

УДК 655:339.137.2

Шендерівська Л.П.,

аспірант,

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

КОНКУРЕНТНИЙ РІВЕНЬ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОГО КОМПЛЕКСУ

У статті розглянуті тенденції економічного розвитку видавничо-поліграфічного комплексу, визначені основні фактори змін. За індексом Херфіндаля-Хіршмана встановлено рівень концентрації бізнесу, конкуренції в регіонах України за основними напрямками діяльності у видавничо-поліграфічному комплексі.

Ключові слова: конкуренція, концентрація, індекс Херфіндаля-Хіршмана, видавничо-поліграфічний комплекс.

КОНКУРЕНТНЫЙ УРОВЕНЬ ИЗДАТЕЛЬСКО- ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Шендеровская Л.П.

В статье рассмотрены тенденции экономического развития издательско-полиграфического комплекса, выявлены основные факторы изменений. На основе индекса Херфиндаля-Хиришмана определен уровень концентрации бизнеса, конкуренции в регионах Украины по основным направлениям деятельности издательско-полиграфического комплекса.

Ключевые слова: конкуренция, концентрация, индекс Херфиндаля-Хиришмана, издательско-полиграфический комплекс.

COMPETITIVE LEVEL OF PUBLISHING AND PRINTING COMPLEX

Shenderivska L.

The trends of economic development of publishing and printing complex, the main factors of change are described in this article. According to the Herfindahl-Hirschman Index business concentration, competition in the regions of Ukraine in key areas of publishing and printing sector are determined.

Key words: competition, concentration, Herfindal-Hirshman Index, publishing and printing complex.

Постановка проблеми. Видавничо-поліграфічний комплекс, як особливий суб'єкт національної економіки, потребує аналізу його розвитку у регіонах України. Рівень ефективності галузі, рівень розвитку впливає на ступінь конкуренції. В свою чергу, велика прибутковість сприяє притоку інвестицій, таким чином, призводить до підвищення конкурентного тиску.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання взаємозв'язку між конкуренцією і розвитком підприємства, галузі досліджують такі науковці: І.Ансофф [1], Я.Гордон [3], С.О.Гуткевич [5]. Конкурентне середовище у видавничій, поліграфічній галузях аналізують А.М.Штангрет [2], Л.І.Воротіна [4], Л.А.Швайка [9], Л.Є.Довгань, Г.А.Мохонько, Н.І.Передерієнко [2], Я.В.Котляревський [4]. Недостатньо повно досліджений конкурентний стан підприємств видавничо-поліграфічного комплексу з урахуванням сучасних економічних умов.

Метою статті є характеристика рівня конкуренції підприємств видавничо-поліграфічного комплексу.

Основні результати дослідження. Видавничо-поліграфічний комплекс має важливе значення для розвитку освіти, культури, науки, забезпечення видавничою, друкованою продукцією різних сфер економіки, громадян. Її частка у обсязі промислового виробництва становить близько 1%. Функціонування галузі характеризується рядом негативних тенденцій, які загострилися під час економічної кризи в Україні. 2008 рік, початок кризового періоду, відзначений збільшенням збитку поліграфічної галузі у 8 разів, зменшенням прибутку на 22%, порівнюючи з 2007 роком (докризовим). Водночас обсяг випуску поліграфічної продукції у вартісному вираженні зріс на 24% (з 7,415 млрд.грн. до 9,18 млрд.грн.). Ця диспропорція пояснюється інфляційними процесами, застосуванням підприємствами нерациональної цінової політики. Сучасні умови характеризуються стабілізацією темпів зростання доходу і прибутку. Коефіцієнт варіації вартості виготовленої у поліграфічній галузі продукції становить за період 2007-2011 рр. 11,5%, 2008-2011 р. – 5,7%. Значення в межах 10% означає високу однорідність змін, надійність прогнозу на основі середніх показників динаміки. Про погіршення економічного становища поліграфічної галузі в національній економіці свідчить понад 50% збиткових підприємств, випередження збитків, порівнюючи з прибутком в 1,3 рази [6, 7].

Аналіз асортиментних зрушень у видавничій, поліграфічній галузях [6, 7,8] дозволив виявити тенденції у сегменті періодичних видань: скорочення обсягу випуску газет, за назвами і тиражем; зростання ринку журналів та інших періодичних і продовжуваних видань. Обсяг тиражування газет у 2 рази перевищує аналогічний показник за журнальною продукцією. За кількістю назв журнали та інші періодичні і продовжувані видання переважають газети. Кількість надрукованих книг в аркушовідбитках у 2011 році перевищила тиражування газет на 4%, але у попередні роки ринок газет у 2 рази переважав книжкову продукцію. Тобто, показник 2011 року ще не дозволяє висновувати про стабілізацію тенденції. У 2012 р. було випущено 1,4 книги на одного жителя, що перевищує показник 2011 р. на 30%. У 2010 р. випуск газет на одного жителя України становив 69 прим., журналів – 4 прим., книг – 1. Однією з ключових причин погіршення економічного стану видавничої галузі в Україні є занепад мережі книгорозповсюдження, низька конкурентоздатність українських книг, порівнюючи з випущеними в Росії, нерівномірність розподілу суб'єктів видавничої справи за регіонами.

Рівень конкуренції в галузі може бути оцінений за рядом коефіцієнтів, зокрема Херфіндаля-Хіршмана, Джині, Лінда. Найбільш універсальним для визначення ступеня концентрації, конкуренції є індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ) [4]:

$$HNI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

де S_i^2 – квадрат частки ознаки;

n – кількість підприємств.

Для оцінки ступеня концентрації бізнесу застосовується така шкала:

- $HNI < 1000$ – низька концентрація ринку, відповідно, високий ступінь конкуренції;

- $1000 < HNI < 1800$ – середній рівень концентрації, помірний рівень конкуренції;

- $1800 < \text{HHI} < 10000$ – висока концентрація, високий рівень монополізації.
У випадку монополії коефіцієнт становить 10000.

Розрахунок індексу Херфіндаля-Хіршмана проведений за кількістю підприємств у регіонах України. Групування здійснено за даними Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції. За масштабами розвитку бізнесу (часткою видавців, виготівників і розповсюджувачів регіону у загальній кількості суб'єктів видавничо-поліграфічного комплексу України) виділено три групи:

1) Київ (39,37% від загальної кількості суб'єктів);
2) Харківська, Донецька, Дніпропетровська, Львівська області (29,36% від загальної кількості суб'єктів). В сукупності, перша і друга групи становлять 68,73% ринку, питома вага кожного регіону становить не менше 5% ринку;

3) регіони, в яких концентрація суб'єктів видавничо-поліграфічного комплексу менше 5%. Сумарна частка цієї групи становить 31,27%. Лідером є Одеська область (3,3% суб'єктів видавничо-поліграфічного комплексу України). Найменш розвинена за кількістю суб'єктів видавничо-поліграфічного комплексу (0,5%), а також за економічним рівнем загалом (середня заробітна плата одна з найнижчих з-поміж регіонів України) – Кіровоградська область.

Розподіл суб'єктів Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції за регіонам станом на 01.01.2012 р., яких зареєстровано 5164, представлений на рис. 1, 2. Найбільше сконцентровано підприємств видавничо-поліграфічного комплексу у Києві, помірно – у Харківській, Донецькій, Дніпропетровській, Львівській областях, невисока концентрація у решті регіонів України.

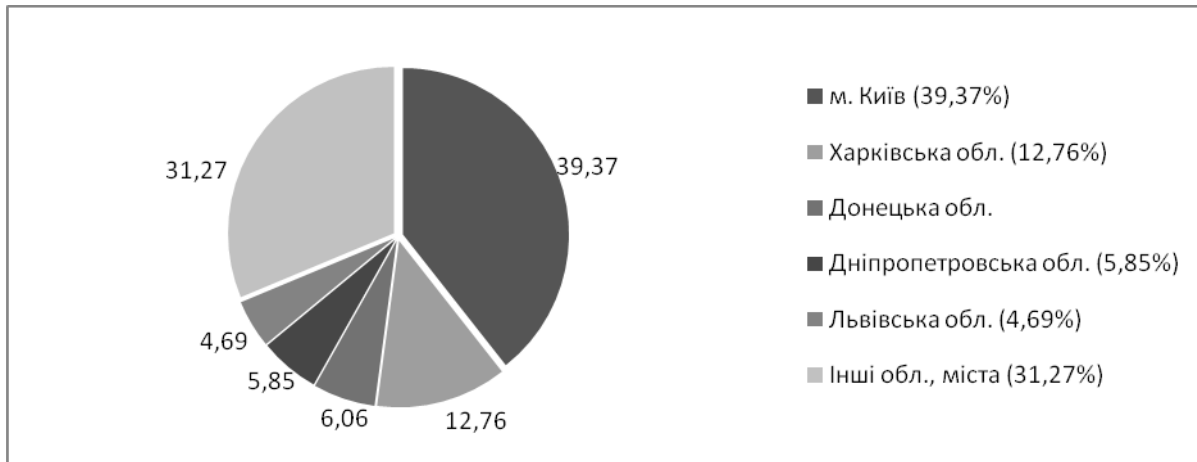


Рис. 1. Діаграма розподілу суб'єктів Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції станом на 01.01.2012 р., %

Джерело: систематизовано на основі [7]

Підприємства видавничо-поліграфічного комплексу переважно сконцентровані у промислово розвинених регіонах. Львівська область належить до числа лідерів за кількістю видавничих підприємств, тому що є культурним осередком України, належить до числа науково розвинених регіонів.

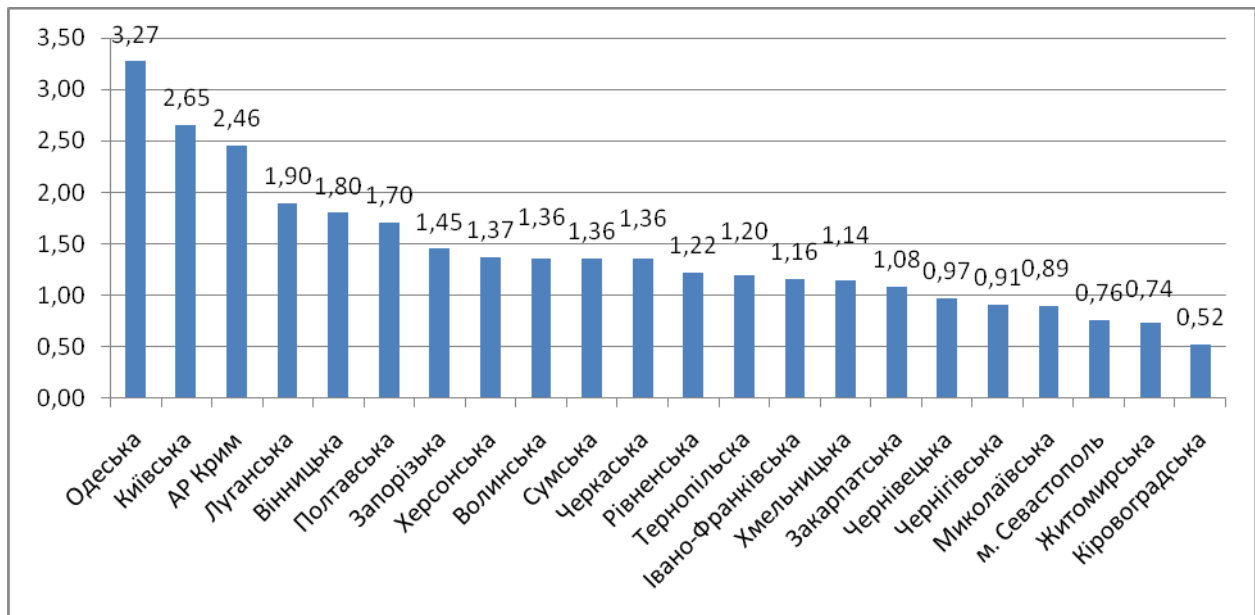


Рис. 2. Діаграма розподілу суб'єктів Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції станом на 01.01.2012 р. (частка у регіоні менше 5%)

Джерело: систематизовано на основі [7]

Здійснена оцінка рівня концентрації, ступеня конкуренції в галузі з таким групуванням за напрямками діяльності в регіонах: видавнича, виготовлення видавничої продукції (поліграфічні підприємства), розповсюдження видавничої продукції, суміщення кількох видів діяльності, в т.ч. поліграфічної; суміщення кількох видів діяльності, за виключенням поліграфічної (табл.1).

Таблиця 1. Рівень конкуренції видавничо-поліграфічного комплексу

Напрямок діяльності	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	Інтервал	Рівень концентрації	Рівень конкуренції
Видавнича	2988	1800-10000	високий	низький
Суміщення, за виключенням поліграфічної (видавнича і розповсюдження)	3283			
Розповсюдження	1690	1000-1800	середній	помірний
Суміщення, в т.ч. поліграфічна	1395			
Поліграфічна	1031			
<i>Усього</i>	<i>1859</i>	<i>1800-10000</i>	<i>високий</i>	<i>низький</i>

Джерело: обчислено на основі [7]

Найвищий рівень конкуренції, виявлений у поліграфічній галузі. Це дозволяє висновувати про більш рівномірний розподіл споживачів поліграфічних послуг за регіонами, порівнюючи з видавничою справою. Високий конкурентний тиск стимулює підприємства до постійного підвищення конкурентоздатності, розвитку. Водночас, ринок видавничої

продукції, а також суміщення видавничої діяльності і розповсюдження видань, тяжіє до монополізації, порівнюючи за іншими напрями діяльності видавничо-поліграфічного комплексу. Це пояснюється складністю редакційно-видавничого процесу, історично усталеними в Україні осередками видавничої діяльності (м. Київ, Харківська, Львівська, Одеська, Дніпропетровська, Донецька обл., АР Крим), їхня частка на ринку становить понад 60%. Приблизно однакові значення індексу Херфіндаля-Хіршмана по видавничій діяльності, а також видавничій і розповсюдженню, означають, що видавничі підприємства переймають на себе збутову функцію, що є вимушеним заходом у зв'язку з незадовільним станом системи книгорозповсюдження.

Висновки. На основі аналізу виявлено погіршення конкурентного становища видавничо-поліграфічної галузі, про що свідчить негативна динаміка її частки у промисловому виробництві України, збільшення питомої ваги збиткових підприємств. За рівнем конкуренції поліграфія переважає над видавничою діяльністю, що створює умови для ефективнішого задоволення потреб споживачів. Підприємства видавничо-поліграфічного комплексу сконцентровані переважно в крупних промислових і наукових центрах.

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И.Ансофф; пер. с англ. С.Жильцов. – С.Пб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку держави, регіону, галузі та підприємства: монографія / [В.І.Ляшенко, М.М.Назарук, Я.Я.Пушак та ін.]; за заг. ред. А.М.Штангрета. – Львів: Укр. акад. друкарства, 2013. – 394 с.
3. Гордон Я. Целевая конкуренция: новые рынки. Конкурентная разведка. Битва за будущее/ Я.Гордон; [пер. с англ. С.Жильцов и др.]. – М.: Вершина, 2006. – 367 с.
4. Котляревський Я. В. Стратегія управління підприємствами видавничо-поліграфічного комплексу: монографія/ Я.В.Котляревський, Л.І.Воротіна. – Львів: Укр. акад. друкарства, 2011. – 182 с.
5. Модель розвитку галузей економіки України: монографія/ [С.О.Гуткевич, П.В.Власов, О.І.Шаманська та ін.]; за ред. С.О.Гуткевич. – К.: НТУУ «КПІ», 2011. – 472 с.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

7. Офіційний сайт Державного комітету телебачення і радіомовлення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.comin.kmi.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97985&cat_id=97933

8. Офіційний сайт Книжкової палати України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrbook.net/>

9. Швайка Л.А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва: монографія / Л.А. Швайка. – Львів: Укр. акад. друкарства, 2005. – 432 с.