

Важливими способами зниження ризику є здобуття додаткової інформації, створення резервних фондів, запасів на покриття ймовірних витрат, пошук комерційних партнерів з достатніми фінансовими ресурсами, з позитивним іміджем на ринку і тими, що мають інформацію про стан ринку.

Комерсанти орієнтуються на те, що в комерційних операціях з допустимим рівнем ризику граничне значеннями рівня ризиків в окремих комерційних операціях становить 0,1 (запланована комерційна операція може бути відхилена, якщо втрата прибутку відбувається в одному випадку з десяти); з критичним рівнем ризику – 0,01 (втрата всього прибутку відбувається в одному випадку зі ста); з катастрофічним рівнем ризику – 0,001.

Підприємства адаптують загальні процедури та методи відповідно до спеціалізації і самостійно визначають засоби зниження загрози збитків (втрат) та обирають найефективнішу послідовність дій, що забезпечать конкретний ступінь ризику.

Література:

1. Апопій В. В. Комерційна діяльність: підручник / В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, Я. А. Гончарук та ін. ; за ред. В. В. Апопія. – К.: Знання, 2008. – 800 с.

2. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко. – К.: КНЕУ, 2000. – 292 с.

Мирко Г.
Студент гр. СЕ-51м, ВПІ НТУУ «КПІ»
Науковий керівник: к. і. н., доц. Сошинська Я. Є.

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

З огляду на те, що Україна переживає чергову та ймовірно найскладнішу за часів свого існування кризу, поліграфічні підприємства стикаються з низкою

труднощів і проблем стосовно успішної та продуктивної комерційної діяльності. Однією з найголовніших проблем для українських поліграфічних підприємств є здатність залишатися конкурентоспроможними за умов кризи для того, щоб отримувати прибуток, який життєво необхідний для успішного функціонування та розвитку. Тому доцільно дослідити це поняття шляхом аналізу його визначення та низки факторів, що впливають на конкурентоспроможність у сучасних умовах.

Насамперед потрібно проаналізувати поняття «конкурентоспроможність» та визначити її характеристики. Отже, конкурентоспроможність – це така властивість об'єкта, котра характеризує ступінь задоволення конкретної потреби споживача у порівнянні з аналогічними об'єктами, існуючими на даному ринку. Іншими словами, конкурентоспроможність – це здатність підприємства задовольняти потреби споживача або замовника в певний проміжок часу та за допомогою певного продукту краще, ніж його конкуренти.

Для українських поліграфічних підприємств на даному етапі дуже важливо зберегти цю здатність або навіть наростити перевагу. Тому слід визначити показники, які характеризують конкурентоспроможність, а також вказати саме ті, які найбільш пріоритетні за даних умов. До основних характеристик конкурентоспроможності підприємства відносимо:

- економічний потенціал, тобто активи підприємства, основний капітал, обсяг продажів та інші;
- виробничий і збутовий потенціал, тобто виробничі потужності, наявність сировинної бази, центрів технічного обслуговування, рівень автоматизації і технології виробництва та інші;
- науково-дослідний потенціал, який включає в себе організацію наукових досліджень, щорічні витрати на НДДКР (науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи) в абсолютному виразі і до загального обсягу продажу, число зайнятих працівників у НДДКР і у відсотках до числа зайнятих на підприємстві, напрям наукових досліджень підприємства, галузь

патентування, оцінку можливості досягнення підприємством монопольного становища у якій-небудь галузі техніки і таке інше;

- репутацію підприємства та дотримання договірних зобов'язань. Цей показник контролюється виключно менеджментом підприємства і є дуже важливим, оскільки не потребує матеріального підкріплення. Щоб здобути гарну репутацію, потрібно немало часу, а щоб втратити – достатньо однієї неякісної угоди;

- фінансове становище, тобто платоспроможність, кредитоспроможність, структура капіталу підприємства;

- організаційну структуру. Цей показник є також важливим, оскільки неправильна структура здатна завдати підприємству значних збитків, в той час як правильна може компенсувати нестачу ресурсів, часу та інших необхідних складових діяльності;

- менеджмент організації, склад і професійний рівень її керівних працівників, ринкову стратегію, інноваційність та інші.

Очевидно, що даний набір факторів є необхідним для перспективного розвитку та високої конкурентоздатності поліграфічного підприємства. Адже правильне та ефективне використання ресурсів, впровадження нових методів та підходів поряд із вірною стратегією і стратегічним мисленням керівників є запорукою успіху щодо збереження існуючої та навіть отримання нової частки ринку.

На нашу думку, показниками конкурентоспроможності, на які слід звернути найбільшу увагу в умовах нинішньої кризи в Україні, є репутація підприємства та дотримання договірних зобов'язань, фінансове становище, менеджмент підприємства, склад і професійний рівень його керівних працівників, ринкова стратегія та інноваційність. Адже репутація може врятувати підприємство у випадку, якщо воно не встигло пристосуватись до змін на ринку, а конкурент у цей час має перевагу. Споживач може зробити вибір на користь підприємства завдяки його сильній репутації. Фінансове становище підприємства є також важливим показником, тому що під час кризи

платоспроможність, кредитоспроможність та структура капіталу підприємства знаходяться в небезпечному становищі і потребують серйозної уваги та контролю. Значною мірою це зумовлено різкою зміною цін на ресурси, устаткування та частково на оплату праці. Менеджмент підприємства, склад і професійний рівень його керівних працівників, ринкова стратегія та інноваційність є найважливішими показниками, тому що впливають на здатність підприємства ефективно використовувати ресурси, витримувати негативні впливи зовнішніх та внутрішніх факторів, а також ефективніше функціонувати в умовах кризи. Більш того, стратегічне управління дає змогу передбачити труднощі та бути готовими до певних кризових умов.

Література:

1. Беляєва С. В. Методика визначення конкурентоспроможності підприємства (практичний аспект) / С. В. Беляєва, Т. Л. Зубко // Інноваційна економіка. – 2013. – № 7. – С. 72-78.

2. Гавриш О. А. та ін. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність поліграфічних підприємств / Гавриш О. А., Гриценко В. В., Григорова З. В. // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2008. – № 5. – С. 129-134.

3. Давидюк І. Л. Конкурентоспроможність поліграфічного підприємства / І. Л. Давидюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.6. – С. 184-191.

Троцька М. С.

Студентка гр. СЕ-41м, ВПІ НТУУ «КПІ»

Науковий керівник: д. пол. н., проф. Ганжуров Ю. С.

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ
ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Кризовий стан видавничої справи в Україні визначає конкретні вимоги до управління конкурентоспроможністю видавничо-поліграфічних підприємств: