

Труш М.С.,

к. е. н., доцент кафедри системного аналізу та кібербезпеки,
КНЕУ імені Вадима Гетьмана

Trush M.S., PhD Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of System Analysis and Cybersecurity,
KNEU named after V. Hetman

АНАЛІЗ ТА БЕЗПЕКА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ANALYSIS AND SECURITY OF CORPORATE CULTURE OF TELECOMMUNICATIONS ENTERPRISES

Анотація. У статті розглянуто корпоративну культуру телекомунікаційних підприємств в системі корпоративних зв'язків. Розкрито зміст ключових аспектів її формування і розвитку, особливості впливів щодо регулювання діяльності на сучасному ринку послуг в галузі. Проаналізовано сучасний ринок телекомунікаційних послуг в Україні за різними сегментами та індикаторами. Визначено найважливіші показники, що впливають на ефективність діяльності телекомунікаційних підприємств України. Узагальнено погляди науковців щодо розуміння значення корпоративної культури для успішного функціонування сучасних підприємств. Аналіз корпоративної культури телекомунікаційних підприємств України в контексті цифровізації та інформаційної безпеки сучасної економіки здійснено на прикладі «Київстар» як одного з найбільших телекомунікаційних підприємств України. Проведено оцінку елементів, охарактеризовано визначні риси і провідні типи корпоративної культури телекомунікаційних підприємств. З'ясовано роль корпоративної культури в системі корпоративних відносин та безпеки телекомунікаційних підприємств. Виявлено сутнісні ознаки управління діяльністю телекомунікаційних підприємств на основі вдало сформованої корпоративної культури. Запропоновано методичний підхід до діагностики рівня розвитку корпоративної культури телекомунікаційних підприємств. Висвітлено перспективи розвитку корпоративної культури та безпеки телекомунікаційних підприємств.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, телекомунікаційне підприємство, корпоративна культура, корпоративні відносини, інформаційна безпека, економічна безпека, кібербезпека

Abstract. The article examines the corporate culture of telecommunications enterprises in the system of corporate relations. The content of key aspects of its formation and development, the features of influences on the regulation of activities in the modern market of services in the industry are disclosed. The modern market of telecommunications services in Ukraine is analyzed by various segments and indicators. The most important indicators that affect the effectiveness of the activities of telecommunications enterprises in Ukraine are determined. The views of scientists on understanding the importance of corporate culture for the successful functioning of modern enterprises are summarized. The analysis of the corporate culture of telecommunications

enterprises in Ukraine in the context of digitalization and information security of the modern economy is carried out using the example of Kyivstar as one of the largest telecommunications enterprises in Ukraine. The elements are assessed, the distinctive features and leading types of corporate culture of telecommunications enterprises are characterized. The role of corporate culture in the system of corporate relations and security of telecommunications enterprises is clarified. The essential features of managing the activities of telecommunications enterprises on the basis of a successfully formed corporate culture are identified. A methodological approach to diagnosing the level of development of corporate culture of telecommunications enterprises is proposed. The prospects for the development of corporate culture and security of telecommunications enterprises are highlighted.

Keywords: information and communication technologies, telecommunications enterprise, corporate culture, corporate relations, information security, economic security, cybersecurity

Вступ. Швидкий історичний поступ постіндустріального суспільства супроводжується значними викликами щодо інтеграції України у глобальний інформаційний простір. Розвиток ринкової економіки висуває вимоги до динамічного функціонування всіх галузей економіки і сфер соціальної життєдіяльності. Однією з найважливіших стає галузь інформатизації та зв'язку як передумова стабільного функціонування і розвитку інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, що демонструє останнім часом стійку динаміку росту. 90 % від усіх доходів галузі займає частка доходів від діяльності телекомунікаційних підприємств на ринку телекомунікаційних послуг [1]. Тому телекомунікаційні підприємства мають виявляти адаптивність і здатність до реагування на кардинальні зміни сучасного ринку телекомунікацій.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиток сучасних телекомунікаційних підприємств відбувається, з одного боку — у деєрмінованих умовах глобалізації світової економіки, з іншого — у складних соціальних-економічних умовах розвитку конкурентного ринку та відродження національної економіки. За таких вимірів, саме ТК-підприємства можуть забезпечити значною мірою успішне функціонування галузі в цілому. Проте, нестабільність зовнішнього середовища вимагає нових методів господарювання та управління. Фундаментальним науковим підґрунтям й ефективним прикладним інструментом сталого розвитку і безпеки ТК-підприємств може стати формування сильної та дієвої управлінської стратегії на основі корпоративної культури, здатної створити адаптивну виробничу систему в процесі переходу підприємств на якісно новий організаційний рівень.

Отже, **актуальність** теми полягає у тому, що недостатньо висвітлені у науковому дискурсі проблеми аналізу та безпеки корпоративної культури ТК-підприємств дедалі більше привертають увагу науковців.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні необхідно визначити основні напрямки і тенденції аналізу та безпеки корпоративної культури ТК-підприємств для забезпечення стабільного функціонування, ефективності та конкурентоспроможності підприємств галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми аналізу та безпеки корпоративної культури підприємств набувають значущості в цивілізованому світі. Закордонний досвід становлення й розвитку корпоративної культури узагальнено такими науковцями як: Акофф Р., Діл Т., Друкер Ф., Камерон К., Келлі Дж., Котлер Ф., Куїнн Р., Портер М., Ховстедє Г., Шейн Е., Шумпетер Й. та ін. Г. Мінцберг вивчає організаційні кризи та шляхи виведення підприємств на якісно новий рівень розвитку завдяки внутрішнім змінам. А. Мілан поєднує базові компетенції, ресурси й організаційні компоненти для побудови конкурентоспроможної стратегії підприємств. С. Робінс та С. Рід займаються проблемами створення іміджу підприємств на основі організаційної культури. Проблеми корпоративної культури підприємств ТК-галузі розробляти такі вітчизняні науковці як: Апарова О.В., Виноградова О.В., Князева О.А., Лазоренко Л.В., Прокопенко Н.С., Сьомкіна Т.В. та інші. У працях зазначених авторів розглянуто сутність, характерні риси, проблеми формування та особливості розвитку корпоративної культури підприємств. Праці Виноградової О.В. та Князевої О.А. присвячені управлінським стратегіям корпоративної культури. Проте, відкритими залишаються питання корпоративної культури підприємств конкретних галузей господарської діяльності. Так, недостатньо розроблені підходи до аналізу і безпеки корпоративної культури підприємств інноваційної галузі телекомунікацій в умовах цифрової економіки.

Метою статті є розробка теоретико-методичних засад аналізу та безпеки корпоративної культури телекомунікаційних підприємств в контексті цифровізації сучасної економіки.

Виклад основного матеріалу. Ринок телекомунікаційних послуг, як один з найбільш дохідних та динамічних секторів економіки, може стати ефективним інструментом розвитку суспільства й основою для входження України в світовий інформаційний та економічний простір. Для здійснення аналізу діяльності та безпеки підприємств на ринку телекомунікаційних послуг України потрібно оцінити сучасний стан і тенденції інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в контексті розвитку цифрової економіки.

Комплексною міжнародною оцінкою виступає індекс розвитку ІКТ (ICT Development Index — IDI), який з 2009 року визначається

Міжнародним союзом електрозв’язку як найбільш значущий індикатор інформаційного суспільства. Цей індекс базується на показниках ІКТ, згрупованих у три кластери: доступ, використання, навички (табл. 1).

Таблиця 1

ДИНАМІКА РЕЙТИНГУ УКРАЇНИ ЗА ICT DEVELOPMENT INDEX
(складено на основі [2])

Показник	Роки								
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018* — 2022*	2023	2024
Кількість країн	166	166	167	167	175	176	—	175	176
Рейтингове місце України	71	73	77	79	78	79	—	80,8	81
Кількість балів	4,97	5,15	5,21	5,23	5,31	5,62	—	5,60	5,62

**Примітка. У період 2018–2022 рр.. ІТУ не публікував Індекс розвитку ІКТ (IDI) внаслідок зміни методології визначення набору показників.*

За таблицею 1 можемо визначити середні позиції України в ключовому рейтингу на протязі 2012-2017 рр../2023-24 рр. та зростаючу оцінку розвитку ІКТ з 4,97 до 5,62 (з 10 можливих балів). У звіті МСЄ за 2018 рік, де детально описуються досягнення досліджуваних країн, висновки щодо України наступні: «Україна має великий потенціал для розвитку мобільного зв’язку та ринку фіксованої широкопasmової мережі. Оператори охоче запроваджують нові послуги та залучають нових абонентів. Ведеться робота над розробкою нового законодавства у галузі інформаційних та телекомунікаційних технологій в Україні» [3]. Однак, Україна відстає за індексом розвитку ІКТ від країн, які її географічно оточують (Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія та ін.). Незважаючи на наявність стратегій, які фіксують пріоритетність розвитку цифрової економіки в Україні, інформаційно-телекомунікаційна сфера, у світлі останніх світових подій, характеризується недостатньо високими можливостями для стимулювання зростання економіки. Оскільки цифрова економіка безпосередньо пов’язана із мережею Інтернет, то можливість її розвитку прямо пропорційно залежить від його наявності, доступності географічній місцевості, і т. ін. Саме ці критерії закладені у визначенні позицій даного рейтингу і саме тому Україні слід вживати дієвих кроків та заходів щодо підвищення цих позицій.

Комплексною міжнародною оцінкою, що вимірює рівень кібербезпеки та готовності до запобігання кіберзагрозам, виступає глобальний індекс кібербезпеки (Global Cybersecurity Index — GCsI), який визначається з 2017 року за ініціативою ITU Global Cybersecurity Agenda (GCA). Цей індекс базується на показниках розвитку та співпраці, об'єднаних в юридичний, технічний, організаційний та інші кластери. У 2017 р. Україна за рейтинговою позицією кібербезпеки займала 58 місце при загальній оцінці GCsI на рівні 51,1 од. У 2020 р. Україна займала 78 місце серед 194 країн, які були задіяні в рейтингу, при загальній оцінці GCsI на рівні 65,93 од. (відбулось зростання на 14,83 пунктів).

Національний індекс кібербезпеки (NCsI) визначає Академія електронного урядування Естонії (м.Таллінн) за нормативно-правовим, організаційно-кооперативним; технологічним, програмним кластерами. Він показує, який відсоток має певна країна від максимального значення показників (100 %). У рейтингах NCsI Україна демонструє темпи зростання рівня готовності в запобіганні кіберзагрозам, займаючи місця в межах 24–28 зі 160 можливих: її оцінка збільшилася з 58 % у 2018 р. до 75 % у 2022 р. [4; 5].

Стратегічне значення якісного розвитку корпоративної культури та безпеки телекомунікацій зумовлено: інтеграцією України у світовий глобальний інформаційний простір, необхідністю забезпечення надійного доступу користувачів до інформаційних ресурсів; можливістю створення технологічних умов мобільності користувачів телекомунікаційних послуг у всіх сферах суспільного життя [6, с. 129–138.]. Відповідно у Державному класифікаторі видів економічної діяльності ДК 009:2010, у секції J «Інформація та телекомунікації», виокремлено розділ 61 «Телекомунікації (електро-розв'язок)», до якого входять «діяльність із надання телекомунікаційних та інших супутніх послуг» [7].

Наступним кроком аналізу діяльності вітчизняних підприємств на ринку телекомунікаційних послуг в контексті розвитку цифрової економіки, корпоративної культури та безпеки, який дозволить сформувати комплексне розуміння галузевих особливостей і тенденцій, є вивчення основних показників галузі на основі інформації Державної служби статистики України щодо секції J «Інформація та телекомунікації» [1].

Динаміка кількості суб'єктів господарювання телекомунікаційної галузі України в довоєнний період

Таблиця 2

Роки	Кількість суб'єктів господарювання						
	Усього				У т.ч, фізичні особи-підприємці		
	суб'єкти великого підприємства	суб'єкти середнього підприємства	суб'єкти малого підприємства	суб'єкти мікропідприємства	суб'єкти середнього підприємства	суб'єкти малого підприємства	суб'єкти мікропідприємства
2018	7	335	174280	172354	2	160105	159934
2020	8	349	233831	203795	1	218133	218034
2022	7	328	295577	281881	1	284118	284054



Рис.1, 1а. Динаміка кількості суб'єктів середнього, малого та мікропідприємництва телекомунікаційної галузі України

За наведеними даними, в 2018 р. серед усіх суб'єктів господарювання (174622) досліджуваної галузі 8,31 % становили юридичні особи (14515 підприємств). Це свідчить про деякі негативні тенденції: здрібнення бізнесу, наявність значної кількості малих посередників (у понад 160 тис. фізичних осіб-підприємців галузі працюють лише 6,2 тис. осіб), яких складно контролювати щодо дотримання чинного податкового законодавства у сфері телекомунікацій. Наприклад, у контексті надання широкосмугового доступу до мережі Інтернет означена проблема полягає в тінізації діяльності постачальників, котрі можуть утримувати невисокі ціни за рахунок низької якості, або за допомогою явного порушення законодавства — невеликі гравці працюють у «сірій зоні». У 2022 році серед усіх суб'єктів господарювання (295912) досліджуваної галузі 3,98 % становили юридичні особи (11793 підприємств).

Важливими індикативними показниками, які визначають ефективність діяльності телекомунікаційних підприємств, є обсяги доходів і прибутків від реалізації телекомунікаційних послуг (табл. 4).

Динаміка доходів ТК-підприємств України від надання послуг

Як бачимо, останнім часом ТК-підприємства України розвивались, демонструючи тенденцію зростання доходів від надання послуг. Лише у 2019-2020 рр. мало місце невелике (на 1,3 % порівняно з попереднім періодом) уповільнення обсягів реалізації телекомунікаційних послуг. Стабільними було постійне щорічне зростання частки доходів від надання інтернет-послуг; трансляції, ретрансляції теле- та радіопрограм, технічного обслуговування й експлуатації обладнання в мережах мовлення; поштової та кур'єрської діяльності. Обсяги доходів від послуг мобільного зв'язку продовжують займати найбільшу частку у структурі доходів телекомунікаційних підприємств, але за останні роки ця частка має тенденцію до поступового дуже повільного зменшення. Частка фіксованого телефонного зв'язку з кожним роком невинно знижується. Основними тенденціями розвитку телекомунікаційних та інтернет-послуг були: впровадження телекомунікаційних мереж мобільного зв'язку третього і четвертого поколінь (3G і 4G); підвищення попиту споживачів на мультимедійні конвергентні телекомунікаційні послуги. Впровадження широкосмугового і високошвидкісного доступу до Інтернету створило ефективні умови для надання сучасних телекомунікаційних послуг державним органам, суб'єктам господарювання різних форм власності та громадянам. Треба відзначити, що значна частка прибутків від реалізації належить 7 великим підприємствам досліджуваної галузі, що можна пояснити розвинутою технічною інфраструктурою, налагодженою клієнтською базою, сильною корпоративною та управлінською культурою, ефективними підходами до безпеки.

Таблиця 4

Найменування показника	Роки									
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Усього	52434,0	55895,8	61911,2	66040,3	72564,7	71598,5	73688,0	81021,0	87205,0	93084,0
Поштова та кур'єрська діяльність	3426,0	3523,2	4944,3	5520,9	6059,1	6539,4	6645,2	6721,2	7032,0	7302,8
фіксований телефонний зв'язок	7845,0	8057,8	6518,4	6046,7	5651,0	4560,4	4485,0	4242,0	3900,2	3606,4
рухомий (мобільний) зв'язок	5411,2	31566,3	34077,1	35216,6	38521,1	37595,5	40300	53640,0	56002,1	58514,5
Трансляція/ретрансляція теле/радіопрограм, тех. обслуговування/експлуатація обладнання в мережах мовлення, радіозв'язок	2158,7	2430,8	2768,7	3045,0	3322,7	3357,9	3440	7512,0	7800,2	8168,0
Інтернет-послуги	5348,9	6190,4	9101,8	10817,9	12273,0	13727,0	12240	15807,0	17020,3	18241,0

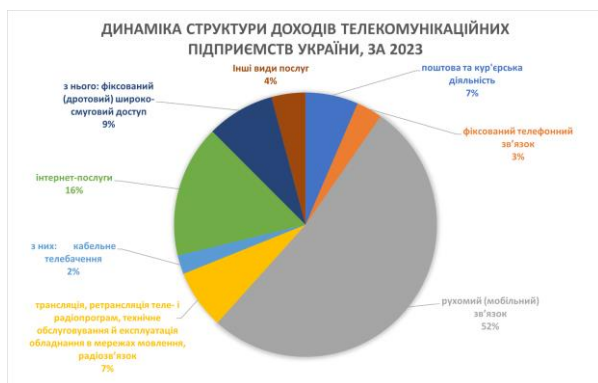


Рис. 2, 2а. Динаміка доходів та структури доходів
ТК-підприємств України (розраховано на основі [1])

Примітка. Частка (%) = (Дохід за категорією/Загальний дохід) * 100

Дуже показовою з соціально-економічної точки зору є оцінка фінансово-економічного стану та фінансової безпеки в підприємствах зв'язку. В якості прикладу проаналізуємо ключові показники ефективності ПрАТ «Київстар» як одного з телекомунікаційних підприємств, що входять до сімки великих телекомунікаційних підприємств України.

ПрАТ «Київстар» перебуває у складі VimpelComLtd, але надає послуги під власним, суто українським брендом, що позитивно впливає на імідж підприємства в українському суспільстві.

Можемо визначити декілька ключових фаз життєвого циклу ПрАТ «Київстар». 1994-1997 роки — заснування та становлення.

Компанія була заснована у 1994 році під назвою «Bridge», яку згодом змінили на «Київстар». 9 грудня 1997 року в мережі «Київстар» пролунав перший дзвінок, що ознаменувало початок надання послуг мобільного зв'язку в Україні. 1998-2009 роки — розвиток та зростання. У цей період компанія активно впроваджувала нові послуги та технології: першою в Україні почала надавати послуги SMS та високошвидкісної передачі даних GPRS; запровадила доступ до мобільного Інтернету за технологією WAP та безкоштовні вхідні дзвінки всередині мережі; продемонструвала технологію передачі даних EDGE. Ці кроки сприяли швидкому зростанню абонентської бази та зміцненню позицій на ринку. 2010-2017 роки — консолідація та розширення послуг: 2010 р. розпочався процес інтеграції з операторами «Beeline-Україна» та «Golden Telecom», що дозволило «Київстар» стати мультисервісним оператором. У 2015 р. компанія отримала ліцензію на надання послуг 3G та розпочала їх впровадження; у 2017 р. було оголошено про готовність мережевого обладнання до надання послуг 4G. 2018–2024 роки — трансформація та інновації, активне впровадження нових технологій та послуг. 2018 рік: запуск послуг 4G у діапазонах 2600 МГц та 1800 МГц. 2019 рік: спільно з Microsoft запущено хмарне рішення Azure Stack. 2020 рік: розпочато співпрацю з Міністерством цифрової трансформації України у сфері цифрової грамотності. 2023 рік: компанія продовжує розширювати спектр послуг та впроваджувати інноваційні рішення для бізнесу та приватних клієнтів.

Щодо негативних тенденцій ПрАТ «Київстар», то вони не відрізняються від проблем інших підприємств мобільного зв'язку, а саме: це — висока конкуренція, непривабливі умови для залучення інвестицій, пов'язані з ситуацією в країні.

Динаміка основних показників діяльності підприємства за 2014–2024 pp.

Таблиця 6

Показники	Роки										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Кількість користу- вачів, абонентів, млн осіб	26	25.3	26.1	26.5	26.6	26.3	27	24.4	24.8	23,9	24,1
Чистий дохід, млрд грн	12.5	13.2	14.9	17.1	19.1	22,2	25,0	28.3	31.7	31,9	16,3
Чистий прибуток, млрд грн	2.1	2.4	3.0	3.5	11.3	11.3	4.8	5.5	10.5	10,5	3.6

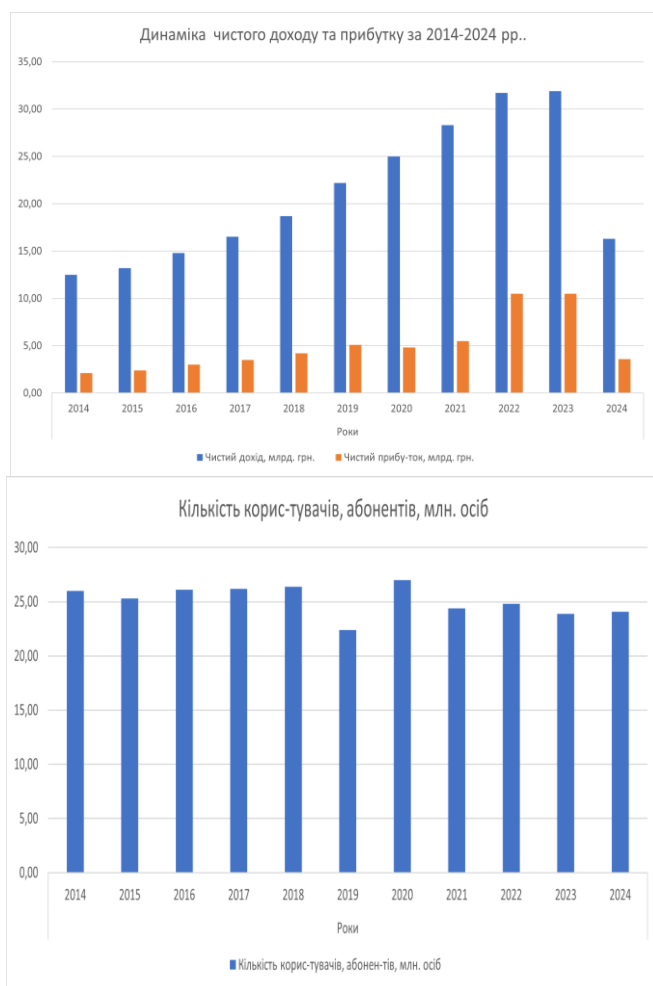


Рис. 3. Динаміка основних показників діяльності підприємства за 2014–2024 рр.

Потрібно відзначити, що ПрАТ «Київстар» всі останні роки є майже монополістом серед операторів мобільного зв'язку України і має найвищі чисті доходи від реалізації послуг, найбільше покриття мережею, широкі можливості для подальшого розвитку своєї діяльності, тому що має у своїй власності обладнання, яке підтримує новітні стандарти зв'язку. Ефективність діяльності підприємства знаходиться на достатньому рівні та сприяє підви-

щенню рентабельності та розвитку сильної корпоративної культури і управління.

Предметом корпоративної культури ПрАТ «Київстар» є сукупність цінностей, норм, правил поведінки та взаємовідносин, які визначають внутрішній клімат компанії та формують її корпоративну ідентичність та безпеку. Корпоративна культура ПрАТ «Київстар» базується на таких ключових принципах: орієнтація на задоволення потреб клієнтів і підвищення якості обслуговування; відкритість до змін та інвестування в нові технології, що дозволяє займати лідерські позиції на телекомунікаційному ринку; командна робота та створення дружнього середовища для кожного члена команди; соціальна відповідальність та підтримка екологічних ініціатив; прагнення до сталого розвитку та інвестування в навчання співробітників для їх професійного зростання й самореалізації (рис. 4).

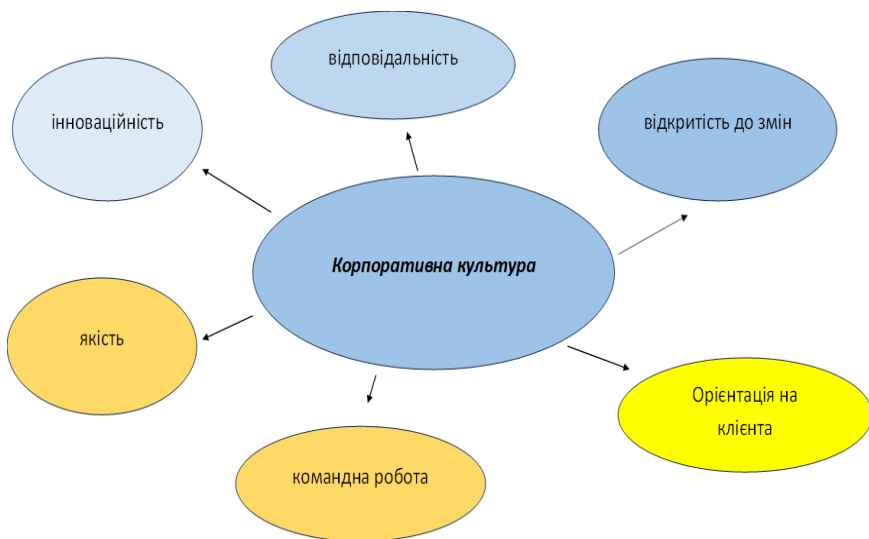


Рис. 4. Головні принципи корпоративної культури ПрАТ «Київстар»

Для оцінки рівня розвитку корпоративної культури підприємства аналізують основні її показники (табл. 7, рис. 5). Вагу показників визначають методом експертних оцінок із залученням керівництва підприємства та експертів галузі. Питома вага показників для оцінки рівня розвитку корпоративної культури базується на їх значущості для стратегічного розвитку підприємства.

Показники рівня розвитку корпоративної культури підприємства

Таблиця 7

Показник	Оцінка (5-бал. шкала)	Питома вага, %	Коефіцієнт	Коментарі
Орієнтація на клієнта	4,5	20 %	0,20	Високий рівень відповідальності персоналу.
Якість виконання роботи	4.	15 %	0,15	Компанія активно працює над покращенням сервісу.
Інноваційність	3.5	15 %	0,15	Компанія впроваджує нові технології.
Стиль керівництва	4	10 %	0,10	Керівництво заохочує ініціативи.
Задоволеність роботою	3.8	15 %	0,15	Співробітники задоволені роботою, але є потенціал для підвищення мотивації.
Імідж підприємства	4	15 %	0,15	Компанія має позитивний імідж, але є потенціал для посилення бренду.

Одним із ключових показників є орієнтація на клієнта (20 %). Висока якість виконання роботи (15 %) важлива для підтримки позитивного іміджу та задоволення клієнтів. Інноваційність (15 %) є вирішальним фактором конкурентоспроможності у галузі телекомунікацій. Мотивація та задоволеність персоналу роботою (15 %) прямо впливають на продуктивність праці та загальну атмосферу в компанії. Імідж підприємства та його прийняття на ринку (15 %) має значний вплив на репутацію та привабливість для клієнтів. Стиль керівництва (10 %) впливає на внутрішнє середовище компанії. Цей розподіл — вагомий вибір підприємства в досягненні своїх стратегічних цілей, розвитку корпоративної культури та безпеки.

Оцінка рівня розвитку корпоративної культури дозволяє визначити дійсний стан провідного типу корпоративної культури підприємства, виявити сильні і слабкі її сторони, з'ясувати рівень корпоративної безпеки та можливості реагування на соціально-економічні зміни й сучасні виклики дійсності.



Рис. 5. Графічна декомпозиція рівня розвитку корпоративної культури ПрАТ «Київстар»

Сильними сторонами корпоративної культури ПрАТ «Київстар» є високий рівень задоволеності клієнтів, інноваційний підхід до розробки нових послуг, сильний бренд. Слабкими сторонами, за певних умов, можуть виявитись недостатній розвиток внутрішньої комунікації та розрив між декларованими цінностями і практикою. У якості головних можливостей доцільно виділити розширення 5G та цифрових послуг, участь у національних програмах, а також побудову комплексної системи корпоративної культури й безпеки для підтримки життєздатності в умовах економічної нестабільності та військового стану в країні, високої конкуренції на ринку, зростання інформаційних і підприємницьких ризиків, посилення загроз і злочинності у сфері економічної безпеки.

Оцінка інформаційних і підприємницьких ризиків та аналіз загроз і злочинності є важливими чинниками для побудови комплексної системи корпоративної культури, безпеки та захисту інформації, в тому числі економічної інформації. Основними загрозами можуть бути: витік даних клієнтів, несанкціонований доступ до системи, крадіжка конфіденційної інформації, конкурентна розвідка та шпигунство, рейдерство, кібератаки тощо. Корпоративна система безпеки повинна включати правові, організаційні, технічні заходи. Ефективність комплексної корпоративної системи безпеки є важливим фактором розвитку сильної корпоративної культури та життєздатної структури функціонування ТК-підприємств. Для підтримки ефективності необхідно постійно оновлювати технології та політики безпеки.

Висновки. Таким чином, аналіз корпоративної культури здійснено в контексті діяльності ТК-підприємств України на засадах цифрової економіки, інформаційної та економічної безпеки. Проведений аналіз дозволив зробити висновки щодо діяльності ТК-підприємств і тенденцій розвитку ТК-галузі, які зумовлені: цифровою трансформацією економіки й суспільства; глобальними технологічними трендами; цільовими ринками, що охоплюють всі сегменти споживачів і географічні регіони України; зростанням попиту на якісні мобільні й цифрові послуги в умовах стрімкого розвитку технологій. Динаміка розвитку ІКТ в Україні останнім часом має певні позитивні тенденції. Країна займає середнє місце за ключовими рейтингами (такими як ІСТ і т. ін.) з незначним щорічним коливанням; проте, наявне деяке відставання від країн-сусідів, внаслідок складної зовнішньополітичної та соціально-економічної ситуації.

Теоретико-методичні засади аналізу та безпеки корпоративної культури розглянуто на прикладі ПрАТ «Київстар» як одного з найбільших операторів, що має широку клієнтську базу та входить до сімки великих телекомунікаційних підприємств України. Економіко-статистичний аналіз дозволив здійснити оцінку фінансово-економічного стану та фінансової безпеки підприємства. Фінансові показники, рівень рентабельності, продуктивність праці демонструють тенденцію до зростання, досягнувши піку в попередні роки, що свідчить про високу ефективність діяльності підприємства. Проте, потрібне відзначити деяке падіння показників останнім часом, що потребує додаткового аналізу причин.

Запропонований методичний підхід до діагностики корпоративної культури дозволив визначити характерні риси, типологію і роль корпоративної культури в системі корпоративних відносин та безпеки; виявити сутнісні ознаки управління діяльністю підприємств на основі вдало сформованої корпоративної культури; передбачити перспективи розвитку корпоративної культури та безпеки ТК-підприємств в контексті цифровізації сучасної економіки.

Бібліографічні посилання:

1. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. — URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Measuring the Information Society Report 2014/2015/2016/2017 International Telecommunication Union (ITU): [вебсайт]. URL: https://www.itu.int/en/ITUUD/Statistics/Documents/publications/misr2014/2015/2016/2017/MIS2014/2015/2016/2017_w4.pdf.

3. Measuring the Information Society Report 2018. International Telecommunication Union (ITU): [вебсайт]. URL: <https://www.itu.int/en/ITUUD/Statistics/Documents/publications/misr2018/MISR2018-Vol-2-E.pdf>.

4. Global Cybersecurity Index 2020. URL: <https://www.itu.int/epublications/publication/D-STR-GCI.01-2021- HTM-E>.

5. National Cyber Security Index — NCSI. URL: <https://ncsi.ega.ee/ncsi-index/>.

6. Патряк О.Т. Розвиток телекомунікаційного простору України в контексті формування інноваційного суспільства. Вісник Харківської державної академії культури. 2018. Випуск 53. С. 129–138

7. Державний класифікатор видів економічної діяльності, 2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>.

Статтю подано до редакції: 18.11.2024