

**Середницька Л. П.**, старший викладач кафедри маркетингу та реклами, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, м. Вінниця, Україна

**e-mail:** serednuzka@gmail.com

**Василькова А. О.**, студент Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, м. Вінниця, Україна

**e-mail:** vasilkovanastia391@gmail.com

## Аналіз ринку послуг мобільного зв'язку України

**Анотація.** В статті було проведено аналіз стану ринку послуг мобільного зв'язку України, розглянуто його значення для національної економіки в сучасних умовах. Проаналізовано структуру цього ринку, стан конкурентного середовища та виявлено частку основних гравців на ньому. Визначено ключові тенденції, притаманні українському ринку мобільного зв'язку, окреслено коло проблем, що заважають його зростанню та наведено перспективи майбутнього розвитку. Пряме використання досвіду роботи в умовах жорстокої конкуренції часто ускладнене внаслідок його інтелектуальної унікальності, нестачі професійно підготовлених управлінських кадрів, особливо в господарюючих суб'єктах ринку послуг мобільного зв'язку, і недоліків у формуванні корпоративних стратегій, спрямованих на отримання стійких в довгостроковій перспективі конкурентних переваг.

Зробивши аналіз ринку послуг мобільного зв'язку України, були запропоновані різні напрями розвитку компанії цієї галузі. Досліджено той факт, що сфера послуг мобільного зв'язку є однією з глобальних тенденцій в сучасній економіці. Зроблено висновки щодо можливих змін на ринку в умовах адаптації до світових реалій галузі.

**Ключові слова:** мобільний зв'язок; ринок послуг мобільного зв'язку; мобільні оператори; телекомунікація; абоненти.

**Serednitskaya L. P.**, Senior Lecturer at the Marketing and Advertising Department, Vinnitsa Trade and Economic Institute Kyiv National University of Trade and Economics, Vinnytsia, Ukraine

**Vasilkova A. O.**, Student, Vinnytsia Trade and Economic Institute Kyiv National University of Trade and Economics, Vinnytsia, Ukraine

## Analysis of the Market of Mobile Services in Ukraine

**Abstract.** The dynamic growth of mobile services is one of the global trends in the modern Ukrainian economy. Among the employees in the field of mobile communications services are those that not only work directly in the service industry, but also a number of employees in other sectors of the economy.

In recent years, the provision of mobile communication services has become an integral part of the life in the modern society, which has a very positive impact on various aspects of life, namely: Provides convenient, accessible communication between subscribers regardless of their location (within the coverage area); simplifies cross-cultural communication; accelerates business processes, reduces the time for making managerial decisions and business communications. It is impossible not to recognize the economic importance of this market. So, it is the mobile communications industry that accounts for more than 55% of all communications services in Ukraine.

One of the most anticipated events in Ukraine was the launch of the fourth generation mobile communications at the end of March this year. Coverage has so far appeared in 20 cities, particular in the regional centers at frequencies of 2,600 MHz. But, as mobile operators assure, this is just the beginning.

In the midst of the summer of 2018, when the information field was "resting", in the domestic mass media "prohumbly" news about the emergence of a new player on the domestic mobile market. The British company Lycamobile has agreed with Trimob, the mobile daughter of Ukrtelecom, to provide services under its brand. Thus, Ukraine was among the 20 countries where this MVNO (MobileVirtualNetworkOperator) is present.

The main problems of mobile communications market development are [12, p. 470]:

- deterioration of the sustainability of telecommunication networks functioning and violation of the proprietary rights of telecommunications operators and telecommunication providers of Ukraine in the temporarily occupied territories and in the territory of the anti-terrorist operation;

- low efficiency of management of the telecommunication network in communication at the general use in Ukraine, absence of the National center of operational and technical management at telecommunication networks in Ukraine.

*After analyzing the market of Ukrainian mobile communication services, the following directions of companies development in this industry can be offered:*

- use of European standards service quality;*
- development and implementation of tariffs that take into account the needs of the consumer as much as possible and best suit its solvency;*
- the formation of a mechanism for managing personnel development in the field of mobile communication, which would take into account the specifics of the industry.*

*Based on the foregoing, it can be argued that in recent years the Ukrainian mobile communications market has undergone significant changes, and has begun moving towards world trends in the development of the communications industry. This is manifested in the stable shares of major players in the market, the approximation of the national subscriber is based on its natural size and the transition to new forms of competition. In the future, the mobile communications market of Ukraine is waiting for the development of new communication standards.*

**Keywords:** mobile communication; mobile services market; mobile operators; telecommunications; subscribers.

**JEL Classification:** L86, G20.

**Постановка проблеми.** У сьогоднішніх умовах діяльності кожне підприємство прагне зайняти конкурентну позицію на ринку. Особливо актуальним це питання постає для підприємств мобільного зв'язку, оскільки ця галузь постійно розвивається. Мобільний зв'язок – це сегмент телекомунікаційної галузі, що найбільш активно прогресує як у світі в цілому, так і в Україні. З цією метою доцільно здійснити оцінку можливостей для подальшого розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням різних аспектів ринку мобільного зв'язку України займалися такі вітчизняні науковці, як Л. Лазоренко, С. Усик, С. Пономаренко, Л. Зубко, Т. Зубко, Я. Сапега та інші. У той же час, сучасний стан ринку та його перспективи висвітлені у науковій літературі недостатньо.

**Формулювання цілей дослідження.** Метою статті є оцінка сучасного стану розвитку ринку мобільного зв'язку в Україні та аналіз нових тенденцій ринку мобільного зв'язку в Україні, перспектив його розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Україна істотно відстає від розвинених країн за займаною долею ринку послуг мобільного зв'язку в національній економіці. Ситуація ускладнюється потенційним посиленням позицій зарубіжних фірм, що оперують на українському ринку послуг мобільного зв'язку і мають значний досвід роботи в умовах жорстокої конкуренції. Пряме використання цього досвіду часто ускладнене внаслідок його інтелектуальної унікальності, нестачі професійно підготовлених управлінських кадрів, особливо в господарюючих суб'єктах ринку послуг мобільного зв'язку, і недоліків у формуванні корпоративних стратегій, спрямованих на отримання стійких в довгостроковій перспективі конкурентних переваг.

Динамічне зростання сфери послуг мобільного зв'язку є однією з глобальних тенденцій в сучасній економіці України. До числа зайнятих у сфері обслуговування мобільного зв'язку входять ті, що не лише працюють безпосередньо в індустрії послуг, але також ряд працівників в інших секторах економіки.

За останні роки надання послуг мобільного зв'язку стає невід'ємною складовою життя сучасного соціуму, що дуже позитивно впливає на різноманітні аспекти життя, а саме: забезпечує зручне, доступне спілкування між абонентами незалежно від їх місцеперебування (в межах зони покриття); спрощує крос-культурні комунікації; прискорює бізнес-процеси, скорочує час на прийняття управлінських рішень та ділові комунікації. Неможливо не визнавати економічну важливість цього ринку. Так, саме на галузь мобільного зв'язку стабільно припадає понад 55% доходу від усіх послуг зв'язку в Україні.

Сьогодні в Україні працюють кілька операторів мобільного зв'язку. Найбільші з них (Київстар, МТС-Україна (Vodafone) і lifecell), займають на цьому ринку понад 70%. Експерти повідомляють, що на українському ринку мобільного зв'язку працюють і інші телекомунікаційні компанії, у тому числі Інтертелеком, Peoplenet, Yezzz і Тримобб, однак особливим попитом серед абонентів вони не користуються, тому на «ринкову погоду» впливу не мають.

На частку компанії «Київстар» припадає близько 26,1 млн абонентів, тобто більша частина населення країни. Компанія Vodafone заявляє про приблизно 20 млн абонентів, а lifecell (ще недавно просто life) працює з 11 мільйонами українських громадян. Усього налігає понад 57 мільйонів абонентів, які справно оплачують послуги мобільного зв'язку, і це на 42 462 218 осіб населення (дані статистичних служб на початок 2017 року) [1, С. 247]. Аналогічну тенденцію до зростання демонструє показник забезпеченості населення мобільним зв'язком у розрахунку на 100 жителів, який у 2016 році склав 134,8%, що свідчить про високий рівень забезпеченості населення мобільним зв'язком. За даними державної служби статистики України найнижчі показники забезпеченості населення мобільним зв'язком на 100 жителів спостерігаються у Тернопільській області 86,1 та Хмельницькій області 86,9, водночас, найбільші показники забезпеченості у м. Києві 229,8, у Донецькій області 163,78, та Харківській області – 163,2.

Треба розуміти, що ці три телекомунікаційні компанії практично повністю захопили ринок, але

оскільки це компанії різні, то можна говорити не стільки про монополію на послуги, скільки про картельну змову. Проблема полягає в тому, що всі три великі оператори мобільного зв'язку, пропонуючи споживачеві будь-який тарифний план, неодмінно пропонують мобільний інтернет, не опікуючись про те, кому така послуга потрібна, а кому, може, і зовсім зайва, особливо беручи до уваги дуже низькі зарплати й пенсії переважної більшості громадян країни. Однак у жодного з великих операторів мобільного зв'язку не існує тарифів без включених в інтернет-трафік мегабайтів.

Наприкінці літа 2016 року соціологічний інститут KMIC на замовлення агентства мобільного маркетингу LEAD9 провів в Україні спеціальне дослідження, яке дозволило з'ясувати, скільки абонентів мобільних операторів користуються смартфонами, а скільки — звичайними телефонами, у яких часто передбачена мінімальна кількість функцій (дзвінок, SMS-повідомлення, іноді ліхтарик і радіо). У результаті проведеної роботи виявилось, що смартфонами користуються далеко не всі жителі України, причому в окремих вікових групах і на окремих територіях користувачів смартфонів не просто мало, а дуже мало.

Найбільше смартфонами в нашій країні користуються молоді люди, які не досягли тридцятиріччя: на кожні сто мобільних пристроїв у цій групі користувачів припадає 65 смартфонів. А це значить, що 65 людей зі 100, що належать до цієї вікової групи, дійсно зацікавлені у вигідних тарифних пропозиціях з передбаченою послугою доступу до інтернету [2, С. 343]. Позиція оператора в конкретній категорії — це порядковий номер бала в даній категорії від найбільшого до найменшого. Джерелами визначення показників компаній є дані опитування операторів та оцінки групи "E&C". Абонентська база розглядається як загальна (фізичні та юридичні особи) база активних (виходячи із внутрішньої системи обліку оператора) абонентів. Динаміка абонентської бази відображає динаміку її зміни. ARPU розраховується шляхом поділу річного доходу компанії на середнє арифметичне число активних абонентів компанії.

Однак якщо розглянути вікову категорію користувачів мобільному зв'язку від 18 до 50 років, а це люди з високою соціальною активністю, то виявляється, що смартфонами користуються тільки половина споживачів із цієї групи. Якщо взяти до уваги, що молоді люди все-таки користуються смартфонами більш активно, то нескладно зробити висновок про зменшення частки користувачів смартфонів серед людей середнього віку (від 30 до 50 років), тобто їх явно менше половини. І вже зовсім інакше виглядає картинка при вивченні переваг інтернет-пристроїв людьми старше 60 років — у цій віковій категорії складними мобільними пристроями, які належать до категорії смартфонів, користуються всього 5%.

Однією з найочікуваніших подій в Україні став запуск наприкінці березня цього року мобільного зв'язку четвертого покоління. Покриття поки що з'явилося у 20 містах, зокрема в обласних центрах на частотах 2600 МГц. Але, як запевняють мобільні оператори, це тільки початок [3, с. 110].

Наразі 4G скористалися майже мільйон абонентів, і це при тому, що запущено лише обмежений діапазон 2600 МГц. Також бачимо збільшення — майже удвічі — активності абонентів щодо заміни USIM. І зросли продажі смартфонів, які підтримують 4G. Усього за тиждень роботи 4G від «Київстар» абоненти по всій країні використали 170 ТБ дата-трафіка [4]. Це можна порівняти з 22 роками перегляду відео з роздільною якістю 720p або з прослуховуванням аудіо у високій якості протягом 175 років. Найактивніші користувачі 4G були в Києві — на їх частку припадає майже 72 ТБ. На другому місці — Львів, за ним — Одеса і Харків. А ось у Дніпрі за тиждень використали всього 17,3 ТБ. З 4G можна прогнозувати розвиток M2M, хмарних рішень, IoT, SmartCity. До речі, «Київстар» випустив на ринок IoT-продукт для автомобілістів — «Автотрекінг». Важливий фактор, який вплине на ринок телекомунікацій, — зростання споживання трафіку мобільного Інтернету.

МТС Україна, «дочка» оператора Мобільні ТелеСистеми (МТС), у квітні 2017 офіційно змінила «ім'я» на ПФ Україна. Хоча ще з кінця 2016 року ця компанія почала надавати свої послуги під брендом Vodafone Україна [5]. Розвиток своєї мобільної мережі «третього покоління» цей оператор почав вже з британським назвою, підписавши відповідну угоду в франшизі. Це був більше політичний крок, ніж ринковий.

Влітку 2018 р., коли інформаційне поле «відпочивало», у вітчизняних мас-медіа з'явилась новина про появу на вітчизняному ринку мобільного зв'язку нового гравця. Британська компанія Lycamobile домовилася з ТриМоб, мобільного дочкою Укртелекому, про надання послуг під своїм брендом. Таким чином, Україна увійшла в число 20 країн, де присутній цей MVNO (MobileVirtual Network Operator) [6].

Відмінність Lycamobile в тому, що він не має власної інфраструктури, а орендує її у мобільних операторів і продає послуги під власним брендом. Компанія перш за все націлена на обслуговування діаспор в різних країнах, пропонуючи вигідні міжнародні дзвінки.

Саме в lifecell в цьому році змінився керівник — Ісмет Язиджі. За підсумками першого півріччя 2017 р. цей оператор відзвітував про відключення 1,3 млн користувачів в порівнянні з аналогічним періодом 2016-го року. Компанія пояснила це тим, що 13% її абонентів перестали використовувати SIM-карти lifecell як другі-треті для заощадження витрат, адже в Україні ще з минулого десятиліття склалося так, що понад 90% всіх дзвінків є внутрішньо мережевими, умовно-безкоштовними [7].

У першому півріччі 2018 р. доходи операторів мобільного зв'язку від надання послуг склали майже 18,3 млрд грн. Про це свідчать дані Державної служби статистики України. Основними перевагами послуг в стандарті CDMA є:

- висока якість зв'язку завдяки використанню сучасних систем кодування мови й високій завадостійкості;
- висока конфіденційність зв'язку;
- вбудований алгоритм кодування і розподіл інформації по широкому спектру сигналу забезпечують захист від несанкціонованого доступу і прослуховування;
- безпека для здоров'я завдяки значенню вихідної потужності, яке в декілька разів менше аналогічних показників в інших стандартах [8].

Із загальної суми населенню було реалізовано послуг мобільного зв'язку на 12,7 млрд грн. Також обсяг реалізації міжнародних послуг склав майже 1,6 млрд грн. Відзначимо, в 2017 р. доходи операторів від надання послуг мобільного зв'язку склали 35,2 млрд грн. Оператори мобільного зв'язку «Київстар», «Vodafone-Україна» і lifecell заплатили в сумі 5,43 млрд грн. за частоти для 4G. Найбільше заплатив «Київстар» – 2,8 млрд грн. Vodafone купив 2 частоти за 1,8 млрд, а lifecell – 795 млн за 1 частоту [9]. Одним з історичних досягнень «Lifecell» став розвиток ринку мобільного Інтернету в Україні. Оператор першим приніс на український ринок інноваційну технологію EDGE, відкривши для абонентів швидкісний мобільний Інтернет. Відтоді компанія зайняла заслужену нішу оператора № 1 для смартфонів з найвищим проникненням пристроїв у мережі (52,3 %). Сьогодні оператор розгортає мережу третього покоління на базі інноваційної технології 3G+ та надає послуги 3G+ мобільного Інтернету понад 28% абонентів. Тому бренд «Lifecell», акумулюючи всі кращі розробки та досягнення «Lifecell», ставить перед собою мету стати першим українським дата-оператором з новим слоганом «Підключай майбутнє».

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

Таке зниження кількості абонентів пов'язано із тим, що тепер кожен із гравців ринку надає, у цілому,

типовий комплекс послуг (безлімітні дзвінки у власній мережі та пакет SMS-повідомлень, дзвінків на номери інших операторів, трафіку 3G тощо). Це робить нерациональним для абонентів користування двома SIM-картками.

Існує припущення, що на ринку мобільного зв'язку існує змова найбільших компаній з метою отримання максимального прибутку. Крім того, доказами цього є факти притягнення даних компаній до відповідальності антимонопольною службою за вступ у змову. В інших країнах порушення антимонопольного законодавства мобільними операторами теж не рідкість. Дана галузь є однією з найбільш схильних до вступу в змову. Наприклад, в Голландії всі компанії мобільного зв'язку країни були звинувачені в змові: Libertel, O2 Netherlands, Ben Nederland Royal KPN NV і Dutchtone. Боротьба зі змовою на цьому ринку є важким завданням в такій області як мобільний зв'язок. Річ у тім, що число частот обмежена, а значить, завжди будуть існувати бар'єри для входження на ринок.

Кількість абонентської бази мобільного зв'язку може зрости за рахунок розробки нової послуги: змінюванні телефонних номерів (MNP), тобто можливості абоненту переходити від одного оператора до іншого, не змінюючи свій номер [10].

Ринок послуг мобільного зв'язку здійснює сегментацію ринку за критеріями, що впливають на еластичність множинного попиту: за місцем розташування споживачів, яке визначається приналежністю до різних регіонів України; по доходу, який визначається середнім рівнем заробітної плати в регіоні; по наявних альтернативах, що визначаються кількістю компаній-конкурентів на ринку; а також щодо попиту на послуги мобільного зв'язку, який визначає індивідуальні переваги споживачів.

Попри високу маркетингову активність операторів мобільного зв'язку України, структура ринку і позиції мобільних операторів залишаються незмінними. Лідером ринку є компанія «Київстар». Послугами мобільного зв'язку компанії МТС користується 35,6% від усіх користувачів мобільного зв'язку, третє місце за часткою ринку належить Астеліт («life:»), якого обрали 13,9% абонентів мереж мобільного зв'язку [11]. Відомо, що за ознакою рівня конкуренції ринки поділяються на такі види:

- вільної конкуренції;
- монополістичної конкуренції; – олігополії;
- чистої монополії.

Олігополія в Україні має багато проявів. Так, на українському ринку мобільного зв'язку функціонує достатньо «жорстка олігополія», коли 2–3 фірми панують на всьому ринку, а саме: дві компанії «МТС» та «Київстар» домінують з більш ніж 90% часткою, а на інші компанії, такі як: Life, ТМ «Білайн», «Golden Telecom GSM» та інші – припадає тільки 8% ринку послуг.

Основними проблемами розвитку ринку мобільного зв'язку є:

- погіршення сталості функціонування телекомунікаційних мереж та порушення майнових прав операторів та провайдерів телекомунікацій України на тимчасово окупованих територіях та на території проведення антитерористичної операції;
- низька ефективність управління телекомунікаційною мережею зв'язку загального користування України, відсутність Національного центру оперативно-технічного управління мережами телекомунікацій України;
- нерівномірність забезпечення споживачів телекомунікаційними послугами особливо у сільській, гірській місцевості і депресивних регіонах, у тому числі загальнодоступними телекомунікаційними послугами та послугами широкопasmового доступу до Інтернету;
- делегування повноважень органами місцевого самоврядування іншим суб'єктам господарювання (комунальним підприємствам) щодо організації доступу операторів телекомунікацій до об'єктів житлового фонду для розгортання будинкових розподільних мереж та нав'язування операторам телекомунікацій невластивих їм функцій з утримання елементів інфраструктури житлового фонду;
- неврегульованість питання забезпечення недискримінаційного доступу операторів та провайдерів телекомунікацій до елементів інфраструктури об'єктів будівництва, транспорту, електроенергетики [12, С. 470].

Зробивши аналіз ринку послуг мобільного зв'язку України, можна запропонувати такі напрями розвитку компанії цієї галузі:

- використання європейських стандартів якості надання послуг;
- розробка та впровадження тарифів, які б максимально враховували потреби споживача і найкраще відповідали його платоспроможності;
- формування механізму управління розвитком персоналу у сфері мобільного зв'язку, який враховував би специфіку галузі;
- постійний моніторинг тенденцій на ринку мобільного зв'язку в Україні та світі, а також врахування їх в діяльності підприємства.

**Висновки.** Виходячи з викладеного вище, можна стверджувати, що за останні роки ринок мобільного зв'язку України зазнав значних змін та почав рухатися у бік світових тенденцій розвитку галузі зв'язку. Це проявляється в усталених частках основних гравців ринку, наблизненні національної абонентської бази до свого природного розміру та переході до нових форм конкуренції. У майбутньому ринок мобільного зв'язку України чекає освоєння нових стандартів зв'язку. Це стане логічним завершенням адаптації національного ринку до світових реалій галузі. Розробляючи сукупні моделі для різних демографічних підгруп, зазначено, що підгрупи відрізняються за відносною важливістю, яка надається різним атрибутам та частковим значенням для різних рівнів цих атрибутів. Це дає змогу мобільним операторам розгортати сегментацію переваг та розробляти індивідуальні пакети мобільних послуг для різних сегментів клієнтів.

#### Література:

1. Лазоренко Л. В. Аналіз ринку мобільного зв'язку України та напрями його розвитку / Л. В. Лазоренко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – №15. – С. 246-249.
2. Усик С. П. Аналіз послуг мобільного зв'язку на ринку України / С. П. Усик, С. А. Пономаренко // Сталій розвиток економіки. – 2013. – № 3. – С. 341-346.
3. Зубко Л. В. Аналіз конкуренції на ринку мобільного зв'язку України / Л. В. Зубко, Т. Л. Зубко, Я. В. Сапега // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – № 3(13). – 2015. – С. 107-114.
4. Державна служба статистики України : статистичні дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Сравнение тарифов 3G в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://trushenk.com/sravnenie-tarifov-3g-v-ukraine.html#sravnenie3g-2>.
6. Оператор LycaMobile оголосив про початок роботи в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/business/companies/3871486-operatorLycaMobile-oholosyv-pro-pochatok-roboty-v-ukraini>
7. Офіційний сайт ПрАТ «Київстар» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kyivstar.ua>
8. Офіційний сайт ТОВ «Лайфселл» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://lifecell.ua>
9. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Київ: 2016. – 94 с. – Режим доступу: [http://nkrzi.gov.ua/images/news/11/1009/ZVIT\\_NCCIR\\_2015\\_FINAL.pdf](http://nkrzi.gov.ua/images/news/11/1009/ZVIT_NCCIR_2015_FINAL.pdf).
10. Послугу з перенесення номера мобільного телефону (MNP) впровадять у 2016 році [Електронний ресурс] // УДЦР. – Режим доступу: <http://ua.112.ua/suspilstvo/posluhu-z-perenesennia-nomera-mobilnoho-telefonuMNP-vprovadiat-v-2016-rotsi-udtsr-249010.html>
11. Головчук Е. П. Проблеми олігопольних ринків в Україні формування конкурентного середовища // Вісник Львівського політехнічного національного університету. – 2015. – С. 468-472.
12. Офіційний сайт «Інтертелеком» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.intertelecom.ua/aboutcompany>

#### References:

1. Lazorenko, L. V. (2017). Analysis of Ukrainian mobile communications market and directions of its development. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 15, 246-249 [in Ukrainian].
2. Usik, S. P. and Ponomarenko, S. A. (2013). An analysis of mobile communication services in the Ukrainian market. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, 3, 341-346 [in Ukrainian].
3. Zubko, L. V. and Sapeha, Ya. V. (2015). Analysis of competition in the mobile market of Ukraine. *Economics. Management. Business*, 3, 107-114 [in Ukrainian].
4. State Statistics Service of Ukraine (2017). Statistical data. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
5. Comparison of 3G tariffs in Ukraine (2017). Statistical data. Retrieved from <http://trushenk.com/sravnenie-tarifov-3g-v-ukraine.html#sravnenie3g-2> [in Ukrainian].
6. Operator LycaMobile has announced the start of work in Ukraine (2016). Statistical data. Retrieved from <http://ua.korrespondent.net/business/companies/3871486-operatorLycaMobile-oholosyv-pro-pochatok-roboty-v-ukraini> [in Ukrainian].
7. Official site of PJSC "Kyivstar" (2017). Statistical data. Retrieved from <https://kyivstar.ua> [in Ukrainian].
8. Official website of LLC "Lifesell" (2017). Statistical data. Retrieved from <https://lifecell.ua> [in Ukrainian].
9. Report on the work of the National Commission, which regulates communication and informatization (2015). Statistical data. Retrieved from [http://nkrzi.gov.ua/images/news/11/1009/ZVIT\\_NCCIR\\_2015\\_FINAL.pdf](http://nkrzi.gov.ua/images/news/11/1009/ZVIT_NCCIR_2015_FINAL.pdf) [in Ukrainian].
10. The mobile number transfer service (MNP) (2016). Statistical data. Retrieved from <http://u.112.ua/suspilstvo/posluhu-z-perenesennia-nomera-mobilnoho-telefonuMNP-vprovadiat-v-2016-rotsi-udtsr-249010.html> [in Ukrainian].
11. Holovchuk, E. P. (2015). Problems of oligopoly markets in Ukraine formation of a competitive environment. *Visnyk Lvivskoho politekhnichnoho natsionalnoho universytetu*, 15, 468-472.
12. Official site of "Intertelecom" (2017). Statistical data. Retrieved from <http://www.intertelecom.ua/aboutcompany> [in Ukrainian].



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License