

АНАЛІЗ КОНКУРЕТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «VNA ПРЕС»

ANALYSIS OF COMPETITION'S ADVANTAGES LTD "VNA PRESS"

Величко А.С.

студентка,
Національний університет харчових технологій

Соломянюк Н.М.

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій

Velychko A.

Student,
National University of Food Technologies

Solomianiuk Nataliya

Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor Department of Marketing,
National University of Food Technologies

У статті розкрито проблематику конкурентоспроможності підприємств видавничо-поліграфічної галузі в Україні. Здійснено аналіз конкурентних переваг ТОВ «VNA ПРЕС» на основі визначення інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності, який базується на оцінюванні ефективності виробничої діяльності підприємства та організації збуту, його фінансового стану та критерію конкурентоспроможності продукції. Розглянуто теоретичні аспекти конкурентоспроможності потенціалу, а також його зв'язок із конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю загалом. Проаналізовано управління конкурентоспроможністю як аспектом менеджменту для забезпечення нормального функціонування підприємства. Запропоновано напрями підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «VNA ПРЕС» на основі отриманого інтегрального показника конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентоспроможність потенціалу, рівень конкуренції, поліграфія, поліграфічна галузь, коефіцієнт конкурентоспроможності, інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності.

В статье раскрыта проблематика конкурентоспособности предприятий издательско-полиграфической отрасли в Украине. Осуществлен анализ конкурентных преимуществ ООО «VNA ПРЕС» на основе определения интегрального коэффициента конкурентоспособности, который базируется на оценке эффективности производственной деятельности предприятия и организации сбыта, его финансового состояния и критерия конкурентоспособности продукции. Рассмотрены теоретические аспекты конкурентоспособности потенциала, а также его связь с конкурентными преимуществами и конкурентоспособностью в целом. Проанализировано управление конкурентоспособностью как аспектом менеджмента для обеспечения нормального функционирования предприятия. Предложены направления повышения конкурентоспособности ООО «VNA ПРЕСС» на основе полученного интегрального показателя конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкурентоспособность потенциала, уровень конкуренции, полиграфия, полиграфическая отрасль, коэффициент конкурентоспособности, интегральный коэффициент конкурентоспособности.

The article deals with the issues of competitiveness of enterprises of the publishing and printing industry in Ukraine. As you know, the factors of the successful existence of a polygraphic enterprise are the average market price, quality products, servicing by qualified employees, the availability of additional and related services. Strategic planning and a systematic approach to each component will allow new markets to reach and reach a larger consumer audience. At this stage of development of the economy, competitiveness is a special place, because thanks to it, the company is able to successfully operate. The topic of the research is quite relevant in the modern era, as the technology is rapidly developing, the market is getting more and more representatives of medium-sized businesses within the same industry. This has caused a sharpening of competition. Each business entity is trying to attract the

attention of consumers and offer better conditions for the purchase, that is, to create competitive advantages. They serve as a strong lifting mechanism, which helps the company to increase the number of favored consumers, sales and, as a result, increase profits. The internal and external marketing environment of the enterprise was analyzed. The features and theoretical aspects of potential competitiveness, as well as its connection with competitive advantages and competitiveness in general, are considered. The analysis of competitive advantages of "VNA PRESS" Ltd. is based on the definition of the integral coefficient of competitiveness, which is based on the assessment of the efficiency of the enterprise's production activities and sales organization, its financial status and the criterion of product competitiveness. The analysis of competitiveness management as an aspect of management to ensure the normal operation of the enterprise. The directions of increase of competitiveness of "VNA PRESS" Ltd are offered on the basis of the obtained integral index of competitiveness. Modernization of the working process and increase of production capacities of the printing company VNA PRESS as a means of increasing competitiveness.

Key words: competition, competitive advantage, competitiveness of potential, printing industry, coefficient of competitiveness.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки України управління конкурентоспроможністю підприємства набуває особливого значення. Однією з головних причин низького рівня конкурентоспроможності українських товарів та послуг є нездатність вітчизняних підприємств боротися за розширення частки на внутрішньому і зовнішньому ринках, невміння просувати товари та враховувати потреби споживача, поставивши його інтереси у центр усієї виробничої та комерційної діяльності. Особливого значення набувають питання досягнення конкурентних переваг підприємством на ринку поліграфічної галузі за умов обслуговування як кінцевих, так і промислових покупців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Базу теоретичних досліджень у контексті висвітлення поняття конкурентоспроможності становлять праці вітчизняних фахівців, до яких можна віднести Ф. Найта, К. Р. Макконелла, С. Л. Брю, І. Шумпетера, Г.Л. Азоєва, А.Ю. Юданова та ін. Серед науковців, що присвятили свої роботи дослідженню потенціалу поліграфічних підприємств та потенціалу видавничо-поліграфічної галузі, можна виділити С.А. Бескоровайну, К.Е. Андрєєва, М.А. Любанова, Є.В. Маргуліна, Р.В. Марушкова, Д.Ю. Комкова та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження конкурентних переваг є одним із напрямів маркетингових досліджень та передбачає аналіз і оцінювання окремих складових частин його діяльності порівняно з конкурентами, а також стан конкурентного середовища підприємства. У роботі узагальнено теоретичні положення щодо конкурентоспроможності потенціалу, а також апробовано методику оцінювання конкурентних переваг підприємства з урахуванням тенденцій розвитку поліграфічної галузі. У статті визначено напрями підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства поліграфічної галузі та процесу управління ним, проаналізовано конкурентні переваги ТОВ «VNA ПРЕС» на основі оцінювання ефективності його виробничої діяльності та організації збуту і просування продукції, фінансового стану та конкурентоспроможності продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкуренція – економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами, які присутні на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту продукції, задоволення потреб покупців і одержання максимального прибутку. Конкуренція є головною рушійною силою ринку, а сама продукція є знаряддям конкурентної боротьби [2, с. 223].

Ринок не може нормально функціонувати без розвинених форм конкуренції. Конкурентоспроможність є одним із центральних вимірників роботи ефективної діяльності підприємства. У швидкозмінній та часто невідгідній ринковій сфері функціонування сучасних підприємств вкрай збільшилася значущість створення передумов, які б забезпечували її конкурентоспроможність. Основною передумовою є формування і збільшення конкурентних переваг, що допомагають ефективно реалізувати вибрані підприємством конкурентні стратегії.

Конкурентні переваги є наслідком або результатом конкуренції та одночасно виступають засобом подальшого ефективного розвитку конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства – комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переважання сукупності показників оцінювання можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності аналогічних показників підприємств-конкурентів.

Книш М.І. зазначає, що конкурентоспроможність потенціалу підприємства має кілька особливостей, а саме:

1. Конкурентоспроможність не є внутрішньою, природною якістю підприємства. Вона може бути виявлена й оцінена лише за наявності конкурентів (реальних або потенційних).

2. Це поняття є відносним, тобто воно має такий самий рівень щодо різних конкурентів.

3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства визначається продуктивністю використання залучених до процесу виробництва ресурсів.

4. Рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності його складових, а також від загальної конкурентоспроможності галузі та країни [1, с. 131].

Управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямований на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції з урахуванням галузевих особливостей. Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності і сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін зовнішнього середовища [6, с. 425].

Першим кроком до формування ефективних конкурентних переваг є визначення конкурентоспроможності підприємства за допомогою розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності. З цією метою визначають групу конкурентів та обирають серед них базові для проведення порівняльного аналізу. Ця методика передбачає оцінювання чотирьох аспектів кожного з вибраних підприємств: виробнича діяльність, фінансовий стан, маркетинг та конкурентоспроможність продукції.

Алгоритм розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства передбачає три послідовні етапи:

1. Розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності підприємства і переведення показників у відносні величини (бали) проводиться на основі їх порівняння з базовими показниками. Базовими показниками (бази для порівняння) можуть виступати: середньогалузеві показники; показники будь-якого конкуруючого підприємства або підприємства-лідера на ринку; показники оцінюваного підприємства за минулий період. З цією метою використовується 15-бальна шкала, при цьому у 5 балів оцінюється показник, що має значення гірше, ніж базовий, у 10 балів – на рівні базового, а 15 – краще, ніж базовий.

2. Розрахунок критеріїв конкурентоспроможності підприємства за формулами.

3. Розрахунок коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства.

Розрахунок критеріїв і коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства проводиться за формулою середньозваженої арифметичної.

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства розраховується за формулою 1:

$$K_{\text{кп}} = 0,15E_{\text{в}} + 0,29\Phi_{\text{п}} + 0,23E_{\text{з}} + 0,33K_{\text{т}} \quad (1)$$

де, $E_{\text{в}}$ – значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

$\Phi_{\text{п}}$ – значення критерію фінансового стану підприємства;

$E_{\text{з}}$ – значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку;

$K_{\text{т}}$ – значення критерію конкурентоспроможності товару;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

Після проведення необхідних розрахунків для кожного з вибраних підприємств шляхом порівняння одержаних результатів визначають рівень конкурентоспроможності досліджуваного підприємства щодо підприємств-конкурентів.

Наступним етапом формування ефективних конкурентних переваг є розроблення цілей, стратегій, визначення конкретних заходів щодо підвищення коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства. Ці заходи можуть стосуватися як конкурентоспроможності продукції, так і підприємства загалом.

Останнім кроком на шляху до формування конкурентних переваг є оцінювання результатів, одержаних після впровадження заходів, запропонованих для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Розглянуту методику визначення конкурентоспроможності потенціалу апробуємо для ТОВ «VNA ПРЕС», підприємства, яке спеціалізується на виготовленні поліграфії будь-якої складності на сучасному обладнанні, працює на ринку поліграфічних послуг з 2008 року [5]. Поліграфічна агенція ТОВ «VNA ПРЕС» – організація, яка вдало утримує стійкі позиції на ринку поліграфічних послуг не лише в межах Києва та Київської області, але й вдало конкурує на території всієї України. Основними причинами її успіху є індивідуальний підхід до кожного клієнта та пошук можливостей задовольнити нестандартні бажання.

До основних напрямів розвитку та управління поліграфічним підприємством (типографією) до останніх років відносили виробниче оновлення, запровадження інновацій тощо. Нині підходи та принципи управління змінюються у зв'язку з ринковими перетвореннями. Актуальними стратегіями управління виробничими можливостями поліграфічного підприємства є стратегія спеціалізації (тобто звужування кількості виконуваних робіт задля зменшення накладних витрат) та стратегії диференціації (виконання на мінімально наявному обладнанні максимально можливої кількості робіт), а замовлення, що не відповідають цим стратегіям, доцільно виконувати з партнерами [6 с. 328].

В Україні є певні перешкоди для розвитку поліграфічної галузі. [3, с. 98]. До них можна віднести: високу вартість поліграфічного обладнання, низький попит на продукцію та рівень інвестування, відсутність кваліфікованих робітників, політична та економічна нестабільність тощо.

Аналіз конкурентоспроможності ТОВ «VNA ПРЕС» проведено з використанням методики, запропонованої І. Максимовою, перевагами якої є:

1) спирається на дані балансів і фінансової звітності;

Таблиця 1

**Показники балансу діяльності підприємств
для розрахунку конкурентоспроможності підприємства**

Показник	Код рядка	ТОВ «VNA ПРЕС»		ТОВ «ОК-Поліграф»	
		На початок звітнього періоду 2018 р.	На кінець звітнього періоду 2018 р.	На початок звітнього періоду 2018 р.	На кінець звітнього періоду 2018 р.
1. Основні засоби (первісна вартість), тис. грн.	1011	166,4	284,1	87,5	112,5
2. Готова продукція, тис. грн.	1103	221,1	84,6	28	31,5
3. Гроші та їх еквіваленти, тис. грн.	1165	241,9	471,5	149,4	12,7
4. Усього за розділом II активу балансу, тис. грн.	1195	1121,9	2967,4	1783,7	2582
6. Усього за розділом II пасиву балансу, тис. грн.	1595	0	0	0	0
7. Усього за розділом III пасиву балансу, тис. грн.	1695	921,9	2621	123,3	100,1
8. Усього за розділом IV пасиву балансу, тис. грн.	1700	0	0	0	0
9. Підсумок пасиву балансу, тис. грн.	1900	1260,7	3173,2	1843,2	2641,5
10. Середня кількість працівників, осіб	Вступна частина		6		5

Джерело : Баланс ТОВ «VNA ПРЕС» та ТОВ «ОК-Поліграф»

2) можливість оцінювання конкурентоспроможності за вибором методики аналізу, зручної з позицій дослідника;

3) комплексність, тобто охоплює не тільки оцінку конкурентоспроможності продукції, але й аналіз виробничого та фінансового стану підприємства, а також ефективності його збутової політики;

4) можливість визначення слабких сторін підприємства та відносного розміру відставання в цій сфері від базових показників [4, с. 18].

Основним конкурентом для дослідження обрано ТОВ «ОК-Поліграф», оскільки ці підприємства мають подібну асортиментну пропозицію й обслуговують ідентичну цільову аудиторію.

Проаналізувавши таблицю 2, можна зробити висновок, що основні засоби обох компаній за 2018 рік збільшилися (на 117,7 тис. грн. – у компанії VNA ПРЕС та на 25,0 тис. грн. у компанії ОК-Поліграф; обсяг готової продукції «ОК-Поліграф» збільшився на 3,25 тис. грн., чого не можна сказати про досліджуване підприємство; загальна сума за розділом II активу балансу та за розділом I пасиву в обох підприємствах збільшилась на 1845,5 тис. грн. (ТОВ «VNA ПРЕС») та на 798,3 тис. грн. (ТОВ «ОК-Поліграф»); середня кількість працівників у ТОВ «VNA ПРЕС» на одну особу більше і становить 6 осіб.

Баланс сформовано на основі даних фінансової звітності (табл. 2).

За даними табл. 2 можна зробити висновок, що: чистий дохід у компанії VNA за

2018 рік збільшився на 3115,3 тис. грн порівняно з 2017 роком, а у підприємства-конкурента збільшення показника спостерігається на 644,9 тис. грн.; собівартість продукції ТОВ «VNA ПРЕС» порівняно з 2017 роком збільшилась на 2662,5 тис. грн., а в компанії-конкурента – на 429,9 тис. грн.; у 2018 році прибуток компанії «VNA ПРЕС» збільшився на 4487 тис. грн., а в компанії «ОК-Поліграф» – на 181,6 тис. грн.

Методика I. Максимової передбачає проведення аналізу конкурентоспроможності в чотири етапи, кожен з яких має декілька кроків [7].

I етап – розрахунок інтегрального показника ефективності виробничої діяльності підприємств. Першим кроком цього етапу є визначення одиничних параметрів виробничої діяльності (табл. 3).

На другому кроці першого етапу поводить розрахунок чотирьох відносних показників ефективності виробничої діяльності оцінюваного підприємства: для стимуляторів за формулою 2, для дестимуляторів – за формулою 3.

$$q_i = \frac{P_{оцін}}{P_{баз}} \quad (2)$$

$$q_i = \frac{P_{баз}}{P_{оцін}} \quad (3)$$

Отримані результати наведено у табл. 4.

Стимуляторами у цьому разі є показник фондодідачі, рентабельності продукції та продуктивність праці, оскільки їх збільшення приведе

Таблиця 2

**Показники звіту про фінансові результати діяльності
для розрахунку конкурентоспроможності підприємства**

Показник	Код рядка	ТОВ «VNA ПРЕС»		ТОВ «ОК-Поліграф»	
		За звітний період 2018 р.	За аналогічний період попереднього року 2017 р.	За звітний період 2018 р.	За аналогічний період попереднього року 2017 р.
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	2000	9619,2	6503,9	3074,2	2429,3
2. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	2050	8737,2	6074,7	1757,1	1327,2
3. Чистий фінансовий результат: прибуток, тис. грн.	2350	32423	27936	821,5	639,9

Джерело : Баланс ТОВ «VNA ПРЕС» та ТОВ «ОК-Поліграф»

Таблиця 3

Одиничні параметри ефективності виробничої діяльності підприємств

№	Показник	Позначення	Ваговий коефіцієнт	Одиниці вимірювання	ТОВ «VNA ПРЕС»	ТОВ «ОК-Поліграф»
1.	Витрати на одну гривню чистого доходу від реалізації продукції	$V_{1грн}$	0,31	коп.	0,91	0,57
2.	Фондовіддача	ФВ	0,19	грн.	42,70	30,74
3.	Рентабельність продукції	R	0,40	%	371,09	46,75
4.	Продуктивність праці	ПП	0,10	тис.грн./особу	1603,20	614,84

Таблиця 4

Відносні показники ефективності виробничої діяльності підприємств

№	Показник	Позначення	Ваговий коефіцієнт	Одиниці вимірювання	ТОВ «VNA ПРЕС»
1.	Витрати на одну гривню чистого доходу від реалізації продукції	$V_{1грнв}$	0,31	коп.	0,63
2.	Фондовіддача	$ФВ_в$	0,19	грн.	1,39
3.	Рентабельність продукції	$R_в$	0,40	%	7,94
4.	Продуктивність праці	$ПП_в$	0,10	тис.грн./особу	2,61

до покращення загальної оцінки діяльності підприємства. Збільшення витрат на одну гривню чистого доходу від реалізації продукції, навпаки, знизить ефективність діяльності організації, саме тому цей показник є дестимулятором.

Останнім, третім кроком першого етапу є розрахунок інтегрального показника ефективності діяльності підприємства ($I_{вд}$) за формулою 4.

$$I_{вд} = 0,31 \cdot V_{1грнв} + 0,19 \cdot ФВ_в + 0,4 \cdot R_в + 0,10 \cdot ПП_в \quad (4)$$

Де 0,31; 0,19; 0,4; 0,10 – це вагові коефіцієнти, визначені експертами (їх значення взяті з методики І. Максимової і завжди незмінні);

$V_{1грнв}$ – це відносний показник витрат на одну гривню продукції;

$ФВ_в$ – це відносний показник фондовіддачі;

$R_в$ – це відносний показник рентабельності продукції;

$ПП_в$ – це відносний показник продуктивності праці.

Після проведення необхідних математичних дій інтегральний показник ефективності виробничої діяльності підприємства визначено на рівні 3,89. Оскільки отримане значення більше одиниці, то можна зробити висновок, що конкурентоспроможність ТОВ «VNA ПРЕС»

за виробничими параметрами є вищою, ніж у конкурента.

II етап – розрахунок інтегрального показника фінансового стану підприємства.

Першим кроком цього етапу є розрахунок одиничних параметрів фінансового стану підприємств (табл. 5).

Як і на першому етапі другий крок передбачає розрахунок відносних показників, але тепер уже фінансового стану підприємств. Розрахунок залежить від того, стимулятором чи де стимулятором виступає одержаний одиничний показник. Результати наведено у табл. 6.

Стимуляторами є коефіцієнти платоспроможності, абсолютної ліквідності та оборотності оборотних активів. Дестимулятором виступає коефіцієнт фінансування.

Третім кроком етапу II є розрахунок інтегрального показника фінансового стану підприємства ($I_{фс}$) за формулою 5.

$$I_{фс} = 0,29 K_{плат.в} + 0,20 K_{фін.в} + 0,36 K_{ал.в} + 0,15 K_{об.в} \quad (5)$$

де, 0,29; 0,20; 0,36; 0,77 – це вагові коефіцієнти, визначені експертами (їх значення взяті з методики І. Максимової і завжди незмінні);

$K_{плат.в}$ – відносний показник платоспроможності;

$K_{фін.в}$ – відносний показник фінансування;

$K_{ал.в}$ – відносний показник абсолютної ліквідності;

$K_{об.в}$ – відносний показник оборотності оборотних активів.

Отримане значення становить 1,07.

Після проведення етапу з розрахунку фінансового стану підприємства можна зробити такі висновки:

– частка питомої ваги власного капіталу в загальній сумі засобів, авансованих у діяльність компанії VNA є недостатньою, на відміну від підприємства-конкурента, оскільки отримане значення становить 0,18, що є менше за 0,5.

– ТОВ «VNA ПРЕС» є занадто залежним від залучених засобів, оскільки коефіцієнт фінансування становить 0,01, що є меншим за 1.

– значна частка боргів досліджуваного підприємства може бути сплачена негайно, оскільки коефіцієнт ліквідності перевищує оптимальне значення 0 і становить 1,42.

Загалом конкурентоспроможність ТОВ «VNA ПРЕС» за показником фінансової діяльності є вищою порівняно з конкурентом, оскільки отримане значення становить 1,07, що є більше за 1.

III етап – розрахунок інтегрального показника ефективності організації збуту та просування товарів.

Першим кроком, як і на попередніх етапах, є розрахунок одиничних показників (табл. 7).

На другому кроці III-го етапу проводився розрахунок трьох відносних показників ефективності організації збуту та просування товарів підприємству VNA за формулами. Результати розрахунків наведено у табл. 8.

До стимуляторів цього етапу відносяться коефіцієнти рентабельності діяльності та використання середньорічної виробничої потужності. До дестимуляторів – коефіцієнт затовареності готової продукції.

Завершальним кроком третього етапу є розрахунок інтегрального показника ефективності організації збуту та просування товарів ($I_{зб}$) за формулою 6.

Таблиця 5

Одиничні параметри фінансового стану підприємств

№	Показник	Позначення	Ваговий коефіцієнт	ТОВ «VNA ПРЕС»	ТОВ «ОК-Поліграф»
1.	Коефіцієнт платоспроможності	$K_{плат}$	0,29	0,17	0,96
2.	Коефіцієнт фінансування	$K_{фін}$	0,20	4,75	0,04
3.	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$K_{л}$	0,36	0,18	0,13
4.	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	$K_{об}$	0,15	4,70	1,41

Таблиця 6

Відносні показники фінансового стану підприємств

№	Показник	Позначення	Ваговий коефіцієнт	ТОВ «VNA ПРЕС»
1.	Коефіцієнт платоспроможності	$K_{плат.в}$	0,29	0,18
2.	Коефіцієнт фінансування	$K_{фін.в}$	0,20	0,01
3.	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$K_{л.в}$	0,36	1,42
4.	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	$K_{об.в}$	0,15	3,34

Таблиця 7

Одиничні параметри ефективності організації збуту та просування товарів

№	Показник	Позначення	Ваговий коефіцієнт	ТОВ «VNA ПРЕС»	ТОВ «ОК-Поліграф»
1.	Коефіцієнт рентабельності діяльності	K_R	0,37	3,37	0,27
2.	Коефіцієнт затовареності готовою продукцією	$K_{зат}$	0,29	0,0159	0,097
3.	Коефіцієнт використання середньорічної виробничої потужності	$K_{вп}$	0,21	0,88	0,86
4.	Ефективність витрат на збут	ЗБ	0,14	0	0

Таблиця 8

Відносні параметри ефективності організації збуту та просування товарів

№	Показник	Позначення	Ваговий коефіцієнт	ТОВ «VNA ПРЕС»
1.	Коефіцієнт рентабельності діяльності	$K_{Rв}$	0,37	12,61
2.	Коефіцієнт затовареності готовою продукцією	$K_{зат в}$	0,29	0,61
3.	Коефіцієнт використання середньорічної виробничої потужності	$K_{вп в}$	0,21	1,03

Таблиця 9

Відносні одиничні технічні параметри друкованої продукції

№	Показник (технічний параметр)	Позначення	Ваговий коефіцієнт	Одиниці вимірювання	ТОВ «VNA ПРЕС»
1.	Швидкість виконання замовлення	q_1	0,15	дні	0,70
2.	Доставка	q_2	0,08	бали	0,75
3.	Якість склеювання	q_3	0,20	бали	1,25
4.	Якість друку	q_4	0,30	бали	1,00
5.	Розробка дизайну	q_5	0,09	бали	1,25
6.	Послуги з верстки	q_6	0,08	бали	1,33
7.	Розробка концепту	q_7	0,10	бали	2,50

$$I_{зб} = 0,37 \cdot K_{Rв} + 0,29 \cdot K_{зат в} + 0,21 \cdot K_{вп в} + 0,14 \cdot ЗБ_{в} \quad (6)$$

де, 0,37; 0,29; 0,21; 0,14 – це вагові коефіцієнти, визначені експертами (їх значення взяті з методики І. Максимової і завжди незмінні);

$K_{Rв}$ – відносний показник рентабельності діяльності;

$K_{зат в}$ – відносна показник затовареності готовою продукцією;

$K_{вп в}$ – відносний показник використання виробничої потужності;

$ЗБ_{в}$ – відносний показник ефективності витрат на збут.

Отримане значення становить 5,06.

Отже, конкурентоспроможність компанії VNA за показником збутової діяльності є вищою, ніж у конкурента.

IV етап – розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності продукції.

Перший крок – розрахунок відносних одиничних технічних параметрів друкованої книги (табл. 9).

Для цього вид товару стимуляторами є всі з перелічених вище показників.

На другому кроці IV етапу проведено розрахунок групового індексу технічних параметрів ($I_{тп}$) з використанням вагових коефіцієнтів за формулою 7.

$$I_{тп} = \sum_{i=1}^n v_i \cdot q_i \quad (7)$$

де, v_i – коефіцієнт вагомості i -го параметра;
 q_i – це значення i -го відносного одиничного технічного параметру.

Результат розрахунку становить 1,18.

На третьому етапі розраховано груповий індекс економічних параметрів підприємства (I_{EP}) за формулою 8.

$$I_{EP} = \frac{Цсп_{оцін}}{Цсп_{баз}} \quad (8)$$

де $Цсп_{оцін}$ – середня ціна реалізації оцінюваного товару ТОВ «VNA ПРЕС»;

$Цсп_{баз}$ – середня ціна реалізації товару ТОВ ОК «Поліграф».

Після виконання необхідних математичних дій отримали результат 1,02.

Останнім кроком етапу IV є безпосередній розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності товару за формулою 9:

$$K_{инт} = \frac{I_{тп}}{I_{EP}} \quad (9)$$

де $I_{тп}$ – груповий індекс технічних параметрів;

I_{EP} – груповий індекс економічних параметрів.

Отже, за індексом технічних параметрів та інтегральним показником конкурентоспроможності товар компанії VNA є кращим, а от за індексом економічних параметрів – гіршим порівняно з товаром конкурента.

На завершальному, V етапі проводиться загальний розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства за формулою 10:

$$IKP = 0,15 \cdot I_{вд} + 0,29 \cdot I_{фс} + 0,23 \cdot I_{зб} + 0,33 \cdot K_{инт} \quad (10)$$

де 0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – це вагові коефіцієнти, визначені експертами (їх значення взяті з методики І. Максимової і завжди незмінні);

$I_{вд}$ – інтегральний показник ефективності виробничої діяльності;

$I_{фс}$ – інтегральний показник фінансового стану;

$I_{зб}$ – інтегральний показник ефективності організації збуту та просування товарів;

$K_{инт}$ – інтегральний показник конкурентоспроможності товару.

Провівши необхідні математичні дії, визначимо, що показник ІКП становить 2,44.

Таким чином, провівши дослідження конкурентоспроможності ТОВ «VNA ПРЕС» за методикою І. Максимової, було встановлено, що конкурентоспроможність цього підприємства є вищою, ніж у ТОВ «ОК-Поліграф», незважаючи на те, що за коефіцієнтом платоспроможності та фінансування воно значно поступається підприємству-конкуренту.

Висновки. Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності означає, що всі ресурси, які використовує ТОВ «VNA ПРЕС», продуктивніші і приносять вищий прибуток порівняно із основним його конкурентом. Підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, і його продукція користується постійним попитом у споживачів.

Основними конкурентними перевагами ТОВ «VNA ПРЕС» визначено: індивідуальний підхід до кожного клієнта; створення креативних продуктів різного рівня складності; можливість консультування з дизайнером.

До можливостей підвищення конкурентоспроможності потенціалу ТОВ «VNA ПРЕС» віднесено: необхідність упровадження нової техніки та удосконалення технологічного процесу з метою забезпечення збільшення обсягів надання поліграфічних послуг; подальший розвиток маркетингової діяльності з метою завоювання й освоєння нових ринків збуту, а саме вихід на міжнародний ринок; розширення асортименту продукції новітніми розробками у сфері поліграфічних послуг; проведення комплексу заходів щодо зниження собівартості продукції, до яких можна віднести закупівлю обладнання та механізацію ручної праці.

Впровадження комплексу заходів дасть можливість підвищити рівень конкурентоспроможності продукції та підприємства загалом, підвищити імідж ТОВ «VNA ПРЕС» на ринку поліграфічних послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Должанський, І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
2. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність: економіка, стратегії, управління. Київ : ИНФРА, 2000. 312 с.
3. Видавнича справа та поліграфічна діяльність в Україні / Б.В. Дурняк та ін. Львів : Укр.акад.друкарства, 2009. 149 с.
4. Дідківська Л.І. Сучасний розвиток конкурентного середовища ринку споживчих товарів України. *Банківська справа*. 2009. № 2. С. 48–66.
5. Офіційний сайт ТОВ «VNA ПРЕС» : веб-сайт. URL: <http://vna.com.ua/> (дата звернення 25.04.2019).
6. Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2007. 527 с.
7. Максимова І.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия. *Маркетинг*. 1996. № 3. С. 33–39.