

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

### THE DIRECTIONS INCREASE OF COMPETITIVENESS OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES

У статті розглянуті поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність». Встановлено взаємозв'язок між цими поняттями та обґрунтовано особливості формування конкуренції на певних ринках товарів та послуг. Визначено динаміку кількості підприємств інформації та телекомунікації, а також структуру грошових надходжень від реалізації їхніх товарів та послуг. Наведено перелік основних внутрішніх та зовнішніх чинників, які впливають на конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств та напрями підвищення їхньої конкурентоспроможності за рахунок економічної, технологічної та управлінської складових частин, комплексне та своєчасне використання яких сприятиме підвищенню платоспроможності та фінансової стійкості підприємства, формуванню лідируючих конкурентних позицій на ринку телекомунікаційних послуг та забезпеченню стабільної прибутковості на довгострокову перспективу. Розроблено економічний механізм підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, телекомунікаційне підприємство, зовнішні чинники, внутрішні чинники, товари, послуги, економічна складова, технологічна складова, управлінська складова, механізм підвищення конкурентоспроможності.

В статье рассмотрены понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность». Установлена взаимосвязь между данными понятиями и обоснованы особенности формирования конкуренции на определенных рынках товаров и услуг. Определена динамика количества предприятий информации и телекоммуникации, а также структура денежных поступлений от реализации их товаров и услуг. Приведен перечень основных внутренних и внешних факторов, влияющих на конкурентоспособность телекоммуникационных предприятий и направления повышения их конкурентоспособности за счет экономической, технологической и управленческой составляющих, комплексное и своевременное использование которых будет способствовать повышению платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, формированию лидирующих конкурентных позиций на рынке телекоммуникационных услуг обеспечению стабильной доходности на долгосрочную перспективу. Разработан экономический механизм повышения конкурентоспособности телекоммуникационных предприятий.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, телекоммуникационное предприятие, внешние факторы, внутренние факторы, товары, услуги, экономическая составляющая, технологическая составляющая, управленческая составляющая, механизм повышения конкурентоспособности.

УДК 339.137.2:621.39

Гавриш О.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту  
Державний університет телекомунікацій  
Щербина В.В.  
аспірант  
Державний університет телекомунікацій

*In the article considers the concept of "competition" and "competitiveness". The concept of competition and competitiveness are inextricably linked, since competitiveness can only be said in the presence of competition, the level of which can vary considerably both in individual markets and at different periods in the same market. Each market participant needs an incentive that would encourage him to get the best results of his work. Achieving success is possible only with the perfection of production and provision of services, as well as in the presence of certain advantages among competitors. The dynamics of the information and telecommunication enterprises number and the structure of cash proceeds from the sale of their goods and services is determined. Due to the influence of a significant number of factors on the competitiveness of telecommunication enterprises, and the annual emergence of new competitors in the market, enterprises need to regularly develop a set of measures to increase their competitiveness. In the course of the study, we were asked to consider the directions of increasing the competitiveness of telecommunication enterprises due to three components: economic, technological and managerial, the complex and timely use of which will contribute to stable financial condition of the enterprise, increase its profitability and formation the new competitive advantages in comparison with other enterprises. As a result of the study, an economic mechanism for increasing the competitiveness of telecommunication enterprises was developed. Therefore, in order to achieve the desired result, telecommunications enterprises need to constantly analyze and control their competitive positions, to form new competitive advantages through the use of the latest, innovative technologies and services, increase the efficiency of the system of training and retraining of personnel in accordance with the requirements of the enterprise's competitive strategy, improvement of the system of material incentives for employees, use of foreign experience and international standards, and that due to increased demand for goods and services of telecommunication enterprises in accordance with the conditions of the future competitive environment.*

**Key words:** competition, competitiveness, telecommunication enterprise, external factors, internal factors, goods, services, economic component, technological component, management component, the mechanism of increasing the competitiveness.

**Постановка проблеми.** Нині телекомунікаційні підприємства відіграють важливу роль як в економіці країни, так і у забезпеченні населення засобами зв'язку та інформації. На ринку телекомунікаційних послуг із кожним роком з'являється все більше нових підприємств, що створює високий рівень конкуренції та необхідність пошуку ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств з метою отримання позитивних результатів діяльності в довгостроковій перспективі. Крім того, підвищення конкурентоспроможності підприємства

передбачає можливість розширення його позицій на ринку через пропозицію якісних товарів та послуг, задовольняючи специфічні вимоги споживачів і забезпечуючи ефективність свого функціонування. Все це потребує детального аналізу чинників, які впливають на конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств, розгляду можливостей формування нових конкурентних переваг та напрямів підвищення конкурентоспроможності з урахуванням економічної, технологічної та соціальної складових частин підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед вітчизняних і зарубіжних науковців вагомих внесок у розвиток сучасної теорії та практики підвищення конкурентоспроможності загалом та телекомунікаційних підприємств зокрема зробили такі вчені, як: О. Гудзь, О. Гусева, А. Дементьєва, І. Должанський, Т. Загорна, Ю. Іванов, М. Кизим, Ф. Котлер, О. Князева, Л. Лазоренко, С. Легомінова, А. Мазаракі, Н. Мазур, М. Місюк, М. Портер, О. Ревенко, П. Стецюк, О. Тищенко, Р. Фатхутдинов та інші. Проте неоднозначність поглядів на перелік чинників, які впливають на конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств та можливих напрямів її підвищення, потребує подальшого дослідження цього питання.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств із метою забезпечення їхньої прибутковості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність» нерозривно пов'язані між собою, оскільки про конкурентоспроможність можна говорити лише за наявності конкуренції, рівень якої може істотно відрізнитися як на окремих ринках, так і у різні періоди на одному і тому самому ринку. Кожному учаснику ринку потрібен стимул, який підштовхував би його до отримання найкращих результатів своєї роботи. Досягнення успіху можливе лише за умови досконалості виробництва та надання послуг, а також за наявності певних переваг серед конкурентів.

Слово «конкуренція» (від. лат. – concurrentia) визначають як змагання або зіткнення. На думку

М. Портера, конкуренція – це динамічний розвиваючий процес, ландшафт, який безперервно змінюється внаслідок появи нових товарів, напрямів маркетингу, виробничих процесів і нових ринкових сегментів [1]. Як зазначають К. Макконел та С. Брю, конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для них як вільно виходити на ринок, так і залишати його [2].

З конкуренцією досить тісно пов'язане поняття «конкурентоспроможність». Так, під конкурентоспроможністю А.Г. Дементьєва розуміє сукупність переваг і здатності суб'єкта в порівнянні з йому подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для нього, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи) [3]. За словами Р.А. Фатхутдінова, конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризує ступінь реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на конкретному ринку [4].

Нині однією із пріоритетних галузей економіки України є сфера інформації та телекомунікації. У табл. 1 наведено динаміку кількості підприємств інформації та телекомунікації, які наявні в Україні.

Як видно з даних табл. 1, протягом 2015–2017 рр., найбільше в Україні серед підприємств інформації та телекомунікації спостерігається суб'єктів малого підприємництва, зокрема мікропідприємництва, кількість яких щорічно збільшується, тоді як кількість суб'єктів середнього підприємництва зменшується, а великого – залишається незмінною.

Протягом аналізованого періоду спостерігаються зміни і в структурі грошових надходжень від

Таблиця 1

**Динаміка кількості підприємств інформації та телекомунікації, одиниць**

Показник	Рік			2017 р. у % до 2015 р.
	2015	2016	2017	
Суб'єкти великого підприємництва	6	6	6	100,0
Суб'єкти середнього підприємництва	342	335	328	95,9
Суб'єкти малого підприємництва, з них:	115788	129363	146575	126,6
– суб'єкти мікропідприємництва	113997	127631	144765	127,0
<b>Всього</b>	<b>116136</b>	<b>129704</b>	<b>146909</b>	<b>126,5</b>

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

Таблиця 2

**Динаміка та структура грошових надходжень від реалізації товарів та послуг телекомунікаційними підприємствами**

Показник	Рік						2017 р. у % до 2015 р.
	2015		2016		2017		
	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	
Великі підприємства	38495,5	38,3	39808,6	33,9	42601,0	30,6	110,7
Середні підприємства	36183,3	36,0	44258,3	37,7	55554,6	39,9	153,5
Малі підприємства, з них:	25911,6	25,7	33340,3	28,4	40961,4	29,5	158,1
– мікропідприємства	9468,7	9,4	13452,6	11,5	17004,1	12,2	179,6
<b>Всього</b>	<b>100590,4</b>	<b>100,0</b>	<b>117407,2</b>	<b>100,0</b>	<b>139117,0</b>	<b>100,0</b>	<b>138,3</b>

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

реалізації товарів та послуг телекомунікаційними підприємствами (табл. 2).

Варто відмітити, що протягом 2015–2017 рр., хоча найбільше в Україні спостерігалось суб'єктів малого підприємництва, грошові надходження від реалізації їхніх товарів та послуг були найменшими. Загалом можна помітити позитивну тенденцію до збільшення надходжень від реалізації товарів та послуг телекомунікаційних підприємств, а саме за три роки на 38,3%.

На конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств та ефективність їхнього функціонування впливає велика кількість чинників.

На думку французьких економістів А. Олліве, А. Дайана та Р. Урсе, підприємство має забезпечити рівень конкурентоспроможності за такими вісьмома чинниками, які формують «гіпотетичний багатокутник конкурентоспроможності»:

1. Концепція товару чи послуги, на якій базується діяльність підприємства.
2. Якість, що виявляється відповідно до продукту високому рівню товарів ринкових лідерів і визначається шляхом опитувань і порівняльних тестів.
3. Ціна товару з можливою націнкою.
4. Фінансовий капітал – як власний, так і позиковий.
5. Торгівля як спосіб просування товару до споживача.
6. Післяпродажне обслуговування, що формує набір постійних клієнтів.
7. Зовнішня торгівля підприємства.

8. Передпродажна підготовка, що передбачає переконання споживачів у здатності товару, який виробляє підприємство, задовольняти певні потреби [6].

Класична система чинників впливу, які забезпечують рівень конкурентоспроможності, складається з таких елементів, яка:

1) конкурентоспроможність продукції (її якість, ціна, споживча перевага перед іншими товарами, ступінь задоволення потреби);

2) конкурентоспроможність ресурсного потенціалу (технічне та технологічне оснащення, виробничо-сировинна структура, кадрове забезпечення, фінансові та інноваційні можливості);

3) конкурентоспроможність організаційної структури та системи менеджменту (форма господарювання, організаційна структура, структура управління та функції, механізм управління, гнучкість та оперативність менеджменту);

4) конкурентоспроможність інформаційно-комунікаційних зв'язків (організація системи обміну внутрішньою та зовнішньою інформацією) [7].

Аналіз літературних джерел щодо виділення чинників, які впливають на конкурентоспроможність підприємств, дав змогу виокремити зовнішні та внутрішні чинники впливу на конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств (рис. 1). До внутрішніх чинників належать: організаційно-правова форма та структура підприємства, рівень науково-технічного розвитку виробництва, рівень освіченості та кваліфікації персоналу, діловий імідж підприємства, особливості менеджменту



Рис. 1. Чинники впливу на конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств

Джерело: розроблено на основі літературних джерел [7; 8]

тощо. Проте не менший вплив на конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств мають зовнішні чинники, які вже, на відміну від внутрішніх, не підконтрольні підприємству; серед них виокремлюють такі: стан ринку товарів, послуг, технологій, робочої сили, науково-технічний розвиток, ступінь державного регулювання та законодавча база.

У зв'язку із впливом значної кількості чинників на конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств, а також щорічною появою нових конкурентів на ринку підприємствам необхідно регулярно розробляти комплекс заходів щодо підвищення їхньої конкурентоспроможності (рис. 2).

У процесі дослідження нами було запропоновано розглядати напрями підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств за рахунок трьох складників: економічного, технологічного та управлінського, комплексне та своєчасне використання яких сприятиме стійкому

фінансовому стану підприємства, підвищенню його прибутковості та рентабельності, а також формуванню нових конкурентних переваг порівняно з іншими підприємствами.

У результаті проведеного дослідження було розроблено економічний механізм підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств (рис. 3).

Отже, з метою отримання бажаного результату діяльності телекомунікаційним підприємствам необхідно постійно здійснювати аналіз та контроль своїх конкурентних позицій, формувати нові конкурентні переваги за рахунок використання новітніх, інноваційних технологій та надання послуг, підвищення ефективності системи підготовки та перепідготовки персоналу відповідно до вимог конкурентної стратегії підприємства, вдосконалення системи матеріального заохочення працівників, використання зарубіжного досвіду та міжнародних

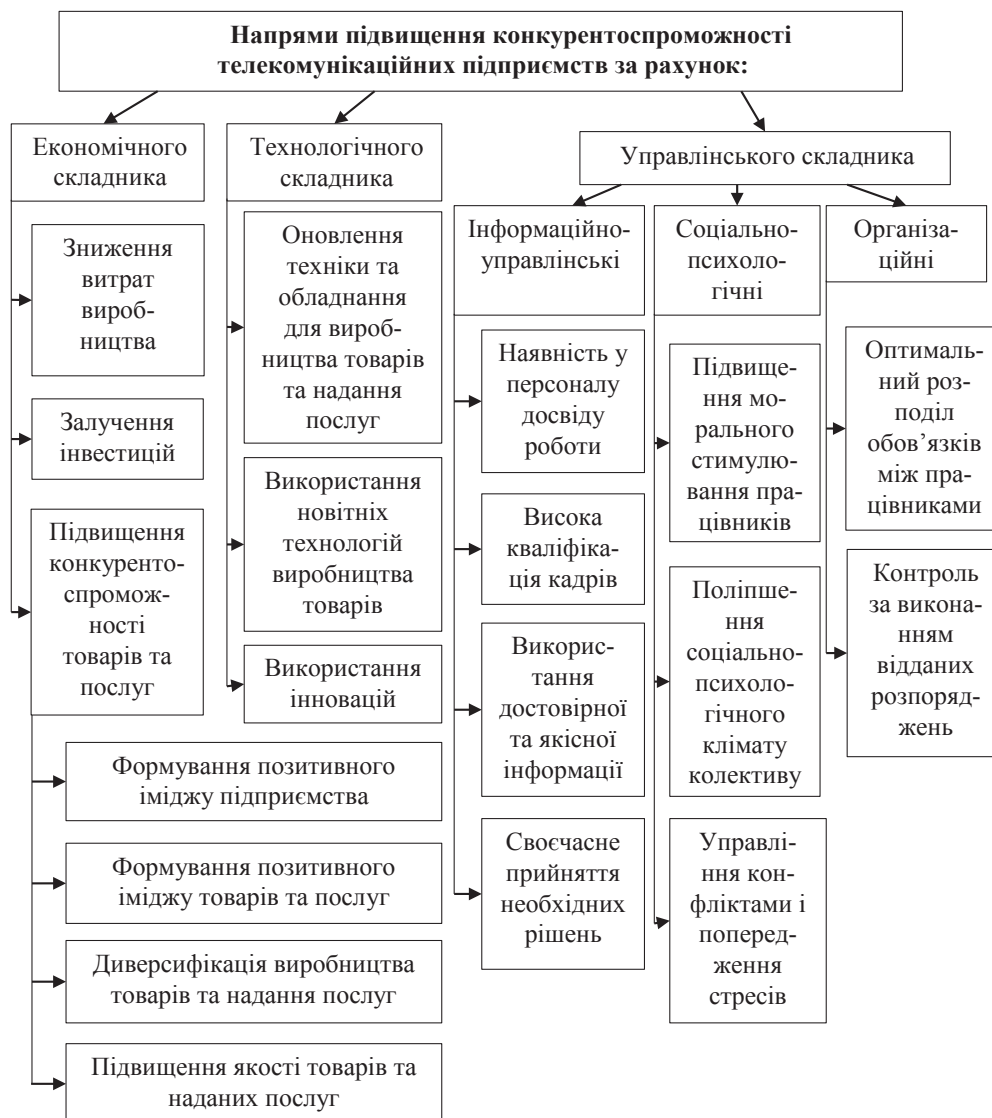


Рис. 2. Напрями підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств

Джерело: авторська розробка



Рис. 3. Економічний механізм підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств

Джерело: авторська розробка

стандартів, а також за рахунок збільшення попиту на товари та послуги телекомунікаційних підприємств відповідно до умов майбутнього конкурентного середовища.

#### Висновки з проведеного дослідження.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що на конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств впливають як зовнішні чинники, такі як стан ринку праці, кон'юнктура ринку, законодавча база, науково-технічний розвиток, так і внутрішні чинники: імідж підприємства, його розмір і цілі, напрям діяльності, організаційна культура, особливості менеджменту, склад та рівень кваліфікації персоналу. Визначено, що з метою отримання прибутковості та фінансової стійкості телекомунікаційним підприємствам потрібно постійно підвищувати конкурентоспроможність за рахунок економічного, технологічного та управлінського складників. У результаті проведеного дослідження було розроблено економічний механізм підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, який сприятиме забезпеченню їхньої ефективної діяльності та можливості отримання лідируючих конкурентних позицій на ринку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Портер М. Конкуренція / пер. с англ. М.: Изд. Дом «Вільямс», 2003. 496 с.
2. Мазур Н.А., Місюк М.С. Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищення. *Економіка АПК*. 2007. № 2. С. 129–127.
3. Дементьева А.Г. Конкурентоспособность международных компаний. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2000. № 3. С. 64–67.
4. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент как инструмент достижения конкурентоспособности. *Вопросы экономики*. 1997. № 5. С. 118–127.
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 28.03.2019).
6. Управління конкурентоспроможністю підприємства: підручник / Іванов Ю. Б. та ін. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. 320 с.
7. Гончарук Т.І. Методологія конкурентоспроможності: досвід теорії та теорія досвіду. *Вісник Української академії банківської справи*. 2010. № 2. С. 3–10.
8. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.