

відповідно 11,2% та 5,7%. У секторі транспорту працює 5,2%, а обсяг реалізації продукції становить 4,7%.

На сектор інформації та телекомунікацій припадає 3,9% зайнятих та 4,7% обсягу реалізованої продукції малих підприємств. Туристичний сектор є одним із пріоритетних напрямків розвитку регіону відповідно до «Стратегії розвитку Львівської області на період до 2020 року», дає роботу для 4,4% осіб, проте забезпечує лише 1,3% реалізації продукції. У секторі інформаційних технологій та секторі туризму працює багато суб'єктів господарювання зі спрощеною системою оподаткування, що пояснює їхню незначну вагу серед МСП-юридичних осіб [3].

Здійснений аналіз вказує на зменшення великих і середніх підприємств на користь малих. Проте статистика вказує на подрібнення малого бізнесу на мікропідприємства, про що свідчать привабливіші умови бізнес-клімату та спрощена система оподаткування, яка забезпечує економію фінансових ресурсів для підприємців.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України № 5-2015 від 12 січня 2015 р. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
2. Офіційний сайт Національна платформа малого та середнього бізнесу URL : <http://platforma-msb.org>.
3. Стратегія підготовлена з ініціативи Львівської ОДА, представників бізнес-об'єднань та громадськості за сприяння Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні» URL : www.lev.org.ua

УДК 338

Мартинів В.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри підприємництва та маркетингу

Українська академія друкарства

м. Львів, Україна

Дмитерко І.О.

магістрант

Українська академія друкарства

м. Львів, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЇ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Сучасний період суспільно-політичних перетворень в Україні потребує не лише зміни моделі економічної політики та її повної переорієнтації у напрямі загальноєвропейських стандартів, а також є нагальна потреба проведення значно ширших за своїм змістом трансформацій та наукових досліджень в

основних сферах, що формують базу соціально-орієнтованих ринкових відносин у власності; нормативно-правовій базі; державному управлінні; інститутах підприємництва; інфраструктурі; психології економічних суб'єктів. Фахівці, що досліджують питання забезпечення розвитку поліграфії все частіше роблять спроби пошуку нових концепцій, які здатні запропонувати методологічні підходи та механізми вирішення проблем в умовах динамічного інституційного середовища. Особливо ця проблема актуальна на регіональному рівні, де давно з'явилася потреба у пошуку нових моделей економічного розвитку в межах наявних інституційних обмежень, тому інституційно-економічні засади розвитку видавничо-поліграфічної діяльності регіонів України стали основою складної соціально-економічної системи, яка постійно змінюється під впливом сукупного попиту на продукцію поліграфії, в залежності від темпів науково-технічного розвитку інвестиційної активності та інноваційних процесів. Ефективність функціонування даної системи забезпечують злагоджена робота її складових, зокрема видавництва і видавничих організацій, поліграфічних підприємств, книготоргівельної мережі та служб маркетинг-логістики, що стало базовою основою зміцнення українського інформаційного простору [1].

Ця проблема характерна і для видавничо-поліграфічної галузі (ВПГ), особливо на регіональному рівні. Трансформаційні процеси, що відбулися в галузі останні 24 роки не змогли належно забезпечити її повноцінного розвитку. Сьогодні держава не створила сприятливих умов для сталого функціонування і розвитку ВПГ, не розробила механізмів адаптації підприємств галузі до динамічних змін навколишнього середовища. Усі спроби щодо забезпечення ефективного розвитку підприємств, що залишились у державній власності не привели до потрібного результату.

Хоча, варто зазначити, що ВПГ — одна з тих, де зміни відбуваються дуже активно, однак, не у всіх регіонах підприємства галузі досягали позитивних результатів щодо підвищення власних економічних показників та впливу на розвиток території. Адаптація підприємств галузі на регіональному рівні, зокрема у Львівській області, до нових умов господарювання здебільшого відбувається повільно, без суттєвих позитивних зрушень. Так, область, посідаючи одне з перших місць в Україні за кількістю видавничо-поліграфічних суб'єктів господарювання та маючи вищі, ніж у середньому по Україні обсяги реалізації продукції, демонструє низьку ефективність діяльності господарюючих суб'єктів, про що свідчать нижчі від середніх по галузі одиничні показники (чистий дохід, чистий прибуток, вартість основних засобів у розрахунку на одне підприємство). Це одночасно з нестабільним зовнішнім середовищем, нестабільністю ринкової кон'юнктури зумовлює потребу пошуку нових напрямів і методичних підходів до розробки програмно-цілевих моделей розвитку галузі в регіоні [2].

Ще однією важливою проблемою розвитку підприємств ВПГ є системна економічна криза і, відповідно, низький рівень доходів значної частини населення, що прямо чи опосередковано є споживачами видавничо-поліграфічної продукції.

З таких умов господарювання особливого значення набувають питання розробки теоретико-методологічних засад розвитку ВПГ, визначення конкретних шляхів і заходів активізації регіональних факторів, синтезу організаційно-економічних механізмів сталого розвитку ВПГ.

Світовий досвід свідчить, що одним з перспективних напрямів вирішення проблем реструктуризації підприємств ВПГ, завдання, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності галузі в регіоні, активізації інноваційного та інтелектуального потенціалу, є розвиток корпоративного управління. Цей підхід базується на отриманні додаткових переваг від інтеграції внаслідок синергетичного ефекту та зниження рівня трансакційних витрат, що дає змогу отримати додаткові переваги на різних етапах забезпечення конкурентоспроможності та поліпшення ефективності функціонування підприємств галузі та регіону загалом [3].

При вивченні проблем розвитку вітчизняних підприємств необхідно використати науковий підхід щодо формуванні практичних рекомендацій та розробки механізмів адаптації діяльності і стратегії її трансформації у відповідності до існуючих інституційно-економічних умов підготовка фахівців в УАД для забезпечення розвитку видавничо-поліграфічної діяльності регіонів України [4].

Як показує практика підприємницькі структури ВПД нашої Країни за останні десятиріччя мають тенденцію до зростання. Так їх було у 2005 році — 2926, а у 2015 вони зросли до 3276 одиниць. Спостерігається спад їх у поліграфічній діяльності: з 3027 одиниць у 2005 році до 1783 одиниці у 2015 році, який склав більше 40%. В цілому галузь у 2005 році нараховувала 5953 структуру, а на сьогодні їх залишилося 5059, тобто зменшення склало 10%.

Виходячи з характеристик особливостей інформаційної трансформації ВПД, є ще багато резервів саме ринкової економіки, які ми не використовуємо на сьогодні. Як приклад, на Львівщині ще “жевріють” бувші гіганти поліграфії ПрАТ “Видавництво “Вільна Україна”, ПрАТ “ЛКФ “Атлас”, проте набули успішної діяльності приватні структури ПрАТ “Видавництво “Високий Замок”, ПрАТ “Фабрика паперово-білових виробів “Бібльос”, “Укрпол”, ТзОВ “ТДС Леопрінт” і багато інших. Спостерігається нестача державного впливу на розвиток сучасної поліграфії і видавничої справи, а це має безпосереднє відношення до розвитку в Україні культурних, духовних, освітніх потреб у регіонах, що негативно впливає на формування свідомості наших громадян, реалізацію державної політики по забезпеченню загальнонаціональних інтересів, захист прав громадян і власності [5].

І на завершення висновки та перспективи: видавничо-поліграфічна галузь, яка є основою розвитку національного інформаційного простору як унікальне джерело знань, потребує:

— по-перше, виваженої державної політики через застосування дієвих інструментів і важелів регулювання та запровадження заходів щодо підтримки ВПД;

— по-друге, створення сприятливих умов для підвищення ефективності через чітко сформульовані на державному рівні довготривалі стратегічні альтернативи розвитку залежно від цілей та місії суб'єктів господарювання;

— по-третє, наукові дослідження необхідно спрямувати на результативне, практичне впровадження інституційно-економічних засад розвитку видавничо-поліграфічної діяльності України, що стане джерелом ефективної роботи нашої української академії друкарства та усіх корпорацій ДАК “Укрвидавполіграфія”.

Список використаних інформаційних джерел

1. Палига Є.М. Інституційно-економічні основи розвитку видавничої поліграфічної діяльності в регіонах України / Є.М. Палига, В.Б. Базилюк // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. Вип. 1(49). Т.2. — Ужгород, 2017. — С. 147-154.

2. Базилюк В.Б. Особливості функціонування та розвитку підприємств ВПГ: регіональний аспект: моногр. / В.Б. Базилюк. — Львів: УАД, 2015. — 276 с.

3. Довгань Л.Є. Корпоративне управління: інституційні аспекти: моногр. / Л.Є. Довгань, І.П. Малик. — К.: ІВЦ «Ви-во «Політехніка», 2006. — 340 с.

4. Палига Є.М. Стан та розвиток видавничо-поліграфічного комплексу України: регіональний аспект: моногр. / Є.М. Палига, Г.І. Пушак, Я.Я. Пушак. — Львів: УАД, 2009. — 192 с.

5. Швайка Л.А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі: підруч. / Л.А. Швайка, А.М. Штангрет. — Львів: УАД, 2008. — 480 с.

УДК 338.438

Матковський П.Є.

к.е.н., доцент

доцент кафедри обліку і аудиту

ДВНЗ “Прикарпатський національний університет

імені Василя Стефаника”

м. Івано-Франківськ, Україна

ПЕРЕДУМОВИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ:

ЕТАПИ ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ ТА ЗРОСТАННЯ

Починаючи з 2000 р. так званий «посткризисний» період характеризувався істотним поліпшенням макроекономічної ситуації, високими темпами позитивної динаміки валових показників економічного зростання: