

У ході реалізації земельної реформи в Україні так і не вдалося сформувати ефективного власника землі. Підприємства корпоративного сектора у гонитві за надприбутками по-хижацьки експлуатують землю, вирощуючи культури, що виснажують ґрунти, а індивідуальний сектор виявився неконкурентоспроможним. Розв'язання назрілих проблем повинна взяти на себе держава. Найбільш дієвим кроком до розв'язання зазначених проблем мала б стати сільськогосподарська кооперація, однак потенціал її розвитку в Україні не реалізується через прогалини правового поля, недостатній рівень знань сільського населення про кооперативи, недооцінку кооперативних форм у процесі реформування. Саме на усуненні цих проблем мають бути спрямовані подальші наукові розробки у цій сфері.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектору економіки [Електронний ресурс] : Указ Президента України від 03.12.1999 № 1529/99. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1529/99>. – Назва з екрана.
2. Шарий Г. Проблеми державного управління земельними ресурсами в сучасних умовах та основні шляхи завершення земельної реформи в Україні [Електронний ресурс] / Г. Шарий. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2007/07ktszsp.zip>. – Назва з екрана.
3. Сільське господарство України : стат. зб., 2010. – К., 2011. – 384 с.
4. Прокопишак К. В. Соціально-економічна суть особистих господарств населення [Електронний ресурс] / Прокопишак К. В. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/8635/1/84.pdf>. – Назва з екрана.
5. Щурик М. В. Дрібна приватизація земель АПК: соціальна справедливість [Електронний ресурс] / М. В. Щурик. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Nvbdfa/2011\\_1/schuryk1.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Nvbdfa/2011_1/schuryk1.pdf). – Назва з екрана.
6. Розвиток фермерських господарств в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-95/doc-94>. – Назва з екрана.
7. Черевко Г. Агрохолдинги як нові організаційні форми крупнотоварного господарювання в агробізнесі України / Г. Черевко // Аграрна економіка. – 2012. – № 1–2. – Т. 5. – С. 32–39.
8. Зіновчук В. В. Роль кооперації у реалізації диверсифікованих намірів сільськогосподарських товаровиробників [Електронний ресурс] / В. В. Зіновчук, В. І. Ткачук. – Режим доступу: [http://www.znau.edu.ua/visnik/2011\\_2\\_2/131.pdf](http://www.znau.edu.ua/visnik/2011_2_2/131.pdf). – Назва з екрана.
9. Про затвердження Державної цільової економічної програми підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період до 2015 р. : Постанова Кабінету Міністрів України // Урядовий кур'єр. – 2009. – № 103. – С. 38–42.
10. Чайанов А. В. Основные идеи и формы организации крестьянской кооперации / Чайанов А. В. – М. : [б. и.], 1927. – 343 с.

УДК 338.4:316

## ОЛГОПОЛІСТИЧНА КООРДИНАЦІЯ ІНТЕГРОВАНІХ СТРУКТУР НА РИНКУ ІНФОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

**В. В. Коваль, кандидат економічних наук**

Постіндустріальна економіка та властиві їй процеси багатомірних якісних трансформацій, з переходом до інформаційно-технологічного характеру виробництва та збільшення ролі

нематеріальної сфери, продовжують прискорюватися, охоплюючи все більшу кількість галузей як світового, так і національного господарства. Притаманне сучасному етапу

пу розвитку інформаційного співтовариства прискорення науково-технічного прогресу та інтенсифікація виробництва впливають на характер функціонування підприємств у нових умовах змін і поглиблення диференціації споживчих переваг і способів їхнього задоволення. Процес постіндустріальної трансформації вітчизняної економіки, пов'язаний із досягненням високих позицій у глобальній конкурентоздатності, характеризується зростанням ролі інтелектуального капіталу та технологізації в напрямку підвищення наукоємності та розвитку сектора інфокомунікаційних послуг.

Характерна динаміка постіндустріалізму впровадження прогресивних технологій з можливістю надання нових послуг засвідчила не тільки розширення та ускладнення структури споживчих потреб, а й формування стійкого попиту на мережеві (електронні) блага, зумовлених переважно результатами розвитку сфери інфокомунікацій. Активізація процесів на ці види блага пояснюється виникненням стійкого попиту на інфокомунікаційні послуги через розширення кількості споживачів і збільшення обсягів у ВВП, пов'язаний із посиленням дії мережевого ефекту, засвідчує монополістичні тенденції ринкових структур, які практично закриті для державного регулювання [3; 7, с. 655]. Тому виникає необхідність в аналізі ринків мережевих благ, до яких насамперед варто віднести сферу інфокомунікаційних послуг із високим мережевим ефектом, наслідком розвитку якої стає зміна структурної концентрації через посилення тенденцій консолідації операторів телекомунікацій у напрямі олігополістичної координації з акцентом на монополізацію її окремих сегментів.

Питанням формування і функціонування ринкових структур присвячені праці таких вітчизняних учених, як В. Гесця, С. Кілієвича, Е. Лібанової, С. Реверчука, А. І. Бутенко, О. С. Редькіна, Л. І. Федулової, так і закордонних економістів, серед яких варто виділити Л. Вальраса, М. Вебера, Б. Мільнера, Д. Норта, В. Радаєва, А. Олейніка, В. Л. Тамбовцева, О. Уільямсона, Х. Уайта тощо.

Значний внесок у вивчення проблем ринкової концентрації і формування нової системи технологічних і економічних взаємозв'язків

суб'єктів господарювання варто виділити результати досліджень І. Ансоффа, М. Бруна, М. Кац, К. Келлі, Т. Коно, Ф. Котлера, О. Маркварта, М. Портера, Д. Палтеровича, Н. Розанова, К. Шапіро, в тому числі і у сфері інфокомунікацій: А. Ігнатюка, С. Кюнтцеля А. Пономарева, Т. Пітерса, С. Оурена, Д. Тіса та ін.

Незважаючи на значну кількість праць з вищевказаної тематики, сама по собі проблема специфіки функціонування високотехнологічних галузей в умовах впливу колективного домінування в основних сегментах сфери інфокомунікацій України на розвиток ефективного конкурентного ринку, на нашу думку, досліджена в недостатній мірі. Оскільки відсутній аналіз впливу мережевих екстерналій на процеси концентрації ринку інфокомунікаційних послуг України в умовах горизонтальної і вертикальної інтеграції.

Метою статті є дослідження системи факторів, визначальних операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою та розвитку олігополістичної координації на ринку інфокомунікаційних послуг України.

Інфокомунікації, будучи базисом інноваційного розвитку підприємств і засобом досягнення поступального розвитку нових організаційних підходів в інфраструктурній підтримці їх діяльності, засвідчили зростання за рахунок цього ринку показників ефективності суб'єктів господарювання все більшої кількості галузей. Вплив інфокомунікацій на економіку продукує зміни як у виробництві суспільного продукту на макрорівні, так і формування більш ефективної внутрішньогалузевої структури ринків. Одночасно реалізація принципів ринкової моделі господарювання з подальшим удосконаленням інфокомунікаційної інфраструктури за останні десятиліття забезпечило динамічне зростання доходів і поступальне функціонування галузі навіть в умовах зміни її кон'юнктури та зростання конкуренції. На цьому етапі структурні трансформації на інфокомунікаційному ринку відзначаються значним зростанням частки доходів від не голосових послуг зв'язку (ДВО, контент тощо), що викликало швидким насиченням основними послугами, та підвищенням інтен-

сивності процесів макрогенерації послуг передачі даних.

Макроекономічна ситуація і конкурентне середовище у сфері інфокомунікацій змушують її суб'єктів використовувати як один із факторів ринкового попиту конкурентоздатність послуг на взаємопов'язаному ланцюгу: високої задоволеності споживачів, яка продукує підвищення їх лояльності, що, у свою чергу, є основою сприйманої цінності продукції і збільшення обсягу продажів і результатом зростання прибутковості операторів (провайдерів) телекомунікацій. Розвиток сучасного ринку інфокомунікаційних послуг України пов'язаний із посиленням конкурентної боротьби в його найбільш привабливих (дохідних) сегментах, які перебувають на перших стадіях життєвого циклу.

Конкурентоспроможність як середньозважене значення параметрів сильних сторін бізнесу можна оцінювати із стратегічної позиції: слабка, середня, сильна [1, с. 197–216]. При визначенні стадії життєвого циклу як параметри використовувались такі змінні: темпи росту сегментів ринку, характеристики конкуренції, лояльність споживачів, стабільність частки на ринку, вхідні бар'єри, широта асортименту товарів і розвиток технології [7, с. 101]. На кожній стадії розвитку ринку можуть існувати різні можливості для конкурентних переваг, тому прагнення лідерів ринку до підвищення їх конкурентоздатності характеризується формуванням горизонтально і вертикально інтегрованих суб'єктів господарювання через поглинання, рідше злиття, чи виникнення мережних бізнес-структур. У першому випадку відбувається збільшення капіталізації операторів за рахунок поглинання менш успішних регіональних компаній, у другому – через взаємне використання ресурсів і збуту своєї продукції у різних формах мережних міжфірмових відносин, але в обох випадках у відповідь як на внутрішньо організаційні трансформації, так і зовнішнього середовища, продуковані посиленням виходом на вітчизняний ринок іноземних інвесторів із поступовою зміною власності операторів телекомунікацій.

Формування галузі в її сучасному вигляді відзначалося сприятливою економічною си-

туацією для зростання кількості угод із злиття і поглинань і приватизаційним процесом, як найбільш розповсюджених способів використання наявної інфраструктури й абонентської бази, в напрямку консолідації і збільшення частки участі в капіталі операторів телекомунікацій західних інвесторів. Зацікавленість із боку міжнародних транснаціональних компаній викликана державною підтримкою лібералізації та демонополізації ринків телекомунікацій останнього десятиліття, які на основі пайової участі значно збільшили обсяги інвестування з +0,75 % у 2008 р. до +15,4 % у 2011 р. [8]. Останні факти консолідування активів у іноземних мажоритарних акціонерів ПрАТ «Київстар» більше 73 %, ПрАТ «МТС-Україна» – 100 % та ПАТ «Укртелеком» – 92,8 %, свідчать про розширення сфери інтеграційних процесів і впливу структури власності на масштаби концентрації інфокомунікаційного ринку. Скорочення кількості операторів або провайдерів телекомунікацій через їх об'єднання в рамках горизонтальної чи вертикальної інтеграції призводить до монополізації виробництва, яке володіє всіма економічними перевагами концентрації, з одного боку, але перешкоджає розвитку конкуренції – з іншого.

Згідно із Законом України Про телекомунікації”, оператор (провайдер) телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку телекомунікаційних послуг визнається при частці доходу на ринку певних телекомунікаційних послуг протягом року більше 25 % сумарного доходу або якщо внаслідок технологічного процесу надання послуги іншому оператору, провайдеру телекомунікацій її може бути надано тільки в мережі певного оператора, провайдера телекомунікацій. У Директивах Європейського Союзу (ЄС) «Council Directive 97/33/EC» та «Council Directive 97/51/EC» також визначені ознаки ринкової переваги оператора при наявності частки доходів більше 25 % на конкретному телекомунікаційному ринку в географічних межах: мобільного зв'язку, фіксованого зв'язку, широкосмугового доступу та інтерконекту (термінації). Отже, частка оператора телекомунікацій на визначеному ринку послуг є вихідним показником для оцінки його

ринкового положення (табл. 1). Однак істотна ринкова перевага на ринку характеризує можливість суб'єкта господарювання здійснювати

в короткостроковому та середньостроковому періодах діяльність незалежно від дії конкурентів [9].

Таблиця 1

### Аналіз операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку інфокомунікаційних послуг

Рівні	Оператори телекомунікацій	Частка по доходам оператора телекомунікацій, %		Істотна ринкова перевага
		2010 р.	2012 р.	
1	ПрАТ «Київстар», в тому числі на ринку послуг:	24,1	25,1	+
2	мобільного зв'язку	39,7	41	+
	фіксованого зв'язку	–	–	
	широкопasmого (фіксованого) доступу	2,3	8,5	–/+
	інтерконекту	34	37	+
1	ПрАТ «МТС-Україна», в тому числі на ринку послуг:	19,6	22,3	+/-
2	мобільного зв'язку	31,3	33,2	+
	фіксованого зв'язку	–	–	
	широкопasmого (фіксованого) доступу	–	6,8	–/+
	інтерконекту	36	38	+
1	ПАТ «Укртелеком», в тому числі на ринку послуг:	17,2	15,9	–/+
2	мобільного зв'язку	0,76	1,4	–
	фіксованого зв'язку	73,1	72,9	+
	широкопasmого (фіксованого) доступу	36	34,8	+
	інтерконекту	11	18	–/+
1	ТОВ «Астеліт», в тому числі на ринку послуг:	4,7	6,2	–
2	мобільного зв'язку	8,6	10,1	–
	фіксованого зв'язку	–	–	–
	широкопasmого (фіксованого) доступу	–	–	–
	інтерконекту	4,4	4,7	–

Згідно з положенням у відзначених директивах ЄС визначення істотної ринкової переваги у сфері телекомунікаційних послуг відбувається через розрахунок частки операторів, що працюють у відповідних сегментах. За умови досягнення 25 % рівня загального ринку (рівень 1) і ринкової влади на усіх відповідних його сегмента (рівень 2), ймовірно, можливо визнати оператора з істотною ринковою перевагою – ПрАТ «Київстар». Проте існує імовірність, що ринок розвивається, оператор може мати менше ніж на 25 % на рівні 1, але може мати ринкову владу на рівні 2 або мати дуже значний вплив у межах одного ринку – ПрАТ «МТС-Україна».

Окрім вищезазначених національних законодавчих положень оцінки значної ринкової переваги, необхідно враховувати відповідні

фактори, що її зумовлюють і які визвано [3; 4, с. 86–95; 7, с. 103–110, 655–662]:

Слабкою конкуренцією з боку ринку:

- адміністративно-правові бар'єри → ліцензії, патенти;
- віддача від масштабу → взаємозалежність між зміною масштабу виробництва і наступною зміною в обсязі надання послуг;
- економія за рахунок масштабу → зниження собівартості послуг за рахунок збільшення обсягів виробництва;
- мережевий ефект → масштаб мережі та її цінність з досягненням критичної маси є головним акселератором росту обсягів послуг;
- вертикальна інтеграція → обмеження доступу конкурентів на суміжні ринки уздовж технологічного ланцюга;
- витрати переключення до мережі іншого оператора → чим більші ці витрати, тим силь-



ніша лояльність споживачів до мережі оператора;

- просування брендів → збільшення витрат на рекламу для підвищення лояльності.

2. Слабким умовами конкуренції на ринку:

- цінове суперництво → цінова політика обмеження входу нових підприємств на ринок;

- інвестиції в інфраструктуру → значні витрати конкурентів на створення інфраструктури;

- технологічне лідерство → менші витрати надання послуг при володінні технологією;

- диверсифікованість послуг → послаблення конкуренції за допомогою спеціалізації в розширенні асортименту та уніфікованості надання послуг.

Визначальні фактори рівня конкуренції є лише однією із сил впливу, відповідно до моделі М. Портера, серед інших – послуги-замінники, потенційні конкуренти, постачальники та споживачі, як за напрямом, так і за значимістю на ситуацію в галузі, що у підсумку визначає характеристики прояву ознак ефективно конкурентного ринку послуг, який характеризується, з одного боку, присутністю на ньому певної кількості операторів телекомунікацій, можливістю для них вільно входити на ринок і виходити з нього, однаковиими умовами доступу до телекомунікаційних мереж, а з іншого боку – забезпеченням вільного вибору споживачем оператора телекомунікацій і потрібних йому виду та кількості послуг за прийнятною ціною та якістю [5, с. 126–146]. Оскільки кількість учасників ринку незначна, то кожен із існуючих домінуючих операторів телекомунікацій у відповідних сегментах принципово здатний вплинути на умови конкуренції та її ускладнення через їх взаємозалежності. Структура ринку і характер визначених зв'язків між учасниками домінування змінюється в підвищенні на основних сегментах рівня концентрації, який стає вищим тоді, коли на ринку (або в галузі) менша кількість фірм, а в разі однакової їх кількості рівень концентрації буде вищим, якщо буде більшою нерівномірність у розподілі між ними часток.

На ринку з високим рівнем концентрації оператори телекомунікацій з відносно невели-

кими частками можуть бути визнані як ті, що мають домінуюче положення, навіть якщо сам по собі оператор не володіє значною часткою для визнання його з істотною ринковою перевагою, у разі їх спільних (колективних) дій відбуватиметься послаблення конкуренції чи обмеження інтересів інших суб'єктів господарювання та нівелюватимуться ознаки ефективно конкурентного ринку послуг. Колективне домінування при цьому слід розуміти як положення, при якому оператори телекомунікацій спільно можуть впливати на конкурентне середовище, аналогічне монопольному становищу на ринку послуг, а також змінювати його структуру з метою відбиття на загальних умовах обсягів послуг двох і більш суб'єктів господарювання за наявності таких умов: порівняно невисокі витрати координації їхніх дій, незначні витрати припинення дій конкурентів і порівняно невисокі витрати, зумовлені відповідними діями потенційних конкурентів неколективного домінування [2].

Колективне домінування встановлюється за допомогою основних ознак:

- сукупна частка не більше трьох операторів (провайдерів) телекомунікацій перевищує 50 % або сукупна частка не більш ніж п'яти суб'єктів господарювання перевищує 70 %, якщо частка кожного із зазначених суб'єктів не менш 6–8 %;

- протягом трьох років і більше відносні розміри часток операторів (провайдерів) телекомунікацій порівняно незмінні, а також доступ на відповідний товарний ринок нових конкурентів ускладнений.

Характеристика поточного стану колективного домінування на ринку послуг зв'язку суб'єктів господарювання (СГ) наведено в табл. 2, крім ринку інтерконекту (термінації трафіка) на мережах фіксованого та рухомого (мобільного) зв'язку, який виступає міжоператорським ринком і згідно із [6] на власній телекомунікаційній мережі суб'єкт господарювання є монополістом.

На ринку мобільного зв'язку незначні зміни сукупної частки операторів телекомунікацій та відповідного зменшення їх кількості (як окрема торгова марка), переважно за рахунок об'єднання ПрАТ «Київстар» з ТОВ «Голден

Таблиця 2

## Ознаки колективного домінування на ринку інфокомунікацій України

Сегмент ринку послуг	Ознаки домінування							Характер конкуренції
	сукупна частка ЗСГ (>50 %)		сукупна частка 5СГ (>70 %)		зміна частки на ринку		приріст (зменшення) операторів	
	2010 р.	2012 р.	2010 р.	2012 р.	>50 %	>70 %	2012/2010	
Мобільний (рухомий) зв'язок	83,6	84,2	98,2	98,7	0,72	0,51	-7,8	Колективне домінування
Фіксований зв'язок	86,6	86,8	92,9	93,1	0,23	0,22	+1,4	Довгострокова монополія
Широкопasmовий (фіксований) доступ	39,8	43,2	50,6	52,4	8,54	3,56	+34,7	Конкурентний ринок, що домінує

Телеком» і ПрАт «УРС», засвідчили високий рівень колективного домінування. Поряд з відзначеними дефініціями виділяють відсутність субститутів на послуги мобільного зв'язку та значного впливу мережевого ефекту, який являє собою вхідний бар'єр і стримує інтервенцію потенційних конкурентів, оскільки новим стільниковим операторам необхідно в умовах насичення ринку досягти критичної маси споживачів [3]. Приріст кількості операторів фіксованого зв'язку здебільшого забезпечений за рахунок підвищення щільності суб'єктів господарювання в сегменті міжміського та міжнародного зв'язку, однак загалом спостерігається довгострокова монополія. На відмінну від ринків телефонії, розвиток широкопasmового (фіксованого) доступу до мережі Інтернет свідчить про активну конкуренцію з істотною ринковою перевагою одного оператора телекомунікацій (ПАТ «Укртелеком»).

Світова законодавча практика в частині визнання колективного домінування передбачає, окрім аналізованих змін сукупної частки та обмеженого кола нових суб'єктів господарювання, врахування ступеня економічної концентрації на ринку. Для визнання факту колективного домінування в сегменті мобільного зв'язку, а в умовах вертикально-інтегрованих операторів телекомунікацій, і на рику інфокомунікацій господарювання через об'єктивні фактори, які продиктовані особливостями олігополістичної конкуренції, схильні копіювати дії лідера (-ів) без узгодження своїх дій один із одним. Негативним проявом у разі визнання

такої антиконкурентної політики колективних домінувань, незалежних один від одного, є угоди або погоджені дії щодо порушення правил конкуренції. Тому через відсутність єдиного варіанта результативності олігополістичної взаємодії необхідно державі врегулювати ослаблення факторів, що сприяють олігополістичному взаємозв'язку та координації, яка визначається великою імовірністю трансформування її в монополію за умови формування вертикально-інтегрованих операторів телекомунікацій, і посилення факторів, які їй перешкоджають за сприятливих структурних змін у напрямі більш конкурентних моделей на ринку інфокомунікаційних послуг [7, с. 372].

Сталий розвиток інфокомунікаційного ринку та підвищення попиту користувачів на надання послуг у єдиному технологічному рішенні є важливим стимулом розвитку як вітчизняної, так і світової економіки загалом. Унаслідок виникнення нових економічних відносин і організаційних взаємозв'язків відбувається виникнення інтегрованих структур через процеси консолідації, які мають монопольне положення, одержуючи при цьому перевагу над іншими учасниками ринку. Виявлення олігополістичного взаємозв'язку та координації являє собою досить складну економічну проблему щодо встановлення монопольно високих або низьких цін, локалізованого доступу на ринок інших суб'єктів економічної діяльності з метою обмеження конкуренції.

Окрім відзначеного набору стримуючих факторів (бар'єрів), варто враховувати вплив

мережевого ефекту у сфері інфокомунікацій на її структурну концентрацію, що продукує позитивний зворотний зв'язок і додає конкуренції не рівноважний характер, за рахунок збільшення кількості учасників мережі та перевищення частки одного оператора телекомунікацій над конкурентами [7, с. 655]. Тому врахування особливостей олігополістичної конкуренції на ринку інфокомунікаційних послуг потребує заходів державної економічної політики, необхідних для розвитку антимонопольного регулювання в умовах колективного домінування.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – С.Пб. : [б. и.], 1999. – 416 с.
2. Балькін Г. Ф. Конкуренція в телекомунікаціях: деякі особливості / Г. Ф. Балькін // Актуальні питання регулювання у сфері телекомунікацій та користування радіочастотним ресурсом. – К. : [б. в.], 2010. – С. 58–62.
3. Кац М. Сетевые внешние эффекты, конкуренция и совместимость / М. Кац, К. Шапиро // Вехи экономической мысли. – М. : Экономическая школа, 2003. – С. 500–535.
4. Перский Ю. К. Конкурентная среда регионального отраслевого рынка: методы и модели / Ю. К. Перский, Е. Е. Жуланов. – Екатеринбург : Изд-во Ин-та экономики УрО РАН, 2005. – 307 с.
5. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
6. Порядок аналізу ринків послуг пропуску трафіка та визначення операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою : Рішення НКРЗІ від 25.08.2011 р. № 444 // Офіційний вісник України. – 2011. – № 72. – С. 56.
7. Розанова Н. М. Экономика отраслевых рынков / Н. М. Розанова. – М. : Юрайт, 2011. – 906 с.
8. Україна у цифрах у 2011 році : стат. зб. / ред. Осауленко О. Г., Забродський П. П. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2012. – 259 с.
9. Фурманчук О. Попереднє регулювання телекомунікаційних ринків. Огляд законодавства Європейського Союзу та України / О. Фурманчук // Юридична газета. – 2010 – № 9. – С. 1–11.