

УДК 330.341.44:338.46

**КОНЦЕНТРАЦІЯ НА РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ:
СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ**

*В. В. Филюк, асистент, Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, fvasilina@gmail.com*

Проаналізовано рівень концентрації в основних сегментах вітчизняного ринку телекомунікаційних послуг – на ринку мобільного зв'язку та широкосмугового доступу до мережі Інтернет. Виявлено особливості процесів концентрації в цих сегментах ринку та їх вплив на інтенсивність конкуренції. Обґрунтовано необхідність та запропоновано шляхи удосконалення вітчизняного законодавства для підвищення інтенсивності конкуренції та контроль за процесами консолідації підприємств на ринку телекомунікаційних послуг України.

Ключові слова: ринок телекомунікаційних послуг, концентрація ринку, антимонопольне регулювання, ринкова частка, індекс Херфіндаля-Хіршмана, коефіцієнт концентрації.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення процесів інтернаціоналізації та глобалізації економічних відносин, а також переходу розвинутих країн від постіндустріальної до інформаційної економіки гостро постає проблема забезпечення ефективного функціонування ринку телекомунікаційних послуг. У цьому аспекті надзвичайно актуалізується питання підтримки високого рівня конкуренції та оптимального рівня концентрації ринку.

Проблема концентрації на ринку телекомунікаційних послуг щоразу ускладнюється, оскільки рівень концентрації суперечливо впливає на ефективність функціонування ринку. З одного боку, високий рівень концентрації ринку може призвести до «спотворення» конкурентної боротьби, досягненню неформальних домовленостей між підприємствами щодо підтримки високих тарифів та, врешті решт, до його монополізації. З іншого боку, якщо рівень концентрації підвищується в результаті укладання угод про злиття та поглинання, метою яких є акумуляція фінансових ресурсів для підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання, то їх результатом може стати розширення асортименту послуг, зниження цін на неї, підвищення якості обслуговування клієнтів та застосування інновацій.

Ці та ряд інших аспектів визначають необхідність аналізу сучасного стану рівня концентрації на вітчизняному ринку телекомунікаційних послуг та розробку заходів

щодо його регулювання з метою забезпечення ефективнішого функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема дослідження концентрації у вітчизняній науці не є новою. Її розгляду присвячені роботи таких відомих економістів як В. Базилевича [1], А. Ігнатюк [2], Ю. Уманціва [3], Г. Филюк [4] тощо. Однак в їх науковому доробку це явище в основному розглядається в контексті антимонопольної політики та прогнозування можливих наслідків угод про злиття та поглинання для функціонування ринків.

Проблеми ефективності функціонування вітчизняного ринку телекомунікаційних послуг та аналізу інтенсивності конкуренції на ньому є об'єктом дослідження у працях Коваль [5] та М. Філон [6]. Водночас недостатня увага приділяється аналізу процесів концентрації на цьому ринку з урахуванням його галузевих особливостей та специфіки послуг, що реалізуються.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є оцінка рівня концентрації на вітчизняному ринку телекомунікаційних послуг з огляду на можливість прогнозування тенденцій укладання формальних та неформальних угод між його учасниками та розробка пропозицій щодо удосконалення антимонопольного регулювання цих процесів для забезпечення ефективного конкурентного середовища та недопущення антиконкурентних узгоджених дій у галузі зв'язку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усвідомлення причин, виявлення

тенденцій та перспектив розвитку концентраційних процесів на українському ринку телекомунікаційних послуг в їх взаємозв'язку з наслідками для галузі неможливе без розуміння сутності поняття «телекомунікаційна послуга».

Відповідно до Закону України «Про телекомунікації» під телекомунікаційною послугою розуміється продукт діяльності оператора або провайдера телекомунікацій, спрямований на задоволення потреб споживачів [7]. Виходячи з цього, можемо сказати, що ринок телекомунікаційних послуг являє собою механізм узгодження попиту та пропозиції на телекомунікаційні послуги. Відповідно до даних Національної комісії з питань регулювання зв'язку України (НКРЗ) основними сегментами вітчизняного ринку телекомунікаційних послуг є мобільний, фіксований та широкосмуговий (комп'ютерний) зв'язок, а також теле- та радіозв'язок, IP-телефонія, проводове мовлення та телеграфний зв'язок [8].

Одним з основних параметрів, який свідчить про ефективність функціонування того чи іншого ринку є рівень його концентрації, який характеризує відносну величину та кількість суб'єктів господарювання, що пропонують продукцію на ньому [2, с. 87]. Його кількісну оцінку можна отримати шляхом аналізу таких показників:

1) кількість підприємств, що діють на ринку;

2) коефіцієнт концентрації (CR), який визначається як сума ринкових часток найбільших підприємств (зазвичай 3 чи 5), що функціонують на ринку

$$CR = \sum_{i=1}^m q_i, \quad (1)$$

де m – кількість великих підприємств на ринку ($m = 1, 3, 4, 5$);

q_i – ринкова частка продавця на ринку.

3) індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ), що являє собою суму квадратів ринкових часток усіх підприємств, які функціонують на ринку:

$$CR = \sum_{i=1}^n q_i^2, \quad (2)$$

де n – загальна кількість підприємств на ринку.

Для аналізу рівня концентрації на ринку телекомунікаційних послуг ми вибрали два основні його сегменти, які найбільш динамічно розвиваються, а саме мобільний зв'язок та Інтернет-послуги.

Виходячи з аналізу кількості підприємств, які діють у цих сегментах ринку, можемо сказати, що рівень концентрації у них суттєво відрізняється. Так, за даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації у 2012 р. на ринку Інтернет-послуг було зареєстровано 1167 провайдерів [8, с. 10]. На підставі цього, можемо зробити попередній висновок, що за інших рівних умов, цей ринок є високофрагментованим, тобто низькоконцентрованим, а його структура тяжіє до моделі монополістичної конкуренції. Разом з тим, на ринку мобільного зв'язку функціонує незначна кількість суб'єктів господарювання і спостерігається тенденція до подальшого їх зменшення. Так, якщо в 2007 р. послуги мобільного зв'язку надавало 12 операторів, то вже в 2010 р. їх кількість скоротилася до 7, а на початку 2013 р. – до 6. Це свідчить про високу концентрацію на цьому ринку та дає змогу констатувати, що його структура тяжіє до жорсткої олігополії. На нашу думку, це зумовлено специфікою продукту, що продається на ринку, та низькою угодою про злиття та поглинання, які були укладені протягом останніх п'яти років.

Таблиця 1
Розподіл ринку мобільного зв'язку між операторами у 2010-2012 рр.

Оператор	2010	2011	2012
Київстар	45,1	46,2	45,2
МТС Україна	33,7	35,8	35,6
Life:))	17,4	12,9	13,9
Інтертелеком	0,9	1,5	2,1
Укртелеком	1,2	1,5	1,8
PEOPLEnet	1,1	1,4	1,5
ІТС	0,6	0,7	-
УСЬОГО	100,00	100,00	100,00

Джерело: складено автором за: [9]

Для більш точної оцінки рівня концентрації на цих ринках необхідно проаналізувати розподіл ринку між його основними учасниками. Як видно з табл. 1, на ринку мобільного зв'язку домінують дві великі

компанії – Київстар та МТС-Україна. Свідченням цього є дані про їх ринкову частку, базою для розрахунку якої є кількість абонентів, які обслуговуються цими підприємствами.

Аналіз, проведений на основі цих даних, показників концентрації свідчить, що ринок є висококонцентрованим (див. рис. 1). Три найбільші оператори контролюють приблизно 95% ринку. Враховуючи порогові значення коефіцієнтів концентрації, встановлені українським конкурентним законодавством, є всі підстави вважати, що така ситуація становить загрозу для конкуренції й існують усі передумови для виникнення колективного домінування на ринку.

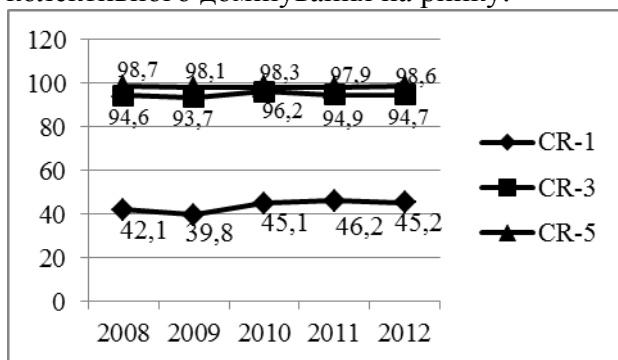


Рис. 1. Динаміка коефіцієнтів концентрації на ринку мобільного зв'язку [розраховано автором]

Така ситуація співвідноситься з загальними тенденціями розвитку світового ринку мобільного зв'язку. Так, на 10 найбільших світових мобільних операторів припадає близько 35%, тобто вони обслуговують 1,5 млрд. абонентів [10, с. 4].

Аналогічні результати демонструє і динаміка індексу Херфіндаля-Хіршмана (див. табл. 2). Його значення наближається до 3500 пунктів, що відповідає висококонцентрованому ринку.

Як уже зазначалося, ринок має чітко виражену олігопольну структуру. Для визначення меж цієї олігополії доцільно скористатися коефіцієнтом Лінда (IL), який характеризує ступінь нерівності між поставальниками, що займають лідируючі позиції на ринку [4, с. 101]. Для двох підприємств – лідерів ринку цей показник дорівнює відсотковому відношенню їх ринкових часток:

$$IL = \frac{q_1}{q_2} \times 100\% \quad (3)$$

Таблиця 2

Динаміка показників концентрації на ринку мобільного зв'язку у 2010–2012 рр.

Показник	2010	2011	2012
Індекс Херфіндаля-Хіршмана	3476	3589	3514
Коефіцієнт Лінда для 2-х підприємств	1,34	1,29	1,27
Коефіцієнт Лінда для 3-х підприємств	0,92	0,98	0,94

Джерело: розраховано автором

Якщо на товарному ринку лідирує три підприємства, то коефіцієнт Лінда визначається наступним чином:

$$IL = 0,5 \left(\frac{2q_1}{q_2 + q_3} + \frac{q_1 + q_2}{2q_3} \right) \quad (4)$$

Оскільки значення цього коефіцієнту, розрахованого для трьох підприємств-лідерів, менше, від значення для двох найбільших фірм (див. табл. 2), тобто має місце порушення безперервності показника, то можемо зробити висновок, що олігопольне ядро формують два суб'єкти господарювання.

Разом з тим, варто відзначити, що незважаючи на високий рівень концентрації, на вітчизняному ринку мобільного зв'язку ведеться інтенсивна конкурентна боротьба між трійкою лідерів. Для залучення якомога більшої кількості абонентів оператори використовують як зниження цін, так і низку методів нецінової конкуренції, зокрема підвищення якості обслуговування, надання дешевих супутніх послуг (наприклад, мобільного Інтернету) тощо. Менші ж учасники або займають невеличку ринкову нішу, або, намагаючись залишитися на ринку, зливаються з потужнішими конкурентами. В інших випадках – вони стають об'єктом поглинання.

Дещо інша ситуація склалася на ринку Інтернет-послуг, який розвивається швидшими темпами, порівняно з усіма іншими сегментами телекомунікаційного ринку. Так, якщо у 2000 р., менше 1% населення користувалося мережею Інтернет, то уже у 2005 р. частка Інтернет-користувачів зростає

до 11%, а у 2010 р. – до 28%.

Незважаючи на те, що, як уже зазначалося, на ринку функціонує достатньо велика кількість підприємств, більшість із них провадять свою діяльність на регіональному чи навіть на локальному рівнях, а тому їх ринкова частка, розрахована на основі кількості абонентів, яких вони обслуговують, є досить незначною. Зараз на ринку діє 10 великих операторів, серед яких лідируючі позиції займає одна компанія – ПАТ «Укртелеком».

Таблиця 3

Рейтинг провайдерів широкополосного доступу в Інтернет

Провайдер	2010	2011	2012
Укртелеком	30,70	27,35	22,28
Воля	11,65	9,78	7,93
Київстар	7,92	8,43	8,45
Тріолан	3,79	4,48	3,15
Датагруп	1,66	3,05	2,49
Vega	3,44	2,93	2,18
TeNet	1,86	1,75	1,52
Airbites	1,60	1,50	1,20
Фрінет	1,52	1,48	1,21
Фрегат	1,29	1,13	1,16
Інші	34,55	38,12	48,43
УСЬОГО	100,00	100,00	100,00

Джерело: складено автором за: [9]

Аналіз показників концентрації показав (див. табл. 4), що ринок є високого фрагментованими. У 2010–2011 рр. значення коефіцієнту концентрації знаходилось у межах від 45 до 70%, а значення індексу Херфіндаля-Хіршмана трохи перевищувало 1000 пунктів. Це дає підстави для висновку, що в цей період для ринку був характерний помірний рівень концентрації. Однак, виходячи із значення цих показників у 2012 р., можемо констатувати, що на сьогодні ринок є низько концентрованим.

Варто зазначити, що така ситуація є дещо парадоксальною, зважаючи на специфіку послуг, які надаються на ринку та специфічні умови його функціонування. Вільному входу нових суб'єктів господарювання на цей сегмент ринку телекомунікаційних послуг перешкоджає низка адміністративних та економічних бар'єрів. Так, для того щоб ввійти на цей ринок, компаніям необхідно здійснити значні фінансові витрати,

яких потребує побудова інфраструктури доступу до мережі Інтернет. Окрім того, існує низка правових перешкод при доступі провайдерів до житлових комплексів при проведенні будівельних та монтажних робіт [8, с. 10].

Таблиця 4

Динаміка показників концентрації на ринку широкопалосового доступу до мережі Інтернет

Показник	2010	2011	2012
CR-3	50,28	45,56	38,66
CR-5	57,52	53,09	44,30
ННІ	≈1200	≈1000	≈700

Джерело: розраховано автором

Низький рівень концентрації має неоднозначний вплив на розвиток ринку. З одного боку, зростає добробут споживачів, оскільки, вступаючи в інтенсивну конкурентну боротьбу, провайдери своїми мережами охоплюють дедалі більше географічних областей країни і тим самим забезпечують доступ населення до мережі Інтернет. Крім того, в результаті економічного суперництва між ними знижуються ціни на їх продукт.

З іншого боку, така інтенсивна конкуренція може породити свій антипод і призвести до монополізації ринку. Вже зараз спостерігається тенденція до використання лідерами ринку демпінгових цін, в результаті чого певна частина Інтернет-провайдерів зовсім вийшли з ринку, а інша частина – перебуває у скрутному фінансовому становищі. Разом із кризовими явищами у вітчизняній економіці, це несе значну загрозу для ефективності функціонування ринку.

Процеси концентрації на вітчизняному ринку телекомунікаційних послуг в основному здійснюються через централізацію капіталу та виробництва, яка в сучасних умовах набуває форми угод про злиття та поглинання (M&A). Зазвичай мотивами укладання таких угод виступають бажання власників підприємств підвищити конкурентоспроможність послуг, що ними надаються, об'єднати необхідні технічні ресурси у єдину структуру, досягнення синергійного ефекту, розвиток нових послуг та зближення технологій [5, с. 169–170].

Зважаючи на низхідний тип розвитку

фіксованого зв'язку в Україні, основна частка угод M&A припадає на інтеграцію компаній, що діють у сегментах широкоплатного та мобільного зв'язку (див. табл. 5).

Таблиця 5

Найбільші угоди про концентрацію на ринку телекомунікаційних послуг України

Покупець	Об'єкт угоди	Вартість угоди, млн. дол.
Top Net	Mirolink.Net	0,78
Датагруп	Home-net	1,35
МТС	Комстра-Україна	4,15
Uconline Holding	Фарлеп	5,00
Epic telecom Invest Ltd.	Укртелеком	1321,8
Вимпелком	Київ стар	5600

Джерело: [11].

Як правило, ці угоди мають горизонтальний (об'єднання двох чи більше операторів мобільного зв'язку чи провайдерів Інтернет-послуг (наприклад, Київстар та Білайн) або вертикальний (злиття компаній, які пов'язані єдиним технологічним процесом чи ланцюжком створення вартості) характер.

Зазвичай консолідація телекомунікаційних компаній пов'язана з тим, що невеликі регіональні підприємства намагаються таким чином посилити свої позиції на нових географічних ринках, а у випадку досягнення ними успіху в подальшому самі стають об'єктами поглинання більшими операторами.

Регулювання інтенсивності конкуренції та рівня концентрації на ринку телекомунікаційних послуг України здійснюється на основі загальних (Конституції України, Господарського кодексу України, Закону України «Про захист економічної конкуренції», Положення про концентрацію) та спеціальних (Закону України «Про телекомунікації», рішення НКРЗІ) нормативно-правових актів.

При здійсненні антимонопольного контролю за рівнем концентрації на ринку телекомунікаційних послуг перед конкурентними органами стоять два основні завдання, які, по суті, суперечать одне одному. З одного боку, необхідно вживати заходів з метою усунення можливості створення штучних бар'єрів входу для нових компаній з боку

вже діючих учасників ринку, а з іншого – не допускати існування надто великої кількості ринкових гравців, діяльність яких характеризується низькою ефективністю або й взагалі відсутністю останньої [6, с. 255].

Для вирішення цих завдань НКРЗІ затвердила порядок оцінки стану конкуренції та визначення оператора комунікацій з істотною ринковою перевагою. Відповідно до цього порядку, оцінка стану конкуренції відбувається на основі аналізу рівня концентрації ринку. На основі встановлення порогових значень уже згадуваних показників концентрації та висоти вхідних бар'єрів виділяють три основні типи ринку: низько-, помірно- та висококонцентрований (див. табл. 6).

Таблиця 6

Класифікація ринку телекомунікаційних послуг залежно від рівня їх концентрації

Тип ринку	Значення CR	Значення ННІ
Низькоконцентрований	CR<45%	ННІ<1000
Помірноконцентрований	45%<CR<70%	1000<ННІ<2000
Висококонцентрований	70%<CR<100%	2000<ННІ<10000

Джерело: [12].

Таке розмежування має велике значення для здійснення ефективного антимонопольного контролю за процесами концентрації на телекомунікаційному ринку. Водночас, у Порядку не зазначається, для якого саме коефіцієнту концентрації (CR-1, CR-3 чи CR-5) встановлені відповідні порогові значення. Зауважимо, що у вітчизняному конкурентному законодавстві, яке регулює усі інші ринки товарів та послуг України, для оцінки рівня концентрації ринку та встановлення можливості виникнення колективного домінування використовується коефіцієнт концентрації, розрахований для трьох найбільших підприємств (CR-3), однак для нього межа встановлюється на рівні 50%. Зниження кількісних порогових значень даного параметру для ринку телекомунікаційних послуг може стати причиною того, що антимонопольні органи будуть витратити зусилля на аналіз великої кількості дрібних угод про концентрацію, які не несуть загрози для структури ринку. У зв'язку з цим, з

метою уникнення двозначних трактувань даного Порядку, вважаємо за необхідне, уточнити, який саме коефіцієнт концентрації використовується для оцінки рівня концентрації на ринку телекомунікаційних послуг.

Якщо в результаті аналізу було встановлено, що ринок телекомунікаційних послуг чи окремих його сегментів характеризується помірним чи високим рівнем концентрації, то для встановлення необхідності та меж його антимонопольного регулювання аналізуються висота та часові межі існування бар'єрів входу, а також можливість здійснення ефективної конкурентної боротьби у найближчому майбутньому.

Що стосується першого критерію встановлення необхідності державного контролю за процесами концентрації, то враховуючи специфіку продукції та особливості функціонування ринку телекомунікаційних послуг, Порядок визначає перелік вхідних бар'єрів, які підлягають оцінці. Усі фактори, які можуть перешкоджати вільному проникненню на ринок нових операторів чи провайдерів, регулюючим органом згруповано у наступні класи:

1) структурні або технологічні бар'єри, які зумовлені специфікою використовуваної технології, структурою супутніх витрат та рівнем попиту (економія на масштабі, економія на різноманітності послуг та економія на щільності);

2) стратегічні бар'єри (тривалі господарські зв'язки лідируючих суб'єктів господарювання з постачальниками і покупцями, довгострокові угоди щодо постачання та збуту певного товару чи послуги тощо);

3) адміністративні (регулятивні) бар'єри (законодавчі, нормативні або регулюючі вимоги, пов'язані з умовами входження на ринок, зокрема обмеження числа компаній, що володіють доступом до спектра частот, необхідних для надання послуги, обмежена кількість ліцензій та дозволів, заходи по контролю за цінами, надання ексклюзивних прав тощо) [12].

Другим критерієм, який підлягає аналізу при оцінці рівня концентрації ринку телекомунікаційних послуг, виступає можливість ведення ефективної конкуренції.

Остання визначається як економічне суперництво, за якого існує велика кількість операторів телекомунікацій, що мають рівні можливості вільно входити на ринок і залишати його, однакові умови доступу до телекомунікаційних мереж, подібних послуг та відповідної інформації, та вільний вибір споживачем оператора телекомунікацій і потрібних йому виду та кількості послуг за прийнятною ціною та якістю. Ознаками ефективності конкуренції виступають: 1) обмежена, але достатня кількість операторів поза вхідними бар'єрами, які мають різні структури собівартості та працюють в умовах високої цінової еластичності попиту; 2) наявність на ринку надлишкових можливостей, які дозволили б конкурентам дуже швидко розширитися у відповідь на будь-яке збільшення цін; 3) ринок розвивається під впливом інновацій та характеризується постійним технологічним прогресом, оскільки на таких ринках обмеження конкуренції часто пов'язані з інноваційними загрозами з боку потенційних конкурентів, які поки що не увійшли на ринок [12].

Якщо ринок відповідає хоча б одній з перелічених ознак, то вважається, що на ньому існують передумови для ведення ефективного економічного суперництва між його учасниками, а тому не підлягає регулюванню з боку антимонопольних органів.

Варто відзначити, що ринок телекомунікаційних послуг є чи не єдиним ринком в Україні, щодо якого діють спеціальні правила для визначення домінуючого становища суб'єкта господарювання на ринку. Так, якщо Законом України «Про захист економічної конкуренції» для всіх товарних ринків встановлюється, що однією з ознак домінуючого становища підприємства є його ринкова частка, яка перевищує 35% [13], то згідно з рішенням НКРЗІ для телекомунікаційних ринків порогове значення цього показника становить 25% [12].

Незважаючи на те, що вітчизняне законодавство і намагається враховувати специфіку ринку телекомунікаційних послуг при здійсненні контролю за рівнем концентрації, на нашу думку, воно все ще далеке від того стану, щоб забезпечити максимальну ефективність його функціонування. На нашу

думку, воно потребує вдосконалення за такими напрямками:

– зміна підходів у методиці визначення ринкової частки суб'єкта господарювання. Згідно чинного законодавства, даний показник розраховується на основі розміру валового доходу. На нашу думку, за цими даними об'єктивно можна судити лише про рівень концентрації капіталу на даному ринку. Для оцінки ж рівня концентрації ринку ринкова частка підприємства має розраховуватися на основі кількості абонентів, тобто частини попиту, яку воно обслуговує;

– уточнення деяких понять та термінів у законодавстві. Так, зокрема у рішенні НКРЗІ № 444 зазначається, що збереження високої ринкової частки конкретного оператора впродовж тривалого періоду часу може свідчити про те, що він має істотну ринкову перевагу, а часті зміни цього показника можуть вказувати на відсутність такої позиції. У цьому аспекті уточнення потребують дві позиції: по-перше, який термін відповідає тривалому періоду, і що являє собою «ринкова перевага». Національне конкурентне законодавство оперує двома основними поняттями – монопольне становище та домінуюче становище. У зв'язку з цим, ми вважаємо за необхідне узгодити термінологію загальних та спеціальних (галузевих) нормативно-правових актів.

Висновки. Зважаючи на все вище викладене, можемо констатувати, що вітчизняний ринок телекомунікаційних послуг характеризується динамічним розвитком. Подальша ефективність його функціонування багато в чому залежить від інтенсивності економічного суперництва між його учасниками та рівня концентрації.

Сучасний розподіл ринку між учасниками неоднозначно впливає на його розвиток. З одного боку, спостерігається активна конкурентна боротьба між лідерами ринку. З іншого боку, зважаючи на динаміку кількості угод про злиття та поглинання, а також кризові тенденції у вітчизняній економіці, існує значна загроза його монополізації.

У зв'язку з цим, необхідно видається зміна чинної системи контролю за процесами концентрації у цій сфері. Зокрема існує нагальна потреба в усуненні прогалин у ді-

ючому спеціальному законодавстві, а також вдосконалення існуючої методики оцінки рівня конкуренції та концентрації на ринку.

Література

1. Базилевич В. Д. Формирование конкурентной среды в транзитивной экономике: проблемы, тенденции, противоречия / В. Д. Базилевич // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. – 2003. – № 2 (5). – с. 24–28.
2. Ігнатюк А. І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: Монографія / А. І. Ігнатюк. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 465 с.
3. Уманців Ю. М. Регулювання діяльності корпоративних структур в Україні / Ю. М. Уманців // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 3 (29). – с. 179–184.
4. Филюк Г. М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: Монографія / Г. М. Филюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 404 с.
5. Коваль В. Напрями мережевої форми корпоративної інтеграції підприємств в інфокомунікаційній сфері України в умовах розвитку конвергентних послуг / В. В. Коваль // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – № 5. – 2012. – с. 169–173.
6. Філон М. М. Методологія аналізу ринків телекомунікаційних послуг / М. М. Філон // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – Вип. 6(3). – 2012. – с. 255–260.
7. Закон України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 № 1280-IV станом на 07.01.2013 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>.
8. Звіт щодо діяльності НКРЗ та стану телекомунікацій в Україні за 2011 р. [Електронний ресурс] / Національна комісія з питань регулювання зв'язку України. – Режим доступу: http://www.nkrz.gov.ua/img/zstored/File/2011_zvit_nkrz.pdf.
9. Офіційний сайт консалтингової компанії «iKS-Consulting» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.iksconsulting.ru/ukr/index.html>
10. Рынок мобильной связи [Електронний ресурс] / Еврофинансы – Режим доступу: http://www.eufn.ru/download/analytics/ict/mobiles_12.2010.pdf
11. Анализ сделок слияния и поглощения (M&A) в отрасли телекоммуникаций в период финансового кризиса [Електронний ресурс] / СВ-Консалтинг // Режим доступу: <http://www.sv-consulting.com.ua/index.php/gu/analysis/55--maa->
12. Рішення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації України № 444 «Про затвердження порядку аналізу ринків послуг пропуску трафіка та визначення операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою» від 25.08.2011 [Електронний ресурс] / Національна комісія з питань регулювання зв'язку України. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/>
13. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 № 2210-III: за станом на

27 липня 2011 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. // Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>

Проанализирован уровень концентрации в основных сегментах отечественного рынка телекоммуникационных услуг – на рынке мобильной связи и широкополосного доступа к сети Интернет. Выявлено особенности процессов концентрации в этих сегментах рынка и их влияние на интенсивность конкуренции. Обоснована необходимость и предложены пути усовершенствования отечественного законодательства для повышения интенсивности конкуренции и усиления контроля за процессами консолидации предприятий на рынке телекоммуникационных услуг Украины.

Ключевые слова: рынок телекоммуникационных услуг, концентрация рынка, антимонопольное регулирование, рыночная доля, индекс Херфиндаля-Хиршмана, коэффициент концентрации.

Concentration of telecommunication services at the main segments of Ukrainian market – mobile network market and broadband service market – is analysed. Characteristic features of the market concentration are determined and the impact on density of competition at these segments is analysed. The necessity of improving government regulation of market concentration is justified and the ways of its improvement are suggested.

Keywords: telecommunication market, market concentration, antimonopoly policy, market share, Herfindahl-Hirschman index, concentration ratio.

Рекомендовано до друку д. е. н, проф. Базилевичем В. Д.