

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИДАВНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гавриш Ю.О., аспірант, juliagavrish@gmail.com
Кухарук А. Д., к.е.н., доц., annakukharuk@gmail.com
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Тривале спостереження за роботою вітчизняних та зарубіжних видавничо-поліграфічних підприємств дозволило виявити елементи їх діяльності, котрі є особливими та специфічними саме для підприємств цієї галузі промисловості, зокрема:

- видавничо-поліграфічна продукція виступає результатом інтелектуальної праці людини, похідною знань редактора, таланту та продуктивності роботи дизайнера;
- видавнича діяльність може виконуватись підприємством без власного поліграфічного обладнання, яке зазвичай є необхідним для виробництва друкованої (суто поліграфічної) продукції, що за змістом та функціями не є літературним виданням;
- у роботі видавничих компаній постійно збільшується частка товарів, що не мають нематеріальну форму та використовуються у цифровому форматі;
- критерієм якості видавничо-поліграфічної продукції є зовнішній вигляд, довговічність, змістовне наповнення, інформаційна та культурна цінність та ін.

Формування та утримання конкурентних переваг видавничо-поліграфічних підприємств відбувається під впливом численних екзогенних сприятливих або обмежуючих чинників. Проведений аналіз специфіки функціонування видавничо-поліграфічної галузі надає підстави стверджувати, що основними групами чинників, які можуть вважатись детермінантами конкурентоспроможності підприємств галузі є такі: макроекономічні, фінансові, інформаційні та техніко-технологічні.

У ході дослідження, результати якого опубліковано у [4] виявлено, що одним із чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств є рівень макроекономічної нестабільності. Факторами найбільшого впливу, котрі стримують розвиток бізнесу в Україні у 2017-2018 рр., на думку експертів Світового економічного форуму, є інфляція, корупція та політична нестабільність [5, с. 296].

Аналізуючи звітні матеріали Державної служби статистики України, зокрема, результати опитування підприємств щодо їх ділових очікувань [3], можна зробити наступні висновки:

- 1) суб'єкти господарювання прогнозують підвищення ринкових цін на товари та послуги;
- 2) очікується зменшення кількості працівників на підприємствах сфери послуг та посилення залежності операційної діяльності від фактора нестачі робочої сили;
- 3) прогнозується зниження попиту на послуги в середньому на 1 %;
- 4) за результатами самооцінювання більшість (60 %) опитаних підприємств очікує, що їх конкурентна позиція на внутрішньому та зовнішніх ринках не зміниться; меншість респондентів передбачає посилення конкурентної позиції (на внутрішньому ринку – 8 % відповідей; на ринку ЄС – 1 % відповідей).
- 5) в цілому, підприємці мають оптимістичні очікування на найближчі 12 місяців щодо фінансового стану та нарощення інвестицій.

Також, згідно даних аналітичного звіту “Doing Business 2019” [1, с. 5], в Україні покращилися умови ведення бізнесу: серед 190 країн світу за показником легкості ведення бізнесу, поступаючись Киргизькій Республіці та випереджаючи Грецію, Україна посіла 71 позицію, що на 5 позицій вище, порівняно із попереднім періодом [2, с. 4].

Разом з тим, задля оцінювання макроекономічної ситуації в Україні доцільно проаналізувати динаміку основних макроекономічних показників [6; 7]. Так, розрахункові показники-стимулятори, такі як валовий внутрішній продукт на душу населення та середня заробітна плата одного працівника, характеризуються помірним зростанням. Значення показників-дестимуляторів (індекс інфляції, рівень безробіття) або підвищуються протягом досліджуваного періоду, або суттєво не змінюються. Так, наприклад, індекс інфляції у період з 2010 р. по 2018 р. збільшився майже втричі (зі 149,9 % до 391,2 %), що свідчить про загальне зростання рівня споживчих цін та поступове знецінення національної валюти.

Діяльність видавничо-поліграфічних підприємств здебільшого орієнтована на B2B сегмент. Тому необхідною умовою формування та реалізації конкурентних переваг типографій та видавництв є не лише загальна макроекономічна стабільність країни, але й економічне становище підприємств інших видів діяльності (різних галузей промисловості, а також сфери послуг). Це твердження пояснюється тим, що створення та утримання конкурентних переваг відбувається більш ефективно тоді, коли на підприємстві забезпечено необхідний мінімум – налагоджено механізм безперебійного виконання поточних операційних задач. При цьому надійність постачальників та замовників, їх фінансова стійкість та готовність швидко ліквідувати заборгованість по виставлених рахунках-фактурах є основним чинником формування грошової маси виконавця поліграфічних послуг.

Економічне становище підприємств України може бути характеризоване з використанням таких показників, як частка прибуткових підприємств, рентабельність операційної діяльності, обсяг реалізованої продукції та ін. Більшість підприємств України були прибутковими протягом 2010-2017 рр. Проте більш детальний аналіз статистичних даних [8] показав, що обсяг збитку неприбуткових компаній

може перевищувати отримані прибутки. Так, наприклад, у 2014 році, коли збитки значно (у 2,6 раза) перевищили отримані економічні вигоди, зведений фінансовий результат склав - 523587,0 млн грн. До 2016 року ця розбіжність поступово зменшилася, але фінансовий результат залишався від'ємним та складав у 2015 році -340126,6 млн грн., у 2016 році відповідно - 22201,50 млн грн. Починаючи з 2017 року в Україні зафіксовано додатний фінансовий результат на рівні 274831,6 млн грн. у 2017 році та 208238,1 млн грн. у 2018 році.

Протягом останніх 9 років, окрім 2014 р., операційна діяльність суб'єктів господарювання була рентабельною, а відповідний коефіцієнт коливався від 1,0 до 8,8 %. У 2014 році, після загострення економіко-політичного конфлікту, що розпочався у листопаді 2013 р., зафіксована збитковість бізнесу, а середній показник рентабельності склав -4,1 %. Окрім того, детальний аналіз даних [9] надає підстави стверджувати, що найбільших втрат 2014 року зазнали саме малі за розміром підприємства, збитковість яких сягнула 17,9 %. Натомість, великі компанії зберегли перевищення доходів над витратами навіть у кризовий рік, відновивши фінансові результати вже у 2015 році.

Аналізуючи обсяги реалізованої продукції в Україні за період 2010-2017 рр. [10], можна зробити висновки про значний внесок великих та середніх підприємств в національний товарний оборот. Так, у 2010 році зафіксовано рівні частки представників великого та середнього бізнесу в обсягах реалізованої продукції – 40,6 та 40,5 % відповідно, а малим компаніям належить лише 16,9 %. У 2017 році частки середніх та малих підприємств збільшилися та склали відповідно 42,8 % та 19,2%.

На основі отриманих результатів проведеного аналізу можна сформулювати наступні висновки:

- 1) починаючи з 2015 року відбувається поступове відновлення економічного становища підприємств України. Це є позитивним чинником формування та реалізації конкурентних переваг видавничо-поліграфічних підприємств, оскільки збільшуються можливості співпраці із клієнтами щодо забезпечення їх друкованою продукцією рекламного характеру.
- 2) привабливою цільовою групою для надання видавничо-поліграфічних послуг можуть стати малі прибуткові компанії, котрі прагнуть збільшити обсяг реалізованої продукції за рахунок інтенсифікації реклами.

Список використаних джерел:

1. Doing Business 2019. Training for Reform : report / International Bank for Reconstruction and Development. Washington DC, 2019. 311 p.
2. Doing Business 2018. Reforming to Create Jobs : report / International Bank for Reconstruction and Development. Washington DC, 2018. 312 p.
3. Очікування підприємств сфери послуг у IV кварталі 2018 року щодо перспектив розвитку їх ділової активності : статистичний звіт. Державна служба статистики України, 2018. Доступний з: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Дата звернення: 15.01.2019.
4. Kukharuk A., Gavrish Yu., Zmitrovych D. Managing the competitiveness in CIS countries and Ukraine: the goal and conditions. Eastern Journal of European Studies. 2017. Is 8(1). pp. 115-136.
5. Schwab K. et al. The Global Competitiveness Report 2017–2018. – Geneva : World Economic Forum, 2017. 381 p. Доступний з: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>.
6. Макроекономічні показники : статистична інформація. Національний банк України. Офіційний сайт Національного банку України, 2019. Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=23487024.
7. Индексы : Номинальный ВВП Украины с 2002 по 2018 г. // Мінфін: фінансовий портал. - URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>.
8. Фінансові результати підприємств до оподаткування за видами економічної діяльності : статистична інформація. Державна служба статистики України, 2018. Доступний з: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Дата звернення: 17.01.2019
9. Рентабельність операційної та усієї діяльності підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства (2010-2017) : статистична інформація Державна служба статистики України, 2018. Доступний з: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Дата звернення: 18.01.2019
10. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства (2010-2017) : статистична інформація Державна служба статистики України, 2018. Доступний з: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Дата звернення: 18.01.2019