

**Штангрет І.А.**

аспірант кафедри фінансово-економічної безпеки,  
обліку і оподаткування  
Української академії друкарства

**Shtangret Iryna**

Postgraduate of the Department of Financial and  
Economic Security, Accounting and Taxation  
Ukrainian Academy of Printing

## ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ

## TRANSFORMATION PROCESSES IN THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE PUBLISHING AND PRINTING INDUSTRY

*Актуальна на сьогодні орієнтація економічно розвинутих країн на розвиток цифрової економіки та COVID-19, який практично продемонстрував переваги широкого використання цифрових технологій для бізнесу та споживачів, мали суттєвий вплив й на Україну, зокрема в частині необхідності подолання «технологічного розриву». В недалекому минулому видавничо-поліграфічна галузь була орієнтована на задоволення інформаційних потреб споживачів шляхом масового тиражування книжкової, журнальної та газетної продукції. Цифровізація економіки змінює умови функціонування видавничих структур та поліграфічних підприємств. Адаптація вимагає створення інформаційного базису, виходячи не лише із відстеження тенденцій у діяльності видавничих структур та поліграфічних підприємств, а враховуючи світову практику та зміну запитів споживачів. Окреслено зміст трансформаційних процесів в межах видавничо-поліграфічної галузі, спираючись на офіційні статистичні дані й думку експертів, що дозволило сформувати цілісне уявлення та основу для розроблення тактичних й стратегічних рішень в управлінні й забезпеченні безпеки кожного підприємства.*

**Ключові слова:** трансформація, видавничо-поліграфічна галузь, видавництво, поліграфічне підприємство, цифровізація.

*The currently relevant focus of economically developed countries on the development of the digital economy and COVID-19, which practically demonstrated the benefits of the widespread use of digital technologies for business and consumers, had a significant impact on Ukraine as well, in particular in terms of the need to overcome the "technological gap". In the recent past, the publishing and printing industry was focused on meeting the informational needs of consumers through the mass reproduction of book, magazine, and newspaper products. Digitization of the economy changes the operating conditions of publishing structures and printing enterprises, which requires careful study for the preservation and development of the national producer, whose products fill the information space and serve as a component of the goods of the processing industry (labels, packaging, etc.). The purpose of the study was to characterize the transformational processes that take place in the conditions of publishing structures and printing enterprises, in particular, in the conditions of increasing the share of the digital component in the structure of the national economy. To form an outline of the content of transformational processes in the activities of enterprises in the publishing and printing industry, the following methods were used: induction and deduction, comparison and systematization – in the study of changes in the main parameters of the functioning of publishing structures and printing enterprises; synthesis and analysis – to characterize changes in demand for certain types of products of enterprises in the publishing and printing industry; morphological analysis – to clarify the content of the digital transformation of publishing structures and printing enterprises; graphic – for visual representation of theoretical and methodical material; abstract-logical – for theoretical generalizations and research conclusions. Adaptation requires the creation of an information base, based not only on tracking trends in the activities of publishing structures and printing enterprises, but also taking into account world practice and changes in consumer requests. The content of transformational processes within the publishing and printing industry is outlined, based on official statistical data and the opinion of experts, which made it possible to form a holistic view and a basis for the development of tactical and strategic decisions in the management and security of each enterprise. Obstacles hindering the digital transformation of printing enterprises and publishing structures are highlighted separately, which should become the object of attention of security service employees.*

**Keywords:** transformation, publishing and printing industry, publishing house, printing company, digitalization.

**Постановка проблеми.** Потреба розвитку підприємств видавничо-поліграфічної галузі обумовлена їх роллю в процесах формування національної культури, здобуття населенням освіти, розвитком інтелектуального рівня й забезпеченням інформаційної безпеки. Останнє десятиліття ознаменувалося технологічним поступом, зокрема в частині доступу до інформаційних ресурсів через мережу Інтернет, що суттєво вплинуло на діяльність видавничих структур та поліграфічних підприємств. Наявні ознаки як деструктивних змін, так й перепрофілювання й розширення асортименту продукції, що потребує уваги задля збереження й підтримання національних товаровиробників продукту, що є елементом інформаційного простору та складовою товарів переробної промисловості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика розвитку видавничо-поліграфічної галузі перебуває в полі зору таких науковців як Бабенко А. [1], Гончарук О. [1], Дурняк Б. [2], Єфімова М. [3], Мартинів В. [2], Онищук М. [4], Сікора Ю. [6], Татарінова Л. [4], Храмова-Баранова О. [6], Чужа О. [7], Швайка Л. [8], Шеркліф Е. [9], Штангрет А. [2] та інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Відстеження змін основних показників дає можливість характеризувати поточний стан й динаміку розвитку видавничих структур та поліграфічних підприємств в Україні, але не сприяє формуванню цілісного уявлення про зміни на ринку й в запитах споживачів. Реагування на наслідки не дозволяє забезпечити тривалий розвиток видавничо-поліграфічної галузі й досягнення національних й корпоративних інтересів у стратегічному вимірі, що актуалізує необхідність взаємопов'язаного розгляду зміни потреб споживачів та спроможності бізнесу їх задовольнити.

**Мета дослідження** полягає у характеристиці трансформаційних процесів, які мають місце в умовах видавничих структур та поліграфічних підприємств, зокрема в умовах збільшення частки цифрової складової в структурі національної економіки.

**Виклад основних результатів дослідження.** Першочергово було визначено динаміку кількості

підприємств за двома ключовими видами економічної діяльності, тобто «поліграфічна діяльність» (код за КВЕД-2010 – 18) та «видавнича діяльність» (відповідно – 58), що в графічному вигляді подано на рис. 1.

Стосовно діяльності поліграфічних підприємств можна говорити скоріше про певну відносну стабільність щодо учасників ринку, адже у 2010 р. на ринку працювали 1892 суб'єкти із подальшим суттєвим зниженням у 2016-му до 1568 одиниць та наступним частковим відновленням до 1700 у 2019-му. Більш цікавим є той факт, що в Україні в межах 2017-2021 рр. здійснювало діяльність лише одне велике поліграфічне підприємство і критично мала кількість середніх, зокрема у 2021-му – 53 одиниці. Л. Швайка констатувала факт реалізації в межах видавничо-поліграфічної галузі корпоративної революції, коли «...утворилася ситуація, внаслідок якої держава не керує і не спрямовує діяльність галузі в бажаному для суспільства напрямі, відповідно до державних інтересів, а навпаки – власники підприємств видавничо-поліграфічної галузі роблять спроби готувати і забезпечувати прийняття державних рішень на користь власних корпоративних інтересів, які здебільшого не збігаються з національними інтересами. Результатом такої політики стало погіршення конкурентних позицій підприємств галузі, що автоматично позначилося на їх фінансовій стабільності» [8, с. 16]. Цей момент також вказує, що поточні потреби у видавничій та невидавничій (етикетна й пакувальна, канцелярські й білові товари тощо) продукції задовольняються за рахунок роботи малих підприємств. Цей факт частково узгоджується із світовими трендами, зокрема в частині «...більш швидкого розвитку цифрових невеликих друкарень, що спеціалізуються на випуску дрібних накладів і друці змінних даних» [1, с. 865]. Переваги малих підприємств полягають у спроможності максимального врахування інтересів невеликих груп споживачів, оперативного реагування на зміну попиту й здійснення діяльності географічно близько до клієнтів. Інший аспект полягає в тому, що виробнича база малих підприємств уможливорює виготовлення продукції дрібними партіями, тобто із

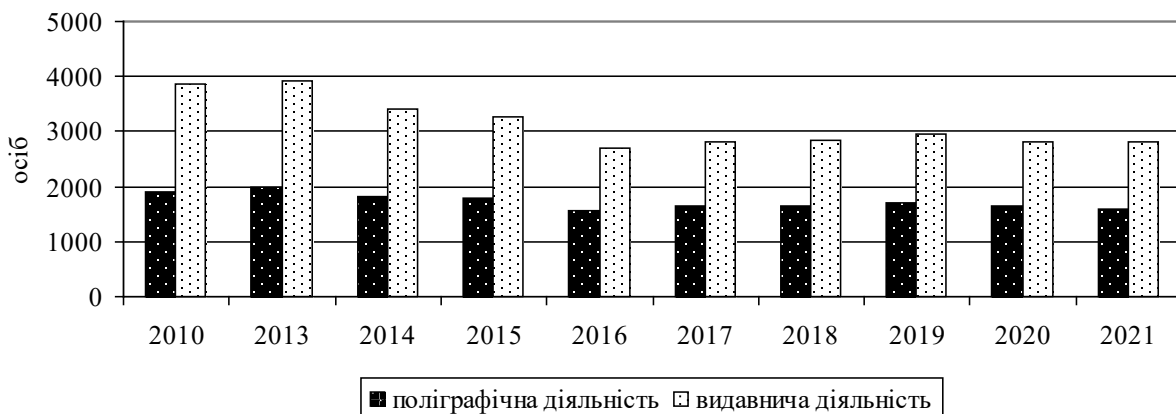


Рис. 1. Динаміка кількості діючих підприємств видавничо-поліграфічної галузі

Джерело: сформовано на основі [5]

обмеженою присутністю на ринку без можливості впливу на його розширення й розвиток. З позиції забезпечення інформаційної безпеки держави це є проблемним моментом, оскільки фактично ліквідується один із каналів поширення інформації, що відповідає національним інтересам та заповнює інформаційний простір країни.

Діяльність видавничих структур характеризується більш негативними аспектами, що проявляється у значному зменшенні кількості учасників ринку. Якщо у 2010 р. нараховувалося 3865 видавництв, то до у 2021-му їх кількість скоротилася до 2801 одиниці, тобто 27,6%. Починаючи з 2012 р. в Україні не функціонує жодне велике видавництво, а кількість середніх щорічно зменшується, тобто із 106 одиниць у 2010-му до 42 у 2021-му. Фактично зазначене загальне суттєве скорочення відбувалося за рахунок малого бізнесу, що опосередковано вказує на недоліки адаптації видавничих структур до зміни інтересів споживачів щодо отримання інформації.

Певна сталість в кількості учасників поліграфічного ринку не відповідає динаміці чисельності зайнятих працівників. У 2010 р. на поліграфічних підприємствах було зайнято 20966 осіб, але в подальшому спостерігається скорочення персоналу до 16809 осіб у 2021-му, тобто на 18,8%. Оптимізація кадрового складу в певній мірі відповідає тій ситуації, що має місце в інших країнах. Так, в Німеччині «...в середньому на одному підприємстві зайнято не більше 16 осіб, а в штаті 80% друкарень значиться менше 20 працівників» [1, с. 866], але в Україні такий показник складає лише 10 осіб, тобто наявними є проблеми, які пов'язані із втратою кадрового потенціалу, а відтак й погіршенням конкретних позицій. Такі міркування спираються на поширену практику формування кваліфікованих фахівців на українських підприємствах із набуттям ними досвіду на сучасному поліграфічному обладнанні, що в подальшому сприяє їх трудовій міграції й застосуванню знань в умовах іноземних конкурентів, завдаючи вітчизняним виробникам значних втрат. Основною причиною таких процесів є вагома різниця у рівні оплати праці й нездатність українських підприємств протидіяти цій загрозі.

У порівнянні із поліграфічними підприємствами, кадрові втрати видавничих структур є більш значними, тобто в межах 2010–2021 рр. вони сягнули 58,22%. Тут причинами є незадовільний рівень оплати праці, але в межах країни, тобто у порівнянні із телебаченням, в офісах великих корпорацій, при створенні інформаційного продукту, що використовується в рекламних цілях, тощо.

Величина кінцевого фінансового результату діяльності поліграфічних підприємств та видавничих структур змінювалася в межах 2010–2021 рр. синхронно, тобто мали місце збитки у 2014–2015 рр. та 2017-му, що можна пов'язати із початком агресії Російської Федерації та складністю стабілізації господарської діяльності в подальшому (рис. 2). Наступний етап, тобто 2018–2020 рр., характеризується відмінністю у величині отриманого чистого прибутку, який суттєво вищий у поліграфічних підприємств.

Можна констатувати, що саме з 2018 р. відбулися зміни в інтересах споживачів щодо джерел отримання інформації, зокрема за рахунок набуття популярності електронних книг й збільшення учасників соціальних мереж. Поліграфічні підприємства зуміли адаптуватися до такої трансформації ринку шляхом частково перепрофілювання виробничих потужностей на виготовлення пакувальної й етикетної продукції. Такі зміни частково відповідають світовим тенденціям, коли «...зростання обсягу друку книг та журналів в світі склав 0,6%, упаковок – 2,5%, комерційної друкарської продукції – 0,8%» [2, с. 78]. Поступовий зсув асортименту продукції поліграфічних підприємств на користь невидавничої продукції прослідковується в більшості економічної розвинутих країн, зокрема в Німеччині «...книги, журнали, газети, в загальному обсязі виробництва становлять відповідно 6,6%, 11,3% та 11,4%. Частка друкованої продукції, пов'язаної з рекламою, досягає в загальному вартісному обсязі виконаних поліграфічних робіт більше 60%» [1, с. 865]. Стосовно України такі зміни є свідченням трансформації в діяльності поліграфічних підприємств, що проявилася у зміні асортименту продукції на користь тієї, що потребує переробна промисловість. Зважаючи на те,

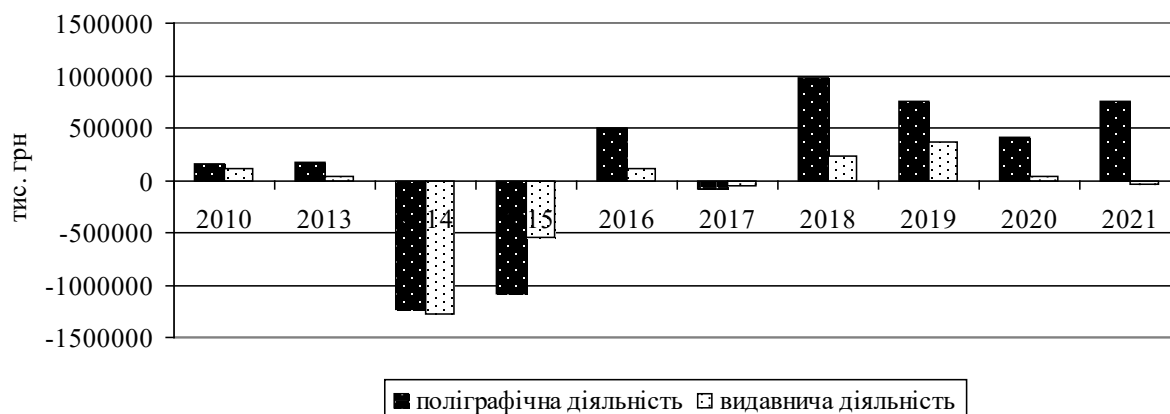


Рис. 2. Динаміка кінцевого результату діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі  
Джерело: сформовано на основі [5]

що таке перепрофілювання супроводжувалося ще й технічними й технологічними змінами на користь цифрового друку, то можна стверджувати, що йдеться про цифрову трансформацію поліграфічних підприємств, що забезпечила їм адаптацію до нових запитів споживачів.

Однією із причин високої збитковості видавничих структур є зменшення середнього накладу, коли у 2015 р. він складав 5-6 тис примірників, то у 2019-му мало місце зменшення до 3,5 тис, а у 2020 визначалося на рівні 700-800 примірників [9, с. 24].

Для наочності сприйняття процесів, що пов'язані із діяльністю підприємств видавничо-поліграфічної галузі, досліджуваний період збільшений до 30 років, тобто з 1990 по 2021 роки. Такий формат вибрано не випадково, адже ще на початку 90-х тоді існуюча система управління країною передбачала виконанням видавничими структурами й поліграфічними підприємствами функції ретранслятора ідеології шляхом масового виробництва видавничої продукції. Загальний тираж книг і брошур сягав рекордних 170 млн примірників (рис. 3).

Для порівняння, у згаданому 1990 р. на одного мешканця України припадало 3,28 примірника книжкової продукції, коли у 2021-му – лише 1,09, що з позиції функціонування підприємств видавничо-поліграфічної галузі можна вважати катастрофічним спадом обсягів ринку. Окрім цього, тенденції в обсягах виготовлення книжкової продукції є протилежними до тих, що характеризують розвиток книговидавництва у світі, оскільки «...у 1960 р. вийшло 332 000 найменувань, у 1990 р. ця кількість становила 942 000 найменувань, а 2007 р. – 976 000 ...кількість щорічно виданих екземплярів (копій) нині оцінюють у 4 млрд» [7].

Однією із причин зменшення попиту на книжкову продукцію, що виготовлена традиційним способом, можна вважати й поступове зростання інтересу до її електронного аналогу. Щорічний приріст ринку електронних книг у економічно розвинутих країнах оцінюється 4,9% [4, с. 10], що забезпечується в найбільшій мірі поступом у виробництві

цифрових індивідуальних пристроїв для отримання й опрацювання інформації. Сьогодні розрізняють наступні три підвиди електронної книги: аудіо (зміст традиційної книги озвучується професійними акторами для прослуховування користувачем); мультимедійна («...поєднує традиційну статичну (текст, графіка) і динамічну інформацію різних типів (музику, відео, анімацію), впливає одночасно на декілька органів чуття» [6, с. 48]) та інтерактивна, яка являє собою не просто технічний пристрій із можливістю ознайомлюватися із змістом тексту, який є аналогічний до надрукованого у вигляді книги, а суттєво відмінним цифровим продуктом. М. Єфімова пропонує сприймати інтерактивну книгу як «...книгу, яка супроводжується різним медіаконтентом (звуки, анімація, можливість виконання дії над об'єктом), що дозволяє читачеві сприймати зміст зовсім по-іншому... передбачає вихід в альтернативну реальність з можливістю взаємодії з її персонажами» [3, с. 15]. Фактично йдеться про реальний приклад цифровізації, тобто набуття традиційним продуктом нових якостей, що стає можливим завдяки взаємодії традиційного видавництва та ІТ-компаній на основі використання цифрових технологій. Українські підприємства роблять лише перші кроки в напрямі розвитку інтерактивної книги, обравши найбільш цікавий сегмент – дитяча книга. Діти максимально швидко опановують нові технічні пристрої, а батьки вбачають в цьому здатність їх вільно жити в новому цифровому середовищі, відтак створюють платоспроможний попит. Відомими є кілька вдалих проектів, що стали основою розвитку інтерактивної книги в Україні, до числа яких можна віднести «Снігова королева» («А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА»), «Забавлянки» й «Гарбузовий рік» («Видавництво Старого Лева»), «Мама поспішає додому» (Glowberry Books) та інші. У цілому базовою конкурентною перевагою цифрового аналогу книги є активність читача, що проявляється у можливості сприймати інформацію у вигідному для себе форматі, взаємодіяти з машиною для отримання й покращення цифрових навичок, виступати в ролі

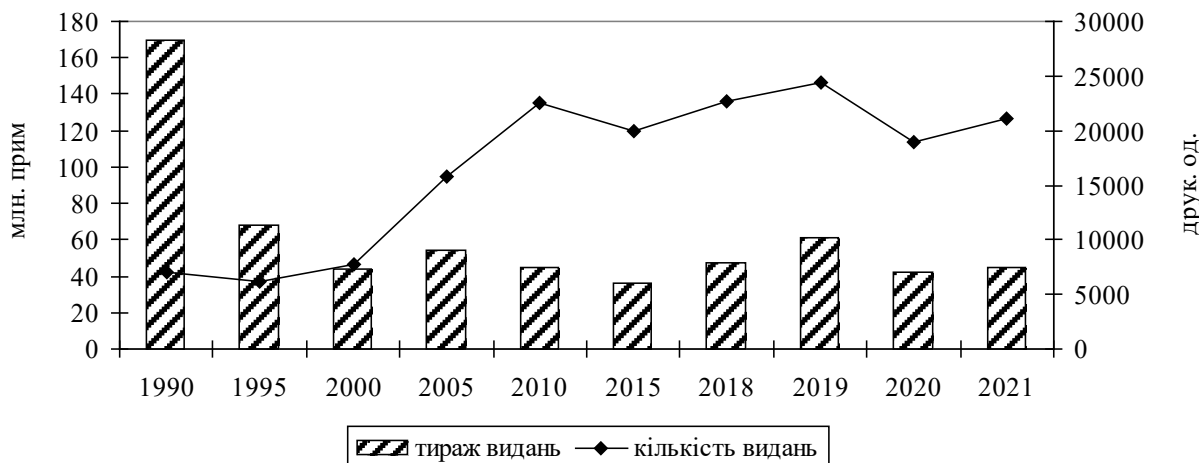


Рис. 3. Динаміка основних показників виробництва книжок та брошур

Джерело: сформовано на основі [5]



не лише споживача, але й учасника, тобто творчо розвиватися. Тимчасовою прогалиною є відсутність інтерактивних книг для дорослих читачів, що формує перспективи подальшої цифрової трансформації підприємств видавничо-поліграфічної галузі. Глобальною перешкодою можна вважати піратство, що повинно бути об'єктом протидії як на рівні держави, так й кожного виробника цифрового продукту шляхом розвитку власної системи економічної безпеки.

Результати проведеного аналітичного дослідження, основою чого послужили матеріали міжнародних та українських інститутів, нами узагальнено на рис. 4.

Пунктиром підкреслено авторську позицію, що цифрова трансформація підприємства повинна здійснюватися під контролем служби безпеки, а

відтак передбачати її розвиток, виходячи із необхідності більш повного використання нових можливостей та ліквідації загроз.

**Висновки.** Швидкі темпи поширення й активність застосування цифрових технологій в значній мірі вплинули на процес задоволення населенням своїх потреб, зокрема інформаційних. Порівняно недавно видавничу продукцію конкурувала із телебаченням та радіо, але в сьогоdnішніх умовах споживач все активніше використовує Інтернет для доступу до цифрових продуктів.

В межах проведеного дослідження було окреслено параметри змін у діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі, зокрема в частині як утворення нових можливостей через більш активне використання цифрових технологій для поліграфічних підприємств при зміні асортимен-

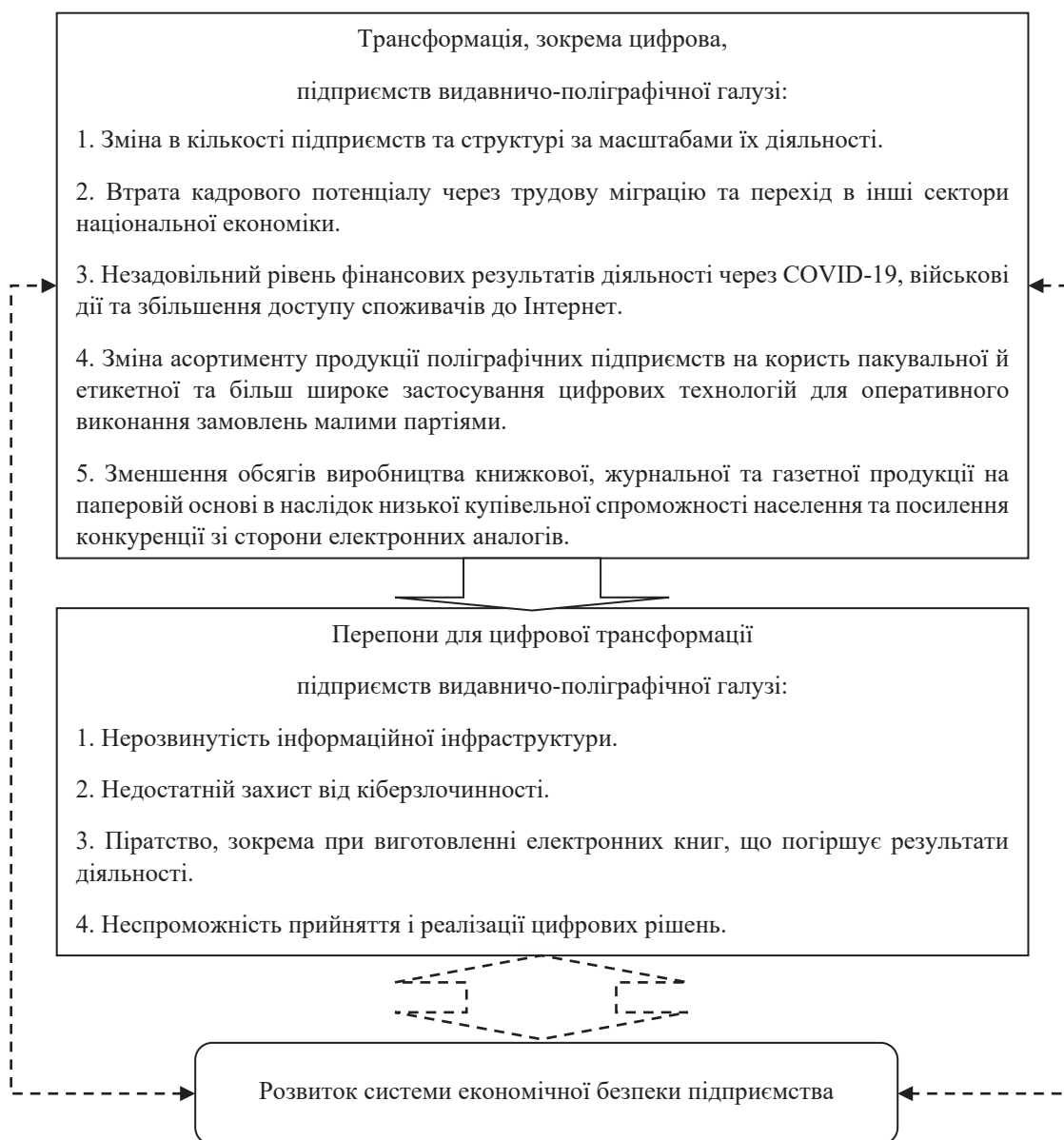


Рис. 4. Середовище розвитку системи економічної безпеки підприємств видавничо-поліграфічної галузі

Джерело: сформовано автором

ту продукції на користь пакувальної та етикетної та видавничих структури в умовах паралельної підготовки видань в паперовому й електронному виконанні, так й загроз, що в основному пов'язані із збільшенням у споживачів популярності новітніх потокових сервісів. Особливо виділено перепони, що гальмують цифрову трансформацію поліграфічних підприємств та видавничих структур, що повинно стати об'єктом уваги співробітників служби безпеки. Подальші дослідження доцільно спрямувати в напрямі розроблення механізмів ліквідації перепон у цифровій трансформації поліграфічних підприємств та видавничих структур.

#### Бібліографічний список:

1. Гончарук О.В., Бабенко А.А. Стан і перспективи розвитку підприємств поліграфічної промисловості в Україні та світі. *Молодий вчений*. 2018. № 1(53). С. 864–868.
2. Дурняк Б.В., Штангрет А.М., Мартинів В.В. Стан і тенденції розвитку підприємництва у видавничо-поліграфічній галузі. *Наукові записки*. 2008. № 2(14). С. 77–82.
3. Єфімова М.П. Інтерактивна дитяча книга в Україні: становлення та перспективи. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2013. № 19. С. 13–16.
4. Онищук М., Татарінова Л. Деякі тенденції книгодрукування та книгорозповсюдження у світі в умовах пандемії COVID-19. *Віник книжкової палати*. 2021. № 9. С. 6–10.
5. Статистична інформація. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 04.06.2023).
6. Храмова-Баранова О.Л., Сікора Ю.А. Дизайн інтерактивних дитячих книжок його вплив на розвиток дошкільної освіти і культури в Україні. *Гуманітарний вісник*. 2017. Вип. 11. С. 46–54.
7. Чужа О. Книжковий ринок Чехії в цифрах: видавництва, переклади. URL: <http://litakcent.com/2016/06/23/knyzhkovyj-rynok-chehiji-v-cyfrach-vydavnytvtaperekklady/> (дата звернення: 04.06.2023).
8. Швайка Л.А. Видавничо-поліграфічна справа в Україні: стан, конкурентоспроможність, перспективи. *Поліграфія і видавничі справи*. 2011. № 2 (54). С. 15–24.
9. Шеркліф Е. Видавничі галузі України: Заключний звіт 2020 (лютий-березень 2021 року). URL: [https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333\\_research\\_uk\\_ua\\_v10.pdf](https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333_research_uk_ua_v10.pdf) (дата звернення: 04.06.2021).

#### References:

1. Honcharuk O.V., Babenko A.A. (2018) Stan i perspektivy rozvytku pidpriemstv polihrafichnoi promyslovosti v Ukraini ta sviti [The state and prospects for the development of enterprises of the printing industry in Ukraine and the world]. *Molodyi vchenyi*, no. (53), pp. 864–868.
2. Durniak B.V., Shtanhret A.M., Martyniv V.V. (2008) Stan i tendentsii rozvytku pidpriemnytstva u vydavnycho-polihrafichnii haluzi [The state and trends of the development of entrepreneurship in the publishing and printing industry]. *Naukovi zapysky*, no. 2(14), pp. 77–82.
3. Yefimova M.P. (2013) Interaktyvna dytiacha knyha v Ukraini: stanovlennia ta perspektivy [Interactive children's book in Ukraine: development and prospects]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, no. 19, pp. 13–16.
4. Onyshchuk M., Tatarinova L. (2021) Deiaki tendentsii knyhdrukuvannia ta knyhorozpovsiudzhennia u sviti v umovakh pandemii COVID-19 [Some trends in book printing and book distribution in the world in the context of the COVID-19 pandemic]. *Vynik knyzhkovoї palaty*, no. 9, pp. 6–10.
5. Statystychna informatsiia [Statistical information] (2023). Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed June 4, 2023).
6. Khramova-Baranova O.L., Sikora Yu.A. (2017) Dizain interaktyvnykh dytiachykh knyzhok yoho vplyv na rozvytok doshkilnoi osvity i kultury v Ukraini [The design of interactive children's books and its influence on the development of preschool education and culture in Ukraine]. *Humantarnyi visnyk*, vol. 11, pp. 46–54.
7. Chuzha O. (2023) Knyzhkovyi rynek Chekhii v tsyfrakh: vydavnytstva, perekłady [Czech book market in numbers: publishers, translations]. Available at: <http://litakcent.com/2016/06/23/knyzhkovyj-rynok-chehiji-v-cyfrach-vydavnytvtaperekklady/> (accessed June 4, 2023).
8. Shvaika L.A. (2011) Vydavnycho-polihrafichna sprava v Ukraini: stan, konkurentospromozhnist, perspektivy [Publishing and printing business in Ukraine: state, competitiveness, prospects]. *Polihrafiia i vydavnycha sprava*, no. 2 (54), pp. 15–24.
9. Sherklif E. (2021) Vydavnycha haluzi Ukrainy: Zakliuchnyi zvit 2020 (liutyi-berезen 2021 roku) [Publishing Industry of Ukraine: Final Report 2020 (February-March 2021)]. Available at: [https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333\\_research\\_uk\\_ua\\_v10.pdf](https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333_research_uk_ua_v10.pdf) (accessed June 4, 2023).