

УДК 339.1

**Скляр Є.В.**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності  
Чернівецького національного університету  
імені Юрія Федьковича*

**Колотило І.М.**  
*студентка  
Чернівецького національного університету  
імені Юрія Федьковича*

## **ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ТЕОРІЇ ЕФЕКТИВНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Досліджено теоретичні питання оцінювання конкурентоспроможності підприємства на засадах теорії ефективної конкуренції. Виявлено, що серед кількісних методів оцінювання конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг є три основних методи: теорія якості, теорія ефективної конкуренції, теорія стратегічного потенціалу оператора. Встановлено факт широкого застосування експертних методів вимірювання конкурентоспроможності підприємства, використання яких, певною мірою знижує вірогідність і об'єктивність результатів оцінки конкурентоспроможності та знижує якість управління.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, ефективність, конкурентні переваги, діагностика підприємства.

### **Скляр Е.В., Колотило И.М. ОЦЕНИВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ ЭФФЕКТИВНОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

Исследованы теоретические вопросы оценки конкурентоспособности предприятия на основе теории эффективной конкуренции. Выявлено, что среди количественных методов оценки конкурентоспособности телекоммуникационных услуг есть три основных метода: теория качества, теория эффективной конкуренции, теория стратегического потенциала оператора. Установлен факт широкого применения экспертных методов измерения конкурентоспособности предприятия, использование которых в определенной степени снижает вероятность и объективность результатов оценки конкурентоспособности и снижает качество управления.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, эффективность, конкурентные преимущества, диагностика предприятия.

### **Sklyar E.W., Kolotulo I.M. EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF THE TELECOMMUNICATION ENTERPRISE ON THE BASIS OF THE EFFECTIVE COMPETITION THEORY**

The theoretical questions of assessing the competitiveness of the enterprise on the basis of the theory of effective competition are researched. It is revealed that among the quantitative methods of evaluating the competitiveness of telecommunication services, three main methods: the theory of quality, the theory of effective competition, the theory of strategic potential of the operator. The fact of wide application of expert methods of measuring the competitiveness of an enterprise, the use of which, to a certain extent, reduces the probability and objectivity of the results of the assessment of competitiveness and reduces the quality of management is established.

**Keywords:** competition, competitiveness, efficiency, competitive advantages, enterprise diagnostics.

**Постановка проблеми.** В реаліях сьогодення у підприємств виникає необхідність свідомого управління змінами на основі науково обґрунтованої процедури їх передбачення, регуляції, пристосування до умов, що змінюються. Перед підприємством встає актуальна задача не тільки визначити свою конкурентоспроможність в даний час і своєчасно реагувати на зміни, але і визначити свою майбутню конкурентоспроможність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У науковій літературі вже накопичений певний досвід в дослідженні конкурентоспроможності підприємства. Значний вклад в дослідження питання управління конкурентоспроможністю телекомунікаційними підприємствами зробили наукові праці С.В. Войтко [2], О.О. Голубицької [4], В.М. Гранатурова [20], Г.М. Жигульської [6], Д.І. Олійника [10], О.С. Редькін [16], Н.П. Резникової [17], Л.О. Стрій [18], Л.І. Шехтмана [21]. Але, на теперішній час, для підприємства сфери телекомунікацій методичні розробки з оцінки конкурентоспроможності підприємства ще недостатньо розроблені.

**Постановка завдання.** На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в узагальненні та окресленні методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства на засадах теорії ефективної конкуренції;

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Серед науковців не існує єдиної думки щодо обрання методів оцінювання конкурентоспроможності об'єкта. Так, деякі автори [3], зробили класифікацію 21 методу оцінки конкурентоспроможності, виділивши чотири їх головні класифікаційні ознаки: напрямок формування інформаційної бази; спосіб відображення кінцевих результатів; можливість розробки управлінських рішень; спосіб оцінки. І.В. Булах та Т.Б. Надтока у своїй монографії проаналізували 29 методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, виконано їх класифікацію за тими ж ознаками [1].

Але з урахуванням специфіки діяльності оператора телекомунікації, варто погодитися з авторами [20], що виділяють серед кількісних методів оцінювання конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг три основних методи: теорія якості, теорія ефективної конкуренції, теорія стратегічного потенціалу оператора. Оцінка конкурентоспроможності виступає одним з необхідних етапів процесу формування конкурентної стратегії підприємства [13, с. 163]. Розглянемо основні етапи оцінки конкурентоспроможності підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Блок-схема алгоритму методу оцінки конкурентоспроможності підприємства

Оцінювання виступає передумовою розробки оптимальних конкурентних стратегій та мінімізації ризиків у ринковій діяльності підприємства [15]. Під оцінкою конкурентоспроможності Л.І. Піддубна розуміє «процес ідентифікації стану економічної системи за критеріями (показниками) конкурентоспроможності та віднесення її до певного типу, групи чи статусу у сферах національної або міжнародної економічної взаємодії» [12].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є систематичним і неупередженим аналізом багатьох факторів, що формують конкурентні переваги підприємства [5]. Вона полягає в поглибленому аналізі очікуваних і реалізованих досягнень, вивченні ланцюжка результатів процесів, зовнішніх чинників і причинно-наслідкового зв'язку, що дозволяє визначити характер досягнень або їх відсутність. Її мета полягає в створенні системи, що дозволяє визначити стан та взаємодію ресурсів, які обумовлюють конкурентні переваги, їх ефективне використання та перспективи розвитку. Оцінювання конкурентоспроможності вносить важливий внесок до розширення знань і в процес управління. Вона відіграє надзвичайно значущу і авторитетну роль в сприянні організаційних перетворень [9].

Оцінка конкурентоспроможності в конкретний момент часу – це важливе джерело даних, підтверджуючих досягнення результатів діяльності підприємства на ринку.

Саме по собі оцінювання конкурентоспроможності підприємства – це не процес ухвалення рішення, а, скоріше інструмент, що забезпечує доведення до керівництва фактичних даних про набуту підприємством конкурентоспроможність, інформації про досягнуті конкурентні переваги, ступінь їх захищеності і оновлення.

Хоча оцінка конкурентоспроможності підприємства використовується для аналізу, вона повинна сприяти підвищенню якості процесів, орієнтованих на ухвалення управлінських рішень, з тим, щоб допомогти підвищити якість поточних і майбутніх видів діяльності, проектів, програм стратегій і політики [9]. Таким чином, оцінювання сприяє виробленню адекватної конкурентної стратегії підприємства, підвищенню ефективності діяльності в області розвитку і результативності роботи підприємства.

Результатом оцінки конкурентоспроможності підприємства повинні бути дані, засновані на фактичній інформації, які були б достовірними, надійними і корисними, що дозволяло б своєчасно враховувати результати, рекомендації в процесі ухвалення управлінських рішень.

В сучасних умовах вченими багато уваги приділяється розробці методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. Важливо зазначити, що на даний час відсутня певна загальноприйнята методика визначення конкурентоспроможності підприємства. Але можна сказати, що науковцями розроблено багато методичних підходів щодо визначення рівня конкурентоспроможності підприємств, табл. 1.

Вчений-економіст, Р.М. Журило [7] пропонує використовувати при оцінці конкурентоспроможності підприємств:

- методи оцінки конкурентоспроможності за ринковою часткою;
- матричні методи оцінки конкурентоспроможності;
- методи засновані на теорії якості товару;
- методи засновані на теорії ефективної конкуренції.

Таблиця 1

## Основні принципи для оцінки рівня конкурентоспроможності

Принципи	Основні характеристики оцінки рівня конкурентоспроможності
Комплексність	– результати дослідження конкурентоспроможності підприємства повинні сполучати й оцінку ефективності процесу його адаптації до змінних умов функціонування, й ступінь реалізації стратегічного потенціалу, й конкурентні позиції підприємства відносно одного або декількох конкурентів, що розглядаються як база порівняння;
Системність	– основою для оцінки рівня конкурентоспроможності і розробки відповідних рекомендацій можуть виступати лише результати системного аналізу впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства з урахуванням між факторних взаємозв'язків;
Об'єктивність	– результати дослідження та оцінки конкурентоспроможності підприємства повинні базуватися на повній та достовірній інформації про зовнішні та внутрішні умови його функціонування і відображати реальні конкурентні позиції суб'єкта господарювання;
Динамічність	– основним завданням дослідження конкурентоспроможності є не статична оцінка фактичних конкурентних позицій підприємства на конкретний момент часу, а прогнозування їх змін та розробка на цій основі ефективних управлінських рішень;
Безперервність	– процес дослідження та оцінки конкурентоспроможності та змін її рівня має носити безперервний характер (шляхом створення системи моніторингу ринку, чинників конкурентоспроможності, конкурентних позицій підприємства), оскільки дискретні оцінки не завжди дають можливість своєчасно зафіксувати стрибкоподібні зміни чинників конкурентоспроможності, оцінити можливі тенденції динаміки конкурентних позицій підприємства та своєчасно прийняти та реалізувати відповідні управлінські рішення;
Оптимальність	– у відповідності з цим принципом об'єктом дослідження є не лише сам рівень конкурентоспроможності, але і ступінь ефективності його досягнення, тому конче необхідно є комплексна оцінка шляхів досягнення певних конкурентних позицій з урахуванням як прямих витрат, пов'язаних з реалізацією заходів по регулюванню конкретного чинника, так і потенційних витрат на розвиток та підтримку конкурентної переваги в майбутньому

Джерело: [9]

Таблиця 2

## Оцінка конкурентоспроможності підприємства за ринковою часткою

Рівень конкурентоспроможності	Критерій оцінки
Високий	Частка ринку конкретного підприємства перевищує частку ринку пріоритетного конкурента
Середній	Частка ринку конкретного підприємства дорівнює частці ринку пріоритетного конкурента
Низький	Частка ринку конкретного підприємства значно нижча, ніж частка ринку пріоритетного конкурента

Джерело: [7]

Щодо методів оцінки конкурентоспроможності за ринковою часткою, то науковці вважають, що дана методика дозволяє за характером розподілу часток ринку виділити ряд стандартних станів його суб'єктів на ринку: аутсайтери; із слабкою, середньою і сильною конкурентною позицією та лідери.

Конкурентоспроможність за ринковою часткою дозволяє визначити рівень конкурентоспроможності на основі критеріїв оцінки, що подані в табл. 2.

Досить поширеними методами оцінки конкурентоспроможності підприємств являються матричні методи. Дані методи дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємств враховуючи вплив зовнішнього і внутрішнього середовища, яке має значний вплив на конкурентоспроможність підприємства. Поширенню використання даних методів оцінки сприяє те, що значна увага на зарубіжних підприємствах приділяється стратегічному аналізу. Нині й на вітчизняних підприємствах поширюється практика використання стратегічного аналізу як ефективного засобу для оцінки діяльності підприємств.

В найбільш загальному вигляді стратегічний аналіз – це комплексне дослідження економічної системи за параметрами, які визначають її майбутній стан. Метою стратегічного аналізу конкурентоспроможності підприємства є виявлення позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на формування та розвиток елементів потенціалу у конкурентному середовищі.

Всі існуючі в практиці економіки й управління методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна класифікувати за двома основними критеріями: за ступенем об'єктивності (суб'єктивності) результатів оцінки, а також за підходом до оцінки –

якісна чи кількісна. В результаті типологію методів оцінки конкурентоспроможності можна подати на двомірному полі (рис. 2).

Усі методи можна об'єднати за чотирма групами в кожному з утворених квадратів. До якісних методів оцінки конкурентоспроможності можна віднести об'єктивні моделі оцінки конкурентних сил і ціннісні ланцюжки (п'ятифакторна модель, «ромб», ланцюжок цінностей М. Портера), моделі стратегічного аналізу (STEP-аналіз, SWOT-аналіз), а також суб'єктивні матричні методи (матриці BCG, GE / McKinsey, ADL) [14; 22].

Суб'єктивність матричних методів обумовлена тим, що вони хоч і дають наочні результати оцінки, але відображають рівень конкурентоспроможності об'єкта (підприємства) лише в чітко окреслених рамках галузі. Крім того, матричні моделі, як правило, надто спрощені. Так, в матриці Boston Consulting Group (BCG) привабливість ринку визначається за темпом його зростання, а конкурентний статус компанії – відповідно до її частки на цьому ринку. Тому точнішу оцінку можна отримати, якщо враховувати більшу кількість параметрів, які впливають на привабливість і конкурентний статус.

Разом з тим, всі якісні методи оцінки – моделі структурного аналізу, стратегічного аналізу, а також матричні методи – досить універсальні, їх можна застосовувати для оцінки конкурентоспроможності об'єктів різних галузей економіки. Цим обумовлена їх популярність і широта застосування в теорії та практиці управління [22].

До кількісних методів оцінки конкурентоспроможності можна віднести суб'єктивні методи експертних оцінок, що базуються на інтуїції, баченні,

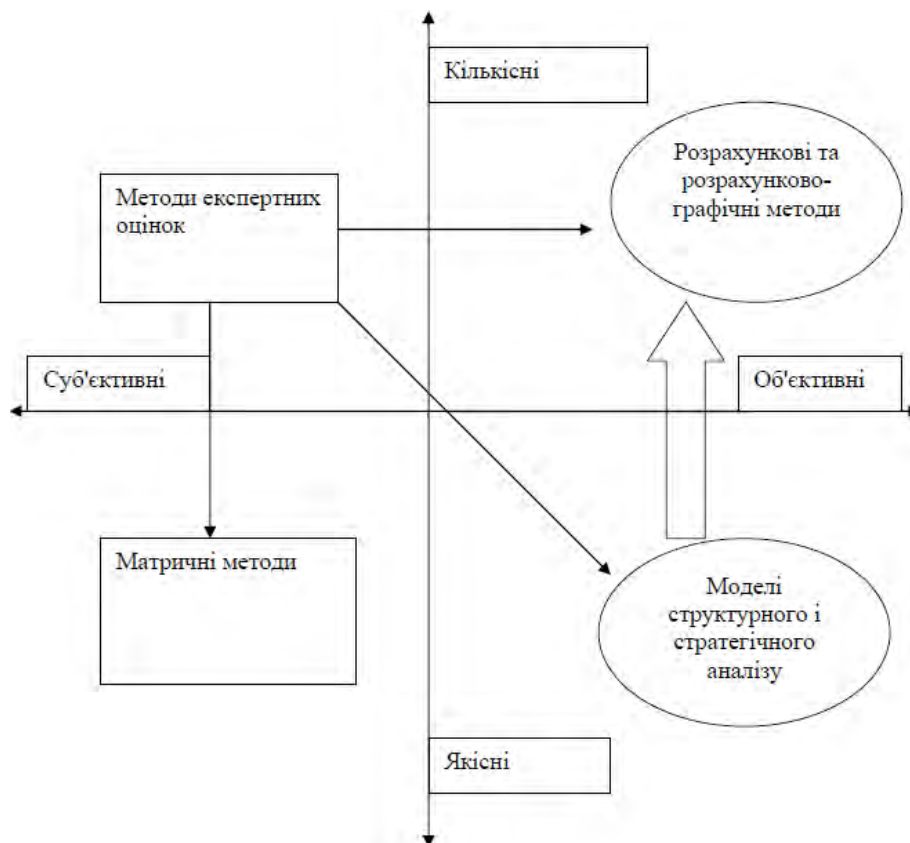


Рис. 2. Типологія методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

професіоналізмі експерта (оцінка конкурентної сили компанії за методикою А.А. Томпсона і А.Дж. Стрикленда та ін.) [19], а також об'єктивні розрахункові і розрахунково-графічні методи (диференціальні, комплексні тощо).

Досвід застосування матричних методів показує, що вони себе оправдовують не дивлячись на досить складні і трудомісткі підготовчі розрахунки. Формується стійка методична база, що забезпечує необхідну орієнтацію керівництва на підтримку конкурентних позицій підприємства.

Методи, що засновані на теорії якості товару як основному показнику для оцінки товару або послуги підприємства, послуговуються тезою про те, що конкурентоспроможність виробника тим вища, чим вища конкурентоспроможність його продукції. Як показник, що оцінює конкурентоспроможність товару чи послуги, використовують співвідношення двох характеристик ціни і якості. Чим вища різниця між споживчою цінністю товару для покупця і ціною, яку він за нього платить, тим вищий запас конкурентоспроможності товару, частка споживача.

Перевагою даного методу є те, що він враховує найважливіший аспект, який впливає на конкурентоспроможність підприємства – конкурентоспроможність товару. А недоліком є те, що він дозволяє отримати вельми обмежене уявлення про переваги та недоліки в роботі підприємства, оскільки конкурентоспроможність підприємства розглядається як конкурентоспроможність товару і не враховуються інші аспекти.

Більш повну оцінку конкурентоспроможності підприємства дозволяють одержати методи, що

базуються на теорії ефективної конкуренції. Відповідно до цієї теорії більш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкраще організовано виробництво і збут продукції, ефективне управління фінансами.

Найяскравішим прикладом цього підходу, є методика консультаційної американської фірми "D and B", яка використовується для оцінки конкурентоспроможності галузі окремо узятій країні і підприємств усередині цієї галузі [9]. Предметом аналізу тут виступають три групи показників. До першої групи входять показники, що відображають ефективність виробничо-збутової діяльності підприємств: відношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу.

Показники другої групи характеризують стан виробничої сфери підприємства – в основному інтенсивність використання основного і оборотного капіталу: відношення чистих продажів до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу, відношення чистих продажів до вартості матеріально-виробничих запасів, відношення основного капіталу до вартості матеріальних активів, відношення матеріально-виробничих запасів до чистого оборотного капіталу.

Третю групу складають показники, пов'язані з фінансовою діяльністю підприємств: відношення оборотного капіталу до поточного боргу, період оплати поточних рахунків, відношення поточного боргу до вартості матеріальних активів, відношення загального боргу до вартості матеріальних активів, відношення поточного боргу до вартості матеріально-

виробничих запасів, відношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу.

Незаперечною перевагою цього методу є використання показників, що дозволяють проводити аналіз роботи підприємства і робити висновки про різні сторони його господарської діяльності. Разом з тим даний метод не позбавлений недоліків. По-перше, він не враховує диференціацію важливості окремих показників в оцінці, що може призвести до неоднозначності думок про конкурентоспроможність. По-друге, використання великого числа показників, що нерідко дублюють один одного, ускладнює проведення аналізу ситуації. По-третє, у цьому методі не враховуються прямі показники конкурентоспроможності товару – якість і ціна. Використання непрямих показників характеризує швидше ефективність організації і функціонування системи збуту і просування товару, ніж його реальну конкурентоспроможність [11].

Схожий метод пропонує А.Д. Кухарук [8], який базується на теорії ефективної конкуренції. Згідно даної теорії, більш конкурентоспроможними будуть підприємства із кращою організацією діяльності усіх підрозділів і служб. Аналізуються чотири основні аспекти діяльності підприємства: виробнича діяльність, збутова діяльність, конкурентоспроможність продукції, фінансовий стан. На основі розрахунку відносних показників по кожному критерію визначають загальну конкурентоспроможність підприємства.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, як виявлено, деякі методика оцінки конкурентоспроможності підприємства на засадах теорії ефективної конкуренції ґрунтуються на досить складних ідеалізованих побудовах: вводяться нові для економічної науки визначення і показники, будуються різні матриці, вводяться нові системи координат тощо. І хоча логічна обґрунтованість використовуваних теоретичних моделей не викликає сумніву, в конкретних економічних умовах конкретного підприємства ці моделі постають як досить абстрактні. У результаті цього у деяких випадках не тільки неможливо здійснити скільки-небудь точну кількісну оцінку того чи іншого запропонованого параметра, але і зовсім складно дати йому чітке визначення. Все це суттєво знижує можливість математичного оброблення введених категорій, а значить – й адекватної оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, проведений аналіз методів вимірювання конкурентоспроможності підприємств показав, що на сьогоднішній день, як в Україні, так і закордоном не розроблені ні загальноприйняте поняття конкурентоспроможності підприємства, ні єдина номенклатура її показників, ні загальні методи їх об'єднання в один інтегральний показник, що в кінцевому рахунку створює серйозні проблеми при оцінці конкурентоспроможності та управлінні нею. Крім цього, встановлено факт широкого застосування експертних методів вимірювання конкурентоспроможності підприємства, використання яких, як відомо, певною мірою знижує вірогідність і об'єктивність результатів оцінки конкурентоспроможності та знижує якість управління. Тим не менш, застосування експертного підходу при оцінці конкурентоспроможності в переважній кількості випадків виправдано і пояснюється тією обставиною, що дана задача є багатопараметричною і являє собою, як правило, складну, важко розв'язну економіко-математичну модель, в якій більшість параметрів якісні.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій. Донецьк: «ДВНЗ ДонНТУ», 2010.
2. Войтко С.В. Компаративний та динамічний аналіз інноваційного розвитку України, країн «великої сімки» та нових індустріальних країн. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2018. № 10. С. 68–74. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukri\\_2018\\_10\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukri_2018_10_13) (дата звернення: 26.06.2018).
3. Гільорме Т.В. Формування системи оцінки персоналу інноваційного підприємства. Сталий розвиток економіки. 2015. № 2(27).
4. Голубицькая Е.А., Глушко А.К., Горелик М.А. Маркетинг в сфере услуг на примере предпринимательского бизнеса (Обзорная информация). Минск: ЦНТИ «Информсвязь», 1993. 318 с.
5. Губський Б.В., Павловська О.Д., Харчук С.В. Конкурентоспроможність національної економіки: пріоритети дослідження та експертні оцінки. Київ, 2003. 51 с.
6. Жигульская Г.М. Тарифы на услуги электросвязи: проблемы регулирования. Вестник связи. 1997. № 7.
7. Журило Р.М. Порівняльна характеристика існуючих методів до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Економіка і регіон. 2009. № 4. С. 124–130.
8. Кухарук А.Д. Класифікація та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств. Економічний журнал. 2011. № 1. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2018\\_1/Kuharuk\\_111.htm](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2018_1/Kuharuk_111.htm) (дата звернення: 27.07.2018).
9. Лаготок В.О. Конкурентоспроможність підприємства в умовах особливостей сучасної конкуренції на внутрішніх і світових ринках. Особливості управління підприємствами в умовах глобальних викликів : монографія / за заг. ред. О.В. Зибаревої. – Чернівці: Технодрук, 2016. 320 с.
10. Олійник Д.І. Методологічні підходи до визначення та аналізу ринків телекомунікаційних послуг в Україні. Зв'язок. 2007. № 5(73). С. 2–6
11. Паламарчук О. Аналіз сучасних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства: Збірник наукових праць. URL: [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Evu/2009\\_12/Palamarchuk.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2009_12/Palamarchuk.pdf) (дата звернення: 10.10.2018).
12. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2004. 264 с.
13. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: підручник, вид. 2-ге. Київ: КНЕУ, 2000. С. 163.
14. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. К.: Основи, 1997. 451 с.
15. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 21 березня 2001 року. Відомості Верховної Ради України. 2001. № 12.
16. Редькін О.С., Рогальська Н.Г. Бюджетування і стратегічне планування діяльності підприємства. Економіка: проблеми теорії і практики. 2005, № 208. С. 404–408.
17. Резнікова Н.В. Економічна експансія в умовах становлення нового каркасу міжкrajінової взаємодії. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 111 (Частина II), 2012. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/317/288> (дата звернення: 15.09.2018).
18. Стрій Л.О., Захарченко Л.А., Голубев А.К. Ринкові механізми і структури економіки інфокомунікаційних послуг. Економіка: реалії часу. 2014, № 1(11). С. 134–141. URL: <http://economics.opi.ua/files/archive/2018/nl.html>. (дата звернення: 25.08.2018).
19. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. 12-е изд.; пер. с англ. Москва: Изд. дом «Вильямс», 2003. 584 с.
20. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій / Литовченко І.В. та ін.: за ред. В.М. Гранатурова. Київ: Кафедра, 2013.
21. Шехтман Л.И. Системы телекоммуникаций : проблемы и перспективы. Опыт системного исследования. Москва: Радио и связь, 1998. 280 с.
22. Шмулевич Т.В. Конкурентоспособность крупных предприятий и ее роль в развитии предпринимательства. Материалы Международного научного конгресса : [Народы СНГ накануне третьего тысячелетия. Новгород, 1999. 234 с.



**Skjar E.V.**

*PhD in Economics, Associate Professor  
of the Department of Entrepreneurship Trade and Exchange Activities  
Yuriy Fedkovych Chernovtsi National University*

**Kolotulo I.M.**

*Graduate Student of the Department of Entrepreneurship  
Trade and Exchange Activities  
Yuriy Fedkovych Chernovtsi National University*

## **EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF THE TELECOMMUNICATION ENTERPRISE ON THE BASIS OF THE EFFECTIVE COMPETITION THEORY**

The effectiveness of managing a company's competitiveness depends on many factors, including the concepts and methods on which the whole process of competition takes place. In order to adequately control the competitiveness of an enterprise, first of all there is a need for its assessment on the principles of effective competition theory. The theoretical questions of assessing the competitiveness of the enterprise on the basis of the theory of effective competition are researched. It is revealed that among the quantitative methods of evaluating the competitiveness of telecommunication services there are three main methods: the theory of quality, the theory of effective competition, the theory of strategic potential of the operator. At this stage, there is no single toolkit for this procedure, both in Ukraine and abroad, neither the generally accepted concept of enterprise competitiveness, nor the only nomenclature of its indicators, nor the general methods of their association into one integral indicator, which ultimately creates serious problems in assessing competitiveness and managing it. Therefore, various scientific investigations were grouped together to determine the mechanism for assessing the competitiveness of the enterprise. The fact of wide application of expert methods of measuring the competitiveness of an enterprise, the use of which, to a certain extent, reduces the probability and objectivity of the results of the assessment of competitiveness and reduces the quality of management is established.