

СТРУКТУРНА КОНФІГУРАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ

© Верба В.А., 2010

Подано авторську аналітичну оцінку стану та перспектив розвитку ринку консалтингових послуг в Україні. Обґрунтовано авторську позицію необхідності оцінки впливу на ринок управлінського консультування суб'єктів, що мають як безпосередній, так і опосередкований вплив. Проаналізовано чинники впливу на структурну конфігурацію консалтингового ринку за клієнтською, продуктовою, географічною складовими.

Ключові слова: управлінське консультування, консалтингові послуги, ринок консалтингових послуг, суб'єкти управлінського консультування.

The analysis of the state and prospects of the consulting market in Ukraine is given in the article, the necessity of the evaluation of the influence on the consulting market for different subjects of the market is proved, the factors of the influence on the structure of the consulting market by three critical market perspectives (consulting service area, key geography and client industry) are analyzed.

Keywords: management consulting, consulting services, consulting market, subjects of management consulting.

Постановка проблеми

Процеси глобалізації та необхідність інтегрування до світового економічного простору вимагають від вітчизняних підприємств змінювати фокус пошук конкурентних переваг. Зростання ролі інтелектуальних активів у забезпеченні довгострокового успіху підприємств, необхідність застосування сучасного управлінського інструментарію і технологій створили об'єктивні передумови посилення ролі управлінського консультування в економіці України.

Інтерес наукової спільноти та професійних управлінців до проблематики становлення і розвитку консалтингу в Україні пояснюється значним потенціалом управлінського консультування, роллю, яку відіграє ця галузь в економіці провідних країн світу для забезпечення їх конкурентоздатності. Зрозуміло, що історія розвитку консультування та трансформація його впливу на розвиток економічних систем мікро-, мезо- та макрорівнів, потребує перегляду традиційного підходу до визначення управлінського консультування як професійної допомоги підприємствам у сфері вирішення їхніх управлінських проблем.

Узагальнюючи оприлюднені результати наукового пошуку, аналітичних праць, у яких досліджується вітчизняний консалтинговий ринок, зазначимо таке. Внаслідок неусталеності методологічно-теоретичних засад визначенням сутності та меж управлінського консультування, методів дослідження ринку консалтингових послуг, значної тінізації вітчизняної економіки, відсутні ґрунтовні аналітичні дослідження, в яких би надавалась системна характеристика стану українського консалтингового ринку, оцінювались його кількісні параметри та визначалася структурна конфігурація. Інформаційна прогалина в аналітичній оцінці стану і параметрів сегментів консалтингового ринку зумовлює посилення асиметрії у прийнятті рішень різними суб'єктами цього ринку, що не сприяє виявленню можливостей його розвитку на основі ефективної взаємодії у процесі консультування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

За останні десятиліття чимало публікацій у наукових, суспільно-популярних і фахових виданнях стосувалось становлення та визначення напрямів розвитку вітчизняного ринку. Проте оприлюднені аналітичні результати досліджень вітчизняного консалтингового ринку мають фрагментарний характер, не супроводжуються поясненням методологічних принципів його виконання. Це практично унеможливило ідентифікацію чинників, що зумовлюють якісні та кількісні зміни у консультуванні, не дає змоги виявити причинно-наслідковий ланцюг взаємопов'язаних детермінант розвитку консалтингового ринку, взаємодії його основних суб'єктів.

Серед аналітичних звітів та оцінок вітчизняного консалтингового ринку в контексті нашого дослідження вважаємо за необхідне відзначити дослідження, які здійснювали: Українська асоціація менеджмент-консультантів (УАМК) [1], дослідницька агенція РБК [2], аналітики журналу “Експерт”[3], а

також експертні оцінки вітчизняних дослідників С. Козаченко, В. Новицького [4], О. Трофімової [5], В. Кременя [6], Т. Тучика [7], В. Духненко та О. Дубрової [8].

Постановка цілей

Аналізуючи погляди науковців і практиків консалтингового ринку щодо необхідності розвитку управлінського консультування як потужної інфраструктурної складової бізнесу в епоху інформаційної економіки, зазначимо, що необхідно визначити ключові детермінанти розвитку вітчизняного управлінського консультування. Ураховуючи методологічну та практичну значущість виявлення структурної побудови консалтингового ринку в Україні, у межах цієї статті вважаємо за необхідне запропонувати авторську позицію щодо ролі різних суб'єктів консалтингового ринку, визначити їх вплив на попит і пропозицію консалтингових послуг та висвітлити результати аналітичної оцінки стану та структурної конфігурації українського ринку консультування.

Виклад основного матеріалу

Складність дослідження консалтингового ринку зумовлена: 1) методологічною невизначеністю, різноманітністю підходів до природи та меж управлінського консультування і консалтингової діяльності; 2) нерозвиненістю методологічних засад аналізування ринку бізнес-послуг; 3) відсутністю офіційної статистичної бази управлінського консультування як виду діяльності, що істотно знижує об'єктивність аналізу стану та визначення тенденцій розвитку вітчизняного ринку консультування. Проте спробуємо сформулювати авторську позицію щодо структурної конфігурації вітчизняного ринку консультування з урахуванням зазначених аспектів.

Аналіз наукової і спеціальної літератури дає можливість констатувати факт багатоваріантного тлумачення самої дефініції управлінського консультування, серед яких домінують два підходи. Перший оснований на визначенні специфіки професійного змісту діяльності консультантів, другий – на сфері підприємництва в галузі створення інформаційного (інтелектуального) продукту. Виконаний нами огляд підходів до трактування сутності управлінського консультування [9] дає змогу констатувати існування, як мінімум, восьми груп дефініцій: 1) функція управління; 2) підсистема менеджменту; 3) різновид експертної допомоги в галузі управління; 4) метод удосконалення управління і розвитку організації; 5) механізм впровадження нововведень; 6) вид професійної діяльності; 7) форма підприємництва; 8) наукова діяльність.

На авторський погляд, управлінське консультування треба визначати як *складну багатоаспектну управлінську систему, спрямовану на пошук механізмів удосконалення управління та забезпечення саморозвитку компанії*. Така система може існувати як автономно від підприємства-об'єкта консультування та, в такому випадку, набувати вигляду професійної організації, що створює (аналізує, розробляє та допомагає впроваджувати) консалтингові продукти та надає платні консалтингові послуги з метою сприяння ідентифікації та вирішення управлінських і бізнес-проблем організації-клієнта. Інший варіант існування управлінського консультування – внутрішньоорганізаційна підсистема забезпечення саморозвитку підприємства, що реалізується у вигляді інституту внутрішнього консультування, функції якого органічно розподілені на підприємстві між менеджерами усіх ланок управління.

На сучасному етапі свого розвитку управлінське консультування набуло рис самодостатньої наукової дисципліни, яка характеризується наявністю чотирьох базових складових: 1) потужними дослідженнями у сфері виробництва фахових професійних знань консультантів; 2) активною трансляцією, тиражуванням та поширенням когнітивних знань науково-дисциплінарної діяльності, створенням навчальних закладів щодо підготовки консультантів; 3) формуванням дослідницьких центрів, проведенням наукових і професійних конференцій з метою стимулювання науково-дисциплінарного спілкування; 4) професіоналізацією діяльності, створенням національних, регіональних та міжнародних наукових спілок діяльності для розвитку науково-дисциплінарної спільноти.

Управлінське консультування забезпечує розвиток компанії в двох вимірах: 1) опосередковано – через створення інформаційного простору, розроблення нових принципів управління підприємствами, управлінських технологій, активної популяризації їх у середовищі управлінців; 2) безпосередньо – у процесі плідної співпраці менеджменту компаній з консультантами у сфері пошуку ефективних напрямів, моделей і управлінських технологій розвитку. Своєю чергою, рівень впливу управлінського консультування на розвиток підприємства визначається ступенем розробленості, впровадження та розвитку консалтингових продуктів і технологій.

На наше переконання, вивчаючи тенденції розвитку ринку управлінського консультування, необхідно вийти за межі вузького його тлумачення як взаємодії консультантів з клієнтськими організаціями. Вважаємо за потрібне виокремити суб'єктів *безпосереднього впливу*, до яких ми зараховуємо всіх зовнішніх та внутрішніх консультантів, та суб'єктів *опосередкованого впливу*, що формують інформаційний простір управлінського консультування, сприяють формуванню нових управлінських ідей для розроблення консалтингових продуктів, стимулюють попит та покращують якість конкурентного консалтингового середовища (табл. 1).

Характеристика суб'єктів ринку управлінського консультування

Характер впливу	Суб'єкти управлінського консультування	Призначення	Механізм впливу на ринковий пропозицію	Механізм впливу на ринковий попит
опосередкований	Дослідницькі центри консалтингових компаній	Узагальнення управлінського досвіду, практики впровадження консалтингових продуктів, результативності консалтингових проектів, взаємодії консалтингової компанії із клієнтами з метою розроблення нових інструментів та технологій розвитку компаній, подальшого розвитку методології консультування	Розширення портфеля консалтингових продуктів, якості консультування	Підвищення рівня інформованості клієнтів щодо ефективності інноваційних консалтингових продуктів
	Професійні об'єднання консультантів	Розроблення професійних стандартів, сертифікація консультантів, створення інформаційного простору для обміну досвідом та знаннями	Введення певних професійних стандартів консультування, що має підвищувати якість консалтингових продуктів та послуг, обмеження доступу на ринок неякісних консультантів	Інформування потенційних клієнтів щодо змісту консалтингових продуктів, якості консультування, поширення знань щодо консалтингової взаємодії та ефективної співпраці із консультантами
	Тренінгові компанії	Поширення знань, популяризація новітніх управлінських ідей, концепцій та методів, сфокусованих на якісні покращення певного напрямку діяльності підприємств	Пошук та залучення потенційних клієнтів консалтингової співпраці через маркетингові комунікації, непряму рекламу консалтингових продуктів, що підвищують якість управління підприємства	Активізація процесу управління знаннями в компанії, підвищення обізнаності управлінського персоналу компаній щодо сучасних інструментів, створення імпульсів для пошуку напрямів та методів підвищення ефективності функціонування і розвитку підприємств
	Професійні, наукові, науково-популярні видання	Створення та підтримка інформаційного середовища, оприлюднення гіпотез, новітніх ідей щодо розвитку компаній, поширення досвіду використання технологій, публікація експертних оцінок щодо дієвості інструментів та технологій розвитку компаній	Активне інформування наукової, професійної спільноти щодо інноваційних інструментів, перевірки гіпотез, особливостей використання управлінських технологій у практиці вітчизняних підприємств для інформаційного забезпечення бенчмаркетингу консалтингової співпраці	Отримання незалежних експертних оцінок, фахових аналітичних звітів щодо можливостей, передумов та вигод залучення консультантів для подальшого розвитку підприємств. Джерело інформаційної підтримки процесу управління розвитку та оцінки готовності та необхідності співпраці із консультантами
	Навчальні заклади бізнес-освіти	Підготовка та перепідготовка фахівців з економіки та управління відповідно до сучасних вимог бізнесу	Підготовка кваліфікованого персоналу для роботи у консалтинговій сфері	Забезпечення кваліфікованими кадрами підприємств, що мають компетенції щодо новітніх принципів, методів та технологій управління бізнесом, відкритих до інновацій, спроможних управляти впровадженням змін на підприємстві
	Наукові інститути, лабораторії	Виконання фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення наукових гіпотез щодо джерел та напрямів якісних покращень управління підприємствами, адаптація міжнародного досвіду в економіку України	Розроблення нових управлінських ідей, які мають стати джерелами розвитку консалтингових продуктів, їх диференціації та удосконалення методології їх застосування в клієнтських організаціях	Наявність експертних оцінок, отримання знань щодо перспектив розвитку економічної та управлінської методології дає змогу підвищити рівень підготованості керівництва та менеджерів до майбутньої співпраці із консультантами
безпосередній	Аналітичні департаменти компаній, відділи розвитку, аудиту (внутрішні консультанти)	Діагностування та виявлення суперечностей, проблем розвитку підприємства, своєчасне інформування керівництва щодо напрямів підвищення результативної роботи, виявлення потенціалу розвитку та можливості та доцільності залучення зовнішніх консультантів	Інформування керівництва щодо потенціалу розвитку та отримання вигод співпраці із консалтинговими компаніями. Активізація співпраці роботи із внутрішніми консультантами підвищує якість та результативність консалтингових проектів	Можуть стримувати попит на консалтингові послуги іззовні внаслідок самостійного вирішення проблем розвитку або стимулювати попит на залучення зовнішньої консалтингової допомоги внаслідок обмеженості власних ресурсів та специфічних знань, що необхідні для підвищення ефективності та результативності діяльності
	Консалтингові компанії	Незалежна об'єктивна експертна допомога в діагностуванні проблемних зон функціонування, напрямів якісних покращень у компанії, сприяттні розробленню та реалізації результативних змін у системі управління компанії	Постійний пошук нових управлінських ідей, удосконалення методології продуктів та консалтингового процесу для посилення стратегічних компетенцій на консалтинговому ринку, підвищення ступеня диференційованості для забезпечення конкурентних переваг	Активна маркетингова робота щодо інформування потенційних клієнтів про зміст, принципи альтернативи консалтингової співпраці з метою отримання клієнтської компанії конкурентних переваг та посилення ринкових позицій
	Клієнтські організації	Формують попит на консалтингові послуги	Визначають функціональну та галузеву сегментацію ринку консалтингових послуг	Формують запит на форми і методи консалтингової співпраці, типи консалтингових продуктів

Такий підхід до розуміння суб'єктів управлінського консультування істотно розширює його межі та уточнює напрями взаємодії його учасників. Проте більшість виконаних досліджень, в яких аналізують глобальні та регіональні консалтингові ринки [10, 11], ґрунтуються на традиційному методологічному підході оцінювання ринку, його сегментуванні та визначенні чинників впливу на його попит і пропозицію. Задля порівняння світових тенденцій розвитку консалтингового ринку з українськими реаліями будемо дотримуватися таких припущень: 1) ринок консалтингу обмежується тільки зовнішнім консультуванням; 2) його обсяг (розмір) вимірюється на основі сукупного доходу (виторгу) від реалізації консалтингових послуг протягом заданого часового періоду в певному географічному просторі [12].

Достовірно оцінити розмір консалтингового сектору та його частку в економіці України досить складно. Це зумовлено таким: по-перше, відсутністю виділення управлінського консультування як окремого виду діяльності, регламентованих Державним класифікатором видів економічної діяльності в Україні, що не дає можливості вести статистичну звітність підприємств за цим напрямом діяльності [13]; по-друге, складністю визначення структури та напрямів співпраці українських підприємств з консультантами, що зумовлює відсутність потрібних форм регламентації відповідних витрат у фінансовій звітності компаній; по-третє, значним рівнем тінізації вітчизняної економіки, що зумовлює значні похибки у статистичних показниках доходів окремих компаній, секторів економіки та країни загалом.

Експертні оцінки кількісних параметрів ринку управлінського консультування в Україні оприлюднили дослідники Рейтингової агенції "Експерт-Рейтинг", які визначили його обсяг на рівні 170 млн. дол. США [3]. Вагомий вплив на розвиток управлінського консультування в певних регіонах і країнах здійснюють такі чинники, як рівень і темпи економічного зростання країни, структура її економіки та виробництва, особливості державного управління та регуляторної політики, а також специфіка національної та управлінської культури.

Традиційно ринок управлінського консультування сегментують за такими ознаками: 1) функціональним призначенням консалтингового продукту; 2) галузевою приналежністю клієнтів консалтингових послуг; 3) географічним положенням консалтингових компаній.

Аналізуючи структурну конфігурацію консалтингового ринку *за функціональними ознаками*, маємо визнати досить низький рівень управлінської та бізнесової культури українських компаній, які переважно концентрують управлінські зусилля на пошуку можливостей оптимізації податкових платежів та правової підтримки своєї діяльності як способів підвищення ефективності функціонування. Про це свідчать такі дані: 30 % вітчизняного консалтингового ринку пов'язано з наданням послуг з податкового та юридичного консалтингу.

Прагнення забезпечити прозорість, достовірність інформаційної підтримки прийняття рішень зумовило значний попит на послуги інформаційного консалтингу, які в структурі ринку консалтингових послуг в Україні становлять 21 %. Разом з тим, з боку вітчизняних компаній простежується стійка тенденція зростання зацікавленості продуктами фінансового і стратегічного консультування, на які сьогодні припадає відповідно 17 % та 13 % загального ринку консультування. Прагнення підвищити свою продуктивність сприяло залученню вітчизняними підприємствами і компаніями консультантів з питань управління персоналом та операційного менеджменту (відповідно 11 % і 8 % в структурі консалтингових послуг) [1].

З урахуванням кризових процесів, що останнім часом відбуваються у світовій економічній системі та в межах національної економіки, спостерігається: 1) загострення конкурентної боротьби, втрата адміністративного ресурсу, що призвело до потреби системної оптимізації діяльності, початку кардинальних змін, що потребують стратегічного позиціонування (або перепозиціонування) компанії, визначення принципів її функціонування та розвитку, проектування її бізнес-моделі. Ці процеси мають стати поштовхом для розширення таких сегментів консалтингового ринку, як консультування зі стратегії, а також зростання попиту на такі консалтингові продукти, як формування фінансової стратегії, стратегічне планування інформаційної стратегії компаній.

Поступовий перехід українських провідних компаній на нові принципи ведення діяльності, що відповідають умовам інформаційної економіки, сприяє посиленню попиту на консалтингові продукти у сфері розроблення і впровадження інформаційних технологій, які формують жорсткі вимоги до організації відповідної системи підтримки управлінських рішень. Посилення ролі людського фактора у забезпеченні конкурентних переваг підприємств, ставлення до персоналу як до визначального чинника інтелектуального потенціалу компанії, що формує її ключові компетенції, має сприяти посиленню попиту на комплексні рішення у сфері формування сильної корпоративної культури, управління знаннями компанії, створення і підтримки принципів соціальної відповідальності бізнесу.

У контексті *галузевої належності клієнтів* українські реалії підтверджують гіпотезу тісної кореляції між розвитком окремих сфер діяльності із зростанням попиту на консалтингові послуги. Ключовими клієнтами консалтингових компаній останніх п'яти років були підприємства металургійної, хімічної промисловості, телекомунікаційного, будівельного та фінансового секторів. Динаміка продуктивних,

географічних та галузевих сегментів українського консалтингового ринку віддзеркалює економічний розвиток регіонів, певних секторів вітчизняної економіки (табл. 2).

Таблиця 2

Продуктова концентрація консалтингових послуг на підприємствах різних галузей

Галузева приналежність компаній	Типи консалтингових продуктів				
	Стратегічний консалтинг	Фінансовий консалтинг	Операційний менеджмент	ІТ-консалтинг	Управління персоналом
Енергетика	+	++	+	+++	+
Металургія	++	+++	+	+++	++
Телекомунікація	++	++	+++	+++	+++
Харчова промисловість	++	+++	+++	++	++
Будівництво	+	++	++	+++	++
Фінансовий сектор	++	++	++	+++	++
Торівля	++	++	+	++	++
Нафтогазовий сектор	+	++	+	+++	++
Машинобудування	+	+	+	+	+

*Умовні позначення: “+” – невелика кількість наданих консалтингових послуг певного напрямку; “++” – середня кількість наданих послуг цього напрямку; “+++” – значна кількість наданих послуг цього напрямку.

Характеризуючи динаміку розвитку управлінського консультування за географічною ознакою, зазначимо, що більшість потужних консалтингових вітчизняних компаній зосереджено у Києві (понад 75 % за кількістю компаній та 85 % за обсягами продажів). Така концентрація зумовлена розташуванням у столиці центральних офісів “великої четвірки” аудиторських компаній, лідерів світового консалтингу, провідних українських компаній. Пояснення такої географічної деформації вітчизняного консалтингового ринку відображає тяжіння до столичного розміщення Головних офісів великих українських компаній.

Висновки

Дослідження рівня розвитку вітчизняного консалтингового ринку та виявлення тенденцій у змінах його структурної конфігурації потребує відповідного інформаційно-аналітичного забезпечення. Тому внесення до державного класифікатора такого виду економічної діяльності, як управлінське консультування, має сприяти отриманню достовірної інформації відносно кількісних параметрів та тенденцій розвитку консалтингового бізнесу в Україні.

Визначальними чинниками структурної конфігурації українського консалтингового ринку пропонуємо визнати: 1) різноманіття консалтингових продуктів, яке зумовлено багатогранністю проблемних сфер діяльності та розвитку вітчизняних підприємств; 2) кількість консалтингових компаній, які надають ці послуги; 3) масштаб, географічне розташування та приналежність підприємств-клієнтів до певної сфери діяльності або галузі економіки; 4) масштаб і спеціалізацію консалтингових компаній. Аналіз продуктової сегментації українського ринку консалтингових послуг свідчить про значну частку податкового, юридичного та інформаційного консалтингу, зростання зацікавленості з боку вітчизняних підприємств продуктами фінансового і стратегічного консультування. Серед найактивніших споживачів консалтингових послуг – підприємства галузей, що швидко зростають (металургійної, будівельної, телекомунікаційної галузі, харчової промисловості, торгівлі). Найбільшими за обсягами продажів консалтингових послуг в Україні залишаються аудиторські компанії “великої четвірки”.

Напрями подальших досліджень

Перспективними напрямами консалтингової співпраці у майбутньому мають стати кросфункціональні сфери управлінського консультування: впровадження корпоративного управління, розроблення і впровадження систем фінансового та процесного управління, ризик-менеджменту, впровадження системи управління вартістю компанії, консультаційне супроводження проєктів злиття і поглинання компаній тощо.

1. Исследование услуг менеджмент консалтинга в Украине // Режим доступу: http://www.uatmc.com.ua/MCS_ru.php3. 2. Обзор рынка консалтинговых услуг. – Рыночные обзоры консалтинговой компании РосБизнесКонсалтинг // Режим доступу: <http://www.rbc.ru/reviews/consulting/chapter01.shtml> 3. Дослідження ринку консалтингових послуг в Україні // Режим доступу <http://expertra.com/index.php?temp=audit> 4. Козаченко С.В. Консалтинг у сучасній ринковій економіці /Козаченко С.В., Новицький В.Є., Довгий О.С./К.: Арістей. – 2006, – 380 с. 5. Трофімова О. Огляд

українського ринку менеджмент-консалтингу // *Ukraine SME Support in Priority Regions*. – К., 2006. 6. Кремень В.М. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку консалтингових послуг в Україні // *Формування ринкової економіки. Збірник наукових праць*. – 2008. – №19. – С.108–116. 7. Тучик Т. Консалтинг по-українски // *“Финансовый директор”*. – 2008. – № 3. 8. Духненко В., Дуброва О. Некласический консалтинг // *Експерт Україна*. – 2006. – № 28 (78). 9. Верба В.А. Становлення управлінського консультування як наукової дисципліни // *Стратегія економічного розвитку. Зб наук. прац*. – 2007. – Вип. 20–21. – С.22–28 10. Kennedy Information's “Consulting Service Line Series”// Адреса документа в Інтернеті – <http://www.consultingcentral.com/research>. 11. The European MC market. Feaco conference 2007, Warsaw// Адреса документа в Інтернеті -http://www.mylib.be/projects/feaco/FCkeditor_project/_The%20European%20MC%20Market%0-%20A_Weuve-Mery.PDF 12. Верба В.А. Детермінанти формування та тенденції розвитку консалтингового ринку в Україні // *Стратегія економічного розвитку України. Зб. наук. праць*. – 2008. – № 22–23. – С. 97–104. 13. Верба В.А. Консалтингова підтримка розвитку українських підприємств // *Вісник Хмельницького національного університету. Серія “Економічні науки”*. – 2009, вип. 4, том 2. – С. 55–59.

УДК 330.341.1:654.1.02:330.4

Л.Ю. Гальчинський, О.О. Велічук

Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут”

МОДЕЛЮВАННЯ ЕВОЛЮЦІЇ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

© Гальчинський Л.Ю., Велічук О.О., 2010

Проаналізовано телекомунікаційний ринок України, зокрема ринок мобільного зв'язку. Встановлено характер ринку як еволюційний. Проаналізовано методи моделювання телекомунікаційного ринку та запропоновано еволюційний метод моделювання ринку мобільного зв'язку, що враховує фактор появи інновацій як безперервний процес.

Ключові слова: еволюційне моделювання, телекомунікації, конкуренція інновацій, генетичні алгоритми, прогнозування.

The telecommunications market in Ukraine, especially mobile communications market, was analyzed. The character of the market was specified as evolutionary. The existing methods for modeling telecommunications market were analyzed and the evolutionary method for modeling the mobile communications market, which is taking into account the factor of emergence of innovation as continuous process, was proposed.

Keywords: evolutionary modeling, telecommunications, competition, innovation, genetic algorithms, forecasting.

Постановка проблеми

Мобільний зв'язок – це один із пріоритетних напрямів розвитку галузі телекомунікацій, що був визначений Урядом України після проголошення незалежності України в 1992 р. Ринок послуг мобільного зв'язку, що з'явився у 1993 р., ще в 2007 році перейшов межу 100 % проникнення, а в 2009 р. характеризувався високим рівнем проникнення мобільного зв'язку (117 %). Ринок мобільного зв'язку новий та розвивається швидкими темпами, що породжує багато проблем в здійсненні відповідного державного регулювання цієї галузі.

Надійні прогнози ринку мобільного зв'язку необхідні для визначення: кількості абонентів мобільного зв'язку, середнього прибутку (ARPU) за послугами мобільного зв'язку, доходу від послуг мобільного зв'язку, частки ринку мобільного зв'язку серед інших видів зв'язку, темпів прийняття окремих продуктів та послуг, еластичності цін (вплив зниження цін та тарифів мобільних операторів), вимоги до технічних характеристик інфраструктури. Вони необхідні для техніко-економічного обґрунтування інвестицій, встановлення адекватних цін на послуги, планування та побудови мережі, стимулювання продажів і маркетингових планів, а також для спілкування з інвесторами та законодавцями.

Тому відповідно існує необхідність визначення характеру телекомунікаційного ринку (а саме ринку мобільного зв'язку України) та прогнозування його розвитку, що уможливить відповідне державне регулювання та ухвалення нормативно-правових актів для створення умов для вільного розвитку ринку.