

2. Гамор Ф. Про мафіозні «парасольки», тіньовий ринок лісу кругляка, плутанину з межами заповідників, екотуризм замість пустелі та деякі міркування щодо збереження і сталого розвитку Карпат, вирішення проблем природно-заповідного фонду України. // Зелені Карпати. 2017. № 1-4. – С. 14 – 17.

УДК 336+338.242

Гомольська В.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри підприємництва та маркетингу

Барабаш Ю.В.

магістрант

Українська академія друкарства

м. Львів, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ПІДПРИЄМСТВ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Актуальність дослідження і регулювання трансформаційних зрушень в економіці з метою формування конкурентного середовища обумовлена, насамперед, перехідним періодом економіки України, в результаті якого було здійснено часткову заміну прямого державного втручання на ринкові механізми саморегулювання. Найбільшою мірою це вплинуло на галузях вітчизняного промислового виробництва, в тому числі видавничо-поліграфічній діяльності.

Аргументами ринкової трансформації підприємств видавничо-поліграфічної галузі були:

- запровадження різних організаційно-правових форм підприємництва;
- поява великої кількості невеликих новостворених поліграфічних і видавничо-поліграфічних структур, переважно приватної форми власності, що здебільшого зорієнтовані на випуск етикеткової та кольорової аркушевої продукції;
- великі поліграфічні підприємства, загалом непогано оснащені і потужні, виявилися неспроможними успішно працювати в ринковому середовищі;
- розбалансувалася мережа книгорозповсюджувальних закладів, що ускладнило збут продукції, промоцію видань, порушило якість зворотного зв'язку в системі видавничо-поліграфічної діяльності;
- суттєве зниження попиту на друковану продукцію через спад купівельної спроможності населення, розвиток альтернативних носіїв інформації тощо;
- зміни в моделі управління галуззю [1].

Таким чином, відбулася трансформація видавничого та поліграфічного підприємництва, внаслідок якої видавничо-поліграфічний комплекс

перетворився у видавничо-поліграфічну галузь, а виробниче підприємництво в поліграфії набуло функцій сфери обслуговування видавництва. У теперішній час підприємництво в поліграфії є складовою підприємництва видавничо-поліграфічної галузі, де виділяються два види діяльності: видавнича справа і поліграфічна діяльність.

Отже, сучасна видавничо-поліграфічна галузь розвивається за прийнятими у світовій практиці принципами та функціями, різними організаційно-правовими формами і типами, активно використовуючи елементи інноваційної моделі функціонування та концепції корпоративного управління.

На нашу думку, сучасні проблеми видавничої діяльності здебільшого спричинені кризовим станом соціальної сфери, яка є основним споживачем друкованих видань, відсутністю цілісної політики регулювання і підтримки та програм розвитку галузі. Для створення сприятливих умов для видавничо-поліграфічного бізнесу насамперед необхідно сформувати розвинений цивілізований ринок. Основних учасників ринку та систему взаємозв'язків між ними відображено на рис. 1.

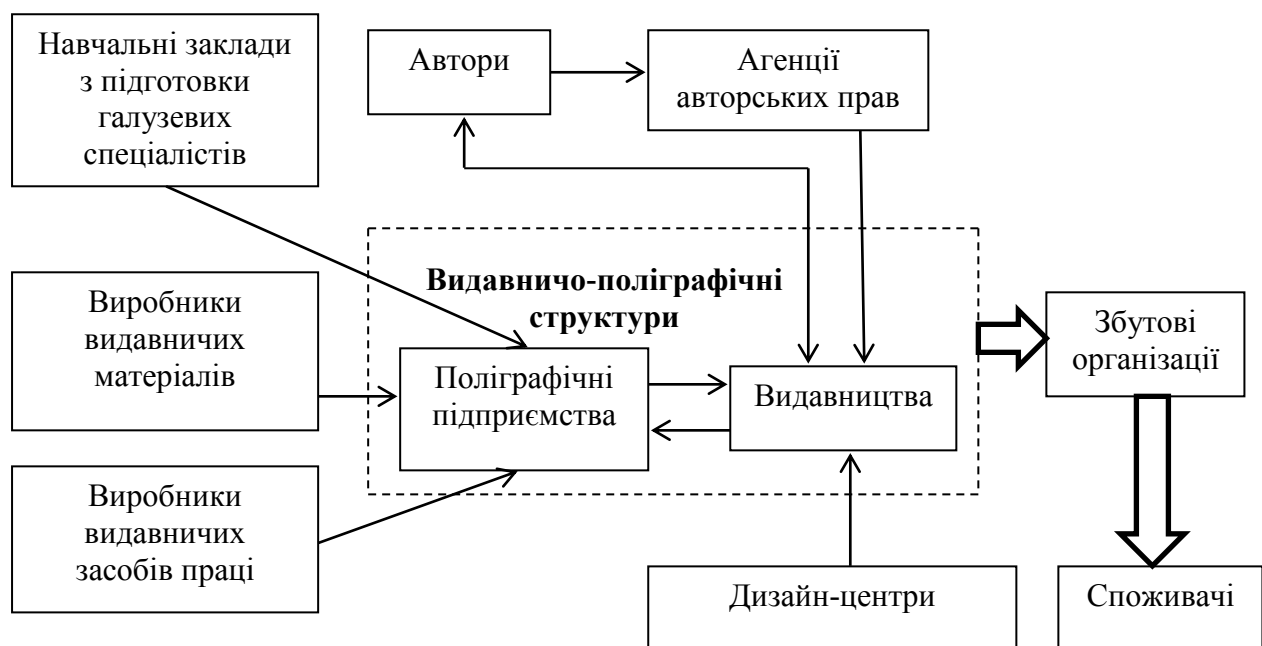


Рис. 1. Основні учасники видавничо-поліграфічного ринку *

* Складено авторами на основі [2]

Характерними ознаками видавничо-поліграфічної діяльності є специфічні умови ринку, недотримання закону попиту і пропозиції, властивості сировини і матеріалів, що застосовуються, особливості організації виробництва і технологічного процесу, умови збуту і реалізації виготовленої продукції. Слід зазначити, що видавнича продукція за сутністю має низку ознак, притаманних

також й інноваційній продукції, зокрема: захист авторським правом видавничої продукції та інших видів інтелектуальної власності; високий рівень невизначеності та ризику; неможливість завжди точно обчислити кількісно ефективність кінцевого результату. Виходячи з цього, можна казати про об'єктивні умови для того, щоб ці два види діяльності (видавнича та інноваційна) отримали від держави відповідну підтримку [3].

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити висновок, що видавничо-поліграфічна галузь увійшла в нові соціально-економічні умови господарювання і на сьогоднішній день, маючи відповідний рівень концентрації і спеціалізації, орієнтується на відповідні обсяги виробництва, впровадження сучасних технологій і використання прогресивних матеріалів. Актуальним завданням є розроблення стратегії управління підприємствами видавничо-поліграфічної діяльності, що забезпечить ефективний розподіл і використання наявних ресурсів та перехід до регулювання на основі аналізу і прогнозів. Ця стратегія повинна бути чіткою, системною, враховувати структуру капіталу, корпоративні особливості, потребує створення відповідного механізму узгодження інтересів учасників при визначенні поточних і стратегічних цілей підприємства. Відповідно сформована і реалізована стратегія управління підприємствами видавничо-поліграфічної діяльності дасть можливість встановити певні стандарти і вирішити складні проблеми, мінімізувати ризики і зайняти стійку позицію на ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Біла С.О. Структурна політика в системі державного регулювання трансформаційної економіки / С.О.Біла. – Львів: Видавництво Української академії друкарства, 2001. – 408 с.
2. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии / В.А.Винокуров. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 136 с.
3. Палига Є.М. Теоретичні та практичні проблеми розвитку корпоративного управління підприємств поліграфії / Є.М.Палига / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. Економіка. – 2013. – Вип.2 (39). – С.255-260.