

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ
ПІДПРИЄМСТВ ВПД ТА ЙОГО ВПЛИВ
НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РЕГІОНІВ

Є. М. Палига, О. Я. Онещак

*Українська академія друкарства,
вул. Під Голоском, 19, Львів, 79020, Україна*

Досліджено особливості розвитку національної видавничо-поліграфічної галузі, в якій відбуваються істотні трансформаційні процеси, що впливає на розвиток і вирішення, крім загальнодержавних, низки територіально-галузевих проблем розвитку регіонів.

Висвітлено специфіку інвестиційної привабливості видавничо-поліграфічної галузі України та її регіонів, сучасний стан і стратегії розвитку управління підприємств видавничо-поліграфічної діяльності (ВПД), досліджено трансформацію видавничого та поліграфічного підприємництва, внаслідок якої виробниче підприємство в поліграфії набуло функцій сфери обслуговування видавництв, як це і прийнято у світовій видавничій практиці. Розкрито можливості провідних підприємств регіону та встановлено, що серед усіх моделей розвитку видавничих і поліграфічних підприємств найперспективнішою щодо вкладення інвестицій можна вважати модель, згідно з якою видавництва мають власну поліграфічну базу.

Ключові слова: *організаційно-економічний механізм, інвестиційна привабливість, конкурентоспроможність, підприємництво, видавничо-поліграфічна діяльність.*

Постановка проблеми. Сучасна ситуація в економіці України та її регіонів характеризується динамічною трансформацією форм господарювання, перерозподілом власності та пошуком найефективніших організаційних підходів формування і використання корпоративного управління, що надто поширене у західній теорії і практиці господарювання, а також достатньо швидко запроваджується у вітчизняній економіці [1]. Це сприяло поширенню корпоративної власності та управління, стрімкому розвитку концентрації акціонерного капіталу. Таким особливостям підпорядковується також і видавничо-поліграфічна галузь яка перебуває на стадії формування ринкових відносин, що по-різному позначилося на життєво важливих галузях народного господарства. Поліграфія належить до тих галузей, які одними з перших зорієнтувалися в нових умовах господарювання. Скажімо, ще до відновлення незалежності України в економічній галузі можна було простежити елементи ринку. Зокрема, відбулася лібералізація цін, видавництва самостійно встановлювали гуртові та роздрібні ціни на свою продукцію. Крім того, вони почали формувати тематичні плани випуску видавничої продукції, вибирали

поліграфічну базу, постачальників матеріалів тощо. З'явилася друкована продукція, що формувалась як «державне замовлення». Утворилися перші кооперативи. Втім, процес адаптації відбувався повільно. Кардинальні зміни макросередовища, робочого середовища функціонування поліграфічних підприємств викликали необхідність адекватних змін усередині комплексу, галузі, кожного підприємства зокрема. Це призвело не лише до перегляду поняття «видавничо-поліграфічний комплекс», а й до нових засад його функціонування [4].

Національний видавничо-поліграфічний комплекс (ВПД), в якому відбуваються істотні трансформаційні процеси, сьогодні не забезпечує належних результатів господарювання із забезпечення суспільства видавничою продукцією. Держава не створила сприятливих умов для ефективного функціонування і розвитку ВПД, до того ж не сформовано механізми його адаптації до динамічних змін зовнішнього середовища.

На нашу думку, більшість із цих проблем зумовлені застосуванням застарілих методів та підходів до управління підприємствами, відсутністю чітких стратегій управління на рівні галузі та окремих підприємств, невідповідністю теперішньої системи стимулювання працівників сучасному рівню організації виробництва і праці. Окрім того, управлінські процеси також недостатньо орієнтовані на ринок, споживача і динамічні умови ринкового середовища.

Розв'язання цих та інших проблем є можливим в результаті вдосконалення системи корпоративного управління на підприємствах завдяки розробленню нових організаційно-економічних механізмів управління, застосуванню сучасних підходів до управління й оцінювання результатів господарської діяльності підприємств видавничо-поліграфічної діяльності та ефективних систем стимулювання працівників.

Отже, дослідження розвитку організаційно-економічного механізму підприємств ВПД і його вплив на конкурентоспроможність регіонів є актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням формування та реалізації державної регіональної політики із стратегії розвитку управління присвячені праці багатьох науковців, а саме: В. Базилевича, І. Бондар, Л. Воротіної, Є. Григоренка, В. Євтушевського, Ю. Єханурова, Ю. Лупенка, І. Малого, О. Мозгового, Г. Назарової, П. Леоненка, В. Павлова, М. сіроша, А. Сірка, Л. Федулової, А. Шегди, В. Шелудько та інших [6].

Мета статті — дослідити аргументацію ринкової трансформації у видавничо-поліграфічній діяльності України та її регіонів, визначити учасників ринку поліграфії, організаційно-економічного механізму управління підприємствами ВПД і «піраміду» конкурентоспроможності регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аргументами ринкової трансформації підприємництва у видавничо-поліграфічному комплексі України були:

- запровадження різних організаційно-правових форм підприємництва. Відповідно, деякі поліграфічні підприємства було приватизовано. Вони набули форми товариства. Частина підприємств залишилася в державній і комунальній власності. Окремі підприємства почали функціонувати як приватні. Тобто закінчилася монополія державної власності у підприємстві;

- з'явилося багато невеликих новостворених поліграфічних і видавничо-поліграфічних структур, переважно приватної форми власності, що здебільшого зорієнтовані на випуск етикеткової та кольорової аркушевої продукції;
- з'явилася конкуренція між виробниками поліграфічної продукції як обов'язковий атрибут ринку. Внаслідок цього багато новостворених приватних підприємств виявилися нежиттєздатними в нових умовах, майже всі зазнали збитків і мали мізерні шанси підвищити ефективність функціонування;
- великі поліграфічні підприємства, загалом добре оснащені і потужні, виявилися теж неспроможними успішно вижити в ринковому середовищі. Здебільшого, такі підприємства корпоратизувалися, хоча це не завжди гарантувало успіх; здавали в оренду вивільнені площі; почали займатися посередництвом та іншими видами діяльності;
- цілковита розбалансованість мережі книгорозповсюджувальних організацій, зокрема книгарень. Це ускладнило збут продукції, промоцію видань, погіршило якість зворотного зв'язку в системі ВПК;
- змінилася загальна філософія управління підприємницькими структурами. Значно послабився аналіз, облік і контроль, які є найважливішими функціями управління підприємствами. Основу управління становили функції організації, регулювання та мотивації, що забезпечували виробництво і збут продукції;
- посилилася зацікавленість господарюючих структур у результатах власної праці; набули нових тенденцій інтереси учасників підприємницької діяльності: власників, менеджерів, найманих працівників. Увиразнилася їхня конфліктність, що неминуче призводить або до кризи, або до розвитку господарюючої структури;
- на розвиток видавничо-поліграфічного підприємництва безпосередньо вплинули зміни в попиті на друковану продукцію. Він суттєво знизився з огляду на низку чинників: спад купівельної спроможності населення; зменшення державного замовлення на книжкову продукцію; розвиток альтернативних носіїв інформації тощо.

Отже, сучасна видавничо-поліграфічна галузь розвивається за загально визначеними принципами та функціями, за різними організаційно-правовими формами і типами, активно використовуючи елементи інноваційної моделі функціонування та принципи корпоративного управління.

Сучасні проблеми видавничої діяльності спричинені кризовим станом насамперед соціальної сфери, яка є основним споживачем друкованих видань, а також тим, що немає цілісної політики регулювання, підтримки та програм розвитку галузі.

Задля створення сприятливих умов для видавничо-поліграфічного бізнесу необхідно сформувати розвинений цивілізований ринок. Склад основних учасників ринку та їх взаємозв'язок зображено на рис. 1.

Характерними ознаками видавничо-поліграфічної галузі є специфічні умови ринку, недотримання закону попиту і пропозиції, особливості споживаної сировини і матеріалів, специфіка організації виробництва і технологічного процесу, особ-

ливі умови збуту і реалізації виготовленої продукції. Слід зазначити, що видавнича продукція за своєю сутністю має низку ознак, які властиві також інноваційній продукції. До найсуттєвіших схожих ознак належать: захист авторським правом видавничої продукції та інших видів інтелектуальної власності; значний рівень невизначеності та ризику; ефективність кінцевого результату не завжди точно можна кількісно обчислити. Отже це об'єктивними умовами для того, щоб ці два види діяльності (інноваційна і видавнича) отримали від держави відповідну підтримку [6].

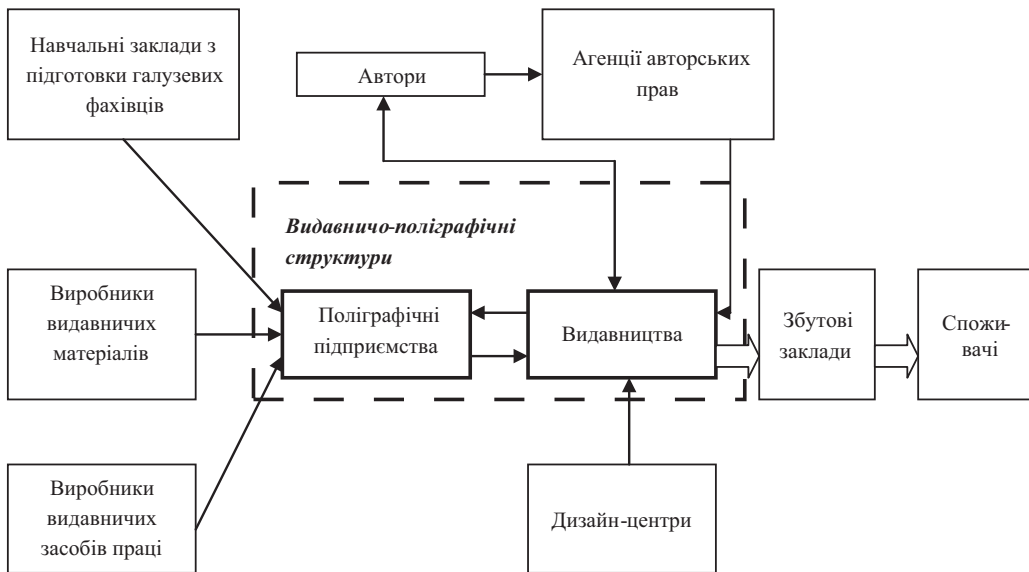


Рис. 1. Основні учасники видавничо-поліграфічного ринку

Тому, на думку авторів, конкурентоспроможність підприємства залежить від конкурентоспроможності виконуваних робіт із виготовлення конкретних видів друкованої продукції, ефективності використання ресурсів, рівня рентабельності продукції і господарської діяльності загалом, ділової активності підприємства, а також показників ліквідності та фінансової стійкості, для оцінювання конкурентоспроможності підприємств ВПД необхідно додати ще один фактор — рівень використання виробничого потенціалу підприємства, оскільки саме виробничий потенціал визначає здатність підприємства виробляти ту чи іншу продукцію, що має попит на ринку. Якщо виробничий потенціал використовують неефективно, то знижуються обсяги виробництва і, відповідно, прибуток, порушуються терміни виготовлення продукції, знижуються інвестиційна і ринкова привабливість підприємств, а також конкурентоспроможність продукції, що випускається [2].

Для постеконічного суспільства затрати матеріалів і праці не значно впливають на якість результату, якщо основним ресурсом при його виробництві виступають знання; подібний продукт виявляється невідновлюваним, а діяльність людини настільки сприяє його інтелектуальному і духовному розвитку, що стає

самодостатньою. Набуваючи статусу незалежної від затрат праці і матеріалів змінної, продукти творчої діяльності є невичерпними, а отже безмежними, а її істинний результат, що втілюється у розвиток людської особистості, — індивідуальним і який не можна відчужити.

За результатами дослідження наукової літератури, формуємо організаційно-економічний механізм управління підприємством ВПД (рис. 2), який через органи та методи управління підприємством забезпечить процеси виробництва поліграфічної продукції, а кінцеві результати економічної діяльності впливатимуть на конкурентоспроможність регіону.

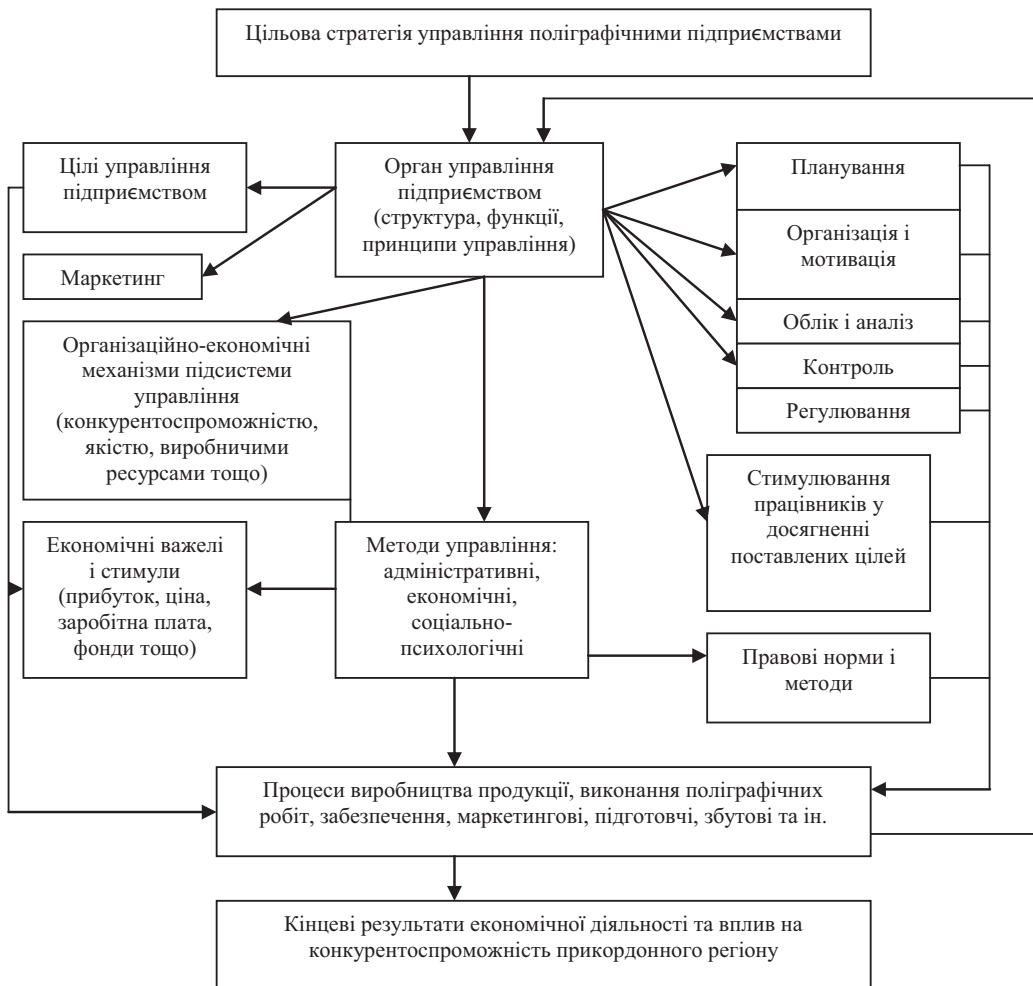


Рис. 2. Схема організаційно-економічного механізму управління підприємством ВПД

Закономірність цивілізаційного прогресу полягає у розвитку людських розумових здібностей. Це безпосередня мета та цільова функція розвитку виробництва

та суспільства загалом, що зумовлює зростання ролі гуманітарної сфери, постеконімічних принципів суспільного розвитку, соціальних та гуманітарних чинників економічного прогресу. Все це потребує коригування загальної спрямованості трансформаційного процесу, надання йому сучасних цивілізаційних форм, використання таких шляхів та механізмів входження у світову систему господарювання, які б дали змогу скористатися позитивними наслідками глобального розвитку і водночас мінімізувати економічні, особливо соціальні труднощі. У сучасних умовах система управління економікою, суспільними процесами має ґрунтуватися на знаннях про стан і розвиток людського фактора. На попередніх етапах система управління і регулювання з боку держави спиралася, здебільшого на облік і регулювання товарно-матеріальних цінностей, а облік і регулювання людського фактора обмежувався рухом зайнятості, визначенням ступеня відповідності загальної та професійної підготовки потребам виробництва. В сучасних умовах ситуація змінюється докорінно. Щоб досягти успішного розвитку економіки та суспільства, держава має знати не лише про стан розвитку людського фактора, а й створити умови для всебічного зростання знань працівників, для поширення і прояву творчих сил людини, її ініціативи. Суспільний прогрес не можливий, якщо не реалізовані три ключові цілі людини: прожити довге і здорове життя; здобути, розширити та поновити знання; отримати доступ до засобів існування, що забезпечують достойний рівень життя.

З цих позицій ми дещо переглянули поняття конкурентності та конкурентоспроможності щодо територій та вибору шляхів їх забезпечення. Отже, основною метою регіональної конкурентоспроможності є підвищення рівня життя населення конкретного регіону. А базою досягнення цієї мети є людські ресурси, інновації, комунікації та індустріальна структура, комплексне використання яких забезпечуватиме високу продуктивність праці і конкурентоспроможність. Такий підхід підтверджений дослідженнями науково-дослідної групи ECORYS, викладений у роботі «Конкурентоспроможність: основне завдання економічної політики»; систематизація й узагальнення конкурентоспроможності відображені у праці Б. Гардінера, Р. Мартіна та П. Тайлера «Конкурентоспроможність, продуктивність та економічне зростання у світлі Європейських регіонів», у якій вчені запропонували модель «піраміди» конкурентоспроможності регіонів (рис. 3).

Велику увагу приділено конкурентності територій, що зумовлено глобалізаційними процесами світової економіки і неоднозначним впливом їх на ситуацію у регіонах. Одні регіони виграють від глобалізації, а інші погребують передбачення у регіональній політиці відповідних механізмів підтримки їх конкурентоспроможності (субсидії, кредити, інвестиції в інфраструктуру, податкові пільги, фінансові стимули тощо). У цих умовах зростає роль регіональної політики, котра має бути спрямована на розширення повноважень регіонів, для надання їм необхідних важелів і засобів стимулювання економічного розвитку і партнерства з іншими регіонами і країнами. Співпраця підприємств ВПД різних партнерів, яка активно розвивається останнім часом, відкриває широкі можливості для підвищення ефективності використання власних ресурсів регіонів.

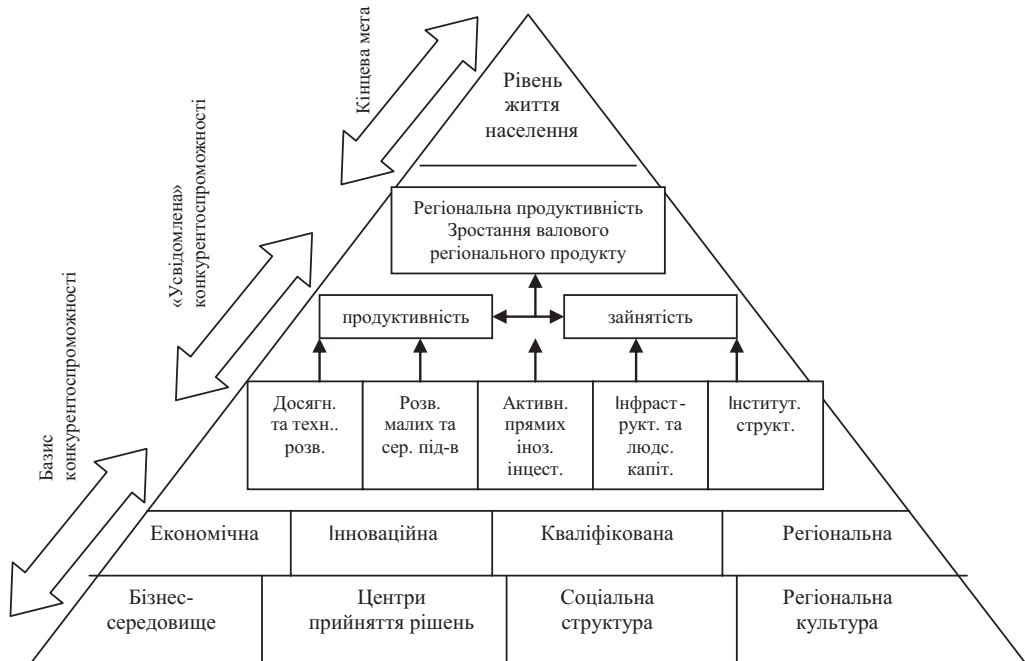


Рис. 3. «Піраміда» конкурентоспроможності регіону

Висновки. Отже, можна стверджувати, що, виявивши потенційні можливості і резерви підприємств ВПД і залучивши невикористані можливості у господарську діяльність, перед підприємствами відкриються широкі перспективи щодо планування виробництва, покращення використання матеріальних, технічних, трудових ресурсів і, врешті-решт, це дозволить значно підвищити конкурентоспроможність підприємств ВПД регіонів.

Конкурентоспроможність регіону визначається як потенційна можливість перемогти в умовному змаганні між територіями за блага, які задовольняють потреби, сформовані цінностями, що поділяють мешканці та суб'єкти господарювання, котрі ідентифікують себе з регіоном, а також приїжджими, що мають певні наміри у цьому регіоні.

Отже, йдеться про вибір пріоритетів, до яких слід віднести потенціал підприємства ВПД, у яких ця територія має конкурентні переваги, посилення яких може привести до підвищення життєвого рівня населення, що є індикатором конкурентоспроможності регіону. Саме у цьому ракурсі потрібно продовжити дослідження цієї теми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Иноземцев В. Расколота цивилизация. Наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции. Постэкономическое общество как идея и реальность. Москва, 1999.

2. Беленький П. Ю., Мікула Н. А., Матвеев Є. Е. Конкурентність на транскордонних ринках. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2005. 214 с.
3. Павленко І. О. Глобалізація та цивілізаційні зрушення сьогодення. Міжнародна економічна політика. 2005. Вип. 2. С. 102–118.
4. Никольская Э. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности полиграфических предприятий: учеб. Москва: МГУП, 2002. 404 с.
5. Палига Є. М., Пушак Г. І., Пушак Я. Я. Стан та розвиток видавничо-поліграфічного комплексу України: регіональний аспект: моногр. Львів: Українська академія друкарства, 2009. 192 с.
6. Палига Є. М., Палига І. Є. Корпоративне управління і фондовий ринок: підруч. Львів: Українська академія друкарства. 2017. 508 с.

REFERENCES

1. Inozemtcev, V. (1999). Raskolotaia tsivilizatsiia. Nalichistvuiushchie predposylki i vozmozhnye posledstviia postekonomichsskoi revoliucii: Postekonomicheskoe obshchestvo kak ideia i realnost. Moskva (in Russian).
2. Belenkyi, P. Iu., Mikula, N. A., Matveev, Ie. E. (2005). Konkurentnost na transkordonykh rynkakh. Lviv: Instytut rehionalnykh doslidzhen NAN Ukrainy (in Ukrainian).
3. Pavlenko, I. O. (2005). Hlobalizatsiia ta tsyvilizatsiini zrushennia sohodennia: Mizhnarodna ekonomichna polityka, Vyp. 2, 102–118. (in Ukrainian).
4. Nikolskaia, E. V. (2002). Analiz i diagnostika finansovo-khoziaistvennoi deiatelnosti poligraficheskikh predpriatii: ucheb. Moskva: MGUP (in Russian).
5. Palyha, Ie. M., Pushak, H. I., Pushak, Ia. Ia. (2009). Stan ta rozvytok vydavnycho-polihrafichnoho kompleksu Ukrainy: rehionalnyi aspekt: monohr. Lviv: Ukrainska akademiia drukarstva (in Ukrainian).
6. Palyha, Ie. M., Palyha, I. Ie. (2017). Korporatyvne upravlinnia i fondovyi rynek: pidruch. Lviv: Ukrainska akademiia drukarstva (in Ukrainian).

DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF PUBLISHING AND PRINTING ENTERPRISES AND ITS INFLUENCE ON THE COMPETITIVENESS OF REGIONS

Ye. M. Palyha, O. Ya. Oneshchak

*Ukrainian Academy of Printing,
19, Pid Holoskom St., Lviv, 79020, Ukraine
kafekonomikauad@gmail.com*

In the article the peculiarities of the development of the national publishing and printing industry have been studied, where significant transformational processes are taking place, which affects the development and the resolution of national and territorial, and branch problems of regions.

The specificity of the investment attractiveness of the publishing and printing industry of Ukraine and its regions, the current state and strategies of development

of management of publishing and printing enterprises have been highlighted. The research on the transformation of publishing and printing business resulting, that the manufacturing entrepreneurship in printing acquired the functions of service of publishing houses as in the world publishing practice, has been made. The opportunities of the leading enterprises of the region have been disclosed, and it has been established that among all models of development of publishing and printing companies the most perspective in terms of investments is the model where publishers have their own printing base.

Keywords: *organizational and economic mechanism, investment attractiveness, competitiveness, entrepreneurship, publishing and printing activity.*

Стаття надійшла до редакції 09.10.2017.

Received 09.10.2017.