росту якого 114,95%, цей показник вищий, ніж в аналогічному кварталі 2015 р. У першому кварталі 2016 р. доходи «lifecell» склали 1132,6 млн. грн. (1 059,0 млн. грн. в першому кварталі 2015 р.), темп росту – 108,64%. В основному зростання доходу сприяло збільшенню кількості переходів на тарифи для смартфонів з більш високим ARPU, зростання прибутку від послуг мобільного Інтернету. Доходи «МТС-Україна» у першому кварталі 2016 р. склали 2 757,8 млн. грн., що на 8,64 % більше ніж у попередньому році.

Проаналізуємо діяльність українських операторів-лідерів мобільного зв'язку більш детально.

ПрАТ «Київстар» – національний оператор мобільного зв'язку, входить в двійку лідерів мобільного ринку України (основний конкурент – ПрАТ МТС-Україна). Сьогодні «Київстар» – найбільший оператор телекомунікацій України, який надає послуги

зв'язку та передачі даних на основі широкого спектру мобільних і фіксованих технологій, у тому числі 3G. Абонентами компанії є понад 26 млн. клієнтів мобільного зв'язку і близько 820 тис. клієнтів фіксованого Інтернету [11].

«Київстар» – одна з небагатьох компаній у складі VimpelCom Ltd., що надає послуги під власним, суто українським брендом. Щорічно проводяться міжнародні дослідження параметрів мережі Київстар, за результатами яких компанія демонструє кращу якість і продуктивність ніж у середньому в регіоні та світі.

Проведемо SWOT-аналіз компанії «Київстар» (табл. 3). SWOT-аналіз дає можливість систематизувати отриману інформацію та розробити рекомендації для подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності компанії ПрАТ «Київстар».

Аналізуючи отримані результати, що зазначені у табл. 3 можна зробити висновки про наступне: наважливішим чинником, що визначає успіх компанії на

ринку зв'язку є її лідируюче становище, якісний менеджмент та стабільний фінансовий стан.

Ці переваги дозволяють компанії найкращим чином скористатися сприятливими умовами та протистояти загрозам. Конкурентом компанії «Київстар» є компанія ПрАТ «МТС-Україна».

«МТС-Україна» – національний оператор мобільного зв'язку. Мережа ПрАТ «МТС Україна» охоплює більше 98% території України, на якій проживає 99% населення. Компанія обслуговує більше 21,59 млн. абонентів. Компанія володіє ліцензіями на надання мобільного (стандарт GSM-900/1800, CDMA-450), стаціонарного та між народного / міжміського зв'язку, а також надає послуги міжнародного роумінгу на п'яти континентах [12]. SWOT-аналіз компанії ПрАТ «МТС Україна» представлений у табл. 4.

Аналіз дає змогу розглянути переваги та недоліки підприємства, як бачимо «МТС-Україна» має досить великий спектр переваг, але є і недоліки, усунувши які, підприємство має змогу збільшити кількість споживачів послуг та частку ринку, а також розширити спектр послуг.

Окрім «Київстар» та «МТС-Україна» на ринку мобільного зв'язку в Україні досить велику частку займає компанія «Lifecell».

ТОВ «Lifecell» – український оператор мобільного зв'язку, власником 100% акцій якого є великий міжнародний інвестор компанія Turkcell. Оператор «Lifecell» надає своїм абонентам якісні та зручні послуги, що сприяє постійному зростанню його абонентської бази. Абоненти «lifecell» можуть звертатися в 9 магазинів «lifecell» та 179 точок продажу «Lifecell» в 99 містах України. Також абоненти можуть замовити послуги зв'язку в 138 брендированих пунктах продажу та інших GSM та не GSM-точках продажу, кількість яких становить 37 481 по всій Україні [13]. SWOT-аналіз компанії «Lifecell» представлений у табл. 5.

Що стосується проведеного SWOT-аналізу, то ми чітко бачимо недоліки операторів мобільного зв'язку звісно, оператори мають можливість змінити своє становище на ринку в кращу сторону, але слід пильно звернути увагу на загрози та прийняти заходи щодо ліквідування слабких сторін, або знизити їх рівень до мінімального.

Таблиця 3

SWOT-аналіз компанії «Київстар»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визнаний лідер ринку;</li> <li>2. Престиж торгової марки;</li> <li>3. Досвід у розробці та впровадженні нових послуг;</li> <li>4. Якісний менеджмент;</li> <li>5. Найбільша зона покриття;</li> <li>6. Стабільний фінансовий стан;</li> <li>7. Пропозиції, що охоплюють найширше коло споживачів.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Високі тарифи на послуги;</li> <li>2. Недостатні можливості наявної мережі.</li> </ol>
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отримання ліцензії на впровадження стандарту 4G;</li> <li>2. Можливість виходу на нові сегменти ринку;</li> <li>3. Збільшення рівня доходів населення;</li> <li>4. Зростання попиту на додаткові послуги;</li> <li>5. Зниження податків на послуги зв'язку.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зниження темпів зростання ринку;</li> <li>2. Підвищення рівня конкуренції;</li> <li>3. Збільшення зони покриття у конкурентів;</li> <li>4. Вихід на ринок нових більш привабливих пропозицій;</li> <li>5. Зниження тарифів на послуги конкурентами.</li> </ol>

Таблиця 4

SWOT-аналіз компанії «МТС-Україна»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сучасні технології зв'язку;</li> <li>2. Висока якість надаваних послуг;</li> <li>3. Висококваліфікований персонал;</li> <li>4. Ділові зв'язки з іноземними фірмами;</li> <li>5. Постійне вдосконалення послуг;</li> <li>6. Впізнання бренду оператора;</li> <li>7. Інноваційні ідеї щодо нових послуг.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Необхідність залучення інвестиційних коштів для впровадження нових послуг;</li> <li>2. Високі ціни на послуги мобільного зв'язку;</li> <li>3. Технології запізнюються з новітніми технологіями зарубіжних компаній.</li> </ol>
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розширення ринку мобільного зв'язку;</li> <li>2. Розширення послуг на території України;</li> <li>3. Інтенсивний розвиток Інтернет-технологій;</li> <li>4. Участь у благодійних акціях з метою підсилення іміджу компанії.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зниження платоспроможності споживачів;</li> <li>2. Наявність сильних конкурентів, які міцно закріпилися на українському ринку;</li> <li>3. Пропозиція на ринку більш дешевих послуг мобільного зв'язку;</li> <li>4. Поява на ринку непрямих конкурентів.</li> </ol>

Таблиця 5

**SWOT-аналіз компанії «Lifecell»**

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Високий приріст абонентів; 2. Вигідні умови всередині мережі; 3. Доступні тарифи на Інтернет-послуги; 4. Вигідна маркетингова політика по залученню нових абонентів (постійно діючі та нові акції).	1. Недостатнє покриття; 2. Невисока якість послуг голосової передачі даних; 3. Недостатня номенклатура послуг (в порівнянні з конкурентами); 4. Великі витрати на обслуговування мережі; 5. Однорідність реклами для всіх сегментів споживачів;
Можливості	Загрози
1. Ріст попиту на додаткові послуги мережі; 2. Проникнення на міжнародний ринок; 3. Поліпшення якості послуг; 4. Залучення нових абонентів на вигідних умовах; 5. Залучення кваліфікованих робітників.	1. Низький темп зростання ринку; 2. Велика кількість конкурентів; 3. Зниження тарифів у конкурентів; 4. Розширення зони покриття конкурентами; 5. Зріст тиску конкурентів; 6. Соціальна та економічна нестабільність; 7. Зниження загальної платоспроможності населення.

Звісно кожен із операторів-лідерів має досить сильні конкурентні позиції, але якщо перестати розвиватися, то на сучасному етапі, вони ризикують втратити споживачів. Для утримання та підвищення своїх позицій операторам необхідно розробляти заходи щодо підвищення їх рівня конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність операторів мобільного зв'язку можна визначити як спроможність забезпечувати пропозицію послуг мобільного зв'язку найкращим чином, у порівнянні з конкурентами, задовольняти вимоги різних сегментів ринку мобільного зв'язку за умови дотримання стандартів якості підприємства та стандартів галузі [14].

Забезпечення необхідного рівня задоволеності споживачів у високоякісних послугах мобільного зв'язку носить комплексний характер і передбачає систему організаційно-технічних і соціально-економічних заходів [15].

За допомогою методу експертних оцінок спробуємо провести оцінку конкурентоспроможності лідерів операторів мобільного зв'язку України. Діяльність основних операторів мобільного зв'язку оцінювалася за ключовими показниками, які впливають на конкурентоспроможність, а саме: якість послуг, іноваційність, кадрова політика, суспільна діяльність, корпоративна реклама, сервіс, наявність акцій та додаткових послуг та ін. за 5-бальною шкалою, результати наведено у табл. 6.

Таблиця 6

**Експертна оцінка конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку України**

Складові конкурентних переваг	Оператори мобільного зв'язку		
	«Київстар»	«МТС-Україна»	«Lifecell»
Якість послуг	5	4	3
Корпоративна реклама	5	5	5
Суспільна діяльність	5	4	4
Кадрова політика	5	4	4
Сервіс, доброзичливість	5	5	4
Акції, додаткові послуги	3	4	5
Іноваційність	5	4	3
Корпоративна місія	4	4	5
Всього	4,6	4,2	4,1

Як бачимо з проведеного дослідження компанія «Київстар» є має більше конкурентних переваг у порівнянні з іншими операторами мобільного зв'язку. Але є і суттєві недоліки на які потрібно звернути пильну увагу для утримання своїх позицій та отримання певних конкурентних переваг. Такі слабкі місця компанії «Київстар», як недостатня кількість

додаткових послуг та акцій можуть привести до втрати певної частки абонентів.

На основі результатів експертного оцінювання було побудовано «радар конкурентоспроможності» (рис. 1.).

Проведене дослідження дозволило нам зробити порівняльний аналіз конкурентних переваг операторів мобільного зв'язку (рис. 2).

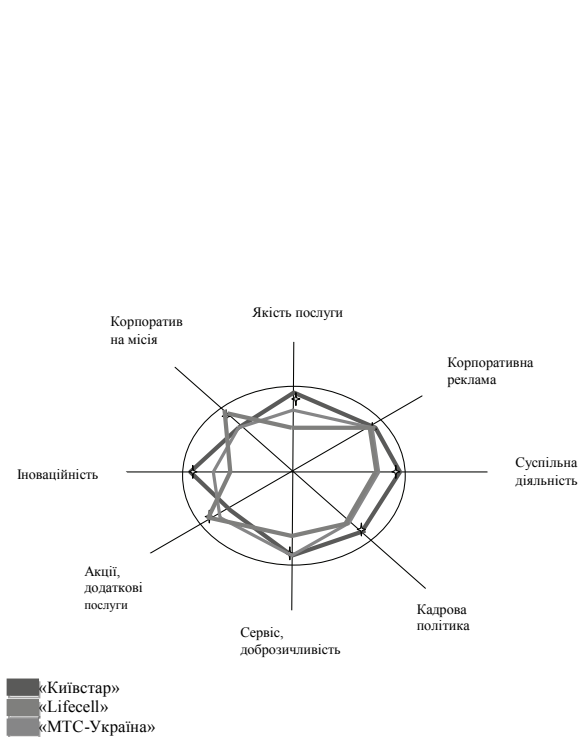


Рис. 1. Радар конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку України

У ході дослідження операторів мобільного зв'язку бачимо, що найбільш конкурентоспроможною є компанія «Київстар». Компанія «Київстар» – визнаний лідер ринку, має досить престижну торгову марку та високий імідж. Слабкими сторонами компанії є недостатні можливості наявної мережі та високі тарифи. Компанії «Ліфеселл» та «МТС-Україна» також досить конкурентоспроможні, але в деяких моментах вони поступаються компанії «Київстар».

Аналізуючи динаміку абонентів бачимо, що найбільшу абонентську базу має компанія «Київстар» (26,2 млн. абонентів), слідом йде «МТС-Україна» (21,59 млн. абонентів), та «Ліфеселл» (10,6 млн. абонентів).

Але при цьому темп росту абонентів за 2016 р. найбільший у компанії «МТС-Україна» (6,3%), далі «Ліфеселл» (0,90%) та «Київстар» (0,86%).

### Порівняльний аналіз конкурентних переваг операторів мобільного зв'язку України

1. Якість зв'язку: рівень якості зв'язку вище у мобільного оператора «Київстар», але, наприклад, компанії «МТС-Україна» та «Ліфеселл» також зараз докладає величезних зусиль, щоб відповідати вимогам сучасного ринку мобільних послуг на рівні з лідерами ринку.

2. Якість обслуговування: завдяки більш тривалому існуванню компанії «Київстар» на ринку мобільних послуг, вона має найбільш розвинену інфраструктуру мобільних передавачів, в порівнянні з оператором «Ліфеселл», але не дивлячись на це сервіс «Ліфеселл» трохи вищий ніж «МТС-Україна».

3. Кадрова політика: турботі про своїх співробітників в кожній компанії приділяється достатньо уваги, причому не тільки професійного навчання та матеріального стимулювання, а й можливості кожному співробітнику розвиватися як особистості, висловлювати свої думки та ідеї.

4. Громадська діяльність: компанії беруть участь у багатьох соціальних, економічних, екологічних та інших програмах, і виступають спонсорами, але діяльність «Київстар» більш активна.

5. Акції: всі оператори пропонують велику кількість вигідних, привабливих пропозицій. Великим плюсом компанії «Ліфеселл» є недорогі, вигідні тарифні плани.

6. Додаткові послуги: компанія «Київстар» основний акцент робить на якості послуг, тому оператор серед додаткових послуг пропонує тільки ті, що і у більшості операторів України; в компанії «Ліфеселл» та «МТС-Україна» є перевага - великий спектр можливостей і послуг мобільного зв'язку.

7. Іноваційність: завдяки більш тривалому існуванню компанії «Київстар» на ринку мобільних послуг, вона найбільш розвинена в області інновацій порівняно з «Ліфеселл» та «МТС-Україна».

8. Корпоративна місія: усі оператори мають досить високу корпоративну місію, але найбільш цілеспрямованою (клієнтоорієнтованою) корпоративна місія «Ліфеселл».

Рис. 2. Порівняльний аналіз конкурентних переваг операторів мобільного зв'язку України

Це говорить про те, що компанії «Київстар» слід більше уваги приділяти своїм абонентам та використовувати різні методи залучення нових абонентів. Доходи операторів мобільного зв'язку досить високі. Найбільші доходи на 2016 р. має компанія «Київстар» – 3,2 млрд. грн., та «МТС-Україна» – 2,7 млрд. грн., у компанії «Ліфеселл» доходи становили – 1,1 млрд. грн. Темпи росту доходів «Київстар» – 114,95%, «МТС-Україна» – 108,64%, а «Ліфеселл» – 106,94%.

Проаналізувавши «радар конкурентоспроможності» бачимо, що найбільш конкурентоспроможною є також компанія «Київстар». Але при цьому оператори «МТС-Україна» та «Ліфеселл» докладають величезних зусиль для підвищення своїх позицій. З проведеного дослідження, запропонуємо ряд заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку України (рис. 3.).

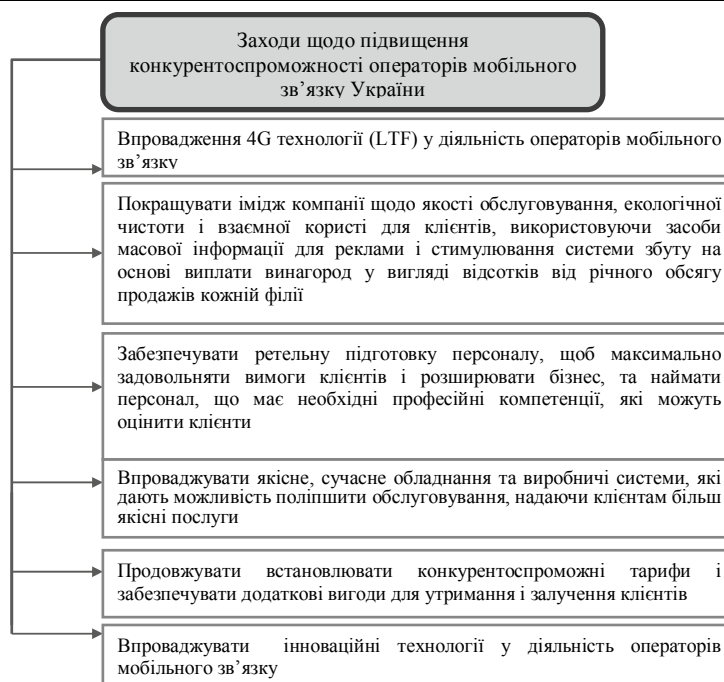


Рис. 3. Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку

**ВИСНОВКИ**

У статті досліджено ринок мобільного зв'язку України, проаналізовано діяльність операторів-лідерів мобільного зв'язку, на основі проведеного SWOT-аналізу та методу експертних оцінок, визначені конкурентні переваги операторів та заходи щодо підвищення конкурентоспроможності операторів мобільного зв'язку України.

Важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності для операторів мобільного зв'язку України є покращення якості надання послуг зв'язку шляхом запровадження технології 4G з урахуванням тенденцій розвитку додаткових сервісів. Той оператор, який першим надасть українському споживачеві 4G мережу, має шанс збільшити свою абонентську базу і отримувати найбільший дохід.

**Список використаних джерел**

1. Гранатуров В.М., Воробієнко С.П. Аналіз конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг: Монографія / За наук. ред. проф. В.М. Гранатурова. – К.: «Освіта України», 2009. – 254 с.
2. Воробієнко С.П. Визначення складу показників конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг / С.П. Воробієнко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – 2009. – Т.5. – Вип. 248. – С. 1101-1109.
3. Кораблінова І.А. Шляхи удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю операторів телекомунікацій у сучасних умовах / І.А. Кораблінова // Науковий вісник ОДЕУ. Все-українська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. – Одеса: ОДЕУ. – 2010. – № 23 (124).
4. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: учбовий посібник / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко, І.А. Кораблінова / за заг. ред. В.М. Гранатурова. – К.: Кафедра, 2013. – 262 с.

5. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій: монографія / І.В. Булах, Т.Б. Надтока. – Донецьк: «ДВНЗ ДонНТУ», 2010. – 244 с.

6. Цендер О.Е. Аналіз і перспективи розвитку конкурентоспроможності послуг телекомунікаційних операторів в Україні / О.Е. Цендер // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 1. – С. 276-280.

7. Голубенкова Т.О. Конкурентоспроможність операторів ринку послуг мобільного зв'язку України / Т.О. Голубенкова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / голов. ред. М.І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2011. – Вип. 42 (2). – С. 181-185.

8. Джемелінська Л.В. Оцінка конкурентоспроможності послуг та тарифів операторів мобільного зв'язку України [Текст] / Л.В. Джемелінська // Механізм регулювання економіки. – 2009. – №4, Т.2. – С. 279-285.

9. Яременко С.С. Дослідження конкурентоспроможності послуг оператора мобільного зв'язку / С.С. Яременко // Європейський вектор економічного розвитку. 2015. – № 1(18). – С. 227-235.

10. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nkrzi.gov.ua/>

11. Офіційний сайт компанії «Київстар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kyivstar.ua/about/>

12. Офіційний сайт компанії «МТС-Україна» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://company.mts.com.ua/ukr/main.php>

13. Офіційний сайт компанії «Lifecell» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.life.com.ua/index.php?>

14. Забезпечення конкурентоспроможності на ринку послуг мобільного зв'язку України » [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studopedia.info/5-130856.html>

15. Концепція розвитку телекомунікацій в Україні до 2015 року. Затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 07.06.2006 №316-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua>