

Ключевые слова: организационно-информационный дизайн, современные предприятия, информационно-коммуникационных технологии, модернизация.

Gudz Olena. Modernization of the organizational-information design of modern enterprises. In the article the essence is examined and the existing problems on the construction of a qualitatively new effective organizational and information design in modern enterprises are revealed, prerequisites, opportunities and directions of modernization of the organizational and information design of enterprises are determined on the basis of extensive use of information and communication technologies with ensuring its flexibility, Innovation, the use of uniqueness, successful partnership interaction, client-oriented Values, value orientations and building competencies.

Keywords: organizational and information design, modern enterprises, information and communication technologies, modernization.

УДК 658

Халімон Т.М., к.е.н.,
Державний університет
телекомунікацій

ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ВИМІР

У статті розглянуто сутність діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, окреслено існуючі методологічні підходи до її здійснення та запропоновано авторське бачення, що ґрунтується на комплексному інтегральному підході з визначенням критеріїв та кількісних і якісних індикаторів що враховують специфіку функціонування й конкурентної боротьби телекомунікаційних підприємств.

Ключові слова: діагностика, конкурентоспроможність, телекомунікаційні підприємства, критерії та індикатори діагностики.

Постановка проблеми. Нині телекомунікаційні підприємства вважаються найбільш інноваційно-орієнтованими в національній економіці. Вони роблять вагомий внесок у зростання ВВП і визначають конкурентоспроможність країни. Водночас, конкуренція між телекомунікаційними підприємствами виконує роль основної рушійної сили здійснення розширеного відтворення. Ключовим показником, що визначає успішність вирішення управлінським апаратом тактичних завдань та досягнення поставлених стратегічних цілей, є конкурентоспроможність підприємства. Проведення діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств дозволяє розробити комплекс дієвих рекомендацій та обґрунтовані заходи щодо перспектив розвитку конкурентних переваг, допомагає розробити, превентивних дій та відповідно підвищити конкурентоспроможність телекомунікаційних підприємств. Проте сьогодні, існуючі методологічні підходи здійснення діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств не враховують специфіку функціонування й конкурентної боротьби телекомунікаційних підприємств що потребує додаткових наукових розвідок.

© Халімон Т.М., 2017

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематикою здійснення діагностики конкурентоспроможності підприємств займалось багато дослідників. Варто згадати вагомі розробки таких учених, як І. Ансоф, О. Виноградова, А. Войчак, А. Воронкова, О. Гудзь, І. Коломоєць, Ф. Котлер, С. Легомінова, Ж-Ж.Ламбен, М. Портер, П. Стецюк, Дж. Робінсон, А. Томпсон, Р. Фатхутдинов, А. Чандлер та інших. Позитивно характеризуючи результати досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, необхідно зазначити, що в них не знайшли всебічного відображення і вимагають подальшої розробки методологічні підходи здійснення діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств що враховують їх специфіку функціонування й конкурентної боротьби.

Мета статті. Розгляд сутності діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, окреслення існуючих методологічних підходів до її здійснення та розробка авторських пропозицій, що ґрунтуються на комплексному інтегральному підході з визначенням критеріїв та кількісних і якісних індикаторів що враховують специфіку функціонування й конкурентної боротьби телекомунікаційних підприємств.

Виклад основного матеріалу. В останні десятиліття телекомунікаційні підприємства зазнали не лише кількісних, але й суттєвих якісних змін. Удосконалення і примноження власне передавальних засобів, здатних забезпечувати своєчасну передачу інформації будь-якої складності, привело до використання телекомунікаційними підприємствами інформаційно-комунікаційних технологій, що покликані проникати в усі сфери виробництва і якісно їх перетворювати. Впродовж останніх трьох років середньорічний показник росту телекомунікаційних підприємств досягав 4,5 %. Дохід провідних учасників ринку у 2015 склав 76,4% доходу галузі зв'язку. У 2015 році дохід бюджету України від ринку телекомунікацій склав 12,5 млрд. грн. (8,8 млрд. грн. з яких за ліцензії для впровадження системи мобільного зв'язку третього покоління) [10]. Водночас, слід відмітити, що почали спостерігатися тенденції уповільнення зростання телекомунікаційних підприємств, що вимагає здійснення діагностики їх конкурентоспроможності.

Економічна діагностика (від. грец. *diagnostikos* – здатний розпізнавати) представляє собою процес аналізу й оцінки економічних показників діяльності підприємства, підґрунтям для чого є дослідження фінансово-економічних результатів та наявної бізнес-інформації у встановленні можливостей подальшого розвитку підприємства, визначення його перспектив і сценаріїв розвитку подій. Виокремлюються різні погляди вчених-економістів щодо змісту, задач, методик проведення та процесу здійснення економічної діагностики [1, 3, 4, 11, 16]:

- 1) „вузький підхід” передбачає виявлення характеру порушень операційної, фінансово-економічної та інвестиційної діяльності підприємства;
- 2) „системний підхід” передбачає комплексний характер її проведення, що враховує взаємопов'язане та взаємообумовлене застосування елементів аналізу, аудиту, регулювання та прогнозування.

Ю. В. Прохорова [9, с.69-80] обґрунтовує, що економічна діагностика підприємства здійснюється у „кількісній” та „якісній” формах.

„Кількісна діагностика” може бути комплексною чи або експрес-діагностикою і повинна містити: оцінку поточного стану підприємства та оцінку перспектив подальшого його розвитку.

Експрес-діагностика застосовується з метою отримання оперативної інформації щодо виявлення показових відхилень економічної діяльності від норми шляхом розрахунку ключових показників та відповідно здійснення швидкої допомоги підприємству.

Система експрес-діагностики дозволяє побачити проблемні моменти та дослідити критичні ситуації підприємства, виявити ознаки кризових процесів та надати рекомендації щодо їх уникнення чи попередження. Інформаційною платформою для експрес-діагностики вважаються бухгалтерські, статистичні та фінансові звітні дані підприємства.

Підприємства для здійснення експрес-діагностики мають розв'язати наступні завдання: визначення прийнятних та вичерпних критеріїв та індикаторів із існуючої

різноманітності; наявність адекватної регламентації для проведення діагностики; обґрунтованість нормативних чи середньо-галузевих індикаторів; оціночних показників підприємства.

Проблемам вибору, інтерпретації та практичного застосування оціночних показників присвячено значну кількість публікацій різних вітчизняних та зарубіжних вчених [5, с. 106-137; 6, с.597-630; 16, с.3-121; 1, с.111-154].

У реальній практиці підприємствам не зручно застосовувати всі рекомендовані коефіцієнти, що входять до системи експрес-діагностики, тому обираються найпоказовіші показники-індикатори, що характеризують економічний стан й ділові комунікації підприємства та його конкурентоспроможність.

Переважно, при здійсненні експрес-діагностики підприємства оцінюють виконання плану по реалізації готової продукції, визначають відхилення продажу від попередніх періодів, виявляють існуючі тенденції розвитку підприємства, аналізують забезпеченість підприємства основними й оборотними засобами, їх рух, розраховують показники фінансової стабільності, розглядають фінансову структуру капіталу, співвідношення власних та позикових джерел, дебіторської та кредиторської заборгованості, здійснюють аналіз ліквідності балансу підприємства та його платоспроможності, визначають дохідність, прибутковість та економічну ефективність здійснення економічної діяльності, оцінюють ділову активність та репутацію підприємства [6, с. 24-129]. Підготовка висновку та рекомендацій за результатами проведеної експрес-діагностики здійснюється завдяки порівнянню отриманих показників підприємства з нормативними (середньо-галузевими) значеннями. Але ж, комплекс заходів необхідний для управління та підвищення конкурентоспроможності підприємства має розроблятися з врахуванням перспектив його можливостей та подальшого розвитку. Для означених завдань використовується метод оцінки рівноваги підприємства, його життєздатності за певний проміжок часу. Цей метод засновано на основі побудови матриць фінансової рівноваги Ж. Франшоне, І. Романе [11, с.211] і він включає визначення узагальнюючих показників підприємства: результат господарської, фінансової та господарсько-фінансової діяльності. Проведення „якісної” діагностики передбачає оцінку можливостей, загроз, потенціалу та перспектив підприємства. Традиційно, до методів „якісної” діагностики відносять: SWOT-аналіз, SNW-аналіз, PEST-аналіз, STEP-аналіз. При здійсненні „якісної діагностики” визначаються найбільш впливові чинники для підприємства, що належать за ствердженням Ф. Котлера до зони так званої турбулентності [15]. Тобто із зони турбулентного (ризикованого, хаотичного, непевного) навколишнього оточення, виявляються ті чинники, які підприємство може визначити в процесі діагностики і відповідно відреагувати [15, с.56]. Завдяки „якісній діагностики” окреслюються стратегічні позиції підприємства та його конкурентні переваги, що стає основою для формування портфеля конкурентних альтернатив підприємства.

Останнім часом, все частіше, вчені пропонують для діагностики конкурентоспроможності підприємства використовувати гібридні методи, які ґрунтуються на синтезі „якісної” та „кількісної” діагностики підприємств. До таких методів відносять: стратегічний дью-ділідженс, діагностичний бенчмаркінг, нечітко-множинний метод та метод економічних нормалей [12, с.308-313; 8, с.314]. Переваги застосування цих гібридних методів діагностики полягають у можливості взаємного доповнення окремих якісних характеристик внутрішнього і зовнішнього оточення підприємства та розрахунків кількісних критеріїв й індикаторів його функціонування. Водночас, слід акцентувати, що розглянуті методологічні підходи здійснення діагностики конкурентоспроможності підприємств не враховують специфіку функціонування й конкурентної боротьби телекомунікаційних підприємств що потребує обґрунтування якісно нових розробок, що ґрунтуються на комплексному інтегральному підході з визначенням критеріїв та кількісних і якісних індикаторів.

Зазначимо, що телекомунікаційні підприємства складаються з двох взаємопов'язаних кластерів – галузей телекомунікації та галузей інформаційних технологій. Кожна з цих

галузей відповідно поділяється на вужчі, а саме: телекомунікації складаються з сфери телекомунікаційних послуг (послуги фіксованого та безпроводного зв'язку) та сфери апаратного забезпечення телекомунікацій (телекомунікаційне обладнання). До галузі інформаційних технологій належать сфери ІТ послуг, апаратного та програмного забезпечення. Кожна зі сфер теж розгалужується на численні сегменти. Характерним для галузей телекомунікацій та інформаційних технологій є наявність базових та інтелектуальних секторів ринку. Зокрема, для ІТ базові – це сфера апаратного забезпечення, для телекомунікацій – сфери ТК послуг, телекомунікаційного обладнання. ІТ послуги, програмне забезпечення та послуги, які опосередковано пов'язані зі зв'язком, належать до інтелектуальних секторів інформаційно-комунікаційних технологій. До галузі інформаційних технологій належать також посередницькі послуги, які не пов'язані безпосередньо з створенням апаратного та програмного забезпечення, а саме – продаж ліцензій на використання програмного забезпечення, реінжиніринг програмних продуктів, бізнес-консалтинг тощо.

Відповідно до такого поділу, окремі вчені, телекомунікаційні підприємства поділяють на [2, 7, с.132-133]: традиційні оператори зв'язку (підприємства, які були створені на основі державних підприємств у результаті їхньої приватизації і реорганізації); нові оператори зв'язку (альтернативні компанії, які отримали ліцензію на надання послуг після 1990 р.); інтернет провайдери; оператори телекомунікацій; оператори програмного та апаратного забезпечення. Основною тенденцією телекомунікаційних підприємств вважається перевага зростання обсягів торгівлі послугами (телекомунікаційні, ІТ послуги) над товарами (апаратне та програмне забезпечення), що відповідає загальносвітовій тенденції у торгівлі [2]. Обсяги продажів апаратного та програмного забезпечення зростають меншими темпами, тому їхня частка на ринку поступово зменшується.

Головними особливостями телекомунікаційних підприємств можна вважати: нематеріальність кінцевого продукту/послуги – якісно нової, достовірної інформації, доставленої (отриманої) за визначений період, у визначеному просторово-часовому відрізьку; підвищення вимог, висуваних користувачами, щодо достовірності та терміновості товару/послуги інформаційно-комунікаційних технологій. Специфіка функціонування телекомунікаційних підприємств полягає ще й у тому, що розвиток конкурентних умов значно залежить від своєчасного виявлення регулятором домінантів, які можуть заважати виходу на ринки конкурентам, з одного боку, а з іншого – недопущення регуляторним органом існування надто великої кількості операторів, коли діяльність кожного з операторів стане малоефективною. Враховуючи означені тенденції та особливості діяльності телекомунікаційних підприємств для здійснення діагностики їх конкурентоспроможності доцільно використовувати як типові методи досліджень ринків – методи збору інформації та методи аналізу інформації (Pest-Аналіз, АВС (XYZ), матрицю життєвого циклу галузі, метод аналогії ринків, SWOT-аналіз, бенчмаркінг, контент-аналіз тощо, так і гібридні методи та статистичні методи, основані на збиранні та обробці формалізованих даних [7].

Рекомендації європейського регуляторного органу [14] переконують, що для здійснення діагностики конкурентоспроможності та конкурентного середовища функціонування телекомунікаційних підприємств в якості первинної інформації доцільно використовувати: дані державної статистичної звітності, що характеризують діяльність операторів; інформацію, отриману від податкових, митних і інших державних органів, органів місцевого самоврядування; спеціально зібрані дані від фізичних і юридичних осіб; результати експертиз, висновків спеціалізованих організацій, а також окремих фахівців і експертів; дані досліджень відомчих і незалежних інформаційних центрів і служб; дані об'єднань споживачів і об'єднань виробників; повідомлення засобів масової інформації; дані власних досліджень; дані антимонопольних органів інших держав; дані маркетингових, соціологічних досліджень, вибіркового опитувань і анкетування підприємств, споживачів телекомунікаційних послуг, громадських організацій; технічні умови й інші нормативи; дані інших джерел.

Здійснення діагностики конкурентоспроможності та конкурентного середовища функціонування телекомунікаційних підприємств доцільно проводити за наступними етапами: визначення часового інтервалу діагностики; визначення складових конкурентоспроможності підприємства та його конкурентного потенціалу; окреслення меж ринків телекомунікаційних послуг (за кожним видом окремо); визначення складу конкурентів, що діють на телекомунікаційному ринку; розрахунок обсягів телекомунікаційного ринку і часток конкурентів на цьому ринку.

Діагностики конкурентоспроможності та конкурентного середовища функціонування телекомунікаційних підприємств, має продемонструвати чи виконані наступні критерії:

відсутність бар'єрів та перешкод постійного характеру щодо входження на телекомунікаційний ринок;

наявність на телекомунікаційному ринку виразних тенденцій щодо зростання конкуренції;

адекватність наявного конкурентного нормативно-правового поля для корегування недосконалості конкуренції на телекомунікаційному ринку.

Виявлено два типи істотних бар'єрів та перешкод постійного характеру щодо входження на телекомунікаційний ринок, що впливають на умови конкуренції телекомунікаційних підприємств: структурні та регуляторні бар'єри й перешкоди. Тому, для удосконалення діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств доцільно розглядати наявність конкуренції та достатність конкурентного права [6].

Наявність на телекомунікаційному ринку виразних тенденцій щодо зростання конкуренції можна оцінити на основі індикаторів: ступеня концентрації ринку, рівня цінової конкуренції, подібності структури витрат підприємств, подібності часток підприємств на ринку, цінової гнучкості попиту та можливості збільшення надання телекомунікаційних послуг підприємствами. Адекватність наявного конкурентного нормативно-правового поля для корегування недосконалості конкуренції на телекомунікаційному ринку може бути оцінена на основі, виявлення постійних, суттєвих недосконалостей на телекомунікаційному ринку, визначення ступеня зрілості ринку (фази розвитку ринку), аналізу правових можливостей діяльності регулятора, його активності та результатів проведених розслідувань.

Зважаючи на означене, для проведення діагностики конкурентоспроможності та конкурентного середовища функціонування телекомунікаційних підприємств доцільно використовувати наступну систему кількісно-якісних взаємопов'язаних критеріїв та індикаторів:

частка підприємства на телекомунікаційному ринку: збільшення в часі ринкової частки підприємства, збереження високої ринкової частки підприємства;

технологічна перевага підприємства: розмір витрат на інновації та розвиток підприємства та створення нових телекомунікаційних послуг, відносний розмір витрат на інновації та розвиток підприємства у співвідношенні до вартості телекомунікаційних послуг на відповідному сегменті телекомунікаційного ринку, відносний розмір витрат на інновації та розвиток конкретних телекомунікаційних підприємств у співвідношенні до вартості активів цих підприємств;

рівень закупівельної спроможності: ступінь концентрації продаж телекомунікаційних підприємств, частка потужних клієнтів у обсязі продаж, розмір витрат на потенційну зміну телекомунікаційного підприємства потужними клієнтами, обсяг витрат відмови клієнта від телекомунікаційних послуг підприємства, обсяг витрат за початок співпраці з новим телекомунікаційним підприємством.

доступ та можливості телекомунікаційних підприємств до ринків капіталів та фінансових ресурсів: оцінка фінансових індикаторів підприємств, кредитні рейтинги підприємств, які визначаються незалежними агентствами, наявність фінансово стійких інвесторів у складі акціонерів підприємств;

економічні масштаби діяльності: частка змінних витрат телекомунікаційних підприємств, рентабельність інвестованого капіталу, різноманітність та кількість

телекомунікаційних послуг, які надає підприємство, частка підприємства на кожному сегменті телекомунікаційного ринку;

вертикальна інтегрованість телекомунікаційних підприємств: присутність підприємства на оптових телекомунікаційних ринках, присутність підприємства на роздрібних телекомунікаційних ринках;

розвиток мережі та каналів збуту телекомунікаційних підприємств: кількість пунктів каналів збуту підприємства, обсяг річного бюджету підприємства на маркетингові заходи, кількість клієнтів підприємства що припадає на один пункт продажу/контакту з клієнтом;

відсутність потенційної конкуренції: кількість попередніх входжень та спроб входжень на телекомунікаційний ринок з боку нових підприємств; наявні обмеження діяльності, наявність у підприємства інфраструктури, яка дозволяє йому за короткий період часу (до 1 року) розпочати надання послуг на конкретному сегменті телекомунікаційного ринку, розмір витрат для входження та побудову телекомунікаційної інфраструктури;

існування бар'єрів та перешкод: – серйозні бар'єри входження нових підприємств на телекомунікаційний ринок (загроза з боку потенційних конкурентів низька, а конкуренція відбувається лише між телекомунікаційними підприємствами, які вже присутні на ринку); виявлення існування перешкод та суттєвих можливих бар'єрів для подальшого розвитку телекомунікаційних підприємств, які вже присутні на ринку, рівень використання наявної телекомунікаційної інфраструктури;

диверсифікація послуг: кількість напрямів діяльності на телекомунікаційному ринку, рентабельність реалізації послуг та продуктів підприємства, розмір тарифів на послуги підприємства, та їх відхилення від аналогічних послуг у конкурентів, розмір витрат на надання послуг підприємства, та їх відхилення від аналогічних послуг у конкурентів;

гострота конкурентної боротьби: кількість добровільних відмов користувачів від послуг, які пропонуються на конкретному сегменті телекомунікаційного ринку підприємствами, рівень задоволеності клієнтів послугами, оцінений на підставі незалежних експертних обстежень, розмір середніх витрат у зв'язку з відмовою клієнта від послуги;

доступність та прийнятність інформації для клієнтів: рівень споживацької обізнаності про ситуацію на телекомунікаційному ринку, який особливо стосується проблематики доступності інформації про різноманітність, якість та ціну продуктів і послуг, які пропонуються телекомунікаційними підприємствами, оцінений на підставі незалежних експертних досліджень; різноманітність тарифних планів, які застосовуються телекомунікаційними підприємствами, кількість змін тарифних планів або способу нарахування оплати послуг, наявність програм лояльності клієнтів, кількість спеціальних пропозицій, промоцій та знижок, які пропонувалися впродовж останнього року телекомунікаційними підприємствами;

наявність антиконкурентних заходів або процедур зловживання домінуючим становищем телекомунікаційним підприємством: кількість клієнтів телекомунікаційних підприємств, які очікують на виконання замовлення або початок надання послуги, середній та максимальний час очікування клієнта на виконання замовлення або початок надання послуги, кількість клієнтів, яким телекомунікаційні підприємства відмовили в наданні послуг або укладенні договору або не розпочали надання послуг у передбачуваний термін, кількість скарг на антиконкурентні дії телекомунікаційних підприємств, які надійшли за період останнього року до регулятора.

Розроблена система критеріїв та кількісно-якісних індикаторів конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств дозволяє:

здійснювати комплексну діагностику конкурентоспроможності, що значно поглиблює розуміння діяльності телекомунікаційних підприємств та надає більш точні вихідні дані для прогнозування напрямів розвитку їх конкурентоспроможності та конкурентних переваг;

визначити додаткові кількісно-якісні параметри оцінки конкурентоспроможності конкретного телекомунікаційного підприємства та сталість його конкурентної позиції на ринку;

виявити передумови та чинники необхідні для ефективності напрямів підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств.

Отже, запропонований методологічний підхід діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств що ґрунтуються на комплексному інтегральному підході (комплексна чи експрес-діагностика, яка включає оцінку перспектив можливостей й подальшого розвитку підприємства та використання гібридних методів) з визначенням критеріїв та кількісних і якісних індикаторів що враховують специфіку функціонування й конкурентної боротьби телекомунікаційних підприємств дає змогу ретельно визначити фінансово-економічний та організаційно-технічний стан телекомунікаційного підприємства, визначити невирішені пріоритетні проблеми його подальшого конкурентного розвитку, розставити економічні акценти та розробити ефективні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. Водночас, акцентуємо, що діагностика конкурентоспроможності телекомунікаційного підприємства є досить складним процесом і вимагає значних ресурсів, а саме: належного інформаційного забезпечення, кваліфікований персонал та фінансових ресурсів[3].

Висновки. Отже, після розгляду сутності діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, вивчення наукових пропозицій вчених щодо теоретичних і методичних аспектів здійснення такої діагностики, можна зробити висновок щодо доцільності використання комплексного інтегрального підходу з визначенням критеріїв та кількісних і якісних індикаторів що враховують специфіку функціонування й конкурентної боротьби телекомунікаційних підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційного підприємства. Запропонований комплексний інтегральний підхід вдало поєднує методи „кількісної” й „якісної” діагностики та гібридні методи їх синтезу, що дозволяє розкрити можливості поточної конкурентоспроможності підприємства (оцінка конкурентного потенціалу, фінансово-економічних та організаційно-технічних індикаторів) та виявити перспективи її подальшого підвищення (побудова матриць конкурентних переваг та фінансової рівноваги), факторного аналізу внутрішнього і конкурентного середовища, використання нечітко-множинного підходу, методів економічних нормалей, діагностичного бенчмаркінгу та дью-ділідженсу. Завдяки застосуванню такого підходу до діагностики конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств стає можливим виявлення недоліків їхньої діяльності та ключових конкурентних переваг, що забезпечать довгострокове успішне конкурентне їх функціонування.

Список використаної літератури

1. Баумоль Б. *Секрети економічних показників: приховані ключі до майбутніх економічних тенденцій та інвестиційних можливостей* / Бернард Баумоль; [пер. з англ. Г. В. Григораши]. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. – 352 с.
2. Войтко С.В., Сакалош Т.В. *Ринок інформаційно-комунікаційних технологій: структура та аналіз* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://vlp.com.ua/files/58.pdf>
3. Гудзь О.Є. *Діагностика та управління фінансовим потенціалом підприємства* // Облік і фінанси. – 2015. – № 1 (67). – С. 71-76.
4. Гудзь О.Є., Стецюк П.А. *Концептуальні засади управління ризикозахисністю підприємства* // Економіка АПК. – 2014. – № 11. – с. 61-68.
5. Кизим Н. А. *Проблеми проведення реструктуризації промислових підприємств в Україні: [монографія]* / Н. А. Кизим, В. В. Жихарцев. - Харків : ФЛП Александрова К.М.; ИД «ИНЖЭК», 2009. – 184 с.
6. Костирко Р. О. *Фінансовий аналіз: [навч. посіб.]* / Р. О. Костирко. – Харків: Фактор, 2007. – 784 с.
7. Луис М. Б. *Кабраль Организация отраслевых рынков* / Кабраль М. Б. Луис. – М.: ООО «Новое знание», 2003. – 355 с.

8. Міщенко А. П. Стратегічне управління: навч. посіб. / А. П. Міщенко. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.
9. Прохорова Ю. В. Антикризове фінансове управління підприємством: дис. ... канд. економ. Наук : 08.00.04 / Ю. В. Прохорова. – К., 2003. – 248 с.
10. Сайт аналітичної та фінансової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.statista.com/statistics/268295/forecast-on-the-gdp-growth-by-world-regions/>
11. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент: [навч. посіб.] / О. М. Скібіцький. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 568 с.
12. Терещенко О. О. Управління фінансовою санацією підприємств : [підручник] / О. О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2009. – 552 с.
13. Легомінова С.В., Лобань О.О. Парадигма інноваційних конкурентних переваг підприємства / С. В. Легомінова, О.О. Лобань // Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2016. - № 4. - С. 73-79
14. European Regulators Group (ERG) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.erg.eu.int>
15. Kotler Ph. Management and marketing in the age of turbulence: матеріали мастер-класа Філіппа Котлера в Україні / Philip Kotler; [пер. с англ. О. Шестопалова]. – Huss, 2009. – 128 с.
16. Shim Jae K. Handbook of financial analysis, forecasting and modeling / Jae K. Shim, Joel G. Siegel. – Prentice Hall Press, 2001. – 506 p.

Халимон Тетяна Николаевна. Диагностика конкурентоспособности телекоммуникационных предприятий: методологическое измерение. В статье рассмотрена сущность диагностики конкурентоспособности телекоммуникационных предприятий, определены существующие методологические подходы к ее осуществлению и предложено авторское видение, основанное на комплексном интегральном подходе с определением критериев, количественных и качественных индикаторов, которые учитывают специфику функционирования и конкурентной борьбы телекоммуникационных компаний.

Ключевые слова: диагностика, конкурентоспособность, телекоммуникационные предприятия, критерии и индикаторы диагностики.

Khalimon Tetyana. Diagnostics of the competitiveness of telecommunication enterprises: methodological measurement. The article examines the essence of the diagnostics of the competitiveness of telecommunication enterprises, identifies existing methodological approaches to its implementation, and suggests an author's vision based on a comprehensive integrated approach with the definition of criteria, quantitative and qualitative indicators that take into account the specifics of the functioning and competitive struggle of telecommunications companies.

Keywords: diagnostics, competitiveness, telecommunication enterprises, criteria and indicators of diagnostics.