

МОРЩАВКА

УДК 338

Юрій Олександрович
yuriy.morschavka@gmail.comПРИЧИННО-НАСЛІДКОВА ОЦІНКА РИЗИКУ У ВИДАВНИЧІЙ
ГАЛУЗІCAUSAL AND CONSEQUENTIAL RISK ASSESSMENT IN THE
PUBLISHING INDUSTRYдиректор, ТОВ "Творче
об'єднання «Соняшник»"

У статті дослідженні та обґрунтуванні причинно-наслідкової оцінки ризику у видавничій галузі національної економіки. Виокремлено різні наукові підходи до класифікації ризиків. Запропоновано визначення ризику у видавничій галузі національної економіки. Визначені завдання координації пов'язаної з ризиком у видавничій галузі. Запропоновано формування послідовних взаємопов'язаних етапів для розробки

стратегії розвитку видавничій галузі національної економіки з урахуванням ризику. Досліджено питання ризику пов'язані з вибором посередників на ринку видавничій продукції. запропоновано оцінювати посередника за відповідними моделями конкурентоспроможності у процесі прийняття рішення про співпрацю у видавничій справі. Запропоновані принципи формування системи критеріїв у ризик менеджменту.

* * *

В статье исследованы и обоснованы причинно-следственная оценка риска в издательской отрасли национальной экономики. Выделены различные научные подходы к классификации рисков. Предложено определение риска в издательской отрасли национальной экономики. Определены задачи координации связанной с риском в издательской отрасли. Предложено формирование последовательных взаимосвязанных этапов для разработки стратегии развития издательской отрасли национальной экономики с учетом риска. Исследован вопрос риска связанный с выбором посредников на рынке издательской продукции. Предложено оценивать посредника по соответствующим моделям конкурентоспособности в процессе принятия решения о сотрудничестве в издательском деле. Предложены принципы формирования системы критериев в риск-менеджменте.

* * *

The article deals with the research and substantiation of the causal risk assessment in the publishing industry of the national economy. Different scientific approaches to the classification of risks are singled out. The definition of risk in the publishing industry of the national economy is proposed. The problem of risk-related coordination in the publishing industry has been identified. The formation of successive interconnected stages for the development of a strategy for the development of the publishing industry of the national economy taking into account the risk is suggested. The risk issues related to the choice of intermediaries in the publishing market are investigated. It is suggested to evaluate the intermediary according to the appropriate models of competitiveness in the decision-making process on cooperation in publishing business. The proposed principles of forming a system of criteria for management risk. Thus, the concept of risks as deviations in the way of achieving the goal in the publishing industry of the national economy is not generally abstract, but real. The risks in the publishing industry of the national economy are the probability of an unsubstantiated choice of the idea of the subject of publishing activity, which will lead to negative economic results, taking into account unpredictable and unfavorable developments in the relevant environment.

The risks in the publishing industry have been shown to have both material and immaterial effects. The author proposes some subjects for the publishing sphere to limit the degree of expected hazards, which will reduce the level of possible risks in the publishing business. In the process of making a decision on cooperation in publishing, it is necessary to evaluate the intermediary according to the relevant models of competitiveness: indicator model, dominant model, model of minimal restriction, mono model, field model, qualimetric model, priority model, model of expected utility. Subjects of the publishing industry should create a comprehensive risk management system that will ensure the reliability of the process of detection, diagnosis, measurement, evaluation, control and monitoring of all types of risks inherent in this segment of the national economy, taking into account the mutual influence of different categories of risks.

Ключові слова: видавнича справа, макроекономічне середовище, ризик, національна економіка, суб'єкт господарювання

Ключевые слова: издательское дело, макроекономическая среда, риск, национальная экономика, предпринимательство

Keywords: publishing, macroeconomic environment, risk, national economy, entrepreneurship

ВСТУП

У будь-якій галузі макроекономічного середовища невід'ємною частиною є господарські процеси, які забезпечують функціонування відповідних суб'єктів національної економіки. Господарські процеси мають певні умови й параметри, які у ринковому середовищі не є постійними, бо завжди перебувають під впливом багатьох чинників – інвестиційно-інноваційних, технічних або технологічних, соціально-економічних,

політичних, глобальних тощо. Постійна присутність таких змінних чинників впливу у господарській діяльності передбачає виникнення ризиків.

У наукових дослідженнях немає однозначного трактування сутності ризику, що пояснюється багатоаспектністю цього явища у макроекономічному середовищі. Ризик відображає явище, що має безліч незбіжних та достатньо часто протилежних реальних основ.

Питанням визначення сутності ризику займались науковці: А. Віллет, Д. Пфедфер, В. Гельман, Д. Террі,

Е. Нікбахт, П. Бернстайн, В. Теремко, Л. Радзіховська, О. Іващук, І. Ненно, В. Васюренко, Ю. Сафонов, В. Вітлінський, М. Клапків та інші.

МЕТА РОБОТИ

Мета роботи полягає у дослідженні та обґрунтуванні причинно-наслідкової оцінки ризику у видавничій галузі національної економіки.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичною та методологічною основою дослідження є джерела навчальної, монографічної та періодичної літератури з ризиків у видавничій галузі національної економіки.

При написанні роботи були використані наступні методи: метод спостереження, методи аналізу та синтезу, монографічний метод, діалектичний метод, метод порівняння, методи індукції та дедукції, а також метод узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Англійський оксфордський словник трактує ризик з позиції ймовірної небезпеки, поганих наслідків, втрат тощо. Вебстерський мовний словник трактує ризик з позиції можливості відповідних втрат, пошкодження, шкоди або руйнування.

Узагальнюючий підхід до визначення ризику представлено у науковому дослідженні американського вченого П. Бернстайна, де він виділяє наступні історичні періоди у розвитку наукового підходу про ризики: величина ризику визначалась з використанням теорії ймовірностей (1200-1700 рр.); ключовим елементом в теорії ризику набуває «невизначеність», відкрито закон великих чисел (1700-1900 рр.); ризик визнали невід'ємною складовою господарської діяльності, саме поняття «ризик» стало звичним у суспільстві (1900-1960 рр.); започатковано наукове спрямування – ризик-менеджмент (1960 р. – до теперішнього часу).

На наш погляд, ризик, це подія або група споріднених випадкових подій, що завдають будь-яку шкоду суб'єкту та його об'єктам.

Ризик проявляється у всіх сферах господарської діяльності національної економіки, на всіх етапах функціонування і розвитку її суб'єктів та їх об'єктів, їхньої взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем. Видавнича галузь національної економіки не є винятком.

Продукція видавничої галузі національної економіки – це результат духовної і матеріальної діяльності особистості та завжди має цілеспрямовану аудиторію її споживання. Тому базовий ризик видавничої діяльності пов'язаний з небезпекою не потрапляння продукції видавничої галузі у свою споживчу нішу або навіть сегмент видавничого ринку.

Момент істини у суб'єктів видавничої галузі пов'язаний із вибором чи ігноруванням продукції їх діяльності споживачами. А видавничий прилавок є полем випробувань фахової спроможності суб'єктів видавничої галузі та їх здатності мислити категоріями ринкового середовища. Ризик невизнання або несприйняття видавничої продукції споживачами достатньо складний і часом непередбачуваний процес, та не завжди піддається стратегічному прогнозуванню.

Серед небагатьох науковців, які розглядають ризики у видавничій галузі національної економіки,

насамперед треба відмітити В. Теремко, який, зокрема, характеризує джерела ризиків, причини та стратегії їхньої мінімізації.

В. Теремко зазначає – «Ризики у видавничому бізнесі імовірність необґрунтованого вибору видавничої та підприємницької ідей, неефективної реалізації або нерезалізації їх, непередбачуваного і не вигідного розвитку подій» [2].

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 [1].

Вільне господарювання, яке забезпечує ринкове середовище, пов'язане з деякою імовірністю неадекватного оцінювання ситуації, виокремлення необґрунтованих рішень, невмотивованого організування справи, результуючим підсумком постануть нереалізовані ідеї у видавничій галузі, недоотриманні результати господарювання, понад заплановані витрати та втрати, зниження конкурентоспроможності, прямі фінансово-економічні збитки, банкрутство та припинення видавничої діяльності.

Соціально-економічними передумовами ризику є діяльність у ситуації невизначеності, дефіциту інформації, нерозвинені прогностичні навички, низька культура підготовки і прийняття рішень. Сприяють його і конкуренція, несприятливі політичні, соціально-економічні процеси, нестача ресурсів, недобросовісне партнерство. Жоден суб'єкт бізнесу не може уникнути ризику, бо він закладений у природі такої діяльності [2].

Ризики у видавничій галузі національної економіки – це імовірність необґрунтованого виокремленого вибору ідеї суб'єкта видавничої діяльності, яка призведе до негативних результатів господарювання із врахуванням непередбачуваного і не вигідного розвитку подій у відповідному середовищі. Ризики мають наслідки як матеріального так і нематеріального характеру.

Ризик у видавничій галузі явище багатогранне і має такі властивості:

- є характеристикою суб'єкта у майбутніх періодах;
- має матеріальний та нематеріальний характер;
- пов'язаний з випадковими подіями та явищами;
- прояв ризику у галузі – це умовна подія.

Поряд з ризиком невизнання або несприйняття видавничої продукції споживачами має місце ризик ринкового середовища або кон'юнктури, пов'язаний з імовірністю зниження ринкової ціни на продукцію через коливання елементів ринкового механізму (попиту і пропозиції), інфляційного чинника (несподіване зростання витрат у видавничій діяльності) та курсових коливань на валютному ринку. Під впливом перелічених явищ оцінка ризику у видавничій галузі повинна будуватися на певних припущеннях та індикаторах.

Ринок видавничої продукції може розглядатися як свого роду фон для формування потреб представників

суспільства у виданнях, випущених видавцями, де фокусується наступні аспекти:

- рівень життя населення у макроекономічному середовищі, який відображає фактор платіжного забезпечення потреб у видавничій продукції;
- купівельна спроможність національної валюти, відображає динаміку інфляції та інфляційних очікувань у суспільстві;
- загальний рівень підприємницької активності, характеризує схильність деяких представників суспільства до включення у підприємницькі ініціативи;
- соціальний, культурний та духовний розвиток національного суспільства.

Таким чином, функціонування видавничої галузі національної економіки з точки зору зовнішніх для неї чинників постійно піддається небезпеці зриву або погіршенню економічного стану через зміни вхідних і вихідних потоків, які є непередбаченими і непередбачуваними у макроекономічному просторі. В умовах сьогодення, все-таки з'являється можливість передбачити деякі зміни у визначених потоках. Наприклад, зниження купівельної спроможності національної валюти і збільшення цін на споживчі товари, в тому числі на видавничу продукцію, не треба розцінювати як вагомий фактор ризику, якщо рівень інфляції протягом тривалого періоду, залишається стабільним за темпом зростання, що дозволяє екстраполювати його на майбутнє. Але негативний вплив має нерівномірність темпів інфляції, сплески зростання цін в окремих сегментах національного макроекономічного середовища, які мають відношення до видавничої галузі, динамічні розбіжності у доходах різних верств населення, відсутність інвестиційно-інноваційної стратегії розвитку суб'єктів галузі.

Необхідно констатувати, що джерелом ризиків у видавничій галузі національної економіки залишається невизначеність. Повне або часткове незнання особливостей розвитку ринкового середовища, складність у прогнозуванні попиту на видавничу продукцію і очікувань внутрішніх та зовнішніх споживачів стосовно її.

Невизначеність є елементом формування неправдивої або суперечливої інформації. У видавничій га-

лузі невизначеність негативно впливає на взаємовідносини між суб'єктами видавничої справи. Замовники видавничої продукції стикаються з невизначеністю процесу обґрунтування видавничої ідеї, оскільки її продуктивність забезпечить фактичний попит на видавничу продукцію. Невизначеність також присутня при укладанні угод з авторами видання, тому що угода не гарантує та не показує якісну характеристику його.

Однією із системних причин невизначеності є непередбачуваність змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Будь-яка нестабільність: військовий стан, тимчасова окупація національної території, агресивна поведінка країн-сусідів, політична нестабільність, фінансово-економічний стан в країні, вплив транснаціональних індикаторів тощо відволікає увагу і ресурси потенційних споживачів видавничої продукції, що у свою чергу впливає на траєкторію функціонування суб'єктів видавничої галузі.

Зумовлюють ризики також недостатня прогностична культура у суспільстві, ділова флегматичність (відставання ділової реакції від змін ринкової ситуації); нерозвинена маркетингова свідомість, відсутність маркетингового мислення (ігнорування дослідження ринку, засад товарної політики, волонтаристське цінотворення, психологічно невмотивовані, малокреативні маркетингові комунікації тощо); помилки у виборі ділових партнерів (надмірна залежність від одного чи кількох із них, партнерська необов'язковість, побудовані не на діловій основі відносини); нездорова атмосфера в колективі тощо. Кожна необґрунтована, некваліфікована дія може дестабілізувати становище суб'єкта видавничої галузі, поставити його перед невідворотними загрозами та обставинами [2].

Ефективність стратегічного розвитку видавничої галузі національної економіки у більшості випадків визначається за допомогою класифікації ризиків. Під класифікацією ризиків у видавничій галузі слід вважати виокремлення ризику на деякі групи за певними ознаками господарювання з метою досягнення необхідно результату. Класифікація ризиків у видавничій справі представлено на рис. 1.

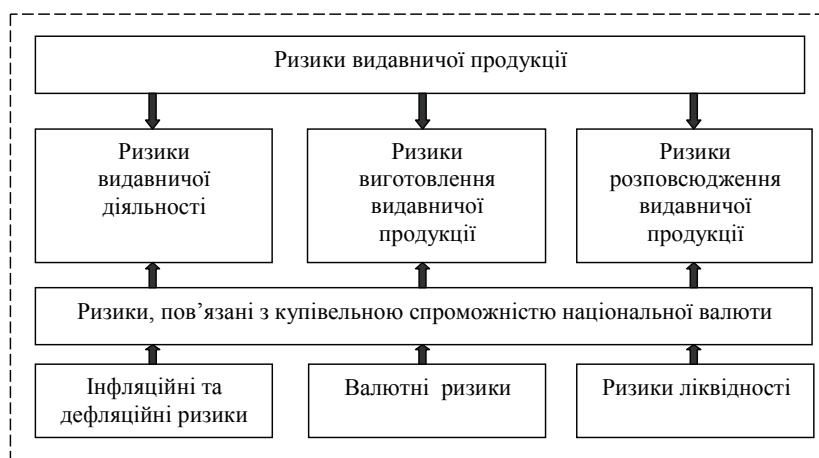


Рис. 1. Класифікація ризиків у видавничій справі

Необхідно відмітити, що ризики видавничої продукції, а саме видань, випущених видавцем (видавцями) поділяються на три групи:

- ризики видавничої діяльності – це ризики, пов'язані з організаційно-творчою та господарсько-виробничою діяльністю видавців;

– ризики виготовлення видавничої продукції – це ризики, пов’язані з виробничо-технологічними процесами відтворення визначеним тиражем видавничого оригіналу поліграфічними чи іншими технічними засобами;

– ризики розповсюдження видавничої продукції – ризики, пов’язані з доведенням видавничої продукції до споживачів через торговельну мережу або іншим шляхом.

Ризики, пов’язані з купівельною спроможністю національної валюти – це ризики, які виникають внаслідок зміни вартості національної валюти в часі, включають інфляційні або дефляційні ризики, валютні та ризики ліквідності.

Знизити вплив невизначеності і спричинених нею загроз для стратегічного розвитку видавничої галузі можна завдяки видавничому маркетингу і маркетинговому аналізу їх результатів, раціональному використанню ресурсів, професіоналізму і креативному мисленню персоналу суб’єктів галузі.

Базовою метою видавничого маркетингу є зменшення ступеня ризику видавця, який обумовлений невизначеністю досягнення стратегічних результатів в умовах дії безлічі факторів, у тому числі і випадкових і непередбачених. У завдання координації пов’язаної з ризиком у видавничій галузі входять:

- обґрунтування політики управління ризиками;
- визначення ймовірності ризику;
- вимір інтенсивності ризику;
- виокремлення факторів ризику, які піддаються або не піддаються впливу.

Для суб’єктів видавничої галузі основний ризик полягає у ймовірності потерпіти поразку на ринку видавничої продукції, тобто не продати її, не отримати запланований фінансовий результат, понести значні втрати, бути витісненим з видавничого середовища конкурентами. Необхідно пам’ятати, що суб’єкти видавничої справи не в змозі у повному обсязі усунути ризики, пов’язані з господарською діяльністю, він повинен з’ясувати допустимість ризику, його надмірність або неприпустимість.

Маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз їх результатів, зокрема аналіз рівня ризику, займають важливе місце при розробці стратегії розвитку суб’єктів видавничої галузі національної економіки в умовах ризику. Ефективність системи управління ризиками всіх видів підвищує ймовірність збереження фінансової стійкості у видавничій галузі та національної економіки в цілому, а ризикові фактори будуть мінімізуватися та керованими.

Розробка стратегії розвитку видавничої галузі національної економіки з урахуванням ризику передбачає формування ряду послідовних взаємопов’язаних етапів:

- виявлення факторів, які збільшують або зменшують конкретний вид ризику розвитку видавничої галузі;
- оцінка виявлених індикаторів з точки зору сили впливу на ризик;
- належна оцінка конкретного виду ризику;
- встановлення оптимального керованого рівня ризику;
- оцінка окремих елементів стратегії розвитку з

точки зору відповідності прийнятному рівню ризику;

– розробка мікро- та макроекономічних заходів щодо зниження ризику у видавничій галузі національної економіки.

Суб’єкти видавничої галузі звертають увагу не на всі фактори, що мають вплив на ризик його розвитку. Як правило, вони визначають певний базовий набір параметрів, який переглядається періодично. Зазначені параметри не несуть в собі відповідного розрахункового призначення, а служать вихідною базою для оцінювання ризику, а також поживають і деталізують математично-статистичні оцінки, які формуються на відповідному етапі розробки стратегії розвитку видавничої галузі національної економіки з урахуванням ризику.

На наш погляд, динамічний розвиток видавничої галузі національної економіки без оптимального вибору посередника в умовах турбулентного розвитку внутрішнього та зовнішнього середовища практично неможливий.

Суттєвим напрямом дослідження повинні бути питання ризику, пов’язані з вибором посередників на ринку видавничої продукції.

Будь-які варіанти вибору посередництва на ринку видавничої продукції пов’язані з ризиком: жодна з форм посередницької діяльності не може гарантувати певного результату та зростанню чистого прибутку. Таким чином, для суб’єктів видавничої діяльності, а саме видавця, а також для посередницьких ланок важливим фактором є не уникнення ризику взагалі, а передбачення та його зниження до оптимального рівня.

Вибір відповідних дій в умовах ризику взаємопов’язаний з категорією корисності, відповідно збільшення очікуваної корисності завжди пов’язується зі зменшенням очікуваних втрат при виборі посередника у видавничій сфері.

Оптимізація ризиків – це виокремлення напрямів, обґрунтування доцільності, інструментальне забезпечення, за яких ризики не переростатимуть у загрози для суб’єктів видавничої галузі та забезпечать її стратегічний розвиток у національному макроекономічному просторі. Наприклад, за певних обставин, суб’єкт видавничої галузі може відмовитися від інвестиційного проекту за відсутності фінансової підтримки, але при цьому, він втрачає можливість отримати позитивний фінансово-економічний результат або інші нематеріальні активи.

Ситуація виникнення ризиків господарювання зростає, якщо, наприклад, рішення про вибір посередника у видавничій справі виникає раптово і всупереч очікуванням суб’єкта.

Необхідно відмітити, що певну вагому роль відіграють умови і завдання вибору посередника у видавничій справі, які постають перед ним та не відповідають минулому його досвіду. Також негативно впливають на ситуацію виникнення ризику необґрунтовані та несвоєчасно вжиті заходи для прийняття оптимального рішення вибору суб’єкта, у тому числі існуючі внутрішні фінансово-економічні, соціальні та екологічні умови у видавця, які не дозволяють вжити термінових заходів.

Результати маркетингових наукових досліджень констатують: чим вище очікуваний оптимальний вибір

посередника у видавничій сфері, тим відповідні ризики максимізуються. Для оцінки рівня ризику найчастіше використовується середньоквадратичне відхилення величини чистого фінансового результату (сукупного доходу) за певний період часу або на певний момент. Динаміка ризику та ризик конкретної ситуації, статичний ризик дозволяють також виокремити оптимальний рівень ризику.

У значній кількості наукових публікацій широко використовуються елементи теорії оцінки ризику. Відповідно до цієї теорії, оптимальний баланс між діловою активністю суб'єктів видавничої діяльності і рівнем ризику може досягатися при відповідній стратегії розвитку сегментів відповідної галузі національної економіки. З економічної теорії відомо, що рівень ризиків набагато вище у недержавних суб'єктів господарювання, ніж у державних. Тому у приватних суб'єктів видавничої діяльності питанням ризиків приділяють особливо пильну увагу, яка відображається у вигляді оцінки рівня ризику.

Необхідно відзначити, що певний рівень ризику або фіксована величина втрат притаманні посередникам у видавничій справі. Розробку деяких параметричних критеріїв оцінки ризику у видавничій справі у значній мірі ускладнює значний вибір змінюючи фактори ринкового середовища.

Основне завдання ризикменеджменту у видавничій справі пов'язане з розробкою відповідних підходів до оцінки ризику, визначення його оптимального рівня і розробка відповідної стратегії розвитку.

При визначенні посередника у видавничій галузі приймають до уваги наступні аспекти:

- динаміка фінансово-економічного стану посередника;
- результативність його діяльності;
- ймовірність неплатоспроможності;
- динаміка зміни торговельної націнки за відповідний період;
- відповідні преференції;
- ймовірність різних грошових рестрикцій.

Рестрикція (політика дорогих грошей) – це спеціальний комплекс заходів, основним завданням якого є запуск процесу подорожчання грошових одиниць, а також зменшення росту інфляції. Як правило, до застосування подібних методів вдаються за умови створення складної економічної ситуації – коли відбувається надмірне збільшення загальних витрат [24].

Найбільшого поширення у видавничій галузі отримав ризик неотримання або несвоечасного отримання оплати за відвантажену та реалізовану без передоплати видавничу продукцію. Найчастіше це явище відбувається тому, що контрагенти використовують отримані від реалізації фінансові ресурси на власні цілі, тобто кредитуються на безоплатній основі.

Зазначені обставини впливають на виникнення факторів ризику:

- кризовий стан платежів;
- нерівномірне і несподіване підвищення цін окремими суб'єктами видавничої сфери;
- недотримання видавничих стандартів;
- низька правова культура управлінського персоналу контрагента;
- слабкість господарського арбітражу;
- порушення режими функціонування.

З метою запобігання відповідного ризику пропонується використовувати різні методи його компенсації, у тому числі найбільш популярний – метод попередньої або авансової оплати.

Необхідно відмітити, що метод попередньої або авансової оплати достатньо примітивний спосіб зниження ризику, оскільки шкідливий як в цілому для національної економіки, так і для суб'єкта видавничої галузі:

- криза неплатежів;
- збільшення числа економічних злочинів;
- розрив міжгосподарських зв'язків;
- технічне погіршення системи взаємних платежів;
- зниження обсягів виробництва видавничої продукції та її реалізації;
- неспроможність здійснення інноваційної діяльності.

Для окремих суб'єктів видавничої діяльності необхідність попередньої оплати істотно обмежує можливість забезпечення необхідними вихідними матеріалами, звужує поле господарського маневру, спотворює необхідні пропорції між основною і фінансовою діяльністю.

З нашої точки зору, більш продуктивним методом було б використання у різних поєднаннях інтеграційних заходів (вертикальної, горизонтальної та діафональної), перехресного володіння корпоративними правами, страхування угод у третіх осіб та державна підтримка.

У процесі прийняття рішення про співпрацю у видавничій справі необхідно оцінювати посередника за відповідними моделями конкурентоспроможності.

Індикаторна модель оцінки конкурентоспроможності потенціалу посередника за фінансово-економічними та соціальними стандартами. Він дає можливість інтегрально оцінити конкурентоспроможність посередника за фінансово-економічними та соціальними аспектами.

Домінантна модель застосовується в тих випадках, коли виробник здійснює вибір, виключаючи «гіршого» посередника за встановленими критеріями, наприклад за максимальною ціною, географічним сегментом, ідеального іміджу, зручності тощо.

Модель мінімального обмеження показує, що суб'єкт видавничої сфери встановлює відповідні обмеження на певні зразкові характеристики посередника і за цим принципом відхиляє посередників.

Мономодель необхідна у тих випадках, коли вибір здійснюється за одним критерієм або параметром.

Поліномодель необхідна у тих випадках, коли вибір здійснюється за декілька критеріями або параметрами.

Кваліметрична модель оцінки якості посередника. Кваліметрія – науковий напрям, який досліджує методику і проблематику комплексних кількісних оцінок якості будь-яких об'єктів, або предметів і процесів.

Пріоритетна модель означає, що спочатку виокремлюють посередника за найбільш вагомим критерієм, потім серед решти – за критерієм другорядного рівня важливості.

Модель очікуваної корисності полягає у тому, що суб'єкт видавничої сфери оцінює значимість кожного критерію і ступінь присутності цієї ознаки у відповідного посередника. Суб'єкт видавничої сфери сам оці-

нює значимість кожного критерію для себе і ступінь присутності його у посередника.

Географічний сегмент – це відокремлена частина діяльності посередника у конкретному географічному середовищі. Коефіцієнт географічного впливу враховує відстань посередника від суб'єкта видавничої сфери. Параметри коефіцієнту встановлює суб'єкта видавничої сфери.

Модель ідеальної переваги застосовується у тому випадку, якщо значимість відповідної ознаки не обов'язково підвищується з ростом його кількісного значення.

Необхідно відмітити, що вибір моделі залежить від характеру видавничої продукції, що випускається та умовам ринкового середовища.

Ризик-менеджмент – це цілеспрямована система заходів щодо виявлення, обґрунтування, оцінки, профілактики та виокремлення ризиків з метою формування управлінських дій стратегічного та тактичного характеру під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

На нашу думку, процес формування системи відповідних критеріїв ризикменеджменту повинен враховувати позитивні та негативні сторони управління ризиком у видавничій галузі національної економіки. У табл. 1 представлені принципи формування системи критеріїв у ризикменеджменту та запропоновані їм характерні ознаки, які удосконалюють процес відбору відповідних індикаторів суб'єктів видавничої діяльності.

Таблиця 1

Принципи формування системи критеріїв у ризикменеджменту

Принципи побудови системи критеріїв	Характеристика принципів
Принцип методичної єдності	Показники повинні бути прийнятими для більшості суб'єктів видавничої галузі
Принцип відповідності	Показники ризику та ефективності повинні відображати відповідні задачі
Принцип інформативності	Показники, які використовуються для оцінки ризиків повинні в повному обсязі відображати господарські процеси та явища у видавничій галузі
Принцип розвитку	Рівень відповідних показників повинен транслювати перспективні напрямки розвитку суб'єкта видавничої галузі, які будуть враховані для оцінки стратегічної мети
Принцип простоти розрахунку	Процедура розрахунку показників повинна бути доступна для кожного користувача та швидко трансформуватися у відповідності до нових умов застосування
Принцип збалансованості інтересів	Показники повинні задовольняти вимогам всіх суб'єктів видавничої галузі

Таким чином, досліджуючи моделі розподілу як моделі вибору суб'єктом видавничої сфери посередника, можна констатувати, що зазначений процес визначається не єдиним спільним рішенням, а багатоступеневою серією рішень, які приймаються за певними принципами, тому модель вибору можна вважати алгоритмом прийняття стратегічного рішення. Зауважимо, що вона не детермінанта однозначно розподілу видавничої продукції та підпорядковується імовірнісним закономірностям, які притаманні макроекономічному середовищу. В наукових працях існує величезна різноманітність форм розподілу, серед яких можна виділити лише базові моделі застосування.

Суб'єктам видавничої сфери можуть бути запропоновані деякі дії по обмеженню ступеня очікуваних небезпек, що буде сприяти зниженню рівня можливих ризиків:

- диверсифікація – одночасний розвиток поряд з основною діяльністю інших напрямків, які пов'язані з видавничою сферою;

- страхування інвестиційної діяльності;

- форс-мажорні обставини – виокремлення ризиків пов'язаних з виникненням непередбачених обставин, які негативно впливають на діяльність суб'єктів видавничої сфери та його контрагентів;

- обґрунтування власних можливостей видавництва, тобто їх відповідність кон'юнктурним течіям ринкового середовища;

- максимізація планованої корисності, яка (розраховується як середня арифметична величина корисності всіх можливих результатів, де ймовірність результатів виступає вагомим індикатором.

Суб'єкти видавничої галузі повинні створити комп-

лексну систему ризик-менеджменту, яка забезпечуватиме надійність процесу виявлення, діагностики, вимірювання, оцінки, контролінгу та моніторингу всіх видів ризиків, які притаманні даному сегменту національної економіки з урахуванням взаємного впливу різних категорій ризиків.

ВИСНОВКИ

Таким чином, поняття ризиків як відхилень на шляху досягнення мети у видавничій галузі національної економіки носить не загальноприйнятий абстрактний, а реальний характер. Ризики у видавничій галузі національної економіки – це імовірність необґрунтованого виокремленого вибору ідеї суб'єкта видавничої діяльності, яка призведе до негативних результатів господарювання з урахуванням непередбачуваного і невідомого розвитку подій у відповідному середовищі. Доведено, що ризики у видавничій галузі мають наслідки як матеріального так і нематеріального характеру. Автором запропоновано суб'єктам видавничої сфери деякі дії по обмеженню ступеня очікуваних небезпек, що буде сприяти зниженню рівня можливих ризиків у видавничій справі. У процесі прийняття рішення про співпрацю у видавничій справі необхідно оцінювати посередника за відповідними моделями конкурентоспроможності: індикаторна модель, домінантна модель, модель мінімального обмеження, моно модель, полі модель, кваліметрична модель, пріоритетна модель, модель очікуваної корисності. Суб'єкти видавничої галузі повинні створити комплексну систему ризик-менеджменту, яка забезпечуватиме надійність процесу виявлення, діагностики, вимірювання, оцінки, контролінгу та моніторингу всіх видів

ризиків, які притаманні даному сегменту національної економіки з урахуванням взаємного впливу різних категорій ризиків.

Ризики виникнення несприятливих подій у видавничій галузі національної економіки є вагомим питанням сучасної видавничої справи та базовим параметром реалізації безпеки у суб'єктів господарювання. Комплекс заходів спрямований на вирішення цих питань в умовах європейського вектору розвитку національного макроекономічного середовища не є достатньо ефективними через безліч проблем, пов'язаних з технічними, технологічними, фінансово-економічними, ресурсними та соціальними можливостями суб'єктів видавничої справи, а також труднощами в оцінці та прогнозуванні певних господарських процесів в умовах невизначеності, тобто при неналежному інформаційно-аналітичному забезпеченні.

Список використаних джерел

1. Стеців Л.П., Лазановський П.П., Гіряк О.М. Ризики у видавничому підприємстві: фінансово-економічні та соціально-психологічні аспекти. *Наукові записки*. 2017. № 2 (55). С. 114-124. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-55/13.pdf>
2. Теремко В.І. *Основні засади видавничого бізнесу: навч. посіб.* Київ: Академвидав, 2009. 136 с.
3. Побережець О.В. *Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результа-*

тами діяльності промислового підприємства. Херсон. Видавництво: Грін Д.С., 2016. 500 с.

4. Масленніков Є.І. Концептуальна модель контролінгу в системі управління фінансовою стійкістю промислового підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2014. № 11/1. С. 42-45.

5. Григор'єв Г.С. *Теоретико-методологічні засади державного регулювання фінансово-економічних процесів в умовах глобалізації.* Херсон: Олді-плюс, 2017. 380 с.

References

1. Stets L.P., Lazanovskyi P.P., Hirnyak O.M. *Risks in publishing business: financial-economic and socio-psychological aspects. Proceedings*. 2017. № 2 (55). pp. 114-124. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-55/13.pdf> (in Ukrainian).
2. Teremko V.I. *Basic Principles of Publishing Business*. Kyiv: Academic Edition, 2009. 136 p. (in Ukrainian)
3. Poberezhets O.V. *Theoretical-methodological and practical principles of the research of the system of management of the results of activity of an industrial enterprise*. Kherson: Publishing house: Hrin D.S., 2016. 500 p. (in Ukrainian)
4. Maslennikov E.I. *Conceptual model of controlling in the system of management of financial stability of an industrial enterprise*. *Economics. Finance. Law*. 2014. № 11/1. pp. 42-45. (in Ukrainian)
5. Hrigoriev H.S. *Theoretical and methodological principles of state regulation of financial and economic processes in the conditions of globalization*. Kherson: Oldi-Plus, 2017. 380 p. (in Ukrainian)