

УДК 655.5

АДАПТАЦІЯ СТРУКТУР КНИГОВИДАННЯ ДО РОБОТИ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ

Л.А. Швайка

Характеризується організаційно-економічний механізм адаптації видавництв, поліграфічних підприємств і організацій книжкової торгівлі України до роботи в умовах конкурентного ринку.

Характеризуется организационно-экономический механизм адаптации издательств, полиграфических предприятий и организаций книжной торговли Украины к работе в условиях конкурентного рынка.

Перехід до ринку в системі книгодрукування України здійснюється швидше, а в окремих випадках складніше, ніж в інших галузях народного господарства, що істотно впливає на формування ринку друкованої продукції.

В українському книгодрукуванні сформувався організаційно-економічний механізм адаптації до сучасних умов господарювання. Він базується на детальному вивченні потреб ринку і його окремих сегментів, врахуванні інтересів усіх учасників книговидавничої діяльності. З'явилася велика кількість суб'єктів господарювання, які функціонують у конкурентному середовищі й набувають підприємницького досвіду. Видавничі структури не тільки виробляють книгу-товар, але й займаються її реалізацією. Їх функціонування в умовах дії механізму адаптації пов'язане з певними втратами і надбаннями.

До втрат системи книгодрукування відноситься спад попиту на друковану продукцію, який спричиняє зменшення обсягів її виробництва. Спад попиту зумовлений кількома причинами. По-перше, досить складним загальноекономічним станом в Україні, який призвів до зниження платоспроможного попиту населення. На думку експертів, близько 40% мешканців України взагалі неспроможні купувати друковані видання. Основна маса населення купує в середньому 1–5 видань переважно дитячої і навчальної літератури. По-друге, у світі і в Україні спостерігається втрата інтересу до читання, змінюється відношення до друкованої продукції (особливо книги) з боку споживачів. Її витісняють нові засоби та носії інформації. Так, за даними соціологічних організацій ЮНЕСКО, у Німеччині щодня витрачають дві години на перегляд передач, 2 год. 34 хв. — на слухання радіо, 17 хв. — на читання книг і 10 хв. — на читання газет.

Сьогодні в Україні випускається понад 6000 назв книжково-журнальної продукції. З розрахунку на 1 млн. населення випуск складає більше 125 назв. У той час як в Росії цей показник перевищує 250, Франції — 650, Німеччині — понад 1100 назв.

Адаптація книговидання до ринкових умов проявляється і через певні набутки. Як свідчать результати аналізу діяльності видавничих структур України, за останні роки визначилась певна видавнича стратегія, спрямована на розширення асортименту і виважену тиражну політику. Різне падіння тиражів з 38,2 тис. прим. у 1991 р. до 16,4 тис. у 1996 р. по книжковій продукції, а по всій друкованій з 36,3 тис. прим. до 14,7 тис. практично призупинилось. Спостерігається деяка стабілізація тиражів як у державних, так і недержавних видавничих структурах.

Українське книговидання з планово-регульованого за тематикою, тиражами і фінансовими показниками перетворилось у конкурентне, на якому сьогодні переважає дрібний і середній підприємець. При цьому слід зазначити, що державні видавничі структури досить боляче і довго адаптовувались до умов ринку, тривалий час розраховували й очікували на державну підтримку. Однак реальна конкуренція і прагнення зберегти своє місце на ринку, значний досвід, традиції і здобутки, розвиток правового та економічного поля створили більш сприятливі умови для їх адаптації до умов ринку.

На книжковому ринку України зникла монополія на випуск окремих видів книжкової продукції. Однак конкуренція серед видавців не набула жорстких форм, і сьогодні її можна характеризувати як недосконалу.

Зміна ринкової кон'юнктури спричинила ряд змін організаційного характеру в діяльності видавничих структур, поліграфічних підприємств, книготорговельних організацій. У видавництвах змінилась організація редакційно-видавничого процесу — операції по виготовленню фотоформ перенесені, як правило, у видавництва; робляться спроби випускати електронні видання та аудіовізуальну продукцію; розширені функції з розповсюдження та реалізації продукції.

У розвитку поліграфічних послуг спостерігаються тенденції, характерні для поліграфії європейських країн: швидкими темпами розвивається офсетний спосіб друку, у виробництві переважає застосування малих і середніх друкарських машин, малогабаритного брошурувально-палітурного обладнання. Зростає кількість недержавних поліграфічних підприємств з малою чисельністю працюючих. Зменшення обсягів випуску друкованої продукції у видавничих організаціях призвело до спаду виробництва на великих державних поліграфічних підприємствах. По цій групі підприємств випуск книжково-журнальної продукції за 1991–1996 рр. зменшився в 4,8 раза, по фарбово-образотворчій — у 4,5 раза. Це, у свою чергу, спричинило втрату свого місця на ринку поліграфічних послуг, зниження рівня використання наявного виробничого потенціалу, погіршення фінансового стану і конкурентоспроможності. Характерною ознакою стратегії більшості великих поліграфічних підприємств є виживання за рахунок організації беззбиткового виробництва.

Загальне зменшення обсягів випуску друкованої продукції, проблеми з її реалізацією, розширення функцій з товаропросування у видавництвах, поява альтернативних каналів поширення продукції зумовили розпад чітко налагодженої інфраструктури книжкової торгівлі.

Зниження поставок книжково-журнальної продукції призвело до вивільнення частини торговельних площ, які здаються в оренду іншим торговельним підприємствам або використовуються для реалізації непрофільної для них продукції. Це викликає втрату спеціалізації торговельного підприємства, про що свідчить зменшення питомої ваги книжково-журнальної продукції в роздрібному товарообігу багатьох книжкових магазинів.

Світова практика свідчить про доцільність продажу поряд з друкованою продукцією аудіовізуальної продукції і комп'ютерних носіїв інформації та невиправданість продажу інших товарів, оскільки це призводить до дискваліфікації торгового персоналу й втрати постійних покупців.

Розпад оптової книжкової торгівлі, постійний дефіцит обігових коштів спричинили збільшення товарних запасів книжкової продукції та сповільнення товарообігу у видавництвах і роздрібній книжковій торгівлі. Так, якщо традиційно в роздрібній мережі знаходилося 70–80%, а на оптових базах 20–30% книжкових запасів, то тепер у роздрібній торгівлі їх є близько 40%, а на оптових базах – не більше 10 і у видавництвах 50%.

Оплата видавництвам здійснюється в міру реалізації продукції, що, у свою чергу, негативно впливає на їх діяльність. Видавництва прагнуть випускати літературу, розраховану на швидкий продаж, і тим самим звужують потенційний ринок.

Проблеми, пов'язані з реалізацією друкованої продукції, зумовили появу і розвиток альтернативних каналів поширення продукції, серед яких: власні книжкові магазини видавництв, комерційно-торговельні служби в структурі видавництв, товарні агенти, книгоноші. Створення альтернативних каналів книгопоширення сприяє вивченню попиту на літературу, зменшує витрати обігу, забезпечує стабільність оплати. Таким чином, можна стверджувати, що в системі книгодрукування України виробився певний механізм адаптації до роботи в умовах конкурентного ринку. На часі розв'язання нових проблем, що стосуються функціонування підсистем в умовах конкурентного ринку.