

УДК 655.428.2+339.137.2

Л. А. Швайка

МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИДАВНИЧИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Пропонуються методика рейтингової оцінки рівня конкурентоспроможності підприємницьких структур та результати її випробувань в умовах групи державних видавництв України.

A technique of an estimation of the competitiveness of the enterprise structures and adaptation of it in the conditions of the Ukrainian national publishing houses are offered.

Посилення конкуренції та активізація підприємницької діяльності у видавничо-поліграфічній галузі зумовлює потребу у вимірюванні та оцінці рівня конкурентоспроможності кожної підприємницької структури. Конкурентоспроможність підприємницьких структур забезпечується великою кількістю чинників, основні з яких необхідно враховувати при формуванні методики оцінки її рівня.

Дослідження конкурентоспроможності підприємницьких структур не вийшли за межі термінологічних роз'яснень і визначення чинників, які формують поточні та стратегічні конкурентні переваги [2, 4, 5, 6]. У сучасній економічній літературі конкурентоспроможність підприємницьких структур тлумачиться неоднаково. Найпоширенішим є визначення, яке розглядає конкурентоспроможність підприємницьких структур як відносну характеристику, що відображає відмінність процесу розвитку даного виробництва від його конкурента за рівнем задоволення своїми товарами суспільних потреб та ефективністю виробничої діяльності [4, 8].

Практично відсутні методики числової оцінки рівня конкурентоспроможності підприємницьких структур. Існуючі методики рекомендують оцінювати конкурентоспроможність підприємств через конкурентоспроможність продукції, яку визначають як інтегральний показник сукупності її споживчих характеристик [3, 6]. Однак цю методику складно адаптувати до господарюючих суб'єктів видавничо-поліграфічної галузі, оскільки споживчі характеристики видавничої продукції носять абсолютно суб'єктивний характер.

Деякі автори рекомендують оцінювати параметри і чинники конкурентоспроможності підприємств на основі експертних оцінок з використанням методу рангів [1]. Згідно з цією методикою всі чинники конкурентоспроможності об'єднуються в декілька груп: показники операційного менеджменту, маркетингової та комерційної діяльності, організації виробничого процесу тощо. Кожний чинник оцінюється експертами, після чого визначаються результати та узагальнюючі показники конкурентоспроможності. Недоліком цієї методики є складність об'єктивної оцінки кожного чинника експертами, що звужує сферу її застосування на практиці.

Метою нашого дослідження є розроблення простої методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємницьких структур у видавничо-поліграфічній галузі, яка забезпечувала б достовірність результатів і давала можливість оцінити переваги за кожним основним чинником конкурентоспроможності.

Автор дослідження розглядає конкурентоспроможність як можливість ефективної господарської діяльності, здатність підприємницьких структур діяти в умовах ринкових відносин і отримувати прибуток, достатній для науково-технічного розвитку виробництва, стимулювання працівників та підтримки випуску продукції на високому якісному рівні.

Достовірна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємницьких структур базується на аналізі їх потенційних можливостей та здатності утримувати конкурентні позиції на ринку видавничої продукції впродовж тривалого часу. Рекомендується конкурентоспроможність видавничих підприємницьких структур визначати на основі шкали якісних і кількісних показників господарювання за системою параметрів:

- обсяг випуску продукції в обліково-видавничих аркушах і тисячах гривень;
- обсяг продажу продукції;
- чисельність персоналу;
- операційний прибуток;
- рівень операційних витрат на 1 грн. випуску продукції;
- активи – всього;
- активи в розрахунку на одного працівника;
- продуктивність праці;
- рентабельність продукції;
- рентабельність продажу;
- ринкова частка видавництва в загальному обсязі продажу групи видавництв.

Вимірювання та оцінку конкурентоспроможності доцільно проводити по групі однотипних видавництв. По кожному з них визначаються значення нижченаведених показників і встановлюється середній рівень кожного. При перевищенні середнього рівня показника на 10% нараховується додатковий бал, а при зниженні – один бал знімається. По кожному видавництву за будь-яким показником визначається сумарна кількість балів. Видавнича підприємницька структура, що набрала найбільше балів, оцінюється як найбільш конкурентоспроможна. Складається рейтингова таблиця конкурентоспроможності видавництв, в якій на першому місці розташовується видавництво з найбільшою кількістю балів.

Випробовування методики проводилося за скороченою системою показників (див. таблицю). Ці показники характеризують потенційні можливості кожного видавництва та результати діяльності, узагальнено визначають зв'язок видавництв із зовнішнім середовищем і стан внутрішнього (робочого) середовища.

Оцінювання рівня конкурентоспроможності проводилося з використанням офіційних статистичних даних і певних розрахунків. Позиція видавництва в

Матриця оцінки конкурентоспроможності видавничих підприємницьких структур

Видавництва	Показники конкурентоспроможності								Сума балів	Рейтингова позиція
	активи		обсяг продажу		чисельність персоналу		чистий прибуток			
	значення, тис.грн.	оцінка в балах	значення, тис.грн.	оцінка в балах	значення, осіб	оцінка в балах	значення, тис.грн.	оцінка в балах		
1. А	16,90	-9,1	454,9	-5,6	31	-3,3	28,1	-9,2	-27,2	VIII
2. Б	44,1	-7,6	2174,3	11,2	48	0,4	1065	21,5	25,5	II
3. В	101,7	-4,4	1871,2	7,3	69	5,0	526,4	5,6	-14,5	III
4. Г	538	+19,5	562,4	-4,5	44	-0,4	222,4	-3,4	11,2	IV
5. Д	51,4	-7,2	1092,1	0,7	44	-0,4	93,4	-7,2	-14,1	V
6. Ж	673,4	+26,8	584,1	-4,3	64	3,9	559,2	6,5	32,9	I
7. З	16,1	-9,1	905,7	-1,1	35	-2,4	192,4	-4,3	-16,9	VI
8. К	19,4	-8,9	532,1	-4,8	32	-2,8	16,0	-9,5	-26,0	VII
У середньому по групі видавництв	182,6	-	1022,1	-	46	-	337,9	-		

рейтингу свідчить про його ринкову привабливість і конкурентоспроможність у даній групі. Видавничі підприємницькі структури, що займають у рейтингу найвищі позиції, володіють необхідними виробничими ресурсами, які забезпечують їм значні обсяги виробництва й продажу продукції, а відповідно, і високі результати господарювання.

Усе вищесказане стосується видавництва Ж (найвища позиція в рейтингу), а також Б і В (відповідно друга і третя позиція). За критерієм ресурсозабезпечення найвищий рейтинг мають видавництва Ж, Г, В. За маркетинговим критерієм перші позиції посідають видавництва Б, В, Д, а за фінансовим – Б, Ж, В. Таким чином, ця інформація підтверджує тезу, що рівень конкурентоспроможності слід визначати не за одним окремо взятим критерієм, а лише за їх сукупністю.

Запропонована методика рейтингового оцінювання рівня конкурентоспроможності базується на визначенні конкурентних переваг за окремими критеріями та в цілому в порівнянні з середньостатистичним у даній групі видавництв.

Це досить проста і доступна методика рейтингового оцінювання рівня конкурентоспроможності видавничих підприємницьких структур, яка забезпечує комплексність та достовірність результату. Її можуть використовувати керівники видавництв, галузевих асоціацій, органи виконавчої та регіональної влади. З наведеного переліку показників конкурентоспроможності можна вибрати найбільш показові для певного періоду часу, доповнювати та змінювати в залежності від потреб оцінювання.

1. Глотова Г.І., Коробська І.В. Дослідження конкурентоздатності гуртових книготорговельних підприємств // Технологія і техніка друкарства. 2004. Вип. 4. С. 140 – 145.
2. Економічний словник-довідник / За ред. С.В. Мочерного. К., 2000.
3. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономический журнал. 1995. № 12. С. 49 – 53.
4. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. Н., 1997.
5. Игольников Г., Патрушева Е. Что понимать под конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью и экономичностью производства // Российский экономический журнал. 1995. № 11. С. 108 – 113.
6. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. М., 1997. С. 45.
7. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. К., 1998.
8. Скударь Г.М. Управления конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения. К., 1999.

УДК 65.330.338.655

Я. В. Котляревський

ПРОЕКТУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПОЛІГРАФІЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У статті розглянуто процес формування корпоративної структури поліграфічного підприємства, наведено можливі шляхи та методи оцінки її потенціалу, створено передумови подальшого аналітичного моделювання кількісних та якісних характеристик організаційних структур.