

10. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение. М.: Прогресс, 1989.
11. Тарнавська Н.П., Сивак Р.Б. Інноваційне управління конкурентоспроможністю логістичних ланцюгів: монографія. Тернопіль: Підручники і посібники, 2011. С. 7.
12. Экономическая результативность деятельности предприятий: монография / А.Н. Тищенко, Н.А. Кизим, Я.В. Догадайло. Х.: ИНЖЕК, 2005.
13. Чорна М.В. Трансформація підходів до визначення джерел формування конкурентних переваг підприємства. Вісник економічної науки України. 2009. № 1. С. 184–186.
14. Фелпс Б. Умные бизнес-показатели: Системы измерений эффективности как важный элемент менеджмента. М.: Баланс Бизнес Букс, 2004. 312 с.

Аннотация. Концепция структуры цепочки стоимости обоснована как основа измерения результативности организации. Исследованы структурообразующие элементы формирования стоимости современных организаций. Установлен смысл системы измерения результативности организации – это сбалансированный комплекс показателей результатов и факторов их достижения.

Ключевые слова: стоимость, нематериальные активы, организация, результаты, результативность, измерение, структура стоимости, факторы, управление.

Summary. The concept of the structure of the chain of the organization value is substantiated as the basis of measuring its performance. The structure-forming elements of the formation of the value of modern organizations are investigated. The content of the system of measuring the organization performance is defined – it is a balanced set of performance results and factors to achieve them.

Key words: value, intangible assets, organization, results, performance, measurement system, value structure, factors, management.

УДК 631.15

Халімон Т. М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Державного університету телекомунікацій

Khalimon T. N.
PhD in Economics,
Associate Professor, Department of Management,
State University of Telecommunications

ПРОГНОЗУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ВИМІР

FORECASTING COMPETITIVE DEVELOPMENT OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES: METHODOLOGICAL MEASUREMENT

Анотація. У статті розглянуто методологічні аспекти прогнозування, вдосконалено науковий підхід до прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств з урахуванням ієрархічних рівнів чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на основі методу екстраполяції, з використанням кривих динаміки конкурентного зростання, який ґрунтується на побудові матриці прогнозних сценаріїв конкурентного розвитку кластерної групи та кожного телекомунікаційного підприємства. Запропонований науковий підхід до прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств сприяє виявленню тенденцій змін індикаторів та інтегрального показника рівня конкурентного розвитку, що, своєю чергою, дає змогу обґрунтувати орієнтири підвищення конкурентоспроможності у стратегічній перспективі, розробити комплекс адекватних управлінських заходів та виявляти найприйнятніший сценарій конкурентного розвитку підприємства, враховуючи його потенційні можливості.

Ключові слова: прогнозування, конкурентний розвиток, конкурентоспроможність, телекомунікаційні підприємства, методологічний вимір.

Постановка проблеми. У сучасних умовах конкурентного середовища основною узагальнюючою характеристикою успішності діяльності підприємства вважається не ефективність виробництва, а висока конкурентоспроможність на визначеному ринковому сегменті в певний

часовий проміжок. Таким чином, для телекомунікаційних підприємств ключовим стає завдання забезпечення достатнього рівня конкурентного розвитку. Виходячи з цього, прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств стає об'єктивною необхідністю,

оскільки нині в конкурентній боротьбі за її загострення й масштабності виграє той, хто постійно генерує нові конкурентні переваги, аналізує конкурентне середовище, передбачає поведінку своїх конкурентів та підвищує ринкові позиції. Однак недостатній рівень розвитку методологічних аспектів прогнозування призвів до виникнення численних інтерпретацій мети, завдань, способів, технологій, наукових підходів до прогнозування у контурі конкурентного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти методологічного забезпечення прогнозування конкурентного розвитку підприємств знайшли своє відображення в наукових публікаціях відомих науковців: І. Ансоффа, О. Гудзь, Т. Коно, С. Мілевського, Г. Мінцберга, Д. Новикова, В. Плюту, М. Портера, П. Стецюка, Дж. Робінсона, А. Томпсона, О. Тридіда, Р. Фатхутдінова, А. Чандлера та ін. Проте питання щодо прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств на стратегічний період не знайшло достатнього відображення й обґрунтування у наукових розвідках.

Мета статті полягає у розгляді методологічних аспектів прогнозування, вдосконаленні наукового підходу до прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств з урахуванням ієрархічних рівнів чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, на основі методу екстраполяції, з використанням кривих динаміки конкурентного зростання, який ґрунтується на побудові матриці прогнозних сценаріїв конкурентного розвитку кластерної групи та кожного телекомунікаційного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Прогноз – це ймовірне, аргументоване судження про стан об'єктів (процесів) у майбутньому, про альтернативні шляхи і терміни досягнення певних результатів» [2, с. 36]. Своєю чергою, «прогнозування – це процес формування прогнозів на основі аналізу тенденцій і закономірностей розвитку об'єкта (процесу)» [4, с. 13]. Прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств – це прогнозування можливих сценаріїв конкурентного розвитку в умовах пасивного спостереження чи з визначенням та реалізацією системи управлінських заходів.

Прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств може здійснюватися за допомогою різноманітних методів. Серед них виділяють фундаментальні (причинно-наслідкові), які ґрунтуються на оцінці тенденцій попиту і пропозиції, та сучасні економіко-математичні: методи розпізнавання образів, явищ і ситуацій, економічного моделювання, виявлення трендів і коливань, динаміки конкуренції, фрактального аналізу тощо.

Окремі дослідники обґрунтовують таку класифікацію методів прогнозування: інтуїтивні методи; формалізовані методи (їх поділяють на якісні та кількісні); статистичні методи; економетричні моделі [18].

Інші вчені підтримують таку класифікацію методів прогнозування: прогнозна екстраполяція; експертні (інтуїтивні) методи; кореляційний та регресійний аналіз; моделі часових рядів; адаптивні методи; нейронні мережі та генетичні алгоритми [14].

Для вітчизняних телекомунікаційних підприємств прогнозування конкурентного розвитку вважається новою проблемою, якій бракує комплексної методологічної підтримки. Так, доволі розповсюдженими є статистичні методи прогнозу економічних явищ та процесів. Проте багато реальних процесів функціонування телекомунікаційних підприємств важко адекватно окреслити з використанням таких традиційних методів, оскільки їх бізнес-процеси та ланцюги переважно вважаються нелінійними

та мають хаотичну, періодичну чи змішану основу. Використання екстраполяційного методу, фрактального аналізу, нормативно-цільового прогнозування, економічного моделювання телекомунікаційними підприємствами вимагає формування значного обсягу багатопрофільного інформаційного масиву і великих часових й людських затрат для його обробки та однорідності, коректності, актуальності й об'єктивності вхідних даних, що викликає значні труднощі прикладного характеру. Водночас в умовах конкурентного середовища на діяльність телекомунікаційних підприємств відчутно впливають зовнішні чинники, що істотно обмежує застосування означених методів для прогнозування їх конкурентного розвитку.

Акцентуємо, що сьогодні дедалі частіше економічні проблеми, у тому числі проблеми прогнозування конкурентного розвитку, «вирішуються за допомогою нейронних мереж» [14, с. 15]. «Нейронні мережі відрізняються здатністю до навчання та мають універсальні апроксимуючі можливості. Нейронна мережа являє собою сукупність нейронних елементів та зв'язків між ними» [14]. Основним елементом вважається формальний нейрон, який трансформує операцію нелінійного перетворення сукупності вхідних імпульсів на основі вагових коефіцієнтів, використовуючи різні алгоритми.

Результат прогнозування конкурентного розвитку має вагоме значення для формування стратегічного набору телекомунікаційних підприємств, а інструменти та методи прогнозування мають відповідати чітким, які забезпечать розроблення якісного прогнозу. Прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств дає змогу проводити моніторинг, оцінку та аналіз конкурентного розвитку, виявляти динаміку зміни внутрішніх і зовнішніх чинників конкурентного середовища, розкривати негативні та позитивні процеси, які можуть впливати на конкурентоспроможність. Ураховуючи це, найбільш прийнятними для прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств можуть стати методи адаптивного прогнозування, які з використанням індикаторів та засобів екстраполяції на основі кривих динаміки конкурентного зростання дають змогу розрахувати, наскільки тривалою буде позитивна тенденція конкурентного розвитку, та розробляти модель, що згладжує певні неточності вихідної інформації за незначного обсягу статистичної вибірки. Наголосимо, що при цьому слід забезпечити дотримання двох принципових вимог: часовий тренд показника має визначені параметри, а загальні показники, що демонстрували конкурентний розвиток підприємства у попередньому періоді, залишаться без помітних змін.

Розглянемо більш детально ланцюг процесу прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств.

Розпочинати прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств необхідно з визначення мети, завдань підприємства та зовнішніх і внутрішніх чинників конкурентного середовища підприємства.

Наступною ланцюговою ланкою прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств має бути попередній аналіз даних, вибір кривої конкурентного зростання для конкретного трендового ряду з використанням методу кінцевих різниць чи методу характеристики приросту.

Потім визначаються індикатори конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств. О.Г. Мельник стверджує, що «бізнес- індикатори – це кількісні вимірники властивостей, стану, розвитку підприємства, його складників та середовища функціонування, за допомогою яких суб'єкти діагностики відслідковують, аналізують та

прогнозують тенденції змін окремих сфер діяльності підприємства» [9].

Після цього слід визначити параметри відібраних кривих конкурентного зростання з використанням методу найменших квадратів чи наближених методів обчислень (так звані методи трьох точок, трьох сум тощо).

Наступним етапом прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств є з'ясування можливих альтернатив та сценаріїв конкурентного розвитку з виявленням адекватності побудованих моделей, їх оцінкою точності й відбором найкращої, отриманням точковою та інтервальною прогнозів та їх верифікації.

Останнім етапом стає ухвалення відповідних управлінських заходів.

Зауважимо, що визначення вигляду кривої конкурентного зростання відбувається на основі матриці вихідної інформації. Проте під час прогнозування за умов мінливості й деформації конкурентного середовища, коли найбільш важливими вважаються останні дані про досліджуване явище, найбільш придатними вважаються адаптивні методи прогнозування, які враховують нерівноцінність рівнів трендового ряду. За таких умов для прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств доцільно використовувати адаптаційну модель Брауна, яка представляє процес конкурентного розвитку як лінійний тренд із параметрами, що постійно коливаються, і модифіковану для таких умов.

Модифікована модель Брауна включає такі етапи [5]:

Етап 1. За першими п'ятьма точками трендового ряду оцінюються початкові значення параметрів моделі за допомогою методу найменших квадратів для лінійної апроксимації.

Етап 2. З використанням параметрів за моделлю Брауна знаходиться прогноз на один крок (Y_p).

Етап 3. Розраховане значення (Y_p) I_k – показника порівнюється з фактичним (Y_i) і обчислюється величина їх розбіжності (помилки).

Етап 4. Відповідно до цієї величини, корегуються параметри моделі. Оптимальне значення знаходиться ітеративним шляхом, тобто багатократною побудовою моделі за різних значень і вибором найкращої.

Етап 5. За моделлю зі скоригованими параметрами розраховується прогноз на наступний часовий період.

Етап 6. Інтервальний прогноз будується за лінійною моделлю кривої конкурентного зростання [5].

Враховуючи вказане, слід використовувати модель для прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств методом екстраполяції на основі кривих динаміки конкурентного зростання.

Фактично прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств неможливе без його адекватного кількісного окреслення, тобто виділення одного чи певної сукупності індикаторів, які б демонстрували ключові характеристики конкурентного розвитку. Для визначення конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств необхідно здійснити їх кластеризацію за рівнем конкурентоспроможності, за допомогою кластерного аналізу, оцінити ключові характеристики виділених кластерів із використанням методу k-середніх чи ієрархічних рівнів, здійснити інтерпретацію отриманих результатів. Процеси конкурентного розвитку визначаються різноманітними показниками. Зокрема, деякі автори обґрунтовують доцільність використання багатфакторної економіко-математичної моделі, до складу якої включено коефіцієнт поточної ліквідності, частка нереалізованої продукції та рентабельність продукції [16, с. 286–287]. Модель конкурентного розвитку підпри-

ємства обґрунтовує як результируючий показник рентабельність власного капіталу, прогнозна величина якого обраховується за зміни темпів приросту обсягів реалізації, співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованостей, оборотності активів, капіталовіддачі, показників платоспроможності [17]. Основні засоби, ефективність фінансового менеджменту, рівень кадрового та виробничого менеджменту, конкурентоспроможність продукції, ефективність організації збуту та просування товару – основні показники, що включено до моделей конкурентного розвитку іншими авторами [6].

Інструментарій прогнозування змін конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств використовується для розроблення стратегій конкурентного розвитку, переважно за допомогою матричних методів стратегічного аналізу. Побудова багатокритеріальних матриць конкурентного розвитку ґрунтується на використанні сукупності індикаторів та локальних критеріїв. Напрями конкурентного розвитку підприємства оцінюються здебільшого за критеріями, що характеризують привабливість функціональних сфер діяльності підприємства за такими групами показників: обсяги і темпи росту реалізації продукції; зміни ресурсного потенціалу; прибутковість ринкових сегментів; оцінки рівня, гостроти і стану конкурентної боротьби між підприємствами; показники рівня конкурентоспроможності підприємства; оцінки рівня впливу макроекономічних чинників; стадія життєвого циклу підприємства, його конкурентна позиція тощо.

Вибір тієї чи іншої багатокритеріальної матриці конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств залежить від підходу, якого притримуються експерти, варіантів визначення телекомунікаційного ринку, конкурентів, охоплення ринкових сегментів, специфіки телекомунікаційної сфери, особливостей бізнес-процесів підприємства тощо. Однак поряд із перевагами багатокритеріальної матриці конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств вони мають і недоліки, ключовими з яких вважаються такі: використання якісних індикаторів оцінки; неврахування динаміки показників; формальність відбору; індикативний характер стратегічних орієнтирів та альтернатив; суб'єктивність вибору індикаторів та їх кількості, вагомості, брак науково обґрунтованих методів оцінки конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств; утрудненість використання на всіх управлінських рівнях.

Для прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств доцільно використовувати систему показників, які слід згрупувати так: загальні показники розвитку підприємства; показники фінансового стану та інноваційної активності підприємства; показники конкурентоспроможності підприємства.

Показники конкурентоспроможності підприємства на відміну від традиційних загальних показників економічної діяльності телекомунікаційного підприємства мають спиратися на порівняння результатів підприємства з показниками його конкурентів. При цьому в основу такого порівняння доцільно покласти характеристики, що кількісно окреслюють джерела конкурентного розвитку підприємства та його суперників. Основою будь-якої конкурентної переваги виступають конкретні показники, які С. Савчук визначає «як один із чинників конкурентоспроможності. При цьому співвідношення чинників (показників) підприємства та показників конкурентів відображає наявність або відсутність конкурентних переваг за відповідним чинником» [11, с. 128].

О. Нів'євський та П.І. фон Крамон Таубель ототожують чинники конкурентоспроможності з показниками, які кількісно описують переваги відносно конкурентів

[8, с. 10–11]. За асоціації чинників із певними індикаторами переважно використовуються математичні рівняння, які демонструють причинно-наслідковий функціональний зв'язок між чинниками та результатом. Зокрема, у [12, с. 553] фактори визначено як числові величини (факторні ознаки), які, будучи елементами певного математичного виразу, тобто функції, формують результативну величину (результативну ознаку). Таким чином, конкурентний розвиток можна формалізувати у вигляді певного показника, який є функцією від факторів-показників конкурентних переваг.

Подібною є позиція інших дослідників, які під факторами конкурентоспроможності розуміють джерела її формування, тобто конкурентні переваги [10, с. 185–186]. У такому ракурсі означені показники являють собою кількісні формалізовані інтерпретації, або кількісні форми прояву чинників конкурентних переваг. Такі узагальнення пояснюються загальноприйнятим визначенням, згідно з яким фактор в економічному контексті відображає рушійну силу, що є причиною економічного процесу або явища [1, с. 1526].

Однак більшість тумачень дефініції «фактор» указує не на безпосередню участь чинників конкурентоспроможності у процесі її формування, а на їх взаємозв'язок з якісними та кількісними характеристиками конкурентних переваг. Згідно із цією логікою, факторами конкурентоспроможності є внутрішні та зовнішні умови, які лише здійснюють певний вплив на рівень конкурентного розвитку, тим самим змінюючи значення показників конкурентоспроможності [13, с. 37–37].

Відмінність такої позиції полягає у тому, що до факторів віднесено процеси й явища, що не мають прямого впливу на конкурентоспроможність, оскільки діють на наявні та потенційні конкурентні переваги, опосередковано впливаючи на конкурентний розвиток. Необхідність розмежування факторів, які забезпечують виникнення конкурентоспроможності, від тих, що впливають на її рівень, підкреслює й А. Толстова [15, с. 99–100]. Важливість такого відокремлення пояснюється різною вагою чинників прямого та опосередкованого впливу на конкурентний розвиток підприємства. Конкурентні переваги вважаються результатом взаємодії ресурсів підприємства [7, с. 235–237], без яких формування конкурентоспроможності та конкурентний розвиток неможливі. Зважаючи на це, чинники прямої дії, що приймають участь у процесі конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств, слід розподілити за ієрархічними рівнями. Тоді ці чинники поділятимуться на дві великі групи: чинники нижчого рівня (вхідні ресурси) та чинники вищого рівня (конкурентні переваги). При цьому виявлення чинників вищого рівня (конкурентних переваг) необхідне для того, щоб визначити першоджерела конкурентного розвитку підприємства – чинники нижнього рівня (ресурси). Таким чином, чинники прямої дії вищого рівня (конкурентні переваги) слід використовувати як індикатори конкурентного розвитку. Чинники ж прямого впливу нижнього рівня ієрархії (ресурси) та чинники непрямої дії доцільно враховувати у процесі прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств.

Водночас критичний аналіз дав змогу виявити, що результатом прогнозу, прогнозним значенням конкурентного розвитку має бути інтегральний показник. Для керівника, що ухвалює рішення, значення та тренди такого інтегрального показника є інформативним, адже вони демонструють посилення чи послаблення конкурентних позицій та можливостей телекомунікаційного підприємства. Проте наголосимо, що без урахування

коливань конкурентного середовища визначення такого інтегрального показника не дає змоги виявити всі можливі сценарії конкурентного розвитку телекомунікаційного підприємства. Чинники макро-, мезо- й мікрорівнів істотно впливають на систему управлінських заходів щодо підтримки конкурентоспроможності, формування нових конкурентних переваг й конкурентного розвитку телекомунікаційного підприємства. І доцільно підтримати позицію щодо необхідності організації моніторингу зовнішнього середовища та визначення на цій підставі пріоритетних напрямів подальшого конкурентного розвитку підприємства [3, с. 190–241].

Опираючись на принципи прогнозування (системності, послідовності, комплексності, дотримання причинно-наслідкового зв'язку), для побудови прогнозу конкурентного розвитку телекомунікаційного підприємства в майбутньому періоді доцільно використати технологію, основою якої є системи матриць конкурентного розвитку окремого телекомунікаційного підприємства з урахуванням динаміки конкурентного розвитку його кластерної групи. Використання цієї технології передбачає таку послідовність дій:

- обґрунтувати систему індикаторів, на підставі яких визначатимуться інтегральний показник та рівень конкурентного розвитку кожного підприємства;
- визначити інтегральний показник та рівень конкурентного розвитку кожного підприємства, порівнявши їх індикатори із середніми значеннями по кластерній групі та побудувати матрицю конкурентного розвитку;
- розрахувати максимальні, середні та мінімальні значення індикаторів та інтегральних показників у кластерній групі, на підставі яких визначається прогнозний рівень конкурентного розвитку кожного телекомунікаційного підприємства;
- побудувати матрицю прогнозних сценаріїв конкурентного розвитку кластерної групи та кожного телекомунікаційного підприємства.

На основі системи матриць конкурентного розвитку окремого телекомунікаційного підприємства з урахуванням динаміки конкурентного розвитку його кластерної групи доцільно сформулювати стратегічний набір управління конкурентоспроможністю кожного підприємства, використовуючи вдосконалений науковий підхід, розроблений економіко-математичний інструментарій прогнозування та досвід і практику прогнозування конкурентного розвитку інших підприємств телекомунікаційної сфери.

Запропонований науковий підхід до прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств сприяє виявленню тенденцій змін індикаторів та інтегрального показника рівня конкурентного розвитку, що, своєю чергою, дає змогу обґрунтувати орієнтири підвищення конкурентоспроможності у стратегічній перспективі та розробити комплекс адекватних управлінських заходів.

Висновки. Підсумовуючи викладене, доцільно відзначити, що розгляд методологічних аспектів прогнозування дав змогу запропонувати на відміну від наявних підходів удосконалений науковий підхід до прогнозування конкурентного розвитку телекомунікаційних підприємств з урахуванням ієрархічних рівнів чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, на основі методу екстраполяції, з використанням кривих динаміки конкурентного зростання, який ґрунтується на побудові матриці прогнозних сценаріїв конкурентного розвитку кластерної групи та кожного телекомунікаційного підприємства, що дає змогу:

- здійснювати в контурі одного альтернативного сценарію конкурентного розвитку розрахунок й аналіз інте-

грального показника, індикаторів та потенційних можливостей підприємства;

- виявляти найбільш сприятливий часовий період (чи не сприятливий) умов конкурентного середовища;

- комплексно та системно формувати сукупність заходів щодо генерування нових конкурентних переваг та конкурентного розвитку підприємства;

- приймати портфельні рішення щодо розроблення стратегій та здійснення організаційно-економічних заходів стосовно підвищення конкурентоспроможності;

- виявляти найприйнятніший сценарій конкурентного розвитку підприємства, враховуючи його потенційні можливості;

- визначати потенційні можливості підприємств-конкурентів;

- розробляти прогнози коливання чинників за ієрархічними рівнями, їх можливий вплив на конкурентний розвиток кожного підприємства та їх кластерних груп;

- виявляти стратегічні альтернативи, спрямовані на генерування конкурентних переваг та зміцнення конкурентних позицій підприємства;

- будувати матриці прогнозних сценаріїв конкурентного розвитку підприємства і здійснювати кампаратентний аналіз із конкурентами задля розроблення відповідних заходів щодо ресурсозбереження і стабілізації фінансового стану підприємства.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел. К.; Ірпінь: Прун, 2005. 1728 с.
2. Вітлінський В.В. Моделювання економіки: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2003. 408 с.
3. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. Х.: ІНЖЕК, 2008. 352 с.
4. Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування маркетингу. К.: ЦНЛ, 2005. 160 с.
5. Модель Брауна: Економико-математические методы и прикладные модели / В.В. Федосеев, А.Н. Гармаш, И.В. Орлова. М.: Юрайт, 2012. 328 с.
6. Мошнов В.А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия. Корпоративный менеджмент. URL: <http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate>.
7. Николок О.М. Стійкі конкурентні переваги підприємства: сутність, джерела формування. Вісн. ЖНАЕУ. 2010. № 2(27). С. 228–239.
8. Нів'євський О., Крамон Таубель П.І. фон. Визначальні фактори конкурентоспроможності молочного господарства України; Інститут економічних досліджень та політичних консультацій, 2008. 17 с.
9. Пернарівський О.В. Моделі прогнозування неплатоспроможності підприємств та проблеми їхнього використання в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2003. № 4. С. 24–27.
10. Россіхіна О.Є. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства. Держава та регіони. Сер. «Економіка та підприємництво». 2010. № 2. С. 184–187.
11. Савчук С.И. Уровень конкурентоспособности и результаты конкурентной борьбы: проблема корректного использования показателей. Актуальні проблеми економіки. 2004. № 6(36). С. 124–131.
12. Статистический словарь / Глав. ред. М.А. Корольов; 2-е изд. М.: Финансы и статистика, 1989. 623 с.
13. Сулейменова Г.К. Факторы конкурентоспособности малого предпринимательства. Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. 2007. Вып. 31–2. С. 35–42.
14. Тихонов Э.Е. Методы прогнозирования в условиях рынка: учебное пособие. Невинномыск, 2006. 221 с.
15. Толстова А.В. Аналіз та систематизація факторів, що впливають на конкурентоспроможність економічних систем різних регіонів господарювання. Вісн. економіки транспорту і промисловості. 2010. № 30. С. 97–102.
16. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: монография. Х.: ИНЖЭК, 2007. 376 с.
17. Чернега В.В. Формування механізму забезпечення стійкості підприємств на основі розвитку підприємництва: автореф. ... канд. екон. наук. Київ: НУХТ, 2006. 21 с.
18. Waters Donald. Operations Management: Producing Goods and Services. Addison-Wesley Publishing Company. Harlow (England), 1996.

Аннотация. В статье рассмотрены методологические аспекты прогнозирования, усовершенствован научный подход к прогнозированию конкурентного развития телекоммуникационных предприятий с учетом иерархических уровней факторов внешней и внутренней среды на основе метода экстраполяции, с использованием кривых динамики конкурентного роста, основанный на построении матрицы прогнозных сценариев конкурентного развития кластерной группы и каждого телекоммуникационного предприятия. Предложенный научный подход к прогнозированию конкурентного развития телекоммуникационных предприятий способствует выявлению тенденций изменения индикаторов и интегрального показателя уровня конкурентного развития, что, в свою очередь, позволяет обосновать ориентиры повышения конкурентоспособности в стратегической перспективе, разработать комплекс адекватных управленческих мер и выявлять наиболее приемлемый сценарий конкурентного развития предприятия, учитывая его потенциальные возможности.

Ключевые слова: прогнозирование, конкурентное развитие, конкурентоспособность, телекоммуникационные предприятия, методологическое измерение.

Summary. In the article the methodological aspects of forecasting are considered, the scientific approach to the forecasting of competitive development of telecommunication enterprises is considered, taking into account the hierarchical levels of external and internal environment factors on the basis of the extrapolation method, using the curves of the dynamics of competitive growth, which is based on the construction of the matrix of the forecast scenarios for the competitive development of the cluster group and each telecommunication enterprise. The proposed scientific approach to the forecasting of competitive development of telecommunication enterprises helps to identify tendencies of indicators changes and an integrated indicator of the level of competitive development, which in turn allows us to substantiate the guidelines for increasing competitiveness in the strategic perspective, to develop a set of adequate management measures and to identify the most acceptable scenario of competitive development of the enterprise, taking into account its potential opportunities.

Key words: forecasting, competitive development, competitiveness, telecommunication enterprises, methodological dimension.