

УДК 655.5 (075.8)

Палига Є.М., Босак І.П.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ ТА АЛЬТЕРНАТИВИ ЇХ РОЗВИТКУ

*Стаття присвячена актуальним проблемам діяльності вітчизняних видавничо-поліграфічних підприємств. Проаналізовано сучасний стан, особливості і тенденції розвитку суб'єктів господарювання галузі. У процесі дослідження визначено важливу роль видавничо-поліграфічних підприємств у розвитку національної економіки. Обґрунтовано вплив факторів на процес функціонування та окреслено подальші напрями розвитку видавництва і поліграфічних підприємств із врахуванням специфіки галузі.*

**Ключові слова:** видавництва, поліграфічні підприємства, ринок, розвиток, книготорговельна мережа.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Комплексному дослідженню питань, пов'язаних із діяльністю видавничо-поліграфічних підприємств присвячені наукові праці та численні публікації. Серед них можна виділити роботи Р. Машталіра, Н. Сухолитки, М. Масловатого, С. Крилошанської, Б. Дурняка, О. Гузели, Л. Швайки, О. Боженко, С. Гавенко, А. Штангрета та ін.

Результати їх досліджень та напрацювань стосуються: становлення та особливостей функціонування суб'єктів видавничо-поліграфічної галузі різних організаційно-правових форм, форм власності та масштабів виробництва; оцінки впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ на ефективність господарської діяльності; удосконалення організації редакційно-виробничого процесу; цінової політики та процесу ціноутворення на продукцію галузі; конкурентоспроможності видавничо-поліграфічних структур, якості продукції та поліграфічних послуг; обґрунтування перспективних напрямів подальшого розвитку; підготовки фахівців тощо.

Однак, існує чимало проблем, які залишаються ще недостатньо вивченими і потребують подальших наукових досліджень.

**Постановка проблеми.** Особливості інтеграції України у світовий економічний простір вимагають впровадження певних механізмів адаптації вітчизняних суб'єктів господарювання до нових умов та здатності миттєво реагувати і забезпечувати відповідний рівень конкурентоспроможності.

Сучасна видавничо-поліграфічна галузь (ВПГ) є складною соціально-економічною системою, яка постійно змінюється під впливом сукупного попиту на продукцію, залежно від темпів науково-технічного розвитку інвестиційної активності, інноваційних процесів тощо. Ефектив-

ність її функціонування залежить від злагодженої роботи її складових, зокрема видавництва і видавничих організацій, поліграфічних підприємств, книготорговельної мережі та служб матеріально-технічного забезпечення, а також від удосконалення напрямів розвитку, що відповідають сучасним вимогам і враховують специфіку галузі.

**Мета статті (постановка завдання).** Мета статті полягає в оцінці сучасних тенденцій функціонування вітчизняних видавничо-поліграфічних підприємств та альтернатив подальшого їх розвитку.

**Результати дослідження.** Видавничо-поліграфічна діяльність є складовою інформаційної, духовної, культурної та економічної сфер суспільства. Друкована продукція, поліграфічні роботи та послуги відіграють важливу роль та знаходять своє місце на споживчому ринку. Внутрішній національний ринок видавничої та друкованої продукції формується під впливом взаємодії споживчого попиту та товарної пропозиції.

Товарна пропозиція залежить, в основному, від технічного рівня виробництва, рівня інвестицій, ефективних методів управління. Сукупна товарна пропозиція є більш стабільною характеристикою діяльності суб'єкта господарювання, ніж споживчий попит. Кожне підприємство у своїй діяльності неминує попадає у смугу невизначеності, але при цьому прагне визначити і впорядкувати вплив зовнішніх чинників на своє функціонування. Такі зусилля приносять відповідний успіх, усуваючи або ж послаблюючи негативні впливи.

Споживчий попит не є стабільний і суттєво залежить від факторів зовнішнього середовища. На протигагу цьому, сукупна пропозиція залежить в більшій мірі від акумулювання внутрішніх факторів, швидкого реагування підприємницьких структур на зовнішні зміни та впливи, і її коливання є незначними.

Щоб була рівновага між попитом та пропозицією, а також тісна взаємодія, потрібне ефективне управління ВПГ за допомогою відповідних методів, принципів, функцій (рис. 1).

© Палига Євген Миколайович, д.е.н., проф., зав. каф. економіки підприємства та маркетингу у ВПК Українська академія друкарства

Босак Ірина Петрівна, к.т.н., доц. каф. економіки підприємства та маркетингу у ВПК Українська академія друкарства, kafekonoma@mail.ru

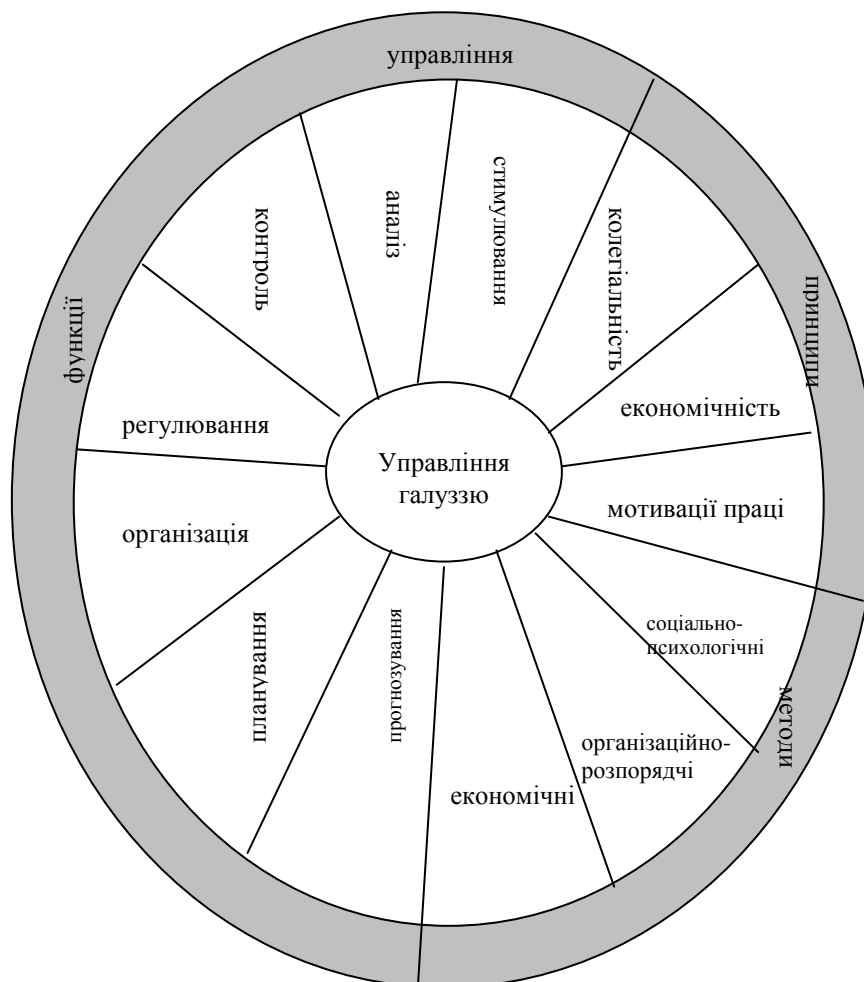


Рис. 1. Основи управління галуззю

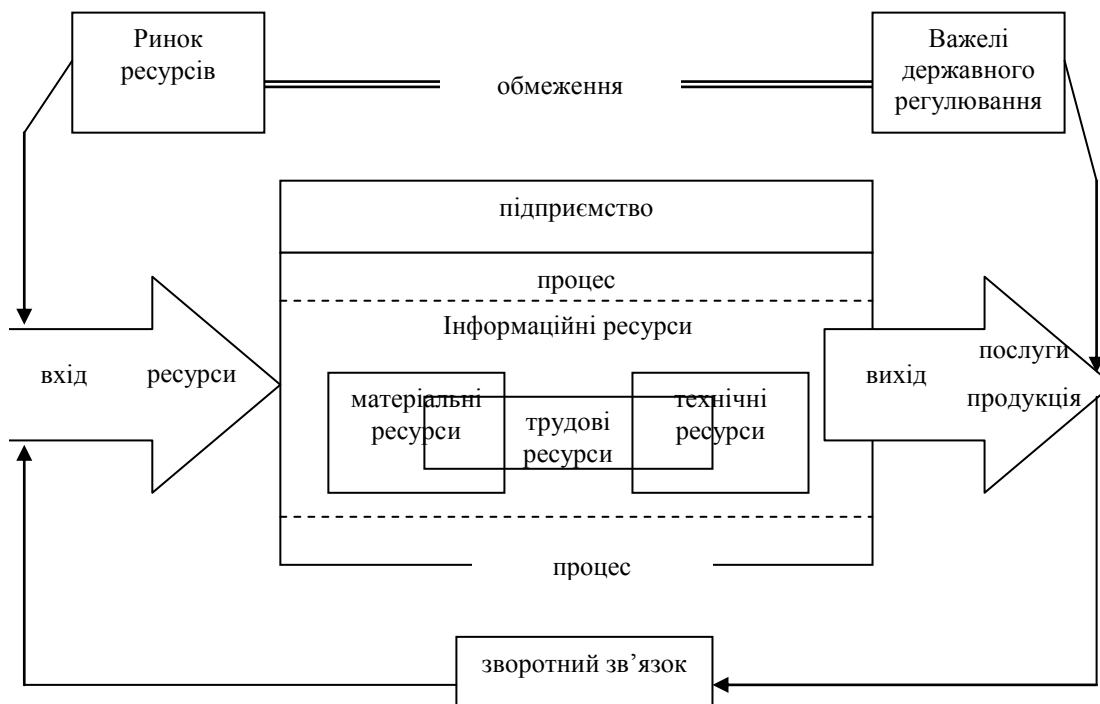
В умовах ринкової економіки серед методів управління центральне місце займають економічні, які ґрунтуються на сукупності інтересів, дії економічних законів. Економічні методи забезпечують матеріальну зацікавленість підприємств галузі, їх структурних підрозділів і кожного працівника в результатах праці, ефективності використання ресурсів. На практиці вони реалізуються за допомогою таких важелів, як ціна, прибуток, кредит, податки, матеріальне заохочення тощо. У сукупності повинні створюватися такі умови, які б гарантували ефективну діяльність кожного підприємства, працівника і галузі в цілому [1].

Важливу роль відіграють й інші методи, але домінантність економічних свідчить про ринкові підходи до управління галуззю. В сучасних умовах змінився також характер та зміст принципів і функцій управління, що обумовлено особливостями та динамізмом ринкового середовища.

Ринкова система господарювання значною мірою пов'язана з підприємницькою активністю в

усіх сферах економіки, а її зростання є перспективним аспектом конкурентного ринкового середовища. Основною метою усіх суб'єктів ринкової економіки, зайнятих підприємництвом, є отримання прибутку, який відображає всі аспекти господарської діяльності кожного підприємства, що функціонує як складна економічна система. Підприємство як систему можна представити у вигляді графічної моделі, яка відображає суть системи, її цілісність, елементи, взаємозв'язки, обмеження та зворотний зв'язок (рис.2).

Сучасний ринок вимагає випуску адресної продукції та високоякісного виконання різноманітних поліграфічних послуг та робіт, оновлення продукції на вимогу та з ініціативи споживачів. Ринок підвищує вимоги до підприємств у своєчасному забезпеченні платежів постачальникам сировини, матеріалів, технічних ресурсів, енергоресурсів, виплати заробітної плати своїм працівникам, проведенні своєчасних розрахунків з бюджетом. Це є можливим лише за умови безбиткової діяльності та відповідно налагодженої фінансової роботи в умовах підприємства.



**Рис. 2. Підприємство як економічна система**

Для більшості видавничо-поліграфічних підприємств сьогодні властиві зниження ділової активності та загальної ефективності господарювання, погіршення фінансового стану, скорочення підприємницької діяльності, що загалом призводить до негативних наслідків. Вирішення цих проблем потребує відповідних змін у теорії і практиці підприємництва, глибокої фахової оцінки та ґрунтовного аналізу економічної ситуації, кардинальних змін у взаємовідносинах між собою суб'єктів підприємництва з державою. Крім того, це вимагає переорієнтації цілей та завдань подальшої діяльності, пошуку шляхів виживання та забезпечення беззбиткового функціонування, щоб втриматись на плаву.

Видавнича діяльність повністю залежить від кон'юнктури ринку, є важко передбачуваною і нестабільною. Ця обставина негативно впливає на партнерів — поліграфічні підприємства, які не можуть оперативно реагувати на ці зміни. Специфіка технічної бази поліграфічних підприємств полягає в тому, що вона зорієнтована на певний характер видавничої продукції та її параметри — книжкову, образотворчу, газетну продукцію, багато- і малотиражну, багато- і мало фарбову і т.д. Тому кон'юнктурні зміни у видавництві не завжди можуть оперативно реалізувати технічні можливості поліграфічних підприємств [2].

Започаткування принципів змін у діяльності суб'єктів господарювання в ринковій

економіці порівняно з плановою зумовлено багатьма чинниками, внутрішніми та зовнішніми, об'єктивними та суб'єктивними тощо, що спричинило трансформаційні перетворення (табл. 1).

Ускладнює сучасні проблеми видавничо-поліграфічної галузі (ВПГ) світова економічна криза, яка торкнулася України, не оминувши жодної галузі вітчизняної економіки.

Спад, який переживає сьогодні галузь, пояснюється не тільки загальноекономічними проблемами, а також багатьма чинниками, пов'язаними з ігноруванням специфіки цієї важливої сфери з боку владних структур, що, в свою чергу, впливає на загальний стан та формування стратегії розвитку кожного суб'єкта господарювання.

Отже, сучасне виробниче підприємництво в галузі надання поліграфічних послуг, агрегатоване з видавничим підприємництвом в одній видавничо-поліграфічній галузі, розвивається за загально визначеними принципами та функціями, за різними організаційно-правовими формами та типами, активно використовуючи елементи інноваційної моделі функціонування. Особливістю видавничо-поліграфічного підприємництва є високий ступінь соціальної відповідальності, обумовлений характером призначення продукції, що повинно викликати до проблем галузі заострену увагу держави, особливо до книговидавництва та преси [3].

## Трансформації ВПП

<i>Сфери трансформації</i>	<i>Планова економіка</i>	<i>Ринкова економіка</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Місія	Планова ідеологія жорстко контролюється державою, що визначає культурно-виховну та освітню роль друкованої інформації.	Формування культурно-освітнього рівня споживачів та розвиток ідеологічних переконань таких, що не суперечать державним та національним інтересам. Розвиток ринку друкованої продукції, що приносить вигоду.
Цілі функціонування	Друкована продукція виготовляється за заданими номенклатурою, обсягами, термінами та якістю.	Задоволення попиту на друковану інформацію, забезпечення конкурентоспроможності комплексу. Ринком регулює види продукції, якість, обсяги виробництва та терміни.
Форма власності у	Державна.	Державна, приватна, колективна.
Управління	Управління здійснюється з єдиного центру - Держкомвидаву УРСР.	Підпорядкування структур ВПП єдиному центру відсутнє.
Державна підтримка	Повна підтримка державою на законодавчому рівні та у сфері фінансування, матеріально-технічного забезпечення, науково-технічного розвитку.	Підтримка державою у формі держзамовлень та деяких пільг в оподаткуванні, що постійно змінюються.
Інтереси власників, виробників, підсистем комплексу	Інтереси виробників і власників в особі держави однакові.	Інтереси виробників і власників збігаються частково, інтереси різних підсистем комплексу не збігаються, а регулюються ринком.
Структура	У структурі умовно виділяється авторське і читацьке середовище, що були керованими з боку держави, структурними елементами були видавництва, поліграфічні підприємства, заклади книгорозповсюдження.	З боку держави позбавлені регламентуючого керування читацьке і авторське середовище, що акумулюються на вході та виході системи. Структурні елементи: видавництва, поліграфічні підприємства, видавничо-поліграфічні організації, книготорговельна мережа, бібліотечні заклади.
Функції підсистеми	Чітке розмежування функцій підсистем ВПП з дотриманням послідовності процесу у ній.	Диверсифікація функцій і сфер діяльності на рівні різних підсистем ВПП.
Внутрішні зв'язки	Прямі взаємозв'язки і взаємозалежність між підсистемами, що підпорядковані єдиній цілі.	Взаємозв'язки на основі конкуренції та взаємовигоди
Зовнішнє і внутрішнє середовище	Зовнішнє середовище обумовлено потребами, що контролюються державою, внутрішнє зумовлювалося централізованим управлінням. Техніко-економічні та організаційні рівні формуються через державні асигнування.	Зовнішнє середовище обумовлено потребами ринку і конкуренції, внутрішнє — конкурентне, техніко-економічний рівень формується самостійно.
Вихід системи ВПП та її підсистем	Продукція основного виду діяльності - друкована	Вхід залежить від структури підсистеми та сфер діяльності.
Конкурентоспроможність на зовнішньому ринку	Висока конкурентоспроможність радянської книги. Кожне третє видання світу було радянським.	Низька конкурентоспроможність української книжки. Фактори впливу: низька якість та недостатня активність видавничо-поліграфічних структур.

Практика господарської діяльності засвідчує як позитивний, так і негативний взаємний вплив на поведінку та функціонування кожної підприємницької структури та органів державного управління на процеси з вироблення стратегії розвитку галузі.

Відсутність в Україні реальної державної підтримки у видавничо-поліграфічній справі зумовлює нестабільність функціонування галузевих суб'єктів господарювання, що позначається на їх діяльності, провокуючи погіршення показників роботи, занепад більшості підприємств комунальної і державної форм власності, що в свою чергу, не надає можливостей для розвитку.

Важливим для розширення можливостей розвитку ВПП є внесення доповнень до Закону України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» від 28.01.2016 року стосовно створення Українського інституту книги, який є державною установою і метою діяльності якого є:

- підтримка книговидавничої справи;
- популяризація читання;
- популяризація української літератури у світі;
- стимулювання перекладацької діяльності [4].

Слід відзначити, що в Україні не налагоджене на відповідному рівні виробництво не лише друкарсько-обробного устаткування та машин, а також більшості поліграфічних витратних матеріалів, а саме: друкарських пластин, фарб, клеїв, лаків, плівок. У результаті, розвиток поліграфії продовжує залежати від імпорту. У структурі видавничих витрат на випуск видавничої продукції суттєва частка належить видаткам на придбання витратних матеріалів; серед них лівова частка витрат — це витрати на папір, які щороку зростають і є одними з найвищих у Європі, що значно збільшує собівартість продукції. Тому без реальної підтримки та регулювання з боку держави щодо вирішення існуючих проблем і впровадження системи заходів з метою забезпечення стабільного функціонування та подальшого розвитку, галузь продовжуватиме відставати.

Крім того, важливим у взаємовідносинах між видавництвами та поліграфічними підприємствами є ціновий фактор, що ускладнює їх взаємовідносини. Останніми роками значно підвищився рівень якості поліграфічного виконання друкованої продукції, урізноманітнилися конструкції видань, що призвело до росту цін на поліграфічні роботи та послуги, що досить часто не влаштовує видавців. Така ситуація спонукає до знаходження компромісу у взаємовідносинах.

Також немаловажливим аспектом є ціноутворення на продукцію галузі. Формування і встановлення цін — процес досить складний та багатофакторний, що вимагає особливих підходів у кожному конкретному випадку, а необґрунтоване використання методології ціноутворення, як правило, призводить до негативних результатів функціонування.

Найбільшого успіху підприємство досягає тоді, коли висока цінність забезпечується низькими витратами і доступною для споживача та для підприємства ціною [5].

Для налагодження якісного механізму ціноутворення та забезпечення отримання ефективних результатів потрібно формувати відповідну систему ціноутворення в умовах підприємства, яка є комплексом необхідних елементів, а саме методів, стратегії, тактики, принципів, цілей та завдань, що у взаємодії забезпечують обґрунтоване встановлення оптимального рівня цін з урахуванням впливу факторів середовища функціонування.

Формування і встановлення остаточної ціни повинно відповідати двом важливим критеріям:

— по-перше, ціна, яка встановлюється на ринку, повинна покривати всі витрати, приносити прибуток і забезпечувати ефективне функціонування та розвиток суб'єкта господарювання;

— по-друге, ціна повинна задовольняти споживача, а точніше його платоспроможність, крім того його смаки, якісні характеристики продукції.

Ефективна діяльність всіх суб'єктів видавничо-поліграфічної галузі неможлива без стратегічної спрямованості розвитку та формування сучасних механізмів управління. Важливо при цьому враховувати особливості трансформаційних процесів у вітчизняній економіці. Щодо можливостей розвитку видавничо-поліграфічних підприємств варто володіти достовірною інформацією про сучасний ринок, вдосконалювати внутрішній механізм господарювання, який повинен базуватися на маркетингових підходах та концепції розвитку; видавництвам розширювати виробничі зв'язки та активніше інтегруватися з поліграфічними підприємствами та гуртово-збутовою торговельною мережею; підвищувати рівень інноваційної діяльності; забезпечувати задоволення споживчих потреб; підвищувати якість продукції та послуг; формувати гнучку цінову політику; підвищувати рівень кваліфікації фахівців; підтримувати фінансову стійкість кругообігу капіталу; враховувати конкурентні переваги продукції, що забезпечує максимальну прибутковість; підвищувати корпоративну культуру та рівень організації праці; мінімізувати підприємницькі ризики; розширювати ринки збуту продукції.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Видавничо-поліграфічна галузь, яка є основою розвитку національного простору як унікальне джерело знань, потребує виваженої державної політики через застосування дійових інструментів і важелів регулювання, створення сприятливих умов для підвищення ефективності через чітко сформульовані на державному рівні довготривалі стратегічні альтернативи розвитку, залежно від цілей та місії суб'єктів господарювання, запровадження заходів щодо підтримки. Подальший напрям наукових досліджень буде спрямований на особливості інноваційно-інвестиційного розвитку галузі.

#### ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Швайка Л.А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі: підручник / Л.А. Швайка, А.М. Штангрет. – Львів: УАД, 2008. – 480 с.
2. Швайка Л.А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва: монографія / Л.А. Швайка. – Львів: УАД, 2005. — 432 с.
3. Гузела О.І. Виробниче підприємництво: підручник / О.І. Гузела, І.П. Босак. – Львів: УАД, 2014. – 398 с.
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення системи державного управління у книговидавничій сфері» // Відомості Верховної Ради України. – 2016. – №10. – Ст. 102.
5. Гузела О.І. Внутрішній економічний механізм підприємства: концепція, передумови, форми: навч. посіб. / О.І. Гузела. – Львів: УАД, 2004. – 126 с.

#### REFERENCES

1. Shvajka L.A., Shtanhret A.M. Ekonomika vydavnycho-polihrafichnoi haluzi [Economics of Publishing And Printing Industry]. L'viv: UAD, 2008, 480 p. [in Ukrainian].
2. Shvajka L.A. Rozvytok i rehuliuвання vydavnychoho pidpryemnytstva [Development And Regulation of The Publishing Entrepreneurship]. L'viv: UAD, 2005, 432 p. [in Ukrainian].
3. Huzela O.I., Bosak I.P. Vyrobyneche pidpryemnytstvo [Industrial Business]. L'viv: UAD, 2014, 398 p. [in Ukrainian].
4. Zakon Ukrainy "Pro vnesennia zmin do deiakykh zakoniv Ukrainy schodo vdoskonalennia systemy derzhavnoho upravlinnia u knyhovydavnychij sferi" [Amending Some Laws of Ukraine Concerning Improvement of Public Administration in The Field of Book Publishing]. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy, 2016, 10, Art. 102. [in Ukrainian].
5. Huzela O.I. Vnutrishnij ekonomichnyj mekhanizm pidpryemstva: kontseptsia, peredumovy, formy [Internal Economic Mechanism of Enterprise: Concept, Background, Form]. L'viv: UAD, 2004, 126 p. [in Ukrainian].