

# PROCESSES TO ENSURE THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES TELECOMMUNICATIONS

**Novikova Innola**

Of state university of telecommunications, PhD, Associate Professor, Assistant Professor, Department of Economics University of state telecommunications (Ukraine)

**E-mail:** innolanovykova@gmail.com

## **ABSTRACT**

The transition to a new quality of economic growth in developed countries is accompanied by radical structural changes in the national economy. First, sharply reduced the share and role of material production as the gross domestic product (GDP), and in the employment. On the "offer" is an industrial labor productivity growth, which leads to reduction in the number employed in material production. On the "demand" is shifting in favor of services because with the increase in living standards and increase profitability of enterprises changing structure of production and personal consumption. Together with the decrease of the relative role of material production is accelerated growth and rapid market development services - education, health, finance, tourism, infrastructure, business etc.

From the standpoint of a systematic approach to say that competitiveness is influenced by environmental factors the company, its competitive environment and internal status, which in turn is driven by the level of potential competitive telecommunications company. Macro creates general conditions of stay in the environment. In most cases, the macro does not have a specific character, in relation to a single company. From the external environment of the enterprise, especially a market that is growing rapidly, we are referring to the telecommunications market. It is necessary to allocate immediate environment - these are the components of the environment with which the company is in close interaction. Competitive telecommunications company - is a relative quantity that characterizes the real and potential businesses in the current environment to design, produce and sell goods (works, services), which are important characteristics are more attractive to consumers than their competitors' products, while the company in the short and long term has the opportunity to reach their goals. We believe that we should distinguish between the real and potential competitiveness. Real competitiveness is determined by ex market share compared to major competitors. The real competitive offer flag as competitive status of enterprise telecommunications. Potential competitiveness is determined by the combined competitive potential of the company, which consists of personnel, intellectual, organizational, informational, industrial, technological, financial, investment, marketing, innovation potentials. These potentials are treated as interpenetrating, interrelated, interdependent, organizing the synergy of all of the potential of the company. To ensure this relationship is proposed to introduce the term "cumulative competitive potential of the company". The total competitive potential should be interpreted as the degree of power level facilities to ensure its competitiveness due to the available resources at the disposal of the company and company's ability to use them effectively and play. Of the total capacity of the competitive potential of the selected group, which includes marketing, innovation, intellectual and informational potential to provide a decisive impact on the competitiveness of the telecommunications company.

It is this group of potentials allows the company to gain and maintain a competitive advantage in this regard, this group of potential as a strategic emphasis. Since the level of competitiveness of enterprise telecommunications is largely determined by the components of its strategic potential, to increase the competitiveness necessary to raise the level of the components of the strategic potential - marketing, innovation, information and intellectual potentials. Enhancing the intellectual potential of the telecommunications company necessitates the use of knowledge management and artificial intelligence. The proposed scheme improve the competitiveness of enterprise management mechanism Telecommunications quite versatile and provides the possibility of any action being planned now aiming at increasing its competitiveness. This is due, firstly, the use of an extensive system of indicators that reflect the influence of factors increase the competitiveness of enterprises and cover all aspects of its activities, and secondly, extensive simulation, in which is set a real degree of dependence of the competitiveness of enterprises on the specific parameters of its operation; in the third, planning target ratios, the achievement of which result from the implementation of appropriate measures ensuring the growth of competitiveness of enterprises, and, fourthly, targeted combination of these ratios with the system motivate employees, which allows you to monitor and adjust performance targets.

**Keywords:** competitiveness, enterprise, telecom

## ПРОЦЕСИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

**Новикова Іннола Вікторівна**

Держаний університет телекомунікацій, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки Держаного університету телекомунікацій (Україна)

E-mail: innolanovykova@gmail.com

### РЕЗЮМЕ

Перехід до нової якості економічного зростання в економічно розвинених країнах супроводжується радикальними структурними зрушеннями в національній економіці. В першу чергу, різко скорочується частка і роль галузей матеріального виробництва, як у валовому внутрішньому продукті (ВВП), так і в структурі зайнятості населення. На стороні «пропозиції» відбувається зростання продуктивності індустріальної праці, що зумовлює скорочення чисельності зайнятих у галузях матеріального виробництва. На стороні «попиту» відбувається зрушення на користь послуг, оскільки разом зі зростанням рівня життя і збільшення прибутковості підприємств змінюється структура виробничого та особистого споживання. Разом зі зниженням відносної ролі матеріального виробництва відбувається прискорене зростання і бурхливий розвиток ринку послуг – освітніх, медичних, фінансових, туристичних, інфраструктурних, ділових тощо. З позицій системного підходу можна сказати, що конкурентоспроможність підприємства формується під впливом чинників зовнішнього середовища підприємства, її внутрішнього середовища та конкурентного статусу, який в свою чергу обумовлений рівнем конкурентного потенціалу телекомунікаційного підприємства. Макрооточення створює загальні умови перебування організації в зовнішньому середовищі.

У більшості випадків макрооточення не має специфічного характеру, стосовно до окремо взятого підприємства. Із зовнішнього середовища підприємства, особливо це стосується ринку, який стрімко розвивається, ми маємо на увазі ринок телекомунікацій. Слід виділяти безпосереднє оточення - це ті складові зовнішнього середовища, з якими підприємство знаходиться в безпосередній взаємодії. Конкурентоспроможність телекомунікаційного підприємства - це відносна величина, що характеризує реальну і потенційну можливість підприємства в існуючих умовах проектувати, виготовляти та збувати товари (роботи, послуги), які по значущим характеристикам більш привабливі для споживача, ніж товари їхніх конкурентів, і при цьому підприємство в короткостроковій і довгостроковій перспективі має можливість досягати поставлених цілей. Ми вважаємо, що слід розрізняти реальну і потенційну конкурентоспроможність підприємства. Реальна конкурентоспроможність визначається займаною ринковою часткою в порівнянні з основними конкурентами. Реальну конкурентоспроможність пропонуємо позначити як конкурентний статус підприємства телекомунікацій. Потенційна конкурентоспроможність визначається сукупним конкурентним потенціалом підприємства, який складається з кадрового, інтелектуального, організаційного, інформаційного, виробничого, технологічного, фінансового, інвестиційного, маркетингового, інноваційного потенціалів.

Дані потенціали розглядаються як взаємопроникні, взаємопов'язані, взаємообумовлені, що організують синергетику всієї системи потенціалів підприємства. Для забезпечення цього взаємозв'язку пропонується ввести термін «сукупний конкурентний потенціал підприємства». Сукупний конкурентний потенціал слід трактувати як ступінь потужності, рівень можливостей для забезпечення своєї конкурентоспроможності, обумовлені наявними в розпорядженні підприємства ресурсами та здатністю підприємства до їх ефективного використання та відтворення. З сукупного конкурентного потенціалу виділена група потенціалів, до якої відносяться маркетинговий, інноваційний, інтелектуальний і інформаційний потенціали, що надають визначальний вплив на конкурентоспроможність телекомунікаційного підприємства. Саме ця група потенціалів дозволяє підприємству завойовувати і утримувати конкурентні переваги, і в зв'язку з цим дана група потенціалів виділена нами як стратегічна.

Оскільки рівень конкурентоспроможності підприємства телекомунікацій в значній мірі визначається складовими його стратегічного потенціалу, то для підвищення конкурентоспроможності необхідно підвищити рівні складових стратегічного потенціалу – маркетингового, інноваційного, інформаційного та інтелектуального потенціалів. Підвищення рівня інтелектуального потенціалу підприємства телекомунікацій обумовлює необхідність застосування методів управління знаннями та штучним інтелектом. Запропонована схема вдосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства телекомунікацій досить універсальна і передбачає можливість проведення будь-яких заходів, що плануються підприємством і націлених на збільшення його конкурентоспроможності. Це обумовлено, по-перше, використанням обширної системи показників, що відображають вплив факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства і охоплюють всі сторони його діяльності; по-друге, широкими можливостями моделювання, в ході якого встановлюється реальна ступінь залежності рівня конкурентоспроможності підприємства від конкретних показників його функціонування; по-третє,

плануванням цільових нормативів, досягнення яких в результаті реалізації відповідних заходів забезпечує зростання конкурентоспроможності підприємства, і, по-четверте, адресним поєднанням зазначених нормативів із системою мотивації співробітників підприємства, що дозволяє контролювати і регулювати виконання планових завдань.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, підприємства, телекомунікації

# ПРОЦЕССЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ

Новикова Иннола Викторовна

Государственном университете телекоммуникаций, кандидат экономических наук, доцент, доцент  
кафедры экономики Государственного университета телекоммуникаций (Украина)

E-mail: innolanovykova@gmail.com

## РЕЗЮМЕ

Переход к новому качеству экономического роста в экономически развитых странах сопровождается радикальными структурными сдвигами в национальной экономике. В первую очередь, резко сокращается доля и роль отраслей материального производства, как в валовом внутреннем продукте (ВВП), так и в структуре занятости населения. На стороне «предложения» происходит рост производительности индустриального труда, что приводит к сокращению численности занятых в отраслях материального производства. На стороне «спроса» происходит сдвиг в пользу услуг, поскольку вместе с ростом уровня жизни и увеличение прибыльности предприятий меняется структура производственного и личного потребления. Вместе со снижением относительной роли материального производства происходит ускоренный рост и бурное развитие рынка услуг - образовательных, медицинских, финансовых, туристических, инфраструктурных, деловых и т. д. С позиций системного подхода можно сказать, что конкурентоспособность предприятия формируется под влиянием факторов внешней среды предприятия, ее внутренней среды и конкурентного статуса, который в свою очередь обусловлен уровнем конкурентного потенциала телекоммуникационного предприятия. Макроокружения создает общие условия нахождения организации во внешней среде. В большинстве случаев макроокружения не имеет специфического характера, применительно к отдельно взятому предприятию. Из внешней среды предприятия особенно это касается рынка, который стремительно развивается, мы имеем в виду рынок телекоммуникаций.

Следует выделять непосредственное окружение – это те составляющие внешней среды, с которыми предприятие находится в непосредственном взаимодействии. Конкурентоспособность телекоммуникационного предприятия - это относительная величина, характеризующая реальную и потенциальную возможность предприятия в существующих условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары (работы, услуги), которые по значимым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов, и при этом предприятие в краткосрочной и долгосрочной перспективе имеет возможность достигать поставленных целей. Мы считаем, что следует различать реальную и потенциальную конкурентоспособность предприятия. Реальная конкурентоспособность определяется занимаемой рыночной долей по сравнению с основными конкурентами. Реальную конкурентоспособность предлагаем обозначить как конкурентный статус предприятия телекоммуникаций. Потенциальная конкурентоспособность определяется совокупным конкурентным потенциалом предприятия, состоящего из кадрового, интеллектуального, организационного, информационного, производственного, технологического, финансового, инвестиционного, маркетингового, инновационного потенциалов. Данные потенциалы рассматриваются как взаимопроникающие, взаимосвязанные, взаимообусловленные, организующие синергетику всей системы потенциалов предприятия. Для обеспечения этой взаимосвязи предлагается ввести термин «совокупный конкурентный потенциал предприятия». Совокупный конкурентный потенциал следует трактовать как степень мощности, уровень возможностей для обеспечения своей конкурентоспособности, обусловленные имеющимися в распоряжении предприятия ресурсами и способностью предприятия к их эффективному использованию и воспроизводству. Из совокупного конкурентного потенциала выделена группа потенциалов, к которой относятся маркетинговый, инновационный, интеллектуальный и информационный потенциалы, оказывают решающее влияние на конкурентоспособность телекоммуникационного предприятия. Именно эта группа потенциалов позволяет предприятию завоевывать и удерживать конкурентные преимущества, и в связи с этим данная группа потенциалов выделена нами как стратегическая. Поскольку уровень конкурентоспособности предприятия телекоммуникаций в значительной степени определяется составляющими его стратегического потенциала, то для повышения конкурентоспособности необходимо повысить уровни составляющих стратегического потенциала – маркетингового, инновационного, информационного и интеллектуального потенциалов. Повышение уровня интеллектуального потенциала предприятия телекоммуникаций обуславливает необходимость применения методов управления знаниями и искусственным интеллектом. Предложенная схема совершенствования механизма управления конкурентоспособностью предприятия телекоммуникаций достаточно универсальна и предусматривает возможность проведения любых мероприятий, планируемых

предприятием и нацеленных на увеличение его конкурентоспособности. Это обусловлено, во-первых, использованием обширной системы показателей, отражающих влияние факторов повышения конкурентоспособности предприятия и охватывают все стороны его деятельности, во-вторых, широкими возможностями моделирования, в ходе которого устанавливается реальная степень зависимости уровня конкурентоспособности предприятия от конкретных показателей его функционирования; в третьих, планированием целевых нормативов, достижение которых в результате реализации соответствующих мероприятий обеспечивает рост конкурентоспособности предприятия, и, в-четвертых, адресным сочетанием указанных нормативов с системой мотивации сотрудников предприятия, позволяет контролировать и регулировать выполнение плановых заданий.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, предприятия, телекоммуникации

