

УДК 33.655

*З. В. Григорова, О. М. Барзилович*  
*Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ»*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПОСЛУГ М. КИЄВА**

*В статті досліджуються особливості функціонування малих підприємств на ринку поліграфічних послуг м. Києва*

Як свідчить світовий досвід господарювання, значний вплив на розвиток економіки має діяльність малих підприємств. В країнах з розвинутою ринковою економікою частка малого бізнесу у ВВП становить 50–60%. Динаміка показників розвитку малих підприємств в Україні свідчить про поступове зростання даного сектору економіки та його впливу на зайнятість населення та формування ВВП. Частка обсягу реалізованої продукції малих підприємств до загального обсягу реалізації у 2009 році становила 16,6%, а частка найманих працівників — 25,2% від їх загальної кількості. Але, порівнюючи наведені дані з показниками, що характеризують розвиток малого бізнесу в розвинених країнах світу, можна зробити висновок, що загальний рівень розвитку малого підприємництва в Україні є недостатнім. Виходячи з цього, в сучасних умовах господарювання особливої актуальності набувають питання, пов'язані з пошуком шляхів забезпечення ефективного розвитку малого підприємництва.

В економічній літературі детально висвітлені критерії визначення малого підприємства, розглянуті переваги та недоліки малого бізнесу. Проте, особливості функціонування саме малих поліграфічних підприємств розкриті не достатньо і потребують проведення додаткових досліджень.

Найбільша кількість малих підприємств м. Києва відноситься до сфери торгівлі та послуг. У виробничих галузях задіяні 24% малих підприємств, з них промислових — 12%, в т.ч. поліграфічних.

Незважаючи на те, що малі поліграфічні підприємства переважають на ринку поліграфічних послуг м. Києва (їх питома вага становить 83% у загальній чисельності підприємств галузі) вони забезпечують випуск лише 23% друкованої продукції, що пов'язане з присутністю в м. Києві достатньо розвинутих великих поліграфічних підприємств, таких як «Преса України», «Юнівест Принт», «Новий друк», «Бліц-Прінт», «АДЕФ» та ін, які здійснюють випуск основного обсягу поліграфічної продукції.

На ринку поліграфічних послуг представлена значна кількість малих підприємств різних форм власності, в основу класифікації яких можуть бути покладені різні аспекти їх діяльності (табл.1).

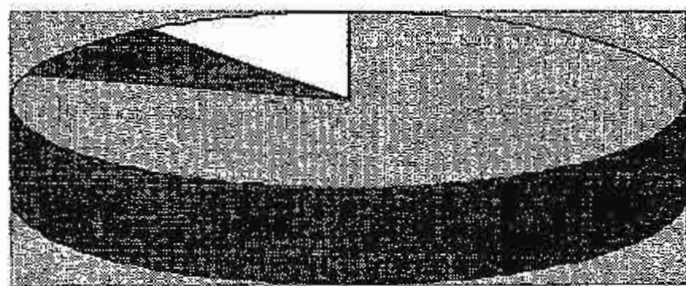
Основним критерієм, згідно якого підприємства можуть бути віднесені до малих, є чисельність працюючих. У світовій практиці загальноприйнятим є поділ малих підприємств в залежності від числа працівників на такі групи: мікро (до 10 чоловік), середні (10–30 чоловік), великі (30–50 чоловік). В середньому на одному малому поліграфічному підприємстві м. Києва працює 15 осіб.

Таблиця 1

## Класифікація малих поліграфічних підприємств

| Класифікаційна ознака                      | Вид підприємства                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Форма власності                            | приватна, колективна, комунальна, державна, змішана                                                                                                                                                                                                        |
| Кількість працюючих                        | мікро, середнє, велике                                                                                                                                                                                                                                     |
| Організаційно-правова форма господарювання | приватне; державне; комунальне; орендне; господарське товариство (АТ, ТОВ, ТДВ, ПТ, КТ); кооператив; підприємство з іноземними інвестиціями; іноземне підприємство                                                                                         |
| Номенклатура продукції                     | спеціалізоване, універсальне                                                                                                                                                                                                                               |
| Вид продукції (послуг)                     | дизайн, верстка, виготовлення елементів фірмового стилю, рекламної продукції, паковань, газет, журналів, рекламно-поліграфічні послуги, друк малими тиражами, ксерокопіювання, ризографія, скріплення брошур, друк на різних матеріалах та поверхнях, тощо |
| Повнота виробничого процесу                | з повним виробничим процесом; з частковим виробничим процесом                                                                                                                                                                                              |
| Спосіб друку                               | високого; офсетного; глибокого; цифрового; спеціальних видів друку, копіювання                                                                                                                                                                             |
| Формат друку                               | широкоформатного, середньоформатного, малоформатного                                                                                                                                                                                                       |

Переважає більшість малих поліграфічних підприємств відноситься мікро-підприємств (їх питома вага складає 80%), що забезпечують випуск 58% продукції усіх малих поліграфічних підприємств. Також на мікро підприємствах працевлаштовано близько половини працівників від загального числа персоналу малих поліграфічних підприємств. Таким чином, основу малого підприємництва у поліграфічній промисловості м. Києва становлять мікро підприємства (рис. 1).



- мікро підприємства
- середні малі підприємства
- великі малі підприємства

Рис. 1. Структура малих поліграфічних підприємств м. Києва за чисельністю працюючих

Наступною класифікаційною ознакою малих поліграфічних підприємств є їх організаційно-правова форма господарювання.

На ринку поліграфічних послуг м. Києва функціонують малі підприємства різних організаційно-правових форм господарювання, найпоширенішими з яких є акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), приватні підприємства (ПП). Оскільки неможливо обстежити всі малі поліграфічні підприємства м. Києва у якості джерела інформації були використані дані галузевих довідників і фахових видань.

Серед обстежених малих поліграфічних підприємств акціонерні товариства складають близько 1%, товариства з обмеженою відповідальністю — 52%, приватні підприємства — 47%.



Рис. 2. Структура малих поліграфічних підприємств м. Києва за організаційно-правовими нормами господарювання

Товариства з обмеженою відповідальністю переважно відносяться до групи «середніх» малих підприємств. Як правило, вони не надають повний спектр поліграфічних послуг, зосередившись лише на декількох з них. Приватні підприємства надають споживачам більш обмежений, у порівнянні з ТОВ, спектр послуг. Як правило це послуги з виготовлення нескладної поліграфічної продукції, виробництво якої не потребує дорогого обладнання. Приватні підприємства та ТОВ в ряді випадків виступають посередником між замовником та більш технічно розвиненим поліграфічним підприємством або виконують частину технологічного процесу виготовлення поліграфічної продукції. Акціонерні товариства відносяться до «великих» малих підприємств, частіше за все вони мають достатньо розвинену технічну базу, надають, як правило, повний цикл поліграфічних послуг, включаючи додрукарську підготовку, друк та післядрукарську обробку, а також супутні послуги. Незначна кількість таких підприємств пов'язана з тим, що для укомплектування на сучасному технологічному рівні технічної бази підприємства потрібні значні фінансові ресурси, а в умовах нестабільності економіки питання залучення кредитних коштів чи інвесторів є складним.

Товариства з обмеженою відповідальністю набули найбільшого поширення здебільшого в зв'язку з тим, що учасники товариства відповідають по його зобов'язаннях лише в межах своїх внесків в статутний фонд на відміну від приватних підприємств, засновники яких несуть відповідальність всім своїм майном.



Спираючись на дані, отримані в ході проведеного дослідження, можна сказати, що на сьогоднішній день найпоширенішою організаційною формою серед малих підприємств є товариства з обмеженою відповідальністю. Бум приватних підприємств, що спостерігався протягом останніх років, помітно знизився з появою та розвитком товариств з обмеженою відповідальністю, які надають клієнтам більш якісну та порівняно дешевшу продукцію та більш широкий асортимент можливих послуг. Важливу роль також має їх вищий, порівняно з приватними підприємствами, рівень технічної забезпеченості.

Наступною класифікаційною ознакою є види продукції, що випускаються малими поліграфічними підприємствами.

Як правило, на малих підприємствах виробляється не дуже широкий асортимент продукції, яка є конструктивно нескладною для виготовлення. Малі поліграфічні підприємства фокусуються в невеликому асортименті продукції, розширюючи свою діяльність в глибину вибраного сегменту. Характерним колом послуг МПП є: графічний дизайн, виготовлення елементів фірмового стилю, рекламної продукції, паковань, рекламно-поліграфічні послуги, повнокольоровий друк малими тиражами, дизайн та оформлення виставкових стендів, верстка книг та брошур, ксерокопіювання, ризографія, скріплення брошур металевими скобами та пластиковими пружинами, друк на різних матеріалах та поверхнях, тощо.

Асортимент продукції, що виготовляється на малих поліграфічних підприємствах дуже великий. Як свідчать дані досліджень, найпоширенішими видами продукції серед малих поліграфічних підприємств є ті, що користуються найбільшим попитом серед споживачів, та, разом із тим є конструктивно нескладними виробами, виробництво яких не вимагає спеціального дорогого обладнання, це бланки, листівки, візитівки. Достатньо поширеним є виготовлення упаковки, брошур, буклетів, дипломів, грамот, журналів, календарів, етикеток, каталогів, білетів, папок, зошитів, газет тощо. Мало поширеними видами продукції малих підприємств є книжки, конверти, альбоми, шпалери, тощо.

Наступною класифікаційною ознакою є спеціалізація малих поліграфічних підприємств. Виходячи з дослідження ринку послуг малих поліграфічних підприємств, зроблено висновок, що вони здебільшого не мають повного циклу виготовлення поліграфічної продукції та широких технологічних можливостей. Як правило, вони спеціалізуються на додрукарських, друкарських чи післядрукарських процесах. В залежності від спеціалізації малого підприємства можна виділити характерні риси виробництва та найпоширеніше обладнання для кожного напрямку діяльності.

Для діяльності підприємств, які не мають достатніх власних друкарських потужностей і працюють, в основному, в сегменті додрукарської підготовки характерними є комп'ютерний набір тексту, верстка, сканування, розроблення дизайну, а також подальше розміщення підготовлених замовлень з метою тиражування на інших поліграфічних підприємствах.

Для малих поліграфічних підприємств, які зайняті в сегменті друку, характерним є як додрукарська підготовка з використанням комп'ютерного обладнання, так і друкування накладів з використанням малоформатних аркушевих одно- чи багатофарбових офсетних друкарських машин. Друкарське устаткування малих підприємств здебільшого придбане на вторинному ринку, що пов'язане із його більш низькою вартістю. Також для надання послуг оперативного тиражування малі підприємства використовують ризографи, плоти та копіювальну техніку.

Для малих підприємств, що займаються післядрукарською обробкою характерно використання наступного обладнання: різального, висікального, фальцювального, брошурувального, дротошвейного, біндерів, ламіпаторів пресів тощо.

Таким чином, технічне оснащення малих поліграфічних підприємств дозволяє оперативно виготовляти нескладну друковану продукцію незначними накладками досить високої якості.

Особливістю функціонування малих поліграфічних підприємств є також розподіл повноважень між працівниками. Від кількості працюючих, особливостей технологічного циклу, спектру послуг що надаються, залежить коло обов'язків, що покладаються на одного працівника. На підприємствах, де працюючих не більше 6-ти, кожен працівник повинен мати професійні навички з усього спектру робіт. Тому працівники, як правило, високо підготовлені і взаємозамінні. Якщо ж це «велике» мале підприємство, то частіш за все робітники спеціалізуються на окремій операції, але знають тонкощі виконання суміжних.

Протягом останніх років на ринку поліграфічних послуг міста Києва з'явилося багато невеликих приватних малих поліграфічних підприємств, які оснащені сучасним обладнанням, мають достатньо кваліфікований персонал і за рахунок гнучкості організаційної структури, ціноутворення та оперативності в роботі конкурують з великими технічно оснащеними підприємствами галузі. Вони мають обмежені технологічні можливості щодо випуску різних видів поліграфічної продукції, але наявне устаткування забезпечує високу якість окремих процесів, тобто достатньо високий рівень конкурентоспроможності при вузькій предметній спеціалізації.

*В статье исследуются особенности функционирования малых предприятий на рынке полиграфических услуг г.Киева.*

*In the article the features of functioning of small enterprises at the market of polygraph services of Kiev are explored.*