

УДК 330.131.7:655.41

РИЗИКИ У ВИДАВНИЧОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ: ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

Л. П. Стеців, П. П. Лазановський, О. М. Гірняк

*Українська академія друкарства,
вул. Під Голоском, 19, Львів, 79020, Україна*

Розглянуто ризики у видавничому підприємстві з державницької позиції та з погляду підприємця-видавця. Акцентовано увагу на виняткових особливостях видавничої діяльності та її ролі у формуванні менталітету українського народу. Проаналізовано результати видавничого підприємства в Україні за п'ятирічні періоди та визначено основні фактор-ризики для нього. Сформовано авторське бачення психології поведінки видавців у сучасних кризових умовах економіки держави в контексті ризиків їхнього бізнесу. Підкреслено, що ризики у видавничому підприємстві є виправданими якщо не з фінансово-економічної, то однозначно з соціально-психологічної їхньої доцільності. Відзначено доцільність ризиків у видавничому підприємстві з погляду його соціально-культурної спрямованості. Зроблено висновки та окреслено перспективу цього напрямку досліджень.

Ключові слова: *видавниче підприємство, ризики, безпека, психологія ризику, соціально-економічні наслідки ризику.*

Постановка проблеми. Усяка підприємницька діяльність є насамперед поєднанням різних дій (управлінських, організаційних, виробничо-технологічних, маркетингових і т. д.), які забезпечують функціонування її механізму в цілому. Для кожного з них визначені певні умови й параметри його функціонування, які не є постійними, бо завжди перебувають під впливом багатьох чинників — технічних, економічних, політичних, соціальних тощо. Саме постійна присутність таких змінних чинників впливу при провадженні підприємницької діяльності аргіогі передбачає виникнення ризиків. Зрештою, це підтверджено й у самому визначенні поняття «підприємство» на законодавчому рівні — «це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [1].

Підприємство, як сучасний вид бізнесу, з огляду на його важливість і визначальну роль у формуванні соціально-економічних показників окремих сфер діяльності та національного валового продукту держави в цілому, перебуває в центрі уваги державних органів влади, наукових установ країни, сучасних науковців і практиків. Але сама його масштабність, часті зміни умов провадження створюють нині цілу низку невирішених ще у ньому завдань. Зокрема, це, на думку авторів,

завдання відомчого характеру зі своєю специфікою функціонування того чи іншого виду підприємництва, а також завдання локального характеру, тобто такі, що вимагають вирішення за окремим його спрямуванням (у нашому випадку — це оцінка ризиків), і т. д.

Таким чином, наявність цілого кола невирішених на сьогодні завдань відносить цю проблематику до числа актуальних і вплинула на вибір теми цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчені публікації з цього напрямку досліджень дозволили зробити такі висновки:

- найбільша їхня частка присвячена поглибленню теоретичних основ підприємництва в контексті його суті, змістового наповнення, видів [2, 3, 4, 5, 6, 7 та ін.];
- чимало публікацій стосуються методології та методики дослідження стану підприємництва в Україні [8, 9, 10, 11, 12 та ін.];
- ведуться дослідження і в рамках окремих сфер підприємницької діяльності [13, 14 та ін.];
- досліджуються науковцями також і питання ризиків у підприємницькій діяльності [15, 16, 17, 18 та ін.].

Головним висновком аналізу науково-практичних публікацій є те, що ризикам у підприємницькій діяльності нині приділена недостатня увага. Це зумовлено як мінімум двома причинами. По-перше, тому, що їхня природа відображає економічні та соціально-психологічні процеси підприємництва, і давати їм оцінку через це досить важко. По-друге, майже не розроблені методики оцінки впливу на ризики його психологічної складової. Саме з огляду на наявність низки невирішених завдань врахування ризиків у сфері підприємництва визначено мету статті.

Мета статті — розглянути ризики у видавничому підприємстві з позиції їхньої доцільності (виправданості) та з урахуванням його виняткового значення для розвитку суспільства. Реалізація мети дослідження передбачена шляхом використання методів порівнянь, аналізу, синтезу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед небагатьох авторів публікацій, які розглядають ризики у видавничому підприємстві, насамперед треба відзначити В. І. Теремка, який, зокрема, характеризує джерела ризиків, причини та стратегії їхньої мінімізації, даючи їм таке визначення: «Ризики у видавничому бізнесі — імовірність необґрунтованого вибору видавничої та підприємницької ідей, неефективної реалізації або нереалізації їх, непередбачуваного і невігідного розвитку подій» [18, с. 46]. Цілком поділяючи думку В. Теремка, вважаємо за доцільне зауважити, що ризик — це не обов'язково лише «щось негативне» у видавничому бізнесі, з чим треба «боротися», а це й однозначно дії, які несуть певну вигоду: від фінансової корисності до морально-психологічного задоволення автора та видавця. Тому саме з цієї позиції, позиції доцільності ризиків у видавничому підприємстві вони нами й розглядаються.

Ризик у підприємницькій діяльності буває тоді, коли існує невизначеність для неї певних наслідків, особливо негативних. Очевидно, що підприємець завжди старатиметься максимізувати вигоду та знизити втрати від своєї діяльності і, перш за

все, економічні. Стосовно видавничого підприємництва, необхідно зробити декілька головних зауваг щодо ризиків у ньому, які не підлягають прийнятим «стандартам» у їхній оцінці через особливості видавничої продукції. Річ у тому, що тематичний діапазон видавничої продукції нині надзвичайно широкий, і для кожного її виду існує своя система впливу фактор-ризиків (загроз) на фінансово-економічну вигоду видавців-підприємців. Через це кожен із них повинен зробити заздалегідь правильний вибір щодо формування портфеля замовлень, щоб забезпечити певну прибутковість для себе. Це досягається заходами ефективного маркетингу та технічного підготовки виробництва прийнятих у роботу видавничих продуктів. При цьому фінансово-економічні результати видавничого підприємництва в Україні, які можуть слугувати одним із критеріїв виправданості ризиків, характеризувати достатньо складно, оскільки в даних Державного комітету статистики України воно включене до складу об'єднаного виду діяльності «виготовлення виробів з деревини, виробництво паперу та поліграфічна діяльність». На нашу думку, це не є правильним навіть з огляду на ту соціальну роль, яка йому відведена в суспільстві. Але, беручи до уваги високу економічну нестабільність ринку, сучасні трансформаційні процеси в ньому, зрозуміло, що отримати достовірну оцінку ризиків за фінансово-економічними показниками практично не можливо. Через це в своїх оцінках ризиків видавничого підприємництва ми надалі орієнтуватимемося на його результати в натуральних вимірниках у динаміці за певні періоди (і це, на наш погляд, є навіть більш правильно), та й, зрештою, так воно аналізується й Книжковою палатою України імені Івана Федорова.

В таблиці 1 проаналізовано зміни у випуску книг і брошур в Україні за період від її незалежності (1991 рік) до 2015 року за кількістю назв видань, їхнім накладом з поділом на п'ятирічні етапи. Зміна цих показників відображає вплив читацьких смаків і купівельної спроможності населення, трансформаційних процесів на ринку видавничих продуктів як факторів ризику, що вимушені були враховуватися видавничим бізнесом. Таким чином, за даними таблиці 1 зробимо такі висновки щодо наявності та впливу фактор-ризиків на видавниче підприємництво України у різні часові періоди:

- кількість назв книг і брошур у наступному щодо попереднього з кожних аналізованих п'ятирічних періодів зростала. Це свідчить про більш широке задоволення видавничими структурами читацьких смаків, а отже, зниження ризиків за цим фактором;
- кількість примірників видань у наступному щодо попереднього (крім 1996–2000 рр.) з кожних аналізованих періодів також зросла, що теж вказує на зменшення ризиків за цим фактором;
- середній наклад однієї назви видання в динаміці за аналізований період мав тенденцію до зниження.

У цілому аналіз стану видавничого підприємництва в Україні за натуральними вимірниками (табл. 1) показав, що вони мали достатньо відмінні значення в різні п'ятирічні періоди, а це дає підставу для висновків про присутність певних загроз, які видавцям необхідно було долати, йдучи на відповідні ризики. Зміни у натуральних

Таблиця 1

Аналіз основних натуральних показників видавничого підприємства України*

Період	Кількість назв книг і брошур, одиниць	Наклад, тис. прим.	Середній наклад 1 назви видання, тис. прим.	Темпи росту, %					
				Базові		Ланцюгові		Ланцюгові	
				За назвами	За накладом	За назвами	За накладом	За назвами	За накладом
1991–1995	26128	427770,6	18,094	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1996–2000	34174	217316,9	6,359	130,8	50,8	35,1	130,8	50,8	35,1
2001–2005	67520	244514,8	3,621	258,4	57,2	20,0	197,6	112,5	56,9
2006–2010	102942	262052,1	2,546	394,0	61,3	14,1	301,2	107,2	70,3
2011–2015	117187	269983,7	2,304	448,5	63,1	12,7	342,9	110,4	90,5

*Складено та проаналізовано авторами за даними Книжкової палати України ім. Івана Федорова

вимірниках видавничої продукції однозначно привели до змін вартісних показників діяльності видавничих структур — доходу від реалізації продукції, чистого прибутку, рентабельності продукції, показників фінансової стійкості тощо. На жаль, через недостатність статистичної бази даних, як це уже зазначалося, зробити повноцінний аналіз фінансово-економічного стану видавничого підприємництва не вважається зараз можливим. Але з погляду ризиків, на нашу думку, варто зауважити, що через відзначене вище соціально-культурне значення видавничого підприємництва для суспільства його фінансово-економічні результати не мають бути визначальними, порівняно з натурально-асортиментними вимірниками. У цьому контексті чималу роль має відігравати держава, компенсуючи фінансові втрати видавничому бізнесу через наявність високих ризиків у ньому.

Більш ґрунтовні висновки щодо ризиків у видавничому підприємстві можна зробити на основі аналізу змін у випуску продукції за її тематичними розділами, що характеризуватиме їхню соціальну доцільність. Розглядаючи сьогодні споживачів видавничої продукції з позиції соціуму, тобто як певної людської спільноти, для якої характерні свої родові, релігійні, соціально-класові і т. ін. ознаки, які в комплексі формують менталітет народу, зрозуміло, що видавничий бізнес має задовольняти їхні інтереси в межах певних соціальних вимог. Тому всякі ризики в цьому напрямі розвитку видавничого підприємництва не лише існують, але і є навіть доцільними. Ризикуючи у виборі випуску видання того чи іншого тематичного спрямування або цільового призначення видавець-підприємець завжди вирішуватиме конкретне соціальне завдання, хоча і з деяким ризиком для себе. На підтвердження цьому в таблицях 2 і 3 проаналізовані випуски книг і брошур за тематикою та цільовим призначенням з метою оцінки зміни читацьких смаків на прикладі лише одного п'ятирічного періоду — 2010–2015 рр. — для того, щоб виявити ступінь впливу цього фактор-ризика на видавничу підприємницьку діяльність.

За результатами аналізу показників табл. 2 і 3 очевидними є такі висновки:

- як у 2010 р., так і у 2015 р., видавцями було випущено найбільше видань навчально-методичного та наукового змісту. Третю позицію займають літературно-художні видання. Причому характерною ознакою у випуску перших двох груп цільового призначення видань є зростання їхньої частки з 33,7 % до 34,2 % і з 20,7 % до 22,0 % відповідно. Тобто можна констатувати те, що ризики в цей п'ятирічний період виправдовувалися завдяки спрямуванню видавничого підприємництва в русло випуску наукових, науково-популярних, навчальних і методичних видань, а це свідчить про зростання потреби населення в освітньо-культурному розвитку;
- аналіз випуску книг і брошур за тематичними розділами у 2010 р. та у 2015 р. показав, що найбільша кількість їхніх назв припадає у відсотковому вимірі на політичну та соціально-економічну літературу (26,0 %), літературу з освіти і культури (16,0 % у 2010 р. та 18,8 % у 2015 р.), а також художню літературу (16,2 % у 2010 р. та 15,5 % у 2015 р.). Тобто за цими показниками також очевидно, що видавниче підприємництво в ці роки було орієнтоване на задово-

лення читацьких смаків населення переважно соціального характеру, а тому його ризики у цьому секторі були виправданими;

- структура випуску продукції за цільовим призначенням та тематикою свідчить про її чітку соціальну спрямованість – зростання наукового, навчального, естетично-виховного розвитку населення.

Говорити про соціальну доцільність ризиків видавничого підприємництва необхідно також і з позиції психології самих видавців. Тобто якщо видавець-підприємець сприймає та формує свою діяльність лише за принципом отримання грошової винагороди (фінансового прибутку), то його ризики можуть бути не завжди виправданими. Але коли ним ставиться мета дати суспільству оригінальний, корисний та якісний видавничий продукт (навіть якщо він для нього й буде фінансово збитковим), то в такому випадку його ризики завжди виправдані. Такі дії піднімають імідж видавничих структур на ринку та в суспільстві, що психологічно важливо для всіх його учасників, і саме це відрізняє видавниче підприємництво від інших видів діяльності в державі.

Для розвитку цієї частини нашого дослідження додамо, що видавниче підприємництво сьогодні за своєю соціальною суттю та спрямованістю має бути в лідерах з формування соціального підприємництва в Україні. Соціальне видавниче підприємництво в Україні мало б отримати державну підтримку через, наприклад, утворені його регіональні центри, що знизило б ризики для нього та зробило б його більш ефективним. У цьому контексті видавниче підприємництво зберегло б ще й етику, як вид бізнесу, оскільки видавцям-підприємцям необхідно приймати рішення з розумінням того, що книга — це не лише продукт, який може приносити додаткову вартість, але і важливе джерело інформації для різностороннього розвитку суспільства. За висловом В. І. Теремка, етику видавничого бізнесу варто розглядати як «систему моральних норм, принципів діяльності учасників видавничого бізнесу, оцінювання її за критерієм добра і справедливості...» [18, с.112].

Таким чином, підходячи до оцінки ризиків із погляду соціального призначення бізнесу та його етики, їх можна вважати доцільними на загал, оскільки навіть на випадок фінансового неуспіху видавничий продукт фактично завжди має соціальну користь.

Висновки. Основу висновків складають отримані результати дослідження, до яких відносяться такі положення:

- ризики притаманні кожному виду підприємницької діяльності та є однією з найважливіших його ознак;
- у підприємстві важливо не стільки уникати ризиків, як зробити їх доцільними, тобто максимально виправданими — від фінансово-економічної до морально-психологічної складової;
- у видавничому підприємстві ризики мають дещо відмінну від багатьох інших його видів основу через визначальну роль у формуванні освітньо-культурного рівня розвитку суспільства;
- аналіз основних натуральних показників видавничого підприємництва України у розрізі п'ятирічних періодів показав, що йому притаманні чималі ризики.

Це позначалося на якості видань, читацькому інтересі, зменшенні середніх накладів видань, здорожчанню видавничої продукції тощо;

- важливу роль у зниженні негативного впливу ризиків на сучасне видавниче підприємництво можуть відіграти державні програми з його підтримки;
- видавниче підприємництво за своїм значенням для суспільства має посісти ліdersькі позиції в державних програмах розвитку соціального підприємництва, етики бізнесу.

Висновки за цим дослідженням, зрозуміло, не можуть претендувати на повну вичерпність у розгляді питань ризиків, зокрема й у видавничому підприємстві. У перспективі доцільним буде їхнє вивчення з використанням математичних методів оцінки ризику з «прив'язкою» його до окремих видів видавничої продукції та ін.

Таблиця 2

Аналіз випуску книг і брошур за цільовим призначенням*

Цільове призначення	2010		2015		Відхил. (+,-), пункти
	Назв видань, друк. од.	Частка видань, %	Назв видань, друк. од.	Частка видань, %	
Усього:	22557	100,0	19958	100,0	-
Наукові видання	4665	20,7	4381	22,0	1,3
Науково-популярні видання (для дорослих)	1513	6,7	1363	6,8	0,1
Нормативні та виробничо-практичні видання	815	3,6	556	2,8	-0,8
Офіційні видання	918	4,1	771	3,3	-0,2
Громадсько-політичні видання	72	0,3	76	0,4	0,1
Навчальні та методичні видання	7602	33,7	6818	34,2	0,5
Літературно-художні видання	3652	16,2	3092	15,6	-0,6
Видання для дітей та юнацтва	1381	6,1	1506	7,5	1,4
Довідкові видання	786	3,5	436	2,2	-1,3
Інформаційні видання	64	0,3	18	0,1	-0,2
Бібліографічні видання	231	1,0	139	0,7	-0,3
Видання для організації дозвілля	354	1,6	370	1,7	0,1
Література релігійного змісту	504	2,2	426	2,1	-0,1

* Складено та проаналізовано авторами за даними Книжкової палати України ім. Івана Федорова

Таблиця 3

Аналіз випуску книг і брошур за тематикою*

Цільове призначення	2010		2015		Відхил. (+,-), пункти
	Назв видань, друк. од.	Частка видань, %	Назв видань, друк. од.	Частка видань, %	
Усього:	22557	100,0	19958	100,0	-
Політична і соціально- економічна література	6030	26,7	5333	26,7	-
Природничо-наукова література	1621	7,2	1271	6,4	-0,8
Технічна література	2705	12,0	2233	11,2	-0,8
Сільськогосподарська література	479	2,1	398	2,0	-0,1
Медицина. Охорона здоров'я	1097	4,9	762	3,8	-1,1
Фізична культура і спорт	141	0,6	126	0,6	-
Література з освіти та культури	3623	16,0	3758	18,8	2,8
Друк у цілому. Книгозна- вство. Преса. Поліграфія.	442	2,0	224	1,1	-0,9
Мистецтво. Мистецтвоз- навство.	215	1,0	298	1,5	0,5
Література з філологіч- них наук.	1131	5,0	937	4,8	-0,2
Художня література. Фольклор.	3652	16,2	3092	15,5	-0,7
Література для дітей.	1381	6,1	1506	7,5	1,4
Література універсально- го змісту	40	0,2	20	0,1	-0,1

* Складено та проаналізовано авторами за даними Книжкової палати України ім. Івана Федорова

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України. Верховна Рада України. Закон. Документ 436-15 у редакції від 02.08.2017 р. [сайт]. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page>
2. Кредісов В. А. Умови та особливості відтворення підприємництва. Теорії мікро-макроекономіки. 2004. С. 162–169.
3. Мартиненко М. М., Чернеча В. В. Теоретичні та практичні аспекти визначення підприємницького потенціалу. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну (4). 2005. С. 15–19.

4. Майборода Ю. В. Теоретико-методичні основи підприємницької діяльності в Україні [Електронний ресурс]. URL: [http://file:///C:/User/user/Downloads/piper_2013_2_29%20\(1\).pdf/](http://file:///C:/User/user/Downloads/piper_2013_2_29%20(1).pdf/)
5. Підприємництво як рушійна сила суспільного прогресу: матеріали круглого столу (Київ, 1 грудня 2016 р.) [Електронний ресурс]. НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. Київ, 2016. 84 с. URL: <http://icf.jrg.ua/docs/scc/1/pdf/>
6. Сизоненко В. Теорія підприємництва: здобутки і проблеми дослідження. Економіка України. 2002. № 9. С. 45–51.
7. Школяр М. В. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем. Науковий вісник НЛТУ: Серія економічна. 2017. № 27(2). С. 85–89.
8. Георгіаді Н. Г. Сучасний стан підприємницької активності в Україні. Ефективна економіка. 2016. № 3 [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ekonomy.nayka.com.ua/?op=18s7=4848>
9. Грудзевич Ю. І. Сутність механізму реалізації підприємницької діяльності та його складових. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2014. Вип. 25. С. 9–14.
10. Розвиток малого і середнього підприємництва в Україні: проблеми, потреби, перспективи. Ходько Н., Балдич Н., Яйченя О., Чорній Л. Київ: Центр громадської експертизи, Центр міжнародного правового підприємництва, 2015. 44 с.
11. Ромусік Я. В. Особливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні: SWOT-аналіз [електронний ресурс]. URL: <http://www.ekonomy.nayka.com.ua/pdf/9-2015/50.pdf>
12. Крисак А. О., Мусятовська Л. Й. Актуальні проблеми розвитку малих підприємств в Україні та перспективні напрями їх вирішення. Інвестиції: практика та досвід. 2012. № 1. С. 51–53.
13. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. Розвиток підприємництва в аграрному секторі економіки. Економіка АПК. 2006. № 4. С. 3–10.
14. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва: моногр. Львів: Українська академія друкарства, 2005. 432 с.
15. Ткаченко А. М., Якобсь І. С. Методи оцінки підприємницького ризику. Науковий вісник Запорізької державної інженерної академії. 2008. № 1. С. 136–139.
16. Чуприна І. В. Поняття та класифікація ризиків в підприємницькій діяльності. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія «Економічні науки». 2012. № 4. С. 187–193.
17. Шафалюк О. К. Інформаційні і збутові системи маркетингу в умовах високих ризиків бізнесу. Економіка та підприємництво. Київ: КНЕУ, 2015. С. 441–449.
18. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2009. 136 с.

REFERENCES

1. Hospodarskyi kodeks Ukrainy. Verkhovna Rada Ukrainy. Zakon. Dokument 436-15 u redaktsii vid 02.08.2017 r. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page> (in Ukrainian).
2. Kredisov, V. A. (2004). Umovy ta osoblyvosti vidtvorennia pidpriemnytstva: Teorii mikro-makroekonomiky, 162–169 (in Ukrainian).

3. Martynenko, M. M., & Chernecha, V. V. (2005). Teoretychni ta praktychni aspekty vyznachennia pidpriemnytskoho potentsialu: Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu (4), 15–19 (in Ukrainian).
4. Maiboroda, Iu. V. Teoretyko-metodychni osnovy pidpriemnytskoi diialnosti v Ukraini [Elektronnyi resurs]. Retrieved from [http://file:///C:/User/user/Downloads/piper_2013_2_29%20\(1\).pdf/](http://file:///C:/User/user/Downloads/piper_2013_2_29%20(1).pdf/) (in Ukrainian).
5. Pidpriemnytstvo yak rushiina syla suspilnoho prohresu: materialy kruhloho stolu (Kyiv, 1 hrudnia 2016 r.). (2016). NAN Ukrainy, DU «In-t ekon. ta prohnozuv. NAN Ukrainy. Kyiv. Retrieved from <http://icf.jrg.ua/docs/scc/1/pdf/> (in Ukrainian).
6. Syzonenko, V. (2002). Teoriia pidpriemnytstva: zdobutky i problemy doslidzhennia: Ekonomika Ukrainy, 9, 45–51 (in Ukrainian).
7. Shkoliar, M. V. (2017). Sotsialne pidpriemnytstvo yak instrument vyrishennia sotsialnykh problem: Naukovi visnyk NLTU: Serii ekonomichna, 27(2), 85–89 (in Ukrainian).
8. Heorhiadi, N. H. (2016). Suchasnyi stan pidpriemnytskoi aktyvnosti v Ukraini: Efektyvna ekonomika, 3. Retrieved from <http://www.ekonomy.nayka.com.ua/?op=18s7=4848> (in Ukrainian).
9. Hrudzevych, Iu. I. (2014). Sutnist mekhanizmu realizatsii pidpriemnytskoi diialnosti ta yoho skladovykh: Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Serii «Ekonomika», Vyp. 25, 9–14 (in Ukrainian).
10. Khodko, N., Baldych, N., Yaichenia, O., & Chornii, L. (2015). Rozvytok maloho i serednoho pidpriemnytstva v Ukraini: problemy, potreby, perspektyvy. Kyiv: Tsentri hromadskoi ekspertyzy, Tsentri mizhnarodnoho pravovoho pidpriemnytstva (in Ukrainian).
11. Romusik, Ia. V. Osoblyvosti rozvytku maloho ta serednoho biznesu v Ukraini: SWOT-analiz. Retrieved from <http://www.ekonomy.nayka.com.ua/pdf/9-2015/50.pdf> (in Ukrainian).
12. Krysak, A. O., & Musiatovska, L. I. (2012). Aktualni problemy rozvytku malykh pidpriemstv v Ukraini ta perspektyvni napriamy yikh vyrishennia: Investytsii: praktyka ta dosvid, 1, 51–53 (in Ukrainian).
13. Malik, M. I., & Shpykuliak, O. H. (2006). Rozvytok pidpriemnytstva v ahranomomu sektori ekonomiky: Ekonomika APK, 4, 3–10 (in Ukrainian).
14. Shvaika, L. A. (2015). Rozvytok i rehuliuвання vydavnychoho pidpriemnytstva. Lviv: Ukrainska akademiia drukarstva (in Ukrainian).
15. Tkachenko, A. M., & Yakoius, I. S. (2008). Metody otsinky pidpriemnytskoho ryzyku: Naukovi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii 1, 136–139 (in Ukrainian).
16. Chupryna, I. V. (2012). Poniattia ta klasyfikatsiia ryzykiv v pidpriemnytskii diialnosti: Zbirnyk naukovykh prats VNAU. Serii «Ekonomichni nauky», 4, 187–193 (in Ukrainian).
17. Shafaliuk, O. K. (2015). Informatsiini i zbutovi systemy marketynhu v umovakh vysokykh ryzykiv biznesu: Ekonomika ta pidpriemnytstvo. Kyiv: KNEU, 441–449. Укр. (in Ukrainian).
18. Teremko, V. I. (2009). Osnovni zasady vydavnychoho biznesu. Kyiv: Akademvydav (in Ukrainian).

RISKS IN PUBLISHING BUSINESS ACTIVITY: FINANCIAL, ECONOMIC, SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS

L. P. Stetsiv, P. P. Lazanovskyi, O. M. Hirnyak

*Ukrainian Academy of Printing,
19, Pid Holoskom St, Lviv, 79020, Ukraine
l_stetsiv@ukr.net*

The risks in the publishing business have been considered in the paper with the statehood position and from the viewpoint of the entrepreneur-publisher. The attention has been paid to the exceptional features of the publishing activity and its role in shaping the mentality of the Ukrainian people. The results of the publishing business activity in Ukraine for five-year periods have been analyzed and its major risk factors have been identified. The author's vision has been offered concerning the psychology of publishers behavior in the current conditions of State economy crisis within the context of their business risks. It has been enhanced that the risks in the publishing business are justified if not out of financial and economic reasons, then, definitely, with their social and psychological expediency. The suitability of risk in the publishing business has been indicated in terms of its social and cultural orientation. Conclusions have been made and the development trends of this research area have been outlined.

Keywords: *publishing business, risks, safety, psychology of risk, social and economic consequences of risk.*

Стаття надійшла до редакції 09.10.2017.

Received 09.10.2017.