

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT MECHANISM OF TELECOMMUNICATION SERVICES MARKET ENTITIES**Nataliia Prokopenko¹, Mykyta Hlukhov²**

*¹Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Economics, Finance and Accounting, Private Higher Educational Establishment «European University», Kyiv, Ukraine
E-mail: nprokopenko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6753-8831>*

*²Postgraduate Student, Private Higher Educational Establishment «European University», Kyiv, Ukraine
E-mail: mhlukhov@e-u.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9330-3012>*

ABSTRACT. The interpretation of the definition of the organizational and economic mechanism of enterprise development is presented as a set of strategically directed management decisions and actions that, based on the enterprise's own potential when applying innovative components in all elements of this mechanism, will create conditions for self-financing and development of their activities. It has been proven that to solve the tasks of organizational and economic development of enterprises aimed at ensuring consistent strategic transformations in order to increase the efficiency of activities, the process of development of telecommunications services market entities both in the economic sphere and in terms of the effective organization of their activities should be based on the formation of an integrated system of development of the above-mentioned components of these enterprises. The structure of the organizational and economic mechanism for the development of telecommunications services market entities is summarized, consisting of two blocks, where the first block, along with such elements as organizational and communication, which includes standards, regulations, instructions, documents; information support and communication chains and interactions; structures, methods, technologies, management tools; organizational design, behavior, culture, corporate ethics; is supplemented by such an element as the use of modern types and tools of marketing, which would make it possible to adapt to any changes with their help. The second block, which includes the economic and financial mechanism and consists of resource, labor, financial support; this also includes economic levers; a system of remuneration and incentives; customer orientation and innovation, is supplemented by such a component as motivation to form an expansion of professional skills through training as a factor of successful professional activity. Systematizing the well-known principles that developers usually rely on when building the organizational and economic mechanism of enterprises, the authors, taking into account modernity, proposed to expand this list of principles by adding one more: the principle of supporting mental health.

personnel. This principle is aimed at creating a favorable psychological climate in the organization, supporting motivation, reducing stress and improving the general well-being of employees.

Keywords: organizational and economic mechanism of development, subjects of the telecommunications services market, communication enterprises.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Наталія Прокопенко¹, Микита Глухов²

¹Доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, фінансів та обліку, ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

E-mail: nprokopenko@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6753-8831>

²Аспірант, ПВНЗ «Європейський університет», Київ, Україна

E-mail: mhlukhov@e-u.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9330-3012>

АНОТАЦІЯ. Представлено трактування визначення організаційно-економічного механізму розвитку підприємств, як сукупності стратегічно спрямованих управлінських рішень і дій, які на основі власного потенціалу підприємства при застосуванні інноваційних складових у всіх елементах даного механізму, створюють умови до самофінансування та розвитку їх діяльності.

Доведено, що для вирішення завдань організаційного та економічного розвитку підприємств, спрямованих на забезпечення послідовних стратегічних трансформацій з метою підвищення ефективності діяльності, процес розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг як в економічній сфері та і у частині ефективної організації їх діяльності, повинен ґрунтуватися на формуванні цілісної системи розвитку вище означених складових цих підприємств.

Узагальнено структуру організаційно-економічного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг, що складається з двох блоків, де перший блок поряд з такими елементами, як організаційно-комунікаційний, що включає нормативи, регламенти, інструкції, документи; інформаційне забезпечення та комунікаційні ланцюги і взаємодії; структури, методи, технології, інструменти управління; організаційний дизайн, поведінка, культура, корпоративна етика; доповнено таким елементом, як застосування сучасних видів та інструментів маркетингу, що дало би можливість за допомогою їх адаптуватися до будь-яких змін. Другий блок, що включає економіко фінансовий механізм та складається з ресурсного, трудового, фінансового забезпечення; сюди входять також економічні важелі; система оплати праці і стимулювання; клієнтоорієнтованість та інноваційність доповнено

такою складовою, як мотивація до формування розширення професійних навичок завдяки навчанню, як чинника успішної професійної діяльності.

При систематизації загально відомих принципів, на які, зазвичай, спираються розробники при побудові організаційно-економічного механізму підприємств, авторами, зважаючи на сьогоднішній день, запропоновано даний перелік принципів розширити додавши ще один: принцип підтримки ментального здоров'я персоналу. Цей принцип спрямований на створення сприятливого психологічного клімату в організації, підтримку мотивації, зниження стресу та підвищення загального добробуту співробітників.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм розвитку, суб'єкти ринку телекомунікаційних послуг, телекомунікаційні підприємства.

Постановка проблеми. Суб'єкти ринку телекомунікаційних послуг в Україні мають значний вплив на економічне зростання та розвиток інформаційного суспільства, оскільки саме вони відповідають за інтерактивну передачу інформаційних потоків і формують рівень конкурентоздатності різних галузей. Їхній організаційний розвиток повинен демонструвати швидкий прогрес у порівнянні з компаніями інших секторів. Проте українські телекомунікаційні підприємства суттєво відстають від світових стандартів, а також стикаються з проблемою посилення монополізації ринку.

Отже, сучасний етап розвитку економічних відносин ставить перед телекомунікаційними підприємствами завдання підвищення продуктивності та активного вдосконалення організаційного потенціалу шляхом запровадження нових бізнес-моделей, форм взаємодії та комунікаційних ланцюгів, а також безперервного оновлення організаційних систем на основі інновацій. Ці виклики є актуальними як для великих, так і для малих суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг в Україні, оскільки їх робота тісно пов'язана з використанням широкого спектра технологічних і організаційних рішень, що постійно змінюються й модернізуються. Усе це підкреслює актуальність і значущість представленої розробки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виділення проблеми дослідження. Теоретичні питання та практичні аспекти організаційного розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг розкрито в наукових працях видатних дослідників, як Л. Г. Мельник [1], І. Хоменко, Л. Волинець, І. Горобінська [2], Г. С. Одінцева, Г. І. Мостовий, О. Ю. Амосов [3], М.В. Ноняк [4; 13], А. А. Малицький [5], А. В. Куценко [6], В. Г. Василькова [7], О. Є. Гудзь, О. Г. Старинець [8], І. О. Ковшова [9], Т. М. Халімон [10], Н. Носаль, Р.

Каршуков Р. [11], В. Галаган, Я. Раєвська [12], Н. С. Прокопенко [13], П. Дойл, П. Стейн [14].

Зважаючи на значний внесок у наукові дослідження, все ж варто підкреслити необхідність додаткового аналізу й узагальнення поточного стану та основних тенденцій організаційного розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг в Україні. Це потрібно для визначення перспективних шляхів активізації та подальшого вдосконалення їхнього розвитку в умовах високої конкуренції, ринкових викликів, а також наявності економічних, організаційних і технологічних бар'єрів.

Мета статті. Метою є обґрунтування рекомендацій щодо удосконалення економіко-організаційного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сучасної конкурентної дійсності, що відзначається високою динамікою змін, телекомунікаційні компанії змушені постійно адаптувати свій організаційний розвиток до зовнішніх викликів. Цей процес нерозривно пов'язаний із трансформаціями організаційної, функціональної, інформаційної, комунікаційної та структурної складових.

Необхідність врахування незворотності та обмеженості в часі організаційних змін зумовлює потребу у впровадженні організаційно-економічного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг. Цей механізм повинен бути орієнтований на збереження необхідних характеристик, підвищення ефективності діяльності та досягнення встановлених цілей організаційного розвитку, що підкреслює теоретико-методичну важливість, актуальність і практичну значущість цієї статті.

Організаційний та економічний розвиток суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг являє собою складний процес, який можна трактувати як закономірну послідовність цілеспрямованих стратегічних змін, спрямованих на підвищення ефективності його діяльності. Це включає створення стратегій, спрямованих на якісні органічні зміни у сферах економіки, фінансів, складових організаційної структури підприємств, корпоративної етики з урахуванням специфічних зовнішніх і внутрішніх умов.

Потреба у розробці економіко-організаційного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг обумовлено вимогами сучасності.

Отже, для вирішення завдань організаційного та економічного розвитку підприємств, спрямованих на забезпечення послідовних стратегічних трансформацій з метою підвищення ефективності діяльності, процес розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг як в економічній сфері та і у частині ефективної організації їх діяльності, повинен

ґрунтуватися на формуванні цілісної системи розвитку вище означених складових цих підприємств.

Слушний висновок науковців [1, С. 354] щодо окремих складових механізму, що розглядається, а саме: це складна категорія управління, яка об'єднує такі елементи: цілі управління; критерії управління; фактори управління (елементи об'єкта управління та їх зв'язки, на які здійснюється вплив в інтересах досягнення поставлених цілей); методи управління; ресурси управління (матеріальні і фінансові ресурси, соціальний та організаційний потенціал, при використанні яких реалізується обраний метод управління і забезпечується досягнення поставленої мети).

Не можна не погодитися також з думкою інших дослідників, які зазначають, що «організаційно-економічний механізм підприємства слід розглядати як складну систему, що включає підсистеми прогнозування та планування розвитку, мотивації, організації та інформаційного забезпечення. Формування дієвого організаційно-економічного механізму допоможе вирішити одну з найважливіших проблем сучасного менеджменту - підвищення конкурентоспроможності українських компаній» [2, с. 90].

Поряд з цим, розділяємо думку, щодо аргументації, що це засіб розв'язання суперечностей явища чи процесу, послідовна реалізація дій, які базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності з використанням відповідних їй методів управління та спрямовані на досягнення визначеної мети [3, с. 63].

Узагальнюючи погляди таких вчених, як А.В. Куценко [6, с. 54]. Васильков В.Г [7, с. 181], пропонуємо своє трактування визначення організаційно-економічного механізму розвитку підприємств, що представлено як сукупність стратегічно спрямованих управлінських рішень і дій, які на основі власного потенціалу підприємства або шляхом об'єднання підприємств, за потреби, створить можливості до самофінансування розвитку їх діяльності, що полягає у використанні модернізованих вимог до створення ефективної організаційно-економічної складової розвитку підприємств.

Систематизуючи надбання науковців [4; 5; 8; 9] представляємо узагальнену структуру організаційно-економічного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг з окремими елементами авторського доповнення, що складається з двох блоків: перший – організаційно-комунікаційний, що включає нормативи, регламенти, інструкції, документи; інформаційне забезпечення та комунікаційні ланцюги і взаємодії; структури, методи, технології, інструменти управління; організаційний дизайн, поведінка, культура, корпоративна етика; застосування сучасних видів та інструментів маркетингу, що дало би

можливість за допомогою їх адаптуватися до будь-яких змін. Другий блок – економіко-фінансовий механізм, що складається з ресурсного, трудового, фінансового забезпечення; сюди входять також економічні важелі; система оплати праці і стимулювання; клієнтоорієнтованість та інноваційність; мотивація до формування розширення професійних навичок завдяки навчанню, як чинника успішної професійної діяльності.

Слід вказати, що відносно стали структуру організаційно-економічного механізму розвитку досліджуваних суб'єктів, визначення ланцюгів взаємодії між її елементами, розробити досить складно через постійно виникаючі ризики та широкий спектр викликів. Останнє досить потужно впливає на формування вектору розвитку телекомунікаційних підприємств та впровадження у практичне буття визначених заходів з досягнення цілей підприємств.

Також, будь-які зміни, пов'язані з внутрішніми та зовнішніми чинниками, що впливають на економічну та організаційну складову розвитку телекомунікаційних підприємств, вимагають модифікації організаційно-економічного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг.

Зрозуміло, що якісний результат від розробки і впровадження у практичне буття економіко-організаційного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг в значній мірі залежить від рівня професійної кваліфікації персоналу. Задачею якого є визначення шляхів ефективного виходу зі складного становища, формування напрямів активізації діяльності підприємств.

Застосування модифікованих моделей розвитку досліджуваних підприємств, з використанням, як широко відомих існуючих підходів, так і креативних, сприятиме, в певній мірі, убезпеченню від турбулентності в політиці, економіці тощо.

В наукових колах обговорюються різноманітні методичні підходи щодо розробки і формування економіко-організаційного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг.

Найбільш відомі такі, як: системний, процесний, ситуаційний, комплексний, ціннісно-орієнтований, міждисциплінарний, сценарний, мікроскопічний, макроскопічний, поведінковий, стратегічний, адаптивний, компетентнісний, бенчмаркінг, нормативний, інноваційний, радикальний, маркетинговий, ієрархічний, реінжиніринг, інтеграційний, функціональний [10, с. 149].

Варто наголосити, що у сучасних умовах освоєння інновацій підприємствами, відіграє майже ключову роль у вирішенні завдань, щодо їх успішного функціонування і розвитку.

В даному дослідженні, виникає потреба у визначенні об'єкту організаційно-економічного механізму розвитку телекомунікаційних підприємств, що включає: мету, завдання, бізнес інтереси, стратегію економічного та організаційного розвитку; досягнення запланованого економічного ефекту, організаційна структура суб'єкту господарювання; рівень професіоналізму персоналу; система організації праці на мотивації персоналу; корпоративна етика; бізнес-процеси; застосування цифрових технологій; впровадження новацій у всіх ланках діяльності підприємства; формування ефективної системи документообігу; комунікаційні, економічні зв'язки підприємства тощо.

Зважаючи на сучасні умови, в яких нині перебуває країна і, звісно, бізнес середовище, поділяємо погляди науковців Носаль Н. та Каршукова Р. [11], що «одним з головних завдань управління є визначення інтересів потреб працівників, пошук спільної мови з підлеглими в атмосфері єдиного колективу. Системою управлінських впливів на мотиви працівників, спрямованою на досягнення максимальної ефективності діяльності підприємства, є система мотивації персоналу».

Не менш цікавими є висловлювання у цьому ракурсі науковців Галаган В. та Раєвської Я. [12, С. 25], що «сприятливий психологічний клімат сприяє підвищенню мотивації, креативності, готовності до навчання та інновацій, що безпосередньо впливає на ефективність та конкурентоспроможність організацій. Психічне здоров'я працівників є важливим ресурсом для комерційних організацій і вимагає уваги та інвестицій. Забезпечення позитивного робочого середовища та підтримка психічного здоров'я можуть призвести до покращення результативності та сприяти здоровому професійному розвитку працівників комерційних організацій в цілому. Інвестиції в програми підтримки психічного здоров'я не тільки сприятимуть благополуччю працівників, але й служитимуть довгостроковим інтересам організації».

Окреслено загально відомі принципи, на які, зазвичай, спираються розробники при побудові організаційно-економічного механізму підприємств [13, С. 97-98]: правова визначеність; економічність; стратегічність, розширення можливостей співробітників; обґрунтованість; альтернативність; мотиваційне забезпечення; створення відкритості для комунікацій; адекватність; логічність і зрозумілість; сприяння перетворенням; розвиток взаємодій; безперервність; орієнтація на ключові цінності; дуальність; системність; проактивність; інформаційно-комунікаційне забезпечення; клієнтоорієнтованості; цілісність; еквіфінальність; адаптивність; інноваційність, синергетична орієнтація; взаємодія; превентивність; плановість дій; інноваційність; децентралізація; програмно-цільове управління; гнучкість; зворотній зв'язок; ієрархічність; конфігуративність;

гармонізація; збалансованість; самовідновлення; орієнтація на процес; антропоцентричність. Зважаючи на сьогоднішній день, вважаємо, що даний перелік принципів варто доповнити ще одним: принцип підтримки ментального здоров'я персоналу. Цей принцип спрямований на створення сприятливого психологічного клімату в організації, підтримку мотивації, зниження стресу та підвищення загального добробуту співробітників.

В рамках даного дослідження, слід зазначити та існування постулатів, яких варто притримуватися в процесі формування економіко-організаційного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг – це прозорість, керованість, доступність, гнучкість, адаптивність та ефективність.

Цікавою є думка [14, С. 101] про необхідність «забезпечення комплексного підходу до організаційних змін з урахуванням розвитку внутрішнього і зовнішнього середовища для визначення проблемних ділянок; розробка комплексної програми розвитку організаційної структури підприємства; використання найбільш простих і конкретних організаційних рішень; чітка послідовність здійснюваних організаційних змін на основі комплексної програми розвитку; навчання персоналу підприємства методам діяльності в умовах організаційних змін; підтримка організаційних перетворень вищою управлінською ланкою підприємства; обмеження неконструктивної критики організаційних змін на підприємстві та запобігання на цій основі конфліктам».

Розглянемо стадії побудови економіко-організаційного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг: командування; визначення візії, мети; установки, цінності та пріоритети, визначення концепції; розробка критеріїв і засад; окреслення сторін і чинників впливу; означення функцій, методів, інструментів; діагностика зовнішніх викликів; оцінка існуючої організаційної структури; виявлення ризиків і можливостей; розробка стратегії і варіантів її втілення у практичне буття; вибір найбільш результативного сценарію, опис заходів та графіків; моніторинг і контроль їх виконання; коригування відхилень від запланованих показників.

Якість впровадженого механізму визначається за показниками: ступінь реалізації мети; збільшення рівня конкурентоспроможності та прибутковості.

Зазначимо, що при визначенні результативності впровадженого організаційно-економічного механізму розвитку телекомунікаційних підприємств здійснюється: функціональна оцінка; рівень успішності від застосування організаційних інновацій; ступінь впливу на результат комунікативної співпраці; ідентифікація повторюваних функцій і конфліктів; оперативність у прийнятті рішень і впровадженні заходів.

Висновок та перспектива подальших досліджень. Представлено трактування визначення організаційно-економічного механізму розвитку підприємств, як сукупності стратегічно спрямованих управлінських рішень і дій, які на основі власного потенціалу підприємства при застосуванні інноваційних складових у всіх елементах даного механізму, сприятимуть самофінансуванню та розвитку їх діяльності.

Узагальнено структуру організаційно-економічного механізму розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг, що складається з двох блоків, де перший блок поряд з такими елементами, як організаційно-комунікаційний, що включає нормативи, регламенти, інструкції, документи; інформаційне забезпечення та комунікаційні ланцюги і взаємодії; структури, методи, технології, інструменти управління; організаційний дизайн, поведінка, культура, корпоративна етика; доповнено таким елементом, як застосування сучасних видів та інструментів маркетингу, що дало би можливість за допомогою їх адаптуватися до будь-яких змін. Другий блок, що включає економіко фінансовий механізм та складається з ресурсного, трудового, фінансового забезпечення; сюди входять також економічні важелі; система оплати праці і стимулювання; клієнтоорієнтованість та інноваційність доповнено такою складовою, як мотивація до формування розширення професійних навичок завдяки навчанням, як чинника успішної професійної діяльності.

При систематизації загально відомих принципів, на які, зазвичай, спираються розробники при побудові організаційно-економічного механізму підприємств, авторами, зважаючи на сьогоднішній день, запропоновано даний перелік принципів розширити додавши ще один: принцип підтримки ментального здоров'я персоналу. Цей принцип спрямований на створення сприятливого психологічного клімату в організації, підтримку мотивації, зниження стресу та підвищення загального добробуту співробітників.

Список використаних джерел

1. Економіка підприємства: підручник за ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2004. 648 с.
2. Хоменко, І., Волинець, Л., & Горобінська, І. (2023). Організаційно-економічний механізм функціонування і розвитку підприємств. Київський економічний науковий журнал, (1), 86-92. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2023-1-11>
3. Державне управління і менеджмент: навчальний посібник у таблицях і схемах / Г.С. Одінцева, Г. І. Мостовий, О. Ю. Амосов та ін.; За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г.С. Одінцової. Харків: ХарРІДУ УАДУ, 2002. 492 с.
4. Ноняк М. В. Організаційні інновації телекомунікаційних підприємств: сутність, оцінка та впровадження. Інтелект ХХІ. 2019. №6 частина 2. С. 121 – 126.
5. Малицький А. А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура. XII Міжнародна наукова конференція „Простір і час сучасної науки”. Київ: МНПК, 2016. 128 с.
6. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.

7. Васильков В. Г. Організаційний розвиток підприємств. Київ: КНЕУ, 2003. 600 с.
8. Гудзь О. Є., Старинець О. Г. Парадигма побудови системи антикризового управління підприємством. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 1 (19). С. 11–19.
9. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Київ. ФОП Вишемирський В.С., 2018. 515 с.
10. Халімон Т. М. Теоретико-методологічні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю телекомунікаційних підприємств: монографія. Львів. Ліга-Прес, 2018. 463 с.
11. Носаль Н., Каршуков Р. Управління мотивацією персоналу на підприємстві. Економіка і суспільство. Вип. 26. 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/379/366>
12. Галаган В., Раєвська Я. Соціально-психологічні чинники психічного здоров'я працівників комерційних організацій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Психологія. Вип. 1, 2024. С. 21-25.
13. Ноняк М. В. Побудова організаційної структури управління телекомунікаційних підприємств. Інноваційна економіка: економічні, політичні та правові аспекти: колективна монографія за ред. Прокопенко Н.С. Київ, Європейський університет. 2019. 192 с., С. 96-99. URL: <http://dspace.e-u.edu.ua:8080/server/api/core/bitstreams/2f782792-ad8e-4454-83a0-2d701f0122f4/content>
14. Doyle, P., & Stern, P. Marketing management and strategy. Pearson Education. 2006. 446 p.

References

1. Melnyk, L. H. (Ed.). (2004). *Ekonomika pidpriemstva: pidruchnyk za red. L. H. Melnyka* [Economics of the enterprise]. Sumy: Universytetska knyha. 648 p. [In Ukrainian]
2. Homenko, I., Volynets, L., & Horobinska, I. (2023). Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm funktsionuvannia i rozvytku pidpriemstv [Organizational-economic mechanism of functioning and development of enterprises]. *Kyivskiy Ekonomichnyi Naukovo-Doslidnyi Zhurnal*, (1), 86–92. Retrieved from <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2023-1-11> [In Ukrainian]
3. Odnitsova, G. S., Mostovyi, G. I., Amosov, O. Y., et al. (2002). *Derzhavne upravlinnia i menedzhment: pidruchnyk u tablytsiakh i skhemakh* [Public administration and management: Textbook in tables and schemes]. Edited by G. S. Odnitsova. Kharkiv: Kharkiv Regional Institute of Public Administration under the President of Ukraine. 492 p. [In Ukrainian]
4. Noniak, M. V. (2019). Orhanizatsiini innovatsii telekomunikatsiinykh pidpriemstv: sutnist, otsinka ta vprovadzhennia [Organizational innovations of telecommunication enterprises: essence, evaluation, and implementation]. *Intelekt XXI*, (6, part 2), 121–126. [In Ukrainian]
5. Malyskyi, A. A. (2016). Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm upravlinnia pidpriemstvom: sutnist ta struktura [Organizational and economic mechanism of enterprise management: essence and structure]. In *XII Mizhnarodna naukova konferentsiia "Prostir i chas suchasnoi nauky"* [XII International Scientific Conference "Space and Time of Modern Science"]. Kyiv: MNPIK. 128 p. [In Ukrainian]
6. Kutsenko, A. V. (2008). *Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpriemstva: monohrafiia* [Organizational and economic mechanism of managing enterprise efficiency: Monograph]. Poltava: RVV PUSKU. 205 p. [In Ukrainian]
7. Vasylykiv, V. H. (2003). *Orhanizatsiinyi rozvytok pidpriemstv* [Organizational development of enterprises]. Kyiv: KNEU. 600 p. [In Ukrainian]
8. Hudz, O. Ye., & Starynets, O. H. (2017). Paradigma pobudovy systemy antykrizovoho upravlinnia pidpriemstvom [Paradigm of building an anti-crisis enterprise management system]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, 1(19), 11–19. [In Ukrainian]

9. Kovshova, I. O. (2018). *Marketynhovyi menedzhment: teoriia, metodolohiia, praktyka: monohrafiia* [Marketing management: theory, methodology, practice: Monograph]. Kyiv: FOP Vysheirskyi V. S. 515 p. [In Ukrainian]
10. Khalimon, T. M. (2018). *Teoretyko-metodolohichni ta praktychni aspekty upravlinnia konkurentospromozhnistiu telekomunikatsiinykh pidpriemstv: monohrafiia* [Theoretical-methodological and practical aspects of managing competitiveness of telecommunication enterprises: Monograph]. Lviv: Liha-Press. 463 p. [In Ukrainian]
11. Nosal, N., & Karshukov, R. (2021). Upravlinnia motivatsiieiu personalu na pidpriemstvi [Managing personnel motivation at the enterprise]. *Ekonomika i suspilstvo*, (26). Retrieved from <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/379/366> [In Ukrainian]
12. Halahan, V., & Raievska, Ia. (2024). Sotsialno-psykholohichni chynnyky psykhichnoho zdorovia pratsivnykiv komertsiinykh orhanizatsii [Socio-psychological factors of mental health of employees in commercial organizations]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia Psykholohiia*, (1), 21–25. [In Ukrainian]
13. Noniak, M. V. (2019). Pobudova orhanizatsiinoi struktury upravlinnia telekomunikatsiinykh pidpriemstv [Building the organizational management structure of telecommunication enterprises]. In Prokopenko, N. S. (Ed.), *Innovatsiina ekonomika: ekonomichni, politychni ta pravovi aspekty: kolektyvna monohrafiia* [Innovative economy: economic, political, and legal aspects: Collective monograph], 96–99. Kyiv: Yevropeiskyi universytet. Retrieved from <http://dspace.e-u.edu.ua:8080/server/api/core/bitstreams/2f782792-ad8e-4454-83a0-2d701f0122f4/content> [In Ukrainian]
14. Doyle, P., & Stern, P. (2006). *Marketing management and strategy*. Pearson Education. 446 p.

Article History:

Received: November 29, 2024 | Accepted: December 23, 2024 | Published Online: January 06, 2025

Citation: Prokopenko, N., & Hlukhov, M. (2024). ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT MECHANISM OF TELECOMMUNICATION SERVICES MARKET ENTITIES. *International Interdisciplinary Scientific Journal "Expert"*, 1(5), 17–27. <https://doi.org/10.62034/2815-5300/2024-v1-i5-002>



Provides free access under the Gold Open Access model with costs covered by APCs.

This article is permanently accessible online and can be freely used, shared, or adapted, provided proper attribution is given.



This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).