

## АНОТАЦІЯ

**Гавриш Ю. О. Підвищення конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств в умовах ринкової невизначеності. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка». – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, 2020.

У вступі розкрито актуальність теми дослідження, сформульовано мету і завдання, визначено об'єкт і предмет дослідження, охарактеризовано його теоретичний та методичний базис, висвітлено наукову новизну отриманих результатів, їх практичну значимість; наведено дані про апробацію результатів дослідження та їх публікацію.

У *першому розділі* опрацьовано наукові джерела та визначено сутність конкурентоспроможності підприємств; узагальнено зміст підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкової невизначеності; окреслено завдання та принципи управління конкурентоспроможністю підприємств на засадах концепції конкурентних переваг. Зауважено, що конкуренція є багатограним процесом та з'ясовано економічні наслідки конкуренції, зокрема, встановлення рівноважної ціни, стимулювання науково-технічного прогресу, підвищення ефективності виробництва на підприємствах, мінливість ринку, інтенсифікацію підприємницької діяльності.

На основі аналізу наукових підходів до трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства», запропоновано авторське розуміння цієї властивості як здатності в умовах позитивного та негативного впливу зовнішніх факторів, у виробничій, економічній, організаційних сферах забезпечувати випуск та реалізацію конкурентоспроможної продукції,

використовуючи володіння конкурентними перевагами та маючи потенційні можливості для досягнення цих переваг в майбутньому при зміні ринкової кон'юнктури та запитів споживачів.

У розділі в контексті забезпечення конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств підкреслено значимість їх адаптивності до мінливих умов ринку. На основі опрацювання наукових джерел надано авторське визначення поняття «ринкова адаптивність», під яким розуміється здатність підприємства оперативно пристосовуватись до нестабільності ринку та появи цифрових товарів-замінників, створюючи конкурентні переваги та формуючи структуру собівартості продукції на засадах екологізації економіки.

Визначено, що оцінювання рівня конкурентоспроможності є комплексною розрахунково-аналітичною процедурою, що може проводитися на підприємствах з метою виконання наступних завдань: розробки ділових стратегій різного виду; складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту; вибору контрагентів для спільної діяльності; розробки заходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

У розділі узагальнено зміст методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств та надано їх порівняльну характеристику через визначення переваг та недоліків. Охарактеризовано продуктові, матричні, економіко-математичні методи оцінювання та пояснено доцільність комплексного підходу до оцінювання для забезпечення об'єктивності розрахунково-аналітичних результатів. Охарактеризовано фактори конкурентоспроможності підприємств, зокрема: конкурентоспроможність продукції, виробничо-технологічні, організаційні, маркетингові, кадрові, фінансово-економічні, бар'єри входу в галузь, державне регулювання.

У розділі охарактеризовано особливості видавничо-поліграфічної діяльності, представлено структурно-логічну схему учасників видавничого процесу та показано логіку формування конкурентних переваг таких підприємств. Автор пояснює взаємозв'язок поліграфічної та інших галузей промисловості, підкреслює значимість вартості паперу та його частку у

загальному обсязі матеріальних ресурсів для виготовлення видавничої продукції.

Автор виконує опис конкурентного середовища видавничо-поліграфічних підприємств та схему опосередкованого управління рівнем конкурентоспроможності підприємств на основі формування конкурентних переваг.

У другому розділі проаналізовано стан та тенденції розвитку ринку поліграфії України; розкрито зміст детермінантів підвищення конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств; виконано оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств за ситуаційним та компаративним підходами. Серед детермінантів конкурентоспроможності виділено та обґрунтовано макроекономічні, фінансові, інформаційні та техніко-технологічні. Доведено посилення впливу інформаційних чинників на здатність підприємств до створення довгострокових конкурентних переваг. Розроблено авторську блок-схему використання інформаційних ресурсів видавничо-поліграфічної діяльності, котра розкриває структуру ресурсів, суб'єктів їх застосування, тенденції розвитку та функціональне призначення.

Автором обґрунтовано критерій ефективності використання інформаційних ресурсів, а саме вірну постановку та досягнення інформаційних цілей. Визначено зміст поняття «інформаційна ціль» у контексті виконання видавничо-поліграфічним підприємством ролі генератора комерційної інформації. Автор зазначає, що діяльність видавничо-поліграфічних підприємств здебільшого орієнтована на B2B сегмент, що обумовлює важливість таких чинників формування та реалізації конкурентних переваг типографій та видавництв, як загальна макроекономічна стабільність країни та економічне становище підприємств інших видів діяльності (різних галузей промисловості, а також сфери послуг). При цьому надійність постачальників та замовників, їх фінансова стійкість та готовність швидко ліквідувати заборгованість по виставлених рахунках-фактурах розглядається

як основний чинник формування грошової маси виконавця поліграфічних послуг.

У розділі виконано рейтингування п'яти підприємств України за такими складовими конкурентоспроможності: виробнича, фінансова, інформаційна. Серед показників, що характеризують здатність підприємств конкурувати, виділено стан обладнання та рівень фондівіддачі, асортимент продукції та послуг, динаміка надходжень, динаміка рівня рентабельності, рівень фінансової незалежності та абсолютної ліквідності, ефективність використання залучених коштів, якість веб-сайту, присутність у соціальних мережах. Автор аналізує показники звітності підприємств, виконує кількісний та якісний аналіз обладнання, що ними використовується, порівнює підприємства за структурою витрат та тенденціями фінансового розвитку.

Особливою компонентою виконаного оцінювання визначено аналіз стану нематеріальної складової ресурсного забезпечення операційної діяльності підприємств, зокрема наявність та якість офіційних веб-сайтів і сторінок у соціальних мережах Facebook та Instagram. Проведення такого аналізу надало можливість визначити лідера за критерієм самопозиціонування з використанням інструментів мережі Інтернет. Виконання поставлених завдань другого розділу дозволило обґрунтувати конкурентні позиції підприємств вибірки у рейтингу за низкою критеріїв конкурентоспроможності.

У *третьому розділі* на основі використання результатів аналізу рівня конкурентоспроможності підприємств, що були представлені в попередньому розділі, автор надає рекомендації із забезпечення ринкової адаптивності підприємств за такими напрямками: функціональний, техніко-технологічний, фінансовий, інформаційний, інтелектуальний. Ґрунтуючись на особливостях формування конкурентних переваг та специфіці діяльності підприємств вибірки, запропоновано введення послуги комплексного корпоративного рекламного забезпечення, що передбачає повне супроводження замовника щодо розробки та реалізації рекламної кампанії, брендингу, конкурентної стратегії, а також розробки та/або удосконалення й підтримки веб-сайту.

Розроблено авторську схему зовнішнього мікросередовища видавничо-поліграфічного підприємства як інтегратора комплексних послуг, що візуалізує функціональне призначення суб'єктів середовища, вигоди від їх взаємодії та місце видавничо-поліграфічного підприємства як проєктного офісу з управління корпоративним рекламним забезпеченням.

У розділі обґрунтовано особливості формування ринкової адаптивності видавничо-поліграфічних підприємств у техніко-технологічному напрямі з урахуванням впливу процесів Четвертої промислової революції. Визначено наслідки Індустрії 4.0 для підприємств та національної економіки, що надало можливість виявити інструменти адаптації підприємств до технологічних змін релевантного ринку. Визначено, що основним джерелом технологічних конкурентних переваг поліграфічних підприємств є обладнання, що дозволяє виконувати гібридний друк для отримання особливих ефектів надрукованих зображень.

Розроблено модель підвищення конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств на основі багатофакторного регресійного аналізу показників їх діяльності, що враховує доцільність інтелектуалізації послуг.

Запропоновано коефіцієнт інформаційної активності підприємств, застосування якого в системі показників моделювання конкурентоспроможності надає можливість аналітичного забезпечення розробки рекомендацій з підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств вибірки в частині інтенсифікації використання інформаційних ресурсів.

Автор доводить доцільність впровадження інформаційних технологій задля організації виконання комплексних замовлень з корпоративного рекламного забезпечення. У роботі запропоновано процедуру розробки унікальної комерційної пропозиції з комплексного корпоративного рекламного забезпечення, яка передбачає інтелектуалізацію послуг на основі виконання роботи з аналізу ринку, аналізу комерційних пропозицій

конкурентів, а також іміджу замовника та інструментів конкурентної боротьби.

Запропоновано заходи з підвищення ринкової адаптивності видавничо-поліграфічних підприємств, котрі згруповано за складовими конкурентоспроможності. Серед специфічних заходів, доцільних для реалізації у нових ринкових умовах, є такі: впровадження програм для організації роботи проектних команд (Microsoft Teams, Trello, Slack та ін.); розвиток сторінок продукту або компанії у соціальних мережах Facebook та Instagram; визначення рівня технологічної готовності підприємства з урахуванням вимог ринку та концепції Індустрії 4.0.

Пояснено принципи оцінювання економічної ефективності комерційної співпраці видавничо-поліграфічних підприємств та на основі розрахунку економічних ефектів від реалізації процесів інформаційного й інтелектуального забезпечення конкурентоспроможності оцінено доцільність співпраці видавничо-поліграфічного підприємства із зовнішніми спеціалістами на противагу штатним працівникам.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, видавничо-поліграфічне підприємство, конкурентні переваги, невизначеність, ринкова адаптивність, модель конкурентоспроможності, інформаційні ресурси, рекламне забезпечення.

## ABSTRACT

***Gavrysh I. Increasing the competitiveness of publishing and printing companies in conditions of market uncertainty. - Qualifying scientific work, the manuscript.***

The thesis for the degree of Doctor of Philosophy in specialty 051 "Economics". - National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"; National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Kyiv, 2020.

In the *introduction* the relevance of the research topic is substantiated, the purpose and objectives were formulated, the object and subject of the study were determined, the scientific and methodological basis of the study was characterized, the scientific novelty and practical significance of the obtained results were highlighted, data about approbation of the research results and publications was given.

In the *first section* the scientific sources are processed and the essence of competitiveness of the enterprises is defined; the content of approaches to assessing the level of competitiveness of enterprises in conditions of market uncertainty is generalized; the tasks and principles of managing the competitiveness of enterprises on the basis of the concept of competitive advantage are outlined. It is noted that competition is a multifaceted process and the economic consequences of competition, in particular, the establishment of an equilibrium price, stimulating scientific and technological progress, improving production efficiency in enterprises, market variability, intensification of entrepreneurial activity.

Based on the analysis of scientific approaches to the interpretation of the concept of "competitiveness of the enterprise", the author's understanding of this property as the ability in the positive and negative influence of external factors, in production, economic, organizational spheres to ensure the production and sale of competitive products opportunities to achieve these benefits in the future when changing market conditions and consumer demand.

The section in the context of ensuring the competitiveness of publishing and printing companies emphasizes the importance of their adaptability to changing market conditions. Based on the elaboration of scientific sources, the author's definition of "market adaptability" is given, which means the company's ability to quickly adapt to market instability and the emergence of digital substitutes, creating competitive advantages and forming a cost structure based on greening the economy.

It is determined that the assessment of the level of competitiveness is a complex calculation and analytical procedure that can be carried out at enterprises in order to perform the following tasks: development of business strategies of

various kinds; drawing up a program for the company to enter new markets; selection of contractors for joint activities; development of measures to increase competitiveness.

The section summarizes the content of methods for assessing the competitiveness of enterprises and provides their comparative characteristics through the definition of advantages and disadvantages. The product, matrix, economic-mathematical methods of estimation are characterized and the expediency of the complex approach to estimation for maintenance of objectivity of settlement and analytical results is explained. Factors of enterprise competitiveness are characterized, in particular: product competitiveness, production-technological, organizational, marketing, personnel, financial-economic, barriers to entry into the industry, state regulation.

The section describes the features of publishing and printing activities, presents the structural and logical scheme of the participants in the publishing process and shows the logic of the formation of competitive advantages of such enterprises. The author explains the relationship between printing and other industries, emphasizes the importance of the cost of paper and its share in the total amount of material resources for the manufacture of publishing products.

The author describes the competitive environment of publishing and printing companies and the scheme of indirect management of the level of competitiveness of enterprises based on the formation of competitive advantages.

In the *second section* were analyzed the state and trends in the printing market of Ukraine; the content of determinants of increasing the competitiveness of publishing and printing enterprises is revealed; the level of competitiveness of enterprises was assessed according to situational and comparative approaches. Among the determinants of competitiveness, macroeconomic, financial, informational and technical-technological are singled out and substantiated. The strengthening of the influence of information factors on the ability of enterprises to create long-term competitive advantages is proved. An author's block diagram of the use of information resources of publishing and printing activities has been



developed, which reveals the structure of resources, subjects of their application, development trends and functional purpose.

The author substantiates the criterion of effective use of information resources, namely the correct formulation and achievement of information goals. The meaning of the concept of "information goal" in the context of the publishing and printing company's role as a generator of commercial information is determined. The author notes that the activities of publishing and printing companies are mostly focused on the B2B segment, which determines the importance of such factors in the formation and implementation of competitive advantages of printing houses and publishers as the general macroeconomic stability of the country and the economic situation of other industries (various industries and also service industry). At the same time, the reliability of suppliers and customers, their financial stability and willingness to quickly eliminate debts on invoices is considered as the main factor in the formation of the money supply of the provider of printing services.

The section ranks five enterprises of Ukraine according to the following components of competitiveness: production, financial, information. Among the indicators that characterize the ability of enterprises to compete, the state of equipment and level of return, range of products and services, dynamics of revenues, dynamics of profitability, level of financial independence and absolute liquidity, efficiency of borrowed funds, website quality, presence in social networks. The author analyzes the reporting indicators of enterprises, performs quantitative and qualitative analysis of the equipment used by them, compares enterprises by cost structure and trends in financial development.

A special component of the assessment is the analysis of the intangible component of resource provision of operating activities of enterprises, in particular the availability and quality of official websites and pages in social networks Facebook and Instagram. Conducting such an analysis made it possible to determine the leader by the criterion of self-positioning using the tools of the Internet. Fulfillment of the tasks of the second section allowed to substantiate the competitive

positions of the sample enterprises in the ranking according to a number of competitiveness criteria.

In the *third section*, based on the results of the analysis of the level of competitiveness of enterprises, which were presented in the previous section, the author provides recommendations for market adaptability of enterprises in the following areas: functional, technical, financial, information, intellectual. Based on the peculiarities of the formation of competitive advantages and the specifics of the sample enterprises, it is proposed to introduce a comprehensive corporate advertising service, which provides full customer support for the development and implementation of advertising campaigns, branding, competitive strategy, and development and / or improvement and maintenance of the website.

The author's scheme of the external microenvironment of the publishing and printing enterprise as an integrator of complex services is developed, which visualizes the functional purpose of the subjects of the environment, benefits from their interaction and the place of the publishing and printing enterprise as a project office for corporate advertising management.

The section substantiates the peculiarities of the formation of market adaptability of publishing and printing enterprises in the technical and technological direction, taking into account the impact of the processes of the Fourth Industrial Revolution. The implications of Industry 4.0 for enterprises and the national economy have been identified, which has made it possible to identify tools for adapting enterprises to technological changes in the relevant market. It is determined that the main source of technological competitive advantages of printing companies is the equipment that allows to perform hybrid printing to obtain special effects of printed images.

The model of increase of competitiveness of publishing and printing enterprises on the basis of the multifactor regression analysis of indicators of their activity that considers expediency of intellectualization of services is developed.

The coefficient of information activity of enterprises is offered, the application of which in the system of indicators of competitiveness modeling gives

the chance of analytical maintenance of development of recommendations on increase of level of competitiveness of the enterprises of sampling concerning intensification of use of information resources.

The author proves the expediency of the introduction of information technology to organize the implementation of complex orders for corporate advertising. The paper proposes a procedure for developing a unique commercial proposal for comprehensive corporate advertising, which provides for the intellectualization of services based on market analysis, analysis of commercial proposals of competitors, as well as the image of the customer and tools of competition.

Measures to increase the market adaptability of publishing and printing companies, which are grouped by components of competitiveness, are proposed. Among the specific measures that can be implemented in new market conditions are: implementation of programs to organize the work of project teams (Microsoft Teams, Trello, Slack, etc.); development of product or company pages in social networks Facebook and Instagram; determining the level of technological readiness of the enterprise taking into account market requirements and the concept of Industry 4.0.

The principles of evaluation of economic efficiency of commercial cooperation of publishing and printing enterprises are explained and on the basis of calculation of economic effects from realization of processes of information and intellectual maintenance of competitiveness expediency of cooperation of publishing and printing enterprise with external experts as opposed to regular employees is estimated.

**Keywords:** competitiveness, publishing and printing company, competitive advantages, uncertainty, market adaptability, competitiveness model, information resources, advertising.

## **Список публікацій здобувача:**

### **Статті у наукових фахових виданнях України**

1. Солнцев С. О., Гавриш Ю. О. Моделювання конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств з урахуванням рівня їх інформаційної активності. Підприємництво та інновації. 2020. Вип. 11. Ч. 2. С. 131–137. *(особистий внесок: описано підхід до моделювання рівня конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств, проведено аналіз інформаційної компоненти діяльності підприємств – якості веб-сайту та самопозиціонування у соціальних мережах, запропоновано розрахунок та введення коефіцієнту інформаційної активності підприємств).*
2. Гавриш Ю. О. Напрями підвищення рівня ринкової адаптивності видавничо-поліграфічних підприємств. Підприємництво та інновації. 2019. Вип. 8. С. 81–87.
3. Гавриш Ю. О., Кухарук А. Д. Визначення детермінантів підвищення конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств. «Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2019. № 16. С. 162–174 *(особистий внесок: проаналізовано макроекономічні показники України, основні показники діяльності підприємств України, структуру операційних витрат видавничо-поліграфічних підприємств та виявлено позитивні чинники формування та реалізації їх конкурентних переваг).*
4. Гавриш Ю. О., Змітрович Д. Д., Кухарук А. Д. Особливості оцінювання конкурентоспроможності видавничих підприємств. «Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2017. № 14. С. 159–164 *(особистий внесок: сформульовано рекомендації щодо вибору критеріїв конкурентоспроможності видавництва в умовах зростання ринку цифрових товарів-замінників, конкретизовано резерви удосконалення комплексного підходу до аналізу конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання).*

**Статті у наукових виданнях інших держав, які входять до ОЕСР та/або**

**Європейського Союзу**

5. Kukharuk A., Gavrish J, Zmitrovych D. Managing the competitiveness in CIS countries and Ukraine: the goal and conditions. Eastern Journal of European Studies. 2017. Vol. 8, Issue 1. PP. 115–136 (Romania) *(особистий внесок: узагальнено підходи до визначення змісту концепції конкурентоспроможності та макроекономічної стабільності, виконано графічну інтерпретацію оцінювання країн світу за критеріями сталості розвитку та легкості ведення бізнесу, визначено принципи формування конкурентоспроможності підприємств у країнах з ресурсозалежною економікою).*

#### **Статті в інших наукових виданнях**

6. Гавриш Ю. О., Змітрович Д. Д., Кухарук А. Д. Визначення змісту ринкової адаптивності видавничих підприємств. Сучасні проблеми економіки і підприємництва: Зб. наук. праць. 2016. Вип. 18. С. 110 – 115 *(особистий внесок: представлено результати аналізу визначень поняття «адаптивність підприємства», уточнено сутність поняття «ринкова адаптивність підприємства»).*

7. Гавриш Ю. О. Економічна оцінка ефективності підвищення конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств. Сучасні проблеми економіки і підприємництва: Зб. наук. праць. 2016. Вип. 18. С. 165–172.

8. Кухарук А. Д., Гавриш Ю. О., Змітрович Д. Д. Зміст та чинники конкурентоспроможності видавничих підприємств в умовах економічної нестабільності. Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. праць. 2017. № 11. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/issue/view/6116/showToc> *(особистий внесок: На основі аналізу наявних у науковій літературі трактувань сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» уточнено його зміст з урахуванням нестабільності розвитку ринкового середовища).*

#### **Праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації**

9. Kukharuk A., Gavrysh Ju. Competitiveness of SMEs in Terms of Industry 4.0. International Conference on Creative Business for Smart and Sustainable Growth (CREBUS): Proc. Of the Sc. Conf., 18–21 March 2019, Bulgaria, 2019. P. 1–4. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/xpl/conhome/8827869/proceeding?search>

Within=Kukharuk. *(особистий внесок: виконано графічну інтерпретацію порівняння динаміки курсу національної валюти за країнами світу, сформульовано фінансові та технологічні перешкоди функціонування малих та середній підприємств в умовах Індустрії 4.0).*

10. Gavrysh, Ju., Kukharuk A. Information component of enhancing the competitiveness of publish and printing companies. Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність: зб. праць XVI (XXVIII) Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 12–13 березня 2020 р. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2020. С. 88–90 *(особистий внесок: узагальнено зміст детермінантів конкурентоспроможності підприємств, проведено етапізацію процесу встановлення інформаційної цілі видавничого підприємства).*

11. Гавриш Ю. О., Кухарук А. Д. Макроекономічні детермінанти конкурентоспроможності видавничих підприємств. Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність: зб. праць XV (XXVII) Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 14–15 березня 2019 р. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2019. С. 118-119 *(особистий внесок: проведено аналіз макроекономічних показників України, що здатні викликати зміни функціонування видавничих підприємств).*

12. Gavrysh Yu. Information determinants of publish and printing companies competitiveness. Науково-технічний розвиток: економіка, технології, управління: матеріали XVIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 28 березня 2019 р. Київ: НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», 2018. С. 41–43. URL: [http://fmm.kpi.ua/\\_userfiles/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%9D%D0%A2%D0%A1%D0%90\\_2019.pdf](http://fmm.kpi.ua/_userfiles/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9D%D0%A2%D0%A1%D0%90_2019.pdf).

13. Гнип Д. В., Гавриш Ю. О. Оцінка конкурентоспроможності продукції на ринку. Розвиток підприємництва як фактор росту національної економіки: матеріали XVII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 21 листопада 2018 р. Київ: Видавництво «Каравела», 2018. С. 31 *(особистий внесок: узагальнено принципи репрезентативної оцінки конкурентоспроможності продукції).*