

літератури українською мовою з багатьох питань додрукарських, друкарських і постдрукарських процесів, про відповідне устаткування та поліграфічні матеріали тощо, і це тимчасово забезпечується фаховими збірниками та часописами [2]. Так, в Українській академії друкарства видаються збірники „Поліграфія і видавнича справа”, „Наукові записки”, „Квалілогія книги”, „Комп’ютерні технології друкарства”, які носять науково-прикладний характер і визнані ВАКом України фаховими виданнями.

Зрозуміло, що більш інформативними й оперативними є фахові українські часописи, серед яких: „Business Print” (Київ), „Бумага и жизнь” (Київ), „Графічні машини” (Львів – Черкаси), „Digital print” (Київ), „Друкарство” (Київ), „Друкарський кур’єр” (Львів), „Друкуймо” (Львів), „Мир упаковки” (Київ), „Палітра друку” (Львів), „Ринок поліграфічної продукції” (Київ), „Упаковка” (Київ), „Флексодрок” (Київ).

Нами проведено дослідження рейтингу фахової періодики. Анкетуванням було охоплено працівників друкарень, видавництв, рекламних агенств, викладачів профілюючих вищих навчальних закладів і науково-дослідних інститутів, студентів різних курсів і форм навчання, учасників міжнародних виставок „Поліграфія – 2000”, „Світ друку”, „Світ упаковки”, міжнародних конференцій „Квалілогія книги”, „Друкотех”, „Упаковка – 2000” [7]. Анкетування включало такі запитання: в якій формі для вас важливо отримати інформацію; з якими журналами ви знайомі, як їх отримали і з якою метою звернулися до них; категорії респондентів; які розділи вас більше цікавлять; чи задовольняє вас інформація, подана на сторінках журналів; яке місце у вашому житті займає реклама в періодиці; про що б ви хотіли прочитати в журналах; як практично ви використовуєте інформацію, отриману з цих журналів; що ви думаєте про сучасне та майбутнє поліграфії?

Відповіді дозволяють зробити висновок, що респонденти знайомі з українськими фаховими часописами, позитивно їх оцінюють та черпають з них важливу інформацію, у тому числі про сучасне устаткування та поліграфічні матеріали, нові технології друку, проблеми галузі.

Таким чином, можна стверджувати про певний інформаційний вплив фахової літератури на становлення видавничо-поліграфічного комплексу України.

1. Гунько С.Н., Демков В.И. Словарь по полиграфии и полиграфической технологии. Понятия и определения. Мн., 1995.
2. Лазаренко Е.Т. Чи потрібна фахова література для поліграфістів? // Друкарство. 1998. №3. С. 50–51.
3. Левківський К.М. Методичні рекомендації щодо структури, змісту та обсягів підручників і навчальних посібників для вищих навчальних закладів // Квалілогія книги: Зб. наук. праць. Вип. 3. Львів, 2000.
4. Петренко В.Л. Стандартизація вищої освіти та навчальна книга // Квалілогія книги: Зб. наук. праць. Вип. 3. Львів, 2000.
5. Судин А. Від редакції // Палітра друку. 2000. №2. С. 6–7.
6. Шибанов В. Абзац вітчизняної поліграфії // Палітра друку. 2000. №2. С. 3–4.
7. Янчишин С.Г., Федорович Б.М. Фахова періодика: дослідження рейтингу видань // Друкарство молоде: Тези конф. ВПФНТУУ „КПІ”. К., 2001. С. 15–16.

УДК 330.341.1:655.1

## ТЕНДЕНЦІЇ ТЕХНІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СТРУКТУРІ ЗАГАЛЬНОПРОМИСЛОВИХ ІННОВАЦІЙ

П.П.Лазановський

*Характеризуються тенденції процесу оновлення технічної бази поліграфії в порівнянні з іншими галузями промисловості. Аналізується інноваційна діяльність вітчизняних поліграфічних підприємств за джерелами фінансування.*

*The characteristic of tendency of renovation processes in technical base of printing enterprises in comparing with another branches of industry has been given. The analysis of innovation activity of native polygraphy in accordance with ways of finance has been carried out. Corresponding conduction has been done.*

З точки зору перспективи розвитку сфера поліграфії сьогодні справедливо відноситься до однієї з найперспективніших, про що свідчить статистичний матеріал як вітчизняних, так і зарубіжних економічних публікацій. Підтвердженням цього є навіть те, що поліграфія у 2000

році увійшла в десятку галузей промисловості (8-е місце серед 20-ти) за рейтинг-опитуванням на предмет привабливості інвестицій [2]. Саме інвестиційні кошти при нинішньому скрутному фінансовому становищі більшості поліграфічних підприємств є одним із джерел оновлення їх технічної бази.

Ступінь привабливості, дохідності дійсно можна вважати найважливішими ознаками, за якими судять про майбутнє будь-якого виробництва. Якщо воно матиме перспективу з точки зору своєї високої корисності, то для такого виробництва будуть характерними й високі темпи відновлювальних (інноваційних) процесів. Разом з тим, аксіоматичним можна вважати й твердження про те, що впровадження інновацій повинно вести до зростання прибутковості.

Спектр напрямів оновлення виробництва підприємств дуже широкий – це продукція, техніка, технологія, кадри, організаційне управління та інше. Одним словом, кожний з цілої низки елементів, які формують виробничу базу підприємства, потребує систематичного оновлення. Наслідки (результативність) процесу оновлення за цими елементами мають настільки однаково важливий вплив на виробництво, що віддавати перевагу окремим з них, мабуть, доцільно лише в особливих випадках за умови дії специфічних, виняткових умов розвитку. Однак за трудомісткістю, періодичністю, капіталомісткістю проведення одним із найскладніших є оновлення техніки.

Проблема оновлення технічної бази поліграфічних підприємств є настільки ж гострою, як і більшості підприємств інших галузей. У розв'язанні її відмічено позитивні тенденції, які полягають у тому, що підприємства з року в рік нарощують темпи виведення з експлуатації застарілої, фізично зношеної техніки й дещо нижчими темпами впроваджують нову (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка коефіцієнтів оновлення та вибуття основних фондів  
промислових підприємств (у процентах)\***

Показник	Роки				Відхилення (1997–1998 рр. до 1991–1993 рр.) +, -
	1991 – 1993	1994 – 1995	1996 – 1997	1997 – 1998	
Коефіцієнт оновлення	4,50	2,66	0,83	4,77	+ 0,27 п.
Коефіцієнт вибуття	2,25	2,75	0,70	4,18	+ 1,93 п.

Відхід від гігантomanії у виробництві призвів до скорочення його обсягів, а значить, і до появи незадіяної техніки, яка швидко почала старіти, тому її ліквідація є закономірною, що підтверджується динамікою коефіцієнта вибуття. Коливання у темпах коефіцієнта оновлення основних фондів за досліджуваній період обумовлені перш за все дефіцитом коштів підприємств для їх придбання, ростом цін на них, згортанням масштабів виробництва в ці роки тощо.

Певні тенденції в загальногалузових темпах оновлення основних фондів характерні і для підприємств поліграфії. Передусім це стосується поглиблення процесу їх старіння на більшості поліграфічних підприємств (зношеність основних фондів досягає 60–90%). Серед них найбільша частка великих і середніх підприємств державної форми власності, які виготовляли і виготовляють книжково-журнальну продукцію (ряд підприємств ВО „Поліграфкнига”), та підприємств районного і міського масштабу. Перші з них несли і несуть навантаження з виготовлення підручників, енциклопедичної літератури, скорочення замовлень на яку з боку держави і відповідного фінансування ведуть до незворотних процесів у старінні їх матеріально-технічної бази. Інші ж не можуть забезпечити свої потреби в технічному переоснащенні, оскільки, крім газетної та бланкової продукції, вони поки що не в змозі технологічно і технічно випускати більш прибуткові її види належної якості (наприклад, ексклюзивні етикетки, паку-

\* Значення коефіцієнтів подані за матеріалами Держкомстату України по основних фондах галузей промисловості в цілому, але найсуттєвіші зміни у величинах цих показників відбувалися, в основному, за рахунок їх активної частини, як найбільш важливої і мобільної для виробництва.

вальну продукцію тощо). Характерно, що так звані комерційні види продукції (етикетна, рекламна, пакувальна) уже практично виготовляються на приватних і колективних поліграфічних підприємствах, які майже витіснили підприємства держсектора. Оцінка їх технічної бази свідчить про здебільшого кращу оснащеність сучасними машинами, що й дозволяє впевненіше почувати себе в конкурентному середовищі. Тому, напевно, зміну форм власності підприємств можна також вважати одним із чинників у прискоренні процесів оновлення активної частини їх основних фондів. Зрештою, про таку тенденцію, як орієнтація поліграфічних підприємств на ринок, свідчать також наступні дані: у 1999 році з двох тисяч підприємств 21% мали державну форму власності, 56,6% – колективну, 21,8% – приватну [1].

За даними Держкомстату України, оцінку напрямів оновлення виробництва по вибірці обстежених підприємств подано у табл. 2.

Таблиця 2

**Характеристика напрямів оновлення виробництва  
за кількістю обстежених підприємств**

Показники за напрямами оновлення	Роки			
	1995	1996	1997	1998
1. Всього обстежено підприємств по галузях промисловості, одиниць	8750	8978	9710	9982
2. Обстежено поліграфічних підприємств, одиниць	541	538	545	548
у процентах до обстежених по галузях промисловості	6,2	6,0	5,6	5,5
3. Кількість підприємств, що здійснювали:				
<b>3.1. Механізацію і автоматизацію виробництва</b>				
3.3.1. Всього підприємств по галузях промисловості, одиниць	251	205	171	185
у процентах до обстежених по галузях промисловості	2,9	2,3	1,8	1,8
3.3.2. Поліграфічних підприємств, одиниць	—	—	—	—
<b>3.2. Оновлення технологічних процесів</b>				
3.2.1. Всього підприємств по галузях промисловості, одиниць	730	606	571	437
у процентах до обстежених по галузях промисловості	8,4	6,7	5,9	4,4
3.2.2. Всього поліграфічних підприємств, одиниць	12	11	19	11
у процентах до обстежених поліграфічних	2,2	2,0	3,5	2,0
у процентах до обстежених по галузях промисловості за даним напрямом	1,6	1,8	3,3	2,5
<b>3.3. Оновлення продукції</b>				
3.3.1. Всього підприємств по галузях промисловості, одиниць	1776	1565	1472	1365
у процентах до обстежених по галузях промисловості	20,3	17,4	15,2	13,7
3.3.2. Всього поліграфічних підприємств, одиниць	11	10	8	7
у процентах до обстежених поліграфічних	2,0	1,9	1,5	1,3
у процентах до обстежених по галузях промисловості за даним напрямом	0,6	0,6	0,5	0,5
<b>3.4. Оновлення виробництва за всіма напрямами</b>				
3.4.1. Всього підприємств по галузях промисловості, одиниць	2757	2376	2214	1987
у процентах до загальної кількості обстежених	31,6	26,5	22,8	19,9
3.4.2. Всього поліграфічних підприємств, одиниць	23	21	27	18
у процентах до обстежених поліграфічних	4,3	3,9	4,9	3,3
у процентах до обстежених по галузях промисловості за всіма напрямами	0,8	0,9	1,2	0,9

Як бачимо (див. табл. 2), оновленню виробництва поліграфічні підприємства не приділяють належної уваги: його проводили (і то не за всіма напрямками) лише 3–4% підприємств з більше ніж півтисячі щорічно обстежуваних. Разом з тим з 12-ти найважливіших галузей промисловості тільки на обстежених підприємствах медичної за 1997 рік, кольорової металургії за 1998 рік та поліграфічної за 1995–1998 роки не проводилося жодних заходів з механізації та автоматизації виробництва. Саме наслідком цього і може бути поглиблення кризового стану в технічному оновленні поліграфічних підприємств. Однак необхідно наголосити, що такий висновок може стосуватися лише даної кількості обстежених підприємств, а не всіх підприємств галузі. Оскільки інші статистичні дані про поліграфічні підприємства, які мали, наприклад, витрати на придбання засобів виробництва лише у 1998 році, свідчать, що їх налічувалося вже 21 із 357 обстежених (очевидно, що склад вибірки обстежуваних підприємств за цим параметром був відмінним від попереднього). Сума даних витрат становила 3240,4 тис. грн., або 98,3% їх загального обсягу: по всіх напрямках інноваційної діяльності поліграфічних підприємств у 1998 році вони склали всього 3296,4 тис. грн., у тому числі (крім придбання засобів виробництва) на: НДДКР – 3,0 тис. грн., маркетинг і рекламу – 47,0 тис. грн., інші напрямки – 6,0 тис. грн. Знову ж таки, порівняння цих витрат за 1998 рік з аналогічними по інших галузях промисловості ставить поліграфію на передостаннє місце з 12-ти галузей (після електроенергетичної – 2524,6 тис. грн.), що в структурі загальнопромислових (1174758,9 тис. грн.) складає лише 0,28%. В зазначеній сумі 3236,5 тис. грн. – це власні кошти підприємств, 50,7 тис. грн. – кредитні ресурси і лише 9,2 тис. грн. – кошти вітчизняних інвесторів.

Слід зауважити, що при зростанні з року в рік числа обстежуваних підприємств частка тих, які займалися оновленням свого виробництва за вказаними трьома напрямками, зменшувалася. Така тенденція характерна для підприємств усіх галузей промисловості в цілому і поліграфічних зокрема.

Отже, темпи технічного оновлення виробництва поліграфічних підприємств не відповідають вимогам сьогодення. Звичайно, на ринку України є підприємства, де техніка і технологія виробництва відповідають світовим стандартам, діяльність яких в цілому свідчить, що навіть у надто скрутних економічних умовах господарювання можна забезпечити прибутковість галузі, своєчасно проводячи техніко-технологічне оновлення виробництва. Проблеми розвитку, оновлення технічної бази поліграфічних підприємств можуть бути ефективно розв'язані лише при взаємодії всіх складових вітчизняного видавничо-поліграфічного комплексу і відповідній державній підтримці.

1. Онуфрійчук М.Я. Сучасний стан та перспективи розвитку видавничо-поліграфічної галузі України // Друкарський кур'єр. 1999. Серпень–вересень. С. 5–8. 2. Попов І. Что делать. Взгляд со стороны // Друкарство. 2000. Березень–квітень. С. 44–47.

УДК 338 + 6

## ФОРМУВАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Л.Й. Кобрин

*Розглядаються суть і основні елементи інноваційної інфраструктури як сукупності взаємопов'язаних організацій, що забезпечують розвиток інноваційних процесів в Україні. Актуальним є розкриття основних проблем розвитку інноваційної інфраструктури, розв'язання яких у сучасних умовах зумовить активізацію інноваційних процесів.*

*The article examines the essence, main elements of innovative infrastructure as a total combination of correlated organizations, that provide the development of innovative processes in Ukraine. There is a high actuality of exposition of main problems of innovative infrastructure development, solution to which in the present conditions will cause the stimulation of innovative processes.*

Одним з важливих засобів активізації інноваційних процесів у сучасних умовах є створення системи взаємодії виробників і споживачів інноваційної продукції при постійній