

УДК 336.7

Прямухін Н.В.,  
к.е.н., доцент кафедри фінансів  
Черкаський державний технологічний університет

## МІСЦЕ ПОСЛУГ ЗВ'ЯЗКУ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

**Постановка проблеми.** За всіх часів зв'язок був і залишається однією з основних складових розвитку держави, яка втілює суспільні та громадські інтереси, поєднує усі сфери і галузі функціонування підприємств, установ, організацій, економічні і політичні свободи всередині країни та поза її межами. Стимулюючи людське спілкування за допомогою зв'язку, сучасні засоби комунікацій стають необхідною складовою соціальної згуртованості та культурного розвитку країни.

До набуття Україною незалежності послуги зв'язку, включені до інформаційних, надавалися виключно державними установами та їх відділеннями і за повної монополізації галузі, відсутності інвестицій у розвиток і вдосконалення, залишалися незмінними протягом десятиліть. Різноманітність послуг зв'язку обмежувалась поштовими, телефонними та телеграфними послугами. Як і щодо більшості товарів і послуг на ті часи, актуальними залишалися розширення їх асортименту, вдосконалення якості та умов надання. Попит на послуги зв'язку залишався високим, але обмеження пропозиції і монополістичне регулювання механізму їх надання спричинили занепад цього ринку на довгі роки.

За роки незалежності України та виникнення приватних компаній, ринок послуг зв'язку набув такого широкого і швидкого розвитку (до 40% на рік), що випередив більшість ринків товарів і послуг [1, с. 95]. Потреба у послугах зв'язку, масштаби їх розповсюдження та різноманітність видів, що постійно виникають і вдосконалюються, створили міцну базу для подальшого розвитку цього ринку.

Класифікація послуг, прийнята в СОТ, виділяє послуги зв'язку в окремий елемент структури, яка включає: ділові послуги, послуги зв'язку, будівництво та суміжні інженерні послуги, послуги дистриб'юторів, послуги у сфері освіти, послуги з охорони навколишнього середовища, фінансові послуги, соціальні послуги, що відносяться до охорони здоров'я, послуги, що пов'язані з туризмом, послуги, що пов'язані з організацією відпочинку, культурних та спортивних заходів, транспортні послуги, інші послуги, не зазначені ніде інде [2]. Разом із цим, ринок послуг зв'язку України рідко розглядається науковцями та фахівцями як самостійний ринок і, як і раніше, відноситься до ринку інформаційних послуг. Це в деякій мірі надає ринку послуг зв'язку статусу «другорядного», проблеми якого можуть бути вирішені і пізніше, після розв'язання питань (у тому числі і фінансових) на «основних», важливіших ринках. Як наслідок такого статусу, ринок послуг зв'язку відходить на другий план у швидкості прийняття і впровадження законодавчих та нормативних актів, звужуються обсяги державної фінансової підтримки та знижується ймовірність її надання, адже фінансові пріоритети у державі розставлені таким чином, що мають задовольнити у першу чергу потреби «основних» ринків. Не слід також забувати про сприятливу атмосферу для монополізації ринку, дію тіньових механізмів і схем, шахрайських операцій та недобросовісної конкуренції – все те, що характерно для непрозорих ринків. Ці незаконні механізми успішно процвітають на ринку послуг зв'язку через значну варіабельність і не завжди контрольовані масштабні фінансові потоки здійснюваних операцій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження ринку послуг зв'язку здійснюються вітчизняними вченими переважно у складі ринку інформаційних та телекомунікаційних послуг. До вчених, які присвятили свої публікації цьому аспекту слід віднести Г. Багієва, Е. Богданову, Л. Гальчинського, Н. Васильєву, О. Василевську, В. Тронько, Т. Зборовську. Їх дослідження присвячені проблемам телекомунікаційних мереж, положенню телекомунікаційних компаній на фондовому ринку, менеджменту та маркетингу у сфері зв'язку та телекомунікацій. Разом із цим, тенденції розвитку ринку послуг зв'язку за ринкових перетворень, не втрачають своєї актуальності у дослідницькій сфері, потребують подальшого детального вивчення, прийняття виважених і обґрунтованих рішень.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення місця і ролі послуг зв'язку на ринку послуг України в сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Обґрунтуємо доцільність виділення ринку послуг зв'язку в окремий самостійний ринок і актуальність його дослідження незалежно від ринку інформаційних послуг. Дослідження ринку послуг зв'язку з якісно нових позицій дозволить уникнути потенційно можливих проблем у його діяльності та сприятиме створенню повноцінної здорової бази для подальшого розвитку. Виокремлення ринку послуг зв'язку обґрунтовується ще і тим, що технології, які є його основою, без сумнівів розвиватимуться і надалі (зокрема ІР-телефонія, складовою частиною якої є спеціальні програми типу Skype, якими користується все більше людей і

популярність яких зростатиме з розвитком Інтернету), причому цей розвиток відбуватиметься дедалі швидше і скоро такий масштабний сегмент буде неможливо контролювати і регулювати, якщо не створити для цього відповідні передумови.

Отже, по-перше, зв'язок не можна у повній мірі вважати тільки складовою інформації. Для демонстрації цього звернемось до законодавства. За Законом України «Про інформацію» від 02.10.1992 р. № 2658-XII зі змінами і доповненнями «...інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі...» (ст. 1). «...Інформаційна діяльність – це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави» (ст. 12) [3]. І перше і друге визначення не у повній мірі відображає сутність зв'язку, адже послуги зв'язку – це послуги поштового, телефонного, телеграфного, мобільного, спеціального, IP-телефонії та ін., які надаються суб'єктами ринку зв'язку з метою задоволення потреб споживачів, а вже потім можуть містити (а можуть і ні) оголошення публічних відомостей про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі. На нашу думку, інформаційні послуги і послуги зв'язку відрізняються між собою такими основними рисами:

- 1) на ринку інформаційних послуг інформація виступає товаром на відміну від ринку послуг зв'язку, де товаром є отримання самої можливості зв'язку;
- 2) зв'язок не завжди пов'язаний з інформацією у визначеному законодавством вигляді, хоча може містити окремі її складові;
- 3) зв'язок здійснюється безпосередньо з об'єктом і часто передбачає спілкування (або листування); подання інформації спілкування не передбачає.

По-друге, законодавство щодо ринку інформаційних послуг не регламентує функціонування ринку послуг зв'язку. Основними правовими регуляторами у сфері інформаційних послуг є Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 05.07.1994 № 80/94-ВР та Закон України «Про науково-технічну інформацію» від 25.06.1993 № 3322-XII. Положення цих законів хоча і супроводжуються регулярними змінами і доповненнями, все ж є дещо застарілими для адекватного врегулювання усіх сегментів ринку інформаційних послуг за ринкових умов.

При цьому законодавство у сфері зв'язку сьогодні має такий вигляд, що свідчить про потенційну готовність виокремлення зазначеного ринку зі складу ринку інформаційних послуг. Нормативно-правова база у сфері зв'язку складається із Законів України «Про телекомунікації», «Про поштовий зв'язок», «Про радіочастотний ресурс України» та підзаконних нормативно-правових актів. З метою вдосконалення законодавства у галузі зв'язку, створення умов для задоволення попиту споживачів у сучасних та якісних телекомунікаційних послугах, приведення законодавства України у сфері телекомунікацій у відповідність до законодавства Європейського Союзу розроблено проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо регулювання в галузі зв'язку». Крім того, на виконання Плану заходів щодо реалізації у 2011 році Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу (розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.08.2011 № 790-р), та з урахуванням світового досвіду, Національною комісією з питань регулювання зв'язку (НКРЗ) розроблено проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про телекомунікації» з метою аналізу ринків телекомунікаційних послуг, розробки критеріїв визначення операторів з істотною ринковою перевагою на ринках телекомунікаційних послуг та доповнення повноваження НКРЗ щодо можливості накладення на таких операторів регуляторних зобов'язань, а також розмежування повноважень між органом регулювання у сфері телекомунікацій та Антимонопольним комітетом України щодо проведення досліджень ринків. Окрім цього, було розроблено проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про поштовий зв'язок» (для врегулювання питання здійснення державного нагляду в галузі поштового зв'язку) [4, с. 241].

По-третє, об'єктивна необхідність виокремлення ринку послуг зв'язку від ринку телевізійних та радіо послуг виявляється в тому, що ці ринки передбачають надання саме інформаційних послуг. Основні відмінності між ринком послуг зв'язку та іншими ринками послуг подані на рисунку 1.

*Поділ ринків на внутрішній і зовнішній* (локальний, регіональний, світовий і т.п.) для кожного ринку послуг означає наявність своїх установ-регуляторів ринків, власну законодавчу базу, суб'єктів, набір традиційних та спеціалізованих послуг та особливості їх надання, відмінності у менталітеті споживачів, ціновій політиці і т. ін. Критеріїв поділу на внутрішній і зовнішній ринки може бути багато, і всі вони матимуть вагу для учасників відповідного ринку окрім ринку послуг зв'язку. Внутрішній (український) та зовнішній (світовий) ринок послуг зв'язку не підпадають під вплив зазначених критеріїв, й якщо вони і існують для суб'єктів ринку та споживачів послуг зв'язку, то їх роль зовсім інша, а вплив не відображається ні на ціновій політиці ні на співвідношенні попиту-пропозиції послуг.

Проблема *кордонів між країнами*, яка для інших ринків послуг виявляється у законодавчих особливостях та обмеженнях, для ринку послуг зв'язку існує неявно і, на нашу думку, стосується тільки кількох видів, зокрема: спеціального і фельдзв'язку, передачі і прийому телевізійних та радіопрограм, а також радіозв'язку. Телефонний та мобільний зв'язок пов'язаний із задоволенням

особистої потреби для населення – потреби у спілкуванні, що є першочерговим завданням для ринку послуг зв'язку у всьому світі без будь-яких кордонів. Єдиний чинник, який може вважатися умовно обмежуючим в цьому відношенні – вартість самої послуги, визначеної компанією-продавцем, яка при перетині кордону може зростати, а може бути і безкоштовною (за умови вхідного дзвінка або як при спілкуванні у програмі типу Skype або через соціальні мережі).

Ринок послуг зв'язку		Інші ринки послуг
Не існує	Поділ на внутрішній і зовнішній ринок	Існує для усіх ринків послуг
Стосується кількох видів послуг	Наявність кордонів між країнами та складнощі у їх перетині	Існують для усіх ринків послуг
Мінімальна	Залежність від інших ринків послуг	Існує в межах взаємодії інструментів і послуг
Мінімальна	Схильність до циклічних фінансових коливань	Висока
Постійно змінюються	Механізми надання послуг	Змінюються рідко і повільно
Не існує	Складнощі у механізмі отримання і системі оплати послуг	Характерні для всіх ринків послуг
Існують у всій системі послуг зв'язку	Наявність пакету безкоштовних послуг	Не існує

Рис. 1. Основні відмінності ринку послуг зв'язку від інших ринків послуг

Залежність ринку послуг зв'язку від інших ринків послуг є мінімальною через низьку ймовірність вагомого впливу якогось конкретного ринку, як це спостерігається на інших ринках послуг, де є високою залежність від споживачів (часто вузького сегменту). Хоча, стверджувати про повну відсутність такої залежності не можна, хоча б через необхідність формування умов для провадження діяльності суб'єктів ринку послуг зв'язку, підтримки попиту споживачів на послуги та отримання прибутку для ефективного функціонування та інвестицій.

Саме через відсутність високої залежності від конкретних ринків послуг, а ще через те, що левова частка споживачів послуг зв'язку – фізичні особи, схильність до циклічних фінансових коливань ринку послуг зв'язку є мінімальною. Цей ринок відноситься до ринків з нееластичним попитом на товар. Для більшості ринків послуг висока нееластичність є нехарактерною і стосується незначного переліку послуг (транспортні, зв'язок, комунальні), вона спостерігається на ринках, де реалізуються товари першої необхідності (продукти харчування, фармацевтична продукція) і послуги, які є життєво необхідними для населення.

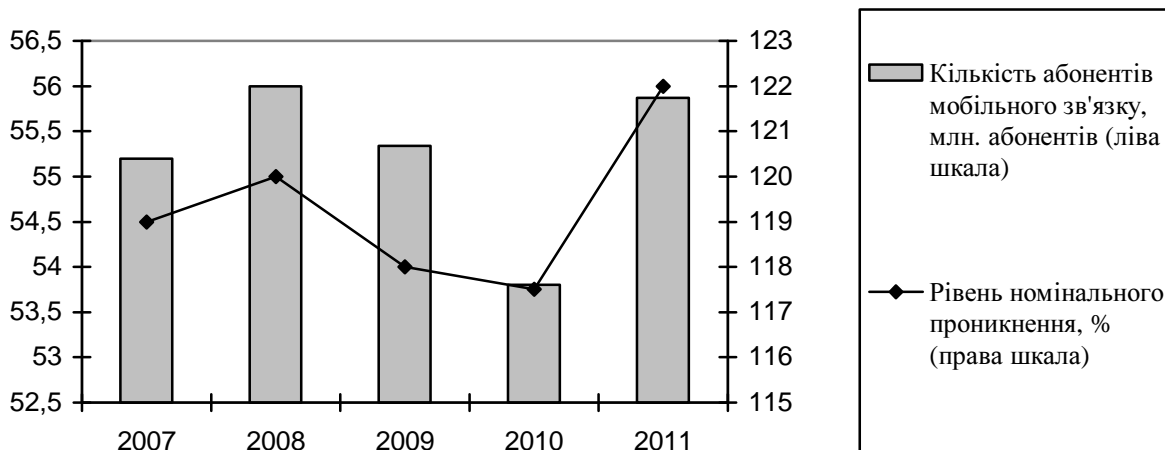
Механізм надання послуг зв'язку змінюється значно швидше ніж будь-яких інших. Так, механізм надання транспортних послуг складно кардинально вдосконалити або змінити в силу специфіки самого процесу транспортування, який пов'язаний із транспортним засобом і оплатою за транспортування; надання комунальних послуг незмінне через застарілу (ще радянську) мережу комунальних господарств, відсутність інвестицій та державної підтримки. Часто послуги супроводжують рух товарів чи фінансових активів і створюються для підвищення ефективності їх просування на ринку. Кількість видів цих послуг необмежена, їх може бути стільки, скільки нових товарів надходить на ринок (через те, що виготовити новий товар значно легше, ніж створити принципово нову послугу зв'язку). Кінцева мета таких послуг різна для кожного виду товару (перепродаж, безпосереднє споживання, експлуатація і т. ін.), що і обумовлює виникнення абсолютно нових послуг, не пов'язаних з уже існуючими. Послуги ринку зв'язку у своїй різноманітності обмежені, оскільки в їх основі завжди лежить сама можливість зв'язку, саме вона є кінцевою метою її споживання, тому різноманітності цієї послуги в межах існуючого асортименту можна досягти тільки вдосконаленням механізму її надання (особливості користування, передплата, різнотарифні плани і т. д.).

Як наслідок вдосконалення механізму надання, послуги зв'язку дуже легко отримати і оплатити. Так, зони покриття мобільних телефонів сьогодні охоплюють майже всі куточки земної кулі, мережа Інтернет та її аналоги у світі створюють безліч можливостей оплатити не лише користування послугами зв'язку, але будь-які інші послуги не виходячи з дому. Не слід також забувати

про карткову систему оплати, банкомати, SMS, термінали, банківські філії та інші засоби, які дозволяють здійснити цю оплату або передплату практично миттєво і з будь-якої країни. Така зручність при отриманні інших послуг є однозначним винятком.

Як ще один наслідок вдосконалення механізму надання послуг зв'язку слід зазначити можливість *безкоштовного користування послугами*, що передбачає різноманітність варіантів залучення і утримання споживачів. Це і пакети безкоштовних хвилин, SMS, MMS, і безкоштовні екстрені виклики, і безоплатні вхідні дзвінки, і бонусні хвилини та багато інших пропозицій. Інші ж ринки послуг якщо і використовують щось на зразок безкоштовних послуг, їх вартість включається до ціни товару. Наприклад, достатньо популярною сьогодні є фінансова послуга споживчого кредитування придбання побутової техніки та електроніки, яка начебто надається за нульовою кредитною ставкою, у дійсності ж прибуток банку включений до ціни товару, яка суттєво підвищується при придбанні його в кредит.

По-четверте, масштаби ринку зв'язку, тенденції його розвитку та специфіка функціонування дозволяють стверджувати, що це є самостійний і потужний ринок. Динаміка прибутку підприємств, які функціонують на ринку зв'язку показує позитивні результати (рисунком 2) [5, с. 3].



**Рис. 2. Динаміка розвитку ринку мобільного зв'язку в Україні**

Так, у 2011 році доходи від реалізації послуг зв'язку склали 50,3 млрд. грн., що на 6,0% більше у порівнянні з минулим роком, у тому числі доходи від надання послуг населенню збільшилися на 2,3% і склали 18,4 млрд. грн. [6, с. 5]. За 2011 рік доходи від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку склали 8 млрд. грн., що у порівнянні з минулим роком менше на 2,8%. Падіння доходів відбулося за рахунок послуг міжміського і міжнародного зв'язку (зменшення доходів на 12,4%). Разом з тим, доходи від надання послуг місцевого телефонного зв'язку збільшилися на 6,2%, з 4,23 до 4,49 млрд. грн. Зменшення доходів від надання послуг міжміського та міжнародного фіксованого телефонного зв'язку обумовлено переважно падінням обсягів вихідного трафіка на 17%, що пов'язано із заміщенням послуг мобільного зв'язку, який стрімко розвивається і має вагомі переваги в частині покриття території України, гнучкої тарифної та маркетингової політики операторів мобільного зв'язку і можливості абонентів спілкуватися через мережу Інтернет (VoIP) [6, с. 6].

Отже, ми вважаємо виокремлення ринку послуг зв'язку як самостійного ринку послуг, обґрунтованим. На основі цього з'ясуємо основні проблеми функціонування ринку послуг зв'язку, окремі прояви яких існують вже сьогодні та імовірно будуть поглиблюватись за відсутності впровадження обґрунтованих вище якісних змін.

Показник щільності мереж фіксованого зв'язку в Україні у 2011 році склав 26,6 на 100 мешканців. Але рівень щільності телефонів у різних регіонах України нерівномірний, що свідчить про нерівні можливості доступу населення різних регіонів. Найвищий рівень забезпеченості телефонами в Києві – 55,4, в Одеській (60,0), Запорізькій (30,1), Дніпропетровській (29,2) областях, найнижчий – у Закарпатській області – 14,8 [6, с. 6-7].

Станом на 31.12.2011 року абонентська база мобільних операторів нараховувала 55,6 млн. абонентів. Рівень номінального проникнення мобільного зв'язку в Україні у 2011 році збільшився до 121,8%. Водночас, у восьми регіонах України цей показник нижче 100%, зокрема, у Хмельницькій області – 79,9%, Тернопільській – 79,9%, Кіровоградській – 87,3%, Рівненській – 91,0%, Вінницькій – 95,1% [6, с. 8]. Склалась така ситуація, коли абонентів мобільних мереж більше, ніж населення в країні, це пов'язано з тим, що одна людина є власником кількох SIM-карт різних операторів.

Проте в Україні залишаються жителі, які не мають мобільного телефону – це, в основному, діти та літні люди. Однією з основних причин купівлі кількох SIM-карт в Україні є відчутна різниця між

тарифами на внутрішньомережеві дзвінки та дзвінки на мобільні мережі інших операторів. Це призвело до того, що близько 94% вихідного мобільного трафіка припадає на внутрішньомережеві дзвінки [5, с. 4]. Надання безкоштовних або дешевих розмов усередині мережі є досить привабливим інструментом для оператора в боротьбі за збільшення абонентської бази, адже витрат на інтерконект він не несе. Така ситуація, яка є однією з проблем ринку послуг зв'язку і в деякій мірі викликана не зовсім вірною оцінкою його ролі і місця на фінансовому ринку, не сприяє розвитку галузі та не стимулює ефективної конкуренції між операторами, оскільки дзвінки абонентів на інші мережі обмежені за рахунок їхньої високої вартості.

Іншою проблемою розвитку ринку зв'язку в Україні є наявність близько 70% аналогових АТС від їхньої загальної кількості. Об'єм ринку телекомунікацій складає 7% від ВВП України, що набагато нижче середньоєвропейського показника. При розвиненому мобільному зв'язку, Україна відстає в два рази в фіксованому зв'язку і в три-чотири рази в Інтернеті. 53% всього ринку займає мобільний зв'язок, 24% – міжнародний, міжміський зв'язок, 3,7% – Інтернет. На модернізацію вітчизняних комунікацій потрібно близько 19 млрд. дол. В Україні капітальні інвестиції в розвиток телекомунікацій складають лише 0,3% від ВВП. Для порівняння, у Німеччині – 4,8%, у Франції – 3,1% [7].

Кількість основних телефонних номерів складає в Україні близько 9 млн., з яких 86,6% встановлено у міських телефонних мережах, 13,4% – у сільських [8, с.25-26]. Станом на кінець 2011 року приблизно 2300 населених пунктів в Україні досі не телефонізовані. Подальша телефонізація населених пунктів з низьким показником кількості телефонних номерів через низьку платоспроможність у таких регіонах триває повільно – в цілому по країні показники телефонізації зростають за рахунок Києва та інших великих міст. Взагалі, характерною особливістю української телекомунікаційної галузі є значне відставання за часом по застосуванню нових технологій між Києвом та іншими регіонами країни.

Слід зазначити також, що ринок послуг зв'язку в Україні характеризується високим рівнем монополізму. «Укртелеком», «Український мобільний зв'язок» та «Київстар» займають близько 80%, тоді як інші оператори значно відстають. Серед основних проблем, які, на переконання операторів, неможливо вирішити без участі держави (забезпечення вільного доступу до Інтернету та послуг зв'язку, відсутність прогресу в централізації міських телефонних мереж). «Укртелеком», «Утел», УМС, «Укрпошта» – їх сумарна частка у структурі даних послуг становить 80 % [7]. Як вважає Інтернет Асоціація України, зараз практично всі недержавні учасники телекомунікаційного ринку у тій чи іншій мірі потерпають від монопольного становища ВАТ «Укртелеком».

Система оподаткування для телекомунікацій залишається жорсткою, що стало приводом для численних судових справ. Законодавство в сфері ІТ-послуг теж залишає бажати кращого. За твердженнями Віце-президента ЗАТ «Софтлайн» Ю. Сивицького, воно робить розвиток сфери ІТ слабко прогнозованим. Галузь навіть не вимірюється статистично, ніби її взагалі не існує! Загальний обсяг українського експорту за 2011 рік становить \$59 млрд. І, за неофіційною статистикою, частка ІТ-послуг у ньому – \$1 млрд. або 1,7% [9].

**Висновки з даного дослідження.** Ринок послуг зв'язку є потужним і самостійним сегментом ринку послуг України, який, у силу специфіки їх надання, функціонує і розвивається за незвичними для ринків послуг механізмами. Актуальність його дослідження як окремого ринку обґрунтована у цьому дослідженні зокрема з позицій відмінностей від ринків інформаційних та інших послуг.

Незважаючи на стрімкий розвиток, постійне вдосконалення механізму надання послуг зв'язку та прибутковість ринку, тенденції його розвитку вказують на проблеми, які потребують виважених, обґрунтованих рішень. Відповідальність за здійснені відносно ринку послуг зв'язку кроки підсилюється всеохопленістю і масштабністю ринку. Напрями розв'язання зазначених у дослідженні проблем мають бути спрямовані на реалізацію таких механізмів.

По-перше, створення сприятливого клімату для розвитку послуг зв'язку через державну політику, зорієнтовану на досягнення Європейських стандартів:

- ефективно антимонопольне регулювання;
- відповідну європейському рівню державну підтримку ринку;
- сприятливий інвестиційний клімат та гнучку податкову політику;
- забезпечення прозорості та відкритості ринку;
- прискорення прийняття законодавчих рішень у сфері послуг зв'язку на користь розвитку ринку;
- стимулювання і підтримку наукових досліджень;
- впровадження економічно і політично ефективної системи тарифів.

По-друге, заходи компаній зв'язку, спрямовані на поширення фіксованого зв'язку, Інтернету, модернізацію вітчизняних комунікацій. Не зважаючи на низьку прибутковість фіксованого зв'язку, пов'язану передусім із платоспроможністю споживачів, актуальність інвестицій у цей напрям діяльності очевидна. Передусім – це розвиток відчутної частки ринку, показник, важливий для

розвинених Європейських держав, а також – реалізація важливої соціально-культурної функції і складова розвитку віддалених від великих міст територій і сіл.

По-третє, комплекс заходів, спрямованих на збалансування обсягів застосування нових технологій у часі між Києвом та іншими регіонами країни, зокрема у селах. Для зниження витрат на утримання мережі, що необхідно на фоні низького прибутку від реалізації послуг зв'язку у селі, провайдерами з успіхом використовуються технології радіодоступу. Такі заходи мають здійснюватись через активізацію зусиль філій та представників компанії зв'язку із розробкою специфічних продуктів, адаптованих і спеціально підібраних для сільських місцевостей. Просування таких продуктів повинно супроводжуватись демонстрацією ефективності і простоти їх використання через рекламу і безкоштовні пробні пакети. За умов компенсації державою провайдеру організації доступу і наступним власним забезпеченням обслуговування мереж, будь-який регіон стане цікавим, незважаючи на кількість жителів. На доходи операторів вплине хіба що вартість експлуатації обладнання.

По-четверте, лобювання компаніями зв'язку та провайдерами механізмів комп'ютеризації віддалених від Києва регіонів та сіл, що сьогодні залишає бажати кращого. На цьому фоні забезпечення загальнодоступності (як з точки зору технічної складової, так і з точки зору тарифної сітки) Інтернету та надання додаткових послуг міжміського, міжнародного голосового зв'язку через Інтернет (Інтернет телефонія, IP-телефонія) дозволить суттєво розширити коло абонентів. Актуальним також є використання зарубіжного досвіду щодо впровадження нових послуг, наприклад перенесення мобільного номера, що дозволить абонентам вільно переходити від одного оператора до іншого, зберігаючи за собою колишній номер. Така послуга запроваджена у багатьох країнах світу і дозволила посилити конкуренцію між компаніями на ринку послуг зв'язку.

### Література

1. Тронько В.В. Розвиток ринку телекомунікаційних послуг: світові тенденції та вітчизняна практика / В.В. Тронько // Науковий вісник НГУ. – 2009. – № 11. – С. 93-98
2. Матеріали сайту: Офіціальний сайт сети центрів нормативно-технічної документації Техексперт Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cntd.ru/458204600.html>
3. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
4. Зборовська Т.Е. Розвиток мобільного зв'язку як галузі національної економіки України / Зборовська Т.Е. // Збірник науково-технічних праць. Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.4. – С. 237-242
5. Рынок телекоммуникационных услуг Украины – наступление Internet на фиксированную связь. ООО «Украинское кредитно-рейтинговое агентство» (UCRA). – 7с. Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.ucra.com.ua>
6. Національна комісія з питань регулювання зв'язку України Звіт про роботу НКРЗ за 2011 рік. Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nkrz.gov.ua/img/zstored/File/2011\\_zvit\\_nkrz.pdf](http://nkrz.gov.ua/img/zstored/File/2011_zvit_nkrz.pdf)
7. Василевська О. Світ тіньового софту. Щоденна всеукраїнська газета № 98. – 2006. Електронний ресурс] / О. Василевська. – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/163941>
8. Стан і розвиток зв'язку в Україні за 2011 рік. Державна служба статистики України. Статистичний бюлетень. – Київ. – 2012. – 36 с. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Газета Тиждень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/51236>