

АНАЛИЗ РЫНКА МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ В УКРАИНЕ

Петрушенко Ю. Н., Овраменко О.С.

Успешная экономическая деятельность любого предприятия или организации в современных условиях всё больше зависит от объёма и качества получаемой информации. Реальная база удовлетворения большинства информационных потребностей сегодня – это развитая сеть отечественных систем и каналов связи. В настоящее время в области связи наиболее динамично развивается рынок сотовой связи.

Отрасль мобильной связи за 2000 год получила доход 1231 тыс. грн. от предоставления населению и организациям услуги связи, что соответствует удельному весу 17,4 % от всего дохода отрасли связи, который в свою очередь составил 7077 тыс. грн. В 2001 году доход отрасли составил уже 2022 тыс. грн., 22,5 % от всего дохода отрасли связи, составившего 8977 тыс. грн.

Следует отметить, что в странах с развитой рыночной экономикой количество мобильных телефонов, приходящихся на 1000 человек, значительно превышает количество мобильных телефонов в Украине. В настоящее время обеспеченность ведущих Европейских стран составляет около 600 моб. телефонов на 1000 чел., в Украине на конец 2004 года это число было равным 185, но оно непрерывно возрастает.

В 2004 году на рынке моб. связи в Украине действовало 5 компаний, причем 2 из них являются общенациональными, а 3 региональными: UMC, Киевстар GSM, Golden Telecom, DCC, Well Com.

Лидерами среди операторов мобильной связи являются UMC и Киевстар GSM, между ними идёт постоянное соперничество относительно количества привлечённых абонентов. Не реагируя на перегруженность сети, они находят всё новые и новые методы мобилизации населения, с целью опережения противника. Один из последних – виртуальные операторы, «Джинс» (от UMC) и djuce (от Киевстар GSM).

Одновременно с ростом доходности и числа абонентов на внутреннем рынке продолжает сохраняться тенденция по повышению рентабельности внутренних операторов над Европейскими, даже с учётом сезонного повышения рентабельности бизнеса операторов в Европе. Так, коэффициент EBITDA / доходы (соотношение прибыли к налогообложению без учёта процентных выплат, амортизации и износа ос-

новых фондов к доходам) для Киевстара вырос с 59,3% во втором квартале до 60,2% в третьем. В тоже время данный показатель понизился на 1% по сравнению с III кварталом 2003 года.

Текущее положение дел, впрочем, можно объяснить как снижением затрат на привлечение абонентов, так и относительно высокими тарифами на услуги мобильной связи. В тоже время сохранение марки рентабельности УМС и Киевстара в «пятидесятых-шестидесятых» значениях на протяжении нескольких лет может непрямо свидетельствовать об отсутствии на рынке мобильной связи ценовой конкуренции. Ещё одним поводом для предложения о согласовании компаниями своих действий является нередко наблюдающееся дублирование мобильными операторами маркетинговых шагов друг друга.

Сами компании предсказуемо и категорически отрицают обвинение в монополизме. По мнению президента Киевстара Игоря Литовченко, рынок мобильной сотовой связи в Украине – один из наиболее крупных. «Это подтверждает очевидное любому постороннему наблюдателю - активная конкурентная борьба постоянно ведется между двумя его основными игроками» - утверждает Литовченко. Впрочем, несмотря на эти примечания, независимые эксперты настроены довольно скептически. По мнению эксперта компании GFK – УМС Глеба Вышлинского, сегодня конкуренция между операторами существует лишь в сегменте припеида и молодёжных услуг. «В тоже время на рынке «Тяжелоговорящих абонентов (к которым относятся в основном контрактники и корпоративные клиенты) заметных сдвигов не происходит. Это даёт повод говорить лишь о незначительной конкуренции на этом рынке между двумя операторами», - считает Вышлинский.

В целом рынок мобильной связи в Украине можно охарактеризовать как олигополистический. К такому заключению можно прийти после расчёта индекса Херфиндаля – Хиршмана: по доле доходов операторов на данном рынке – 4430, по количеству абонентов – 4736, при условии, что для олигополистического рынка наиболее характерное значение индекса составляет от 1200 до 5000 (10 000 – чистая монополия).

Так или иначе, резервы для снижения тарифов и перевода конкуренции из маркетинговой плоскости в ценовую у УМС и Киевстара существуют. Однако ценовая конкуренция возможна лишь после насыщения рынка либо появление третьего национального оператора.