

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

УДК: 338.1+ 655.4/.5

JEL classification: D22

Гавриш Ю. О.

аспірант кафедри промислового маркетингу, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Змітрович Д. Д.

студент факультету менеджменту та маркетингу, КПІ ім. Ігоря

Сікорського

Кухарук А. Д.

к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ РИНКОВОЇ АДАПТИВНОСТІ ВИДАВНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Статтю присвячено розвитку наукових положень щодо забезпечення адаптивності видавничих підприємств в умовах постійних змін ринкового середовища та розвитку цифрових товарів-замінників. Проаналізовано деякі з наявних трактувань сутності поняття «адаптивність підприємства», узагальнено їх зміст. Визначено, що об'єктивність трактування адаптивності та результатів оцінювання її рівня залежить від розуміння специфіки діяльності суб'єктів господарювання. Узагальнено особливості та проблеми ведення видавничої діяльності, конкретизовано перешкоди, котрі виникають у процесі формування конкурентних переваг видавництва. Зосереджено увагу на важливості дотримання підприємствами видавничо-поліграфічного комплексу принципів екологізації економіки та положень концепції сталого розвитку суспільства у процесі формування їх конкурентоспроможності. Сформульовано авторське визначення поняття «адаптивність підприємства», котре поряд із тактичними перевагами враховує важливість стратегічних можливостей підприємства функціонувати у нестабільному ринковому середовищі.

Ключові слова: адаптивність підприємства, видавниче підприємство, конкурентні переваги, конкурентоспроможність підприємства, екологізація економіки, сталий розвиток.

Постановка проблеми. Сучасні видавничі підприємства функціонують в умовах впливу негативних факторів ринку – загальноекономічних та специфічних. Перша група факторів включає здебільшого наслідки глобалізації світової економіки та інформатизації суспільства. Під специфічними факторами розуміються особливості розвитку видавничо-поліграфічного комплексу України та суміжних галузей, що є імпортозалежними та ресурсомісткими. За умов відносно

стабільного ринку видавниче підприємство, вміло використовуючи інструментарій стратегічного управління, протидіє таким дестимуляторам, формуючи власну економічну стійкість та конкурентоспроможність. Проте в умовах невизначеності та економічної турбулентності, котрі характерні для більшості сучасних галузей, стандартні управлінські процедури втрачають дієвість та потребують перегляду, а особливого значення набуває вміння підприємства швидко адаптуватися до ринкових змін. Цим визначається актуальність теми дослідження та обумовлюється доцільність розвитку наукових положень щодо забезпечення ринкової адаптивності видавничих підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретико-методичних засад забезпечення адаптивності промислових підприємств у контексті підвищення рівня їх конкурентоспроможності здійснили такі зарубіжні вчені, як Г. Азоев, І. Ансофф, Ф. Котлер, М. Портер, Р. Фатхутдінов, Г. Хемел, а також вітчизняні автори, зокрема І. П. Отенко, Г. В. Строкович, В. М. Ячменьова та ін. Питання щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств видавничо-поліграфічного комплексу висвітлено у працях О. В. Афоніна, Л. Є. Довгань, Б. В. Дурняка, Г. А. Мохонько, А. М. Штангрета, котрі доклали зусиль задля формування методологічного підґрунтя прийняття управлінських рішень з удосконалення діяльності видавничих та поліграфічних підприємств.

Разом з тим, досі залишаються такими, що потребують удосконалення, наукові положення щодо забезпечення ринкової адаптивності видавничих підприємств в умовах постійних змін ринкового середовища та розвитку цифрових товарів-замінників.

Метою статті є уточнення змісту поняття «адаптивність підприємства» у контексті дослідження ринкової поведінки та конкурентоспроможності видавничих підприємств в умовах нестабільності ринку.

Виклад основного матеріалу. Визначенню сутності поняття «адаптивність підприємства» науковцями приділено значну увагу. Трактуювання, котрі зустрічаються у тематичних джерелах (табл. 1), мають спільні та відмінні риси. Розбіжність у визначеннях зумовлена наявністю різних підходів авторів до сутності поняття «адаптивність підприємства».

Аналізуючи представлені у табл. 1 визначення, можна зробити висновок про те, що автори пропонують розглядати адаптивність підприємства як: реагування, властивість, характеристику, здібність, здатність. Слід враховувати наявність таких підходів при дослідженні різних видів адаптивності підприємства, в т. ч. ринкової, та у процесі удосконалення понятійно-категоріального апарату оцінювання адаптивності підприємства.

Трактування поняття «адаптивність підприємства» у наукових джерелах (складено на основі [1; 2; 3; 4])

№	Автор	Визначення
1	Г. В. Строкович [1, с. 353]	Швидкість реагування підприємства на зміни, які здійснюються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі протягом функціонування на всіх стадіях життєвого циклу
2	І. П. Отенко, Т. В. Олійник [2, с. 99]	Властива ознака спонтанних процесів змін на підприємстві, що забезпечує йому ефективне функціонування, успішність на ринку та розвиток
3	В. М. Ячменьова, З. О. Османова [3, с. 351-352]	– Характеристика діяльності підприємства, здібність (властивість економічної системи) його до самозбереження, пристосування, структурної перебудови, перетворення, пристосування в умовах нестабільності; – здатність, необхідна для визначення характеру поточних змін і забезпечення економічної стійкості діяльності підприємства
4	М. О. Турко [4, с. 39-40]	Здатність пристосовуватися до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі для забезпечення бажаної ефективності діяльності

В. М. Ячменьова та З. О. Османова у роботі [3], досліджуючи морфологічний зміст поняття «адаптивність», зазначають, що сучасних умовах здатність пристосовуватися до змін разом з конкурентоспроможністю є основою економічної стійкості діяльності підприємства. Погоджуючись із наведеною думкою, зауважимо, що об'єктивність трактування адаптивності, а також результатів оцінювання її рівня залежить від розуміння специфіки діяльності суб'єктів господарювання. Так, аналізуючи специфіку українських видавничих підприємств, варто відмітити ресурсомісткість, притаманну їх виробничим процесам, нерівномірну структуру собівартості видань (більшу частку займає імпортований папір), залучення до друкарських та післядрукарських процесів продукції хімічної промисловості (лак, фарба, плівка, клей тощо). Для видавничо-поліграфічної галузі характерні особливі проблеми розвитку, досліджені Довгань Л. Є. та Мохонько Г. А. [5], серед яких – сировинна та техніко-технологічна імпортозалежність, недостатність попиту на українську книгу і тривалі строки її реалізації, незадовільний фінансовий стан видавництва через (до 2014 року) «...захоплення захоплення ринку книговидавництва і книгорозповсюдження (близько 95%) в Україні російськими видавництвами» та ін.

Слід додати, що основною перешкодою для українських видавництв є те, що, з одного боку, віртуалізація видань не супроводжується належним захистом авторського права та захистом від несанкціонованого (та безоплатного) поширення електронних книг, журналів, брошур користувачами мережі Internet, а з іншого – вартість виготовлення

паперового варіанту такої продукції для багатьох замовників (авторів) є завищеною.

Разом з тим, дедалі більшого поглиблення набуває концепція екологізації економіки та сталого розвитку суспільства. Як зазначає Т. Ю. Туниця у роботі [6, с. 238], присвяченій проблемам екологізації економіки, «... сьогодні на світовому ринку вже практично неможливо реалізувати продукцію чи послуги, котрі не мають відповідної екологічної сертифікації. Це означає, що вся економічна система, зокрема її складова – природокористування – мусять зазнати радикальних реформ». Оскільки майже 80 % собівартості видавничої продукції утворено вартістю паперу, проблема переходу до «зеленої економіки» постає і перед видавцями, тим більше що нове покоління потенційних клієнтів здебільшого визнають імператив ресурсозбереження.

З огляду на зазначену вище специфіку та проблематику видавничої діяльності та проведений аналіз наукових джерел, доцільно конкретизувати зміст поняття «адаптивність підприємства» у контексті дослідження ринкової поведінки та конкурентоспроможності видавничих підприємств. На думку авторів, адаптивність підприємства – це здатність оперативно пристосовуватись до нових умов ринку, створюючи конкурентні переваги на засадах концепції сталого розвитку. Таке твердження є логічним продовженням досліджень, проведених раніше [7], та поряд із тактичними перевагами враховує важливість стратегічних можливостей підприємства. Під ринковою адаптивністю видавничих підприємств розуміється їх здатність оперативно пристосовуватись до нестабільності ринку та появи цифрових товарів-замінників, створюючи конкурентні переваги та формуючи структуру собівартості продукції на засадах екологізації економіки.

Висновки. За результатами проведеного дослідження вирішено наукове завдання з розвитку наукових положень забезпечення ринкової адаптивності видавничих підприємств в умовах економічної нестабільності та розвитку цифрових товарів заміників. Це підтверджує досягнення сформульованої мети. Елементом наукової новизни дослідження є уточнення сутності поняття «ринкова адаптивність підприємства», що, на відміну від наявних, враховує доцільність дотримання положень концепції сталого розвитку підприємства при формуванні власних стійких конкурентних переваг та дозволяє підвищити рівень об'єктивності прийнятих управлінських рішень щодо вибору напрямів забезпечення ринкової адаптивності та конкурентоспроможності видавничих підприємств. Перспективним напрямом подальших досліджень є виявлення впливу кластеризації за участю підприємств видавничо-поліграфічного комплексу на підвищення ринкової адаптивності видавничих підприємств.

Список використаних джерел

1. Строкович Г. В. Адаптивність як основа довгострокового функціонування підприємства / Г. В. Строкович // Вчені записки ХГУ «НУА». Сер. : Соціально-економічні та правові проблеми соціуму. – 2013. – Т. 19. – С. 347–354.
2. Отенко І. П. Валідізація адаптивності процесів розвитку підприємства / І.П. Отенко, Т. В. Олійник // Научный журнал «Культура народов Причерноморья» : Сер. Экономические науки. – 2011. – № 215. – С. 96–99.
3. Ячменьова В. М. Сутність понять «адаптація» та «адаптивність» / В.М. Ячменьова, З. О. Османова // Проблеми економіки та управління : зб. наук. пр. – 2010. – № 684. – С. 346–353.
4. Турко М. О. Теоретичні підходи до визначення категорії «економічна адаптивність підприємства» / Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 6. – Т. 1. – С. 38–41.
5. Довгань Л. Є. Стратегічні проблеми підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах нестабільного ринкового середовища / Л. Є. Довгань, Г. А. Мохонько // Матер. III Міжнар. наук.-прак. конф. «Проблеми формування нової економіки XXI століття» (23-24 грудня 2010 року). – [Електронний ресурс]. – URL (дата останнього звернення 03.11.2016): http://www.confcontact.com/20101224/3_dovgan.php.
6. Туниця Т.Ю. Міжнародні аспекти проблем екологізації економіки // Науковий вісник. – Л. : Національний лісотехнічний університет України. – 2005. – Вип. 15.6. – С. 238–242.
7. Кухарук А. Д. Формування конкурентних переваг підприємства з урахуванням положень концепції сталого розвитку / А. Д. Кухарук, Д. Д. Змітрович // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 15. – Ч. 2. – С. 46–48.

Гавриш Ю. О., Змітрович Д. Д., Кухарук А. Д.
КПІ ім. Ігоря Сикорського

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ РЫНОЧНОЙ АДАПТИВНОСТИ ИЗДАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена развитию научных положений по обеспечению адаптивности издательских предприятий в условиях постоянных изменений рыночной среды и развития цифровых товаров-заменителей. Проанализированы некоторые из существующих трактовок сущности понятия «адаптивность предприятия», обобщенно их содержание. Определено, что объективность трактовки адаптивности и результатов оценки ее уровня зависит от понимания специфики деятельности субъекта хозяйствования. Обобщены особенности и проблемы ведения издательской деятельности, конкретизированы препятствия, которые возникают в процессе формирования конкурентных преимуществ издательств. Сосредоточено внимание на важности соблюдения предприятиями издательско-полиграфического комплекса принципов экологизации экономики и положений концепции устойчивого развития общества в процессе формирования их конкурентоспособности. Сформулировано авторское определение понятия «адаптивность предприятия», которое наряду с тактическими преимуществами учитывает важность стратегических возможностей предприятия работать в нестабильной рыночной среде.

Ключевые слова: адаптивность предприятия, издательское предприятие, конкурентные преимущества, конкурентоспособность предприятия, экологизация экономики, устойчивое развитие

Gavrish J., Zmitrovych D., Kukharuk A.
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

DEFINITION OF CONTENT OF PUBLISHING COMPANIES' MARKET ADAPTABILITY

The article is dedicated to the development of scientific statements to ensure publishing companies' adaptability in the environment of constant change and digital substitutes. Authors analyze some of the available treatments of the «adaptive enterprise» concept essence, and summarize their contents. The study determines that the objectivity of interpretation and results of assessment of the adaptability depends on the understanding of business entities specificity. It overviews features and problems of publishing, specifies obstacles that arise in the process of publishers' competitive advantages creation. Authors underscore the importance for publishing and printing complex to comply with the «green» economy principles, and to follow the concept of sustainable development for its competitiveness. There is author's definition of «company's adaptability» formulated in the article. Along with the tactical advantage recognizes, the definition considers the importance of strategic business opportunities to operate in an uncertain market environment.

Keywords: adaptability of the company, publishing company, competitive advantages, company's competitiveness, «greening» the economy, sustainable development

Гавриш Юлія Олегівна
juliagavrish@gmail.com
Змітрович Даниїл Дмитрович
danon2007.94@mail.ru
Кухарук Анна Дмитрівна
a.kukharuk@kpi.ua