

УДК (655.41:658.152:338.45)

**Гавриш О.А.**

*д.т.н., професор*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

**Гриценко В.В.**

*асистент*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

**Григорова З.В.**

*канд. екон. наук, доцент*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **ОСНОВНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*В статті розглянуті основні фактори, які впливають на параметри оцінки конкурентоспроможності поліграфічних підприємств, а також проаналізовані фактори конкурентоспроможності поліграфічного підприємства з позиції виробника та замовника та змодельовано алгоритм оцінки конкурентоспроможності поліграфічного підприємства.*

*In article considered main factors, which influence upon parameters of the estimation to competitiveness polygraphic enterprise, as well as is analysed factors to competitiveness of the polygraphic enterprise from position of the producer and the customer and is built algorithm of the estimation to competitiveness of the polygraphic enterprise.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність поліграфічних підприємств, конкурентні позиції, зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності, мезорівневі фактори, макрорівневі фактори, мікрорівневі фактори.

**Вступ.** Для визначення конкурентних позицій підприємства на ринку необхідно з'ясування факторів, що впливають на можливості виграшу в конкурентній боротьбі. Аналіз факторів допомагає виявити сильні й слабкі сторони в діяльності й у роботі конкурентів, розробити міри й засоби, за рахунок яких фірма могла б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити стійкий розвиток.

Забезпечення конкурентоспроможності поліграфічного підприємства виражається у виявленні тих факторів, які є ключовими при виборі видавництвом поліграфічної бази, і створенні конкурентних переваг, які будуть мати вирішальне значення для вибору.

**Постановка завдання.** Метою даного дослідження було виконати доскональний аналіз факторів впливу на параметри конкурентоспроможності підприємств поліграфічної галузі з урахуванням позиції замовника та позиції виробника.

**Методологія.** Питанню щодо факторів впливу на конкурентоспроможність поліграфічних підприємств присвячено багато досліджень науковців, найсуттєвішими серед яких є праці Швайки Л.А., Довгань Л.Є., Нікольської Е.В., Богомолової В.А., Кондрашової В.К. [1-6] та інших. Саме праці вітчизняних та зарубіжних вчених є теоретичною та методологічною основою даного дослідження.

Об'єктами дослідження є фактори конкурентоспроможності. Предметом дослідження є фактори макrorівневі, мезорівневі та мікрорівневі, що суттєво впливають на виробничу діяльність поліграфічних підприємств.

**Результати та їх обговорення.** Існують різні точки зору на класифікацію факторів, що роблять вплив на конкурентоспроможність підприємства. Деякі автори всю сукупність факторів конкурентоспроможності пропонують розділити на зовнішні й внутрішні стосовно підприємства [1].

Під зовнішніми факторами визначаються міри державного економічного й адміністративного впливу на виробника, по-друге, основні характеристики галузевого ринку, тобто його тип, ємність, наявність і можливості конкурентів, забезпеченість, склад і структура трудових ресурсів.

До внутрішніх факторів, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств, відносять всі можливості самого підприємства, які створюють конкурентну перевагу на ринку перед конкурентами.

Інша класифікація заснована на градації факторів конкурентоспроможності залежно від рівня їхнього виникнення [7]:

- макrorівневі - відносять фактори, що визначають загальну політичну й соціальну ситуацію в країні, наявність платоспроможного попиту населення, інвестиційну, фінансову, кредитну політику в країні.

- мезорівневі, такі як наявність конкурентного середовища, що сприяє регулюванню цін і перешкоджає виникненню монопольних структур, кількість постачальників і наявність конкурентів, рівень цін на необхідну сировину й готову продукцію, місткість ринку, ступінь його насичення, частка імпорту продукції, розвиток суміжних і підтримуючих галузей.

- мікрорівневі, такі як організаційно-правова форма, внутрішня структура підприємства, якість і рівень менеджменту, техніко-економічний рівень виробництва, рівень кваліфікації персоналу, сертифікація виробництва, маркетингова активність підприємства, фінансово-економічний стан підприємства, асортименти, якість продукції, цінова політика підприємства.

Різноманіття учасників ринку поліграфічних робіт, складність їхніх взаємозв'язків визначає різнонаправлену дію багатьох факторів на конкурентну позицію підприємства (табл.).

Таблиця

Фактори, які впливають на конкурентоспроможність поліграфічних підприємств

Фактори конкурентоспроможності	Вплив на конкурентоспроможність підприємства
<b>1. Макрорівневі</b>	
Інвестиційна політика в державі	Інтенсивність відновлення техніки й технології сприяє підвищенню конкурентоспроможності поліграфічних підприємств на світовому рівні
Податкова політика в державі	Оподатковування впливає на політику поліграфічних підприємств. Підвищення податкового навантаження спричиняє збільшення ціни або при неможливості її збільшення - до зниження рентабельності й недостатності коштів для розвитку підприємства
Рівень розвитку НТП, технічний та технологічний рівень підприємства	Рівень розвитку технологій і технічний рівень підприємства сприяє досягненню високої якості продукції, досягненню відповідності пропозиції ринковому попиту
<b>2. Мезорівневі</b>	
Інтенсивність зросту поліграфічної індустрії	Швидкий ріст ринку полегшує проникнення на ринок інших виробників
Кількість учасників ринку	Визначає ступінь та інтенсивність конкуренції на ринку
Місткість ринку та його структура	Тенденції зміни місткості ринку друкованих видань і його структури визначають подальші напрямки розвитку підприємства в виборі цільових ринків, виборі пріоритетів у визначенні технічної й технологічної політики підприємства
Доля імпорту готової продукції, сировини та матеріалів	Імпорт сировини й матеріалів продукції загострює конкуренцію на ринку і в суміжних галузях. Питома вага вартості імпортованих матеріалів у собівартості продукції росте, а отже зливається рентабельність діяльності підприємств
Доля імпорту устаткування	Загострює конкуренцію в галузі машинобудування
Наявність суміжних та підтримуючих галузей	Відсутність якісних витратних матеріалів приводить до росту імпорту з-за кордону. Розвиток вітчизняного ринку поліграфічних матеріалів дозволить знизити витрати на витратні матеріали

	поліграфічних підприємств за рахунок більш низької ціни.
Ступінь галузевої інтеграції	Вихід окремого підприємця на державні структури малоймовірний, наявність корпоративної структури дозволяє відстоювати інтереси галузі в питаннях податкової, інвестиційної й митної політики
<b>3. Мікрорівневі</b>	
Організаційно-правова форма	Організаційно-правова форма впливає на інвестиційну привабливість підприємств і залучення інвестицій. У цей час, коли підприємства в державній власності займають значну частку ринку продукції, інвестиційна привабливість більшості державних підприємств низька і як слідство їх низький технічний рівень
Техніко-економічний рівень виробництва	Безпосередньо впливає на такі фактори конкурентоспроможності підприємств, як якість поліграфічного виконання, строки, асортименти виконуваних робіт
Фінансово-економічний стан підприємства	Визначає здатність підприємств у довгостроковій перспективі підтримувати конкурентні переваги за рахунок впровадження нової техніки й технології

Інвестиційна політика держави відносно підприємств державної форми власності визначає ступінь технічного розвитку підприємств галузі. Політика в області підготовки кадрів визначає рівень кваліфікації працівників поліграфічних підприємств.

Технологічні зміни, що ведуть до якісної зміни виробничого процесу, скороченню витрат виробництва, підвищенню якості виконуваних робіт впливають на підвищення конкурентоспроможності.

Нездатність підприємств до швидкої адаптації (старіння системи управління, моральне й фізичне спрацювання устаткування, зниження кваліфікації персоналу) є причинами втрати конкурентоспроможності.

Тому що конкурентоспроможність - категорія, що нерозривно пов'язана з функціонуванням підприємства на ринку, конкурентоспроможність варто розглядати у подвійному аспекті, тобто в процесі управління конкурентоспроможністю необхідно враховувати інтереси обох суб'єктів ринкових відносин (виробника та замовника), цільові орієнтири яких взаємозалежні (рис.1).



Рис.1. Фактори конкурентоспроможності поліграфічного підприємства з позиції виробника та замовника

Для замовника важливі параметри, що визначають цінність видавничої продукції, для поліграфічного підприємства - параметри, які можуть забезпечити найвищу цінність для замовника.

Розглянемо фактори конкурентоспроможності поліграфічного підприємства, які може враховувати замовник при виборі поліграфічної бази.

Ціна товару. Це базовий фактор, що визначає відповідність витрат на придбання й подання споживача про цінність. Ціна - головний показник цінності, що відбиває всі інші споживчі цінності поліграфічних робіт.

Строки виконання поліграфічних робіт. Цей фактор особливо важливий і залежить від часу, затрачуваного на здійснення технологічного процесу.

Оформлення. Такий фактор, як оформлення й дизайн, грає все більшу роль для організацій, оскільки визначає як зовнішню привабливість продукції, так і зручність при експлуатації.

Поліграфічне виконання і якість поліграфічних робіт. Цей фактор залежить від характеристик матеріалів і якості виконання.

З позиції виробника ціна поліграфічних робіт визначається витратами підприємства й нормою прибутку. На витрати буде впливати ефективність використання ресурсів підприємства, організація виробництва й т.п.

Якість виконуваних робіт визначається техніко-технологічним рівнем виробництва, кваліфікацією персоналу, ступенем стандартизації й уніфікації виробництва.

Строки виконання поліграфічних робіт залежать від застосовуваних

технологій, потужності й швидкості поліграфічного устаткування, організації виробничого процесу.

Ряд факторів, що відносяться до рівня сервісу виконуваних робіт і виникаючих у процесі взаємодії замовника й поліграфічного підприємств (виробника), включає забезпечення замовлення витратними матеріалами, надання приміщень під складування й зберігання готової продукції, індивідуальне супроводження замовлення.

Оцінка рівня конкурентоспроможності є необхідним елементом при аналізі ефективності обраної конкурентної стратегії та прийняття рішення про наступні кроки з підвищення конкурентоспроможності підприємства. Пропонуємо наступний алгоритм оцінки конкурентоспроможності поліграфічного підприємства (рис.2).

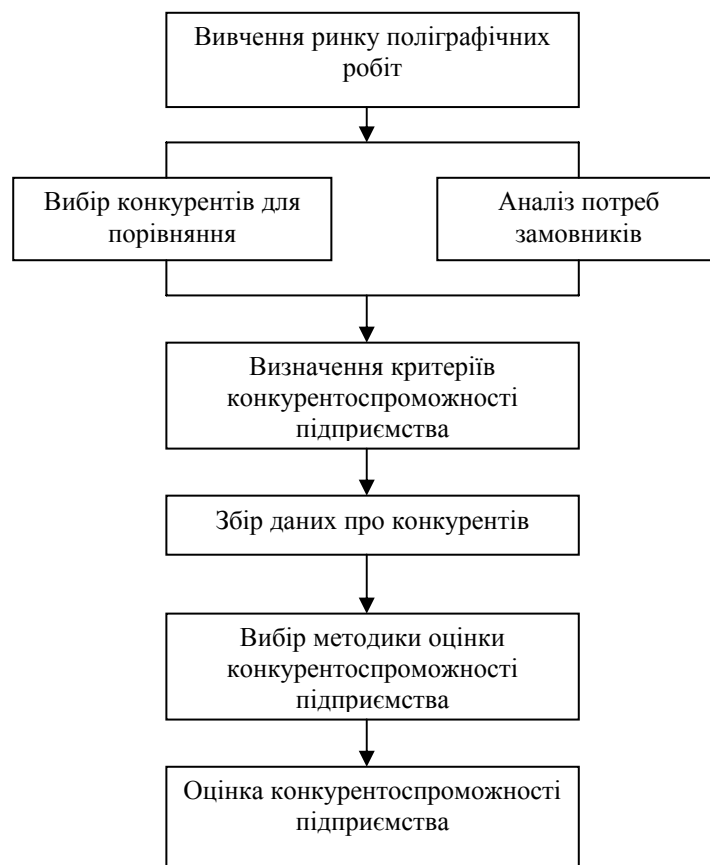


Рис.2. Алгоритм оцінки конкурентоспроможності поліграфічного підприємства

Ми вважаємо, що в основу оцінки конкурентоспроможності необхідно вибрати конкурентні напрямки, що характеризують:

- можливості виготовлення якісної продукції;

- оперативність виконання замовлення;
- економічні фактори.

### **Висновки:**

1. На основі вивчення й узагальнення основних підходів до вивчення категорії «конкурентоспроможність» визначені основні фактори конкурентоспроможності підприємства.

2. Виявлено основні характеристики, притаманні категорії «конкурентоспроможність»:

а) конкурентоспроможність будь-яких економічних об'єктів проявляється в умовах конкуренції;

б) конкурентоспроможність об'єкта розглядається як наявність у нього якихось властивостей, що дають перевагу в конкурентній боротьбі;

в) конкурентоспроможності властивий відносний характер, тому що вона може розглядатися тільки щодо конкретного аналога на ринку;

г) зміст конкурентоспроможності організації представляється в декількох аспектах: конкурентоспроможність підприємства проявляється або через властивості продукції (робіт, послуг), або через сукупність ресурсів і потенціалу підприємства щодо конкуруючих фірм, або через здатність керувати взаємозалежними видами діяльності;

д) конкурентоспроможність підприємства заснована на завоюванні конкурентної переваги на ринку шляхом створення цінності для покупця.

3. Сформульовано поняття конкурентоспроможності стосовно до поліграфічних підприємств, як сукупність властивостей поліграфічного підприємства, що забезпечують виконання поліграфічних робіт, що якнайкраще задовольняють встановленим замовником для поліграфічного виконання продукції.

4. Для цілей управління конкурентоспроможністю обґрунтовані аспекти, у рамках яких розробляються показники конкурентоспроможності, що дозволяють найбільше повно відобразити мету, сформульовану в конкурентній стратегії: товарно-ринковий; клієнтський; технічний; технологічний; аспект внутрішніх виробничих процесів; фінансово-інвестиційний; кадровий; інформаційний.

5. Запропоновано схему основних факторів конкурентоспроможності поліграфічного підприємства з позиції виробника та споживача.

Наукова новизна дослідження полягає у наступному: змодельовано алгоритм оцінки конкурентоспроможності поліграфічного підприємства та запропоновані основні фактори конкурентоспроможності поліграфічного підприємства з позиції виробника та замовника.

Питання конкуренції та конкурентоспроможності на сьогодні є достатньо актуальними і багато авторів в своїх творах торкаються цієї теми.

Незважаючи на це, на сьогодні не існує єдиного повного визначення згаданих понять, як і не існує єдиної загальноприйнятої методики визначення конкурентоспроможності підприємства.

Тому, для проведення повноцінного аналізу свого положення на ринку та рівня конкурентоспроможності важливо виділити основні напрями, за якими буде здійснюватись аналіз, методологічний апарат, який повинен чітко визначити показники, за якими буде проведений аналіз. І вже отримані результати повинні лягти в основу розробки конкурентної стратегії. Тому дослідження потрібно проводити з врахуванням всіх особливостей ринку, адже помилка, зроблена на самому початку може звести нанівець не тільки весь аналіз, але й поставити під загрозу існування підприємства в майбутньому.

У подальшому доцільним є дослідження сукупної дії ринково-виробничих факторів на параметри конкурентоспроможності поліграфічних підприємств на базі утворення математичної моделі.

### **Література:**

1. Швайка Л.А. Фактори якості та конкурентоспроможності продукції поліграфічних підприємств [Текст] / Л.А.Швайка // Наукові записки / УАД. – 2000. – №. 2. – С. 114-116.
2. Довгань, Л.Є. Конкурентоспроможність підприємств [Текст] / Л.Є. Довгань. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. – 144 с. – ISBN 966-622-160-8.
3. Никольская, Э.В. Анализ хозяйственной деятельности полиграфических предприятий [Текст] / Э.В. Никольская, Е.М. Мерзликина, Г.Д. Прилепская. – М.: Книга, 1990. – 319 с.
4. Должанський, І.З. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник [Текст] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с. – ISBN 966-364-181-9.
5. Богомолова, В.А. Оценка конкурентоспособности полиграфических предприятий [Текст] / В.А. Богомолова, Э.В. Никольская, О.Г. Исаева // Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2002. - № 4. С. 12-18.
6. Кондрашова, В.К. Экономика полиграфического предприятия: Учебник для вузов [Текст] / В.К. Кондрашова, О.Г. Исаева. – М.: Изд-во МГУП, 2000. – 320 с.: ил.
7. Кравченко, О.В. Проблемы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия [Текст] / О.В. Кравченко, Е.В. Максимова. – Саратов: Издательство Поволжского межрегионального учебного центра, 2003. – 48 с.



