

**ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА СУЧАСНИЙ ВІТЧИЗНЯНИЙ
ВИДАВНИЧИЙ БІЗНЕС**

Наведено особливості провадження сучасного вітчизняного видавничого бізнесу в умовах системної економічної кризи та високої конкуренції. Проаналізовано показники його розвитку за п'ять років і зроблено однозначні висновки щодо впливу на нього низки зовнішніх і внутрішніх чинників. Досліджено зовнішні чинники впливу на видавничий бізнес з використанням методу PEST-аналізу. Систематизовано внутрішні чинники впливу на стан і розвиток видавничого бізнесу. Акцентовано потребу розгляду досліджуваних чинників з позиції комплексного підходу. Наголошено, що врахування чинників впливу на видавничий бізнес є однією з важливих умов зниження його ризиків. Вказано на змістові відмінності чинників впливу на видавничий бізнес залежно від характеру соціально-економічних процесів у суспільстві.

Ключові слова: видавництво; видавничий бізнес; зовнішні та внутрішні чинники; аналіз; ефективність.

Вступ. Видавничий бізнес в Україні належить до одного із сучасних видів підприємництва, який регламентується відповідними законодавчими документами та має свої особливості й умови функціонування (Zakon Ukrainy, 1997). Змінюваність умов відбувається під впливом цілої низки зовнішніх і внутрішніх чинників, що спонукають його "поводитися" у певні часові проміжки з відповідною реакцією на них. Як справедливо зазначає В. І. Теремко: "загальний зміст бізнесу у видавничій сфері полягає саме в умінні продукувати та ефективно реалізувати унікальні видавничі ідеї, пропонувати цільовим споживачам потрібні для них видавничі проекти, продукти, результативно маневрувати в конкретному просторі, розвивати власні активи і компетенції" (Teremko, 2009, р. 6). Звідси випливає, що ефективне функціонування бізнесу може бути забезпечене постійним пошуком і запровадженням раціональних заходів, доконче потрібних на певному етапі його становлення та розвитку. Недотримання ним цих умов здебільшого призводить до його припинення, особливо за нинішньої системної економічної кризи. З огляду на зазначене вище, дослідження означених в цій науковій публікації чинників впливу на вітчизняний видавничий бізнес є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження науковців у цій царині потрібно розділити на ті, які стосуються видавничої діяльності загалом, зокрема наукові розробки О. Афоніна, В. Базиліюка, К. Індутної, Т. Кузнякової, Н. Кучини, М. Масловатого, Є. Палиги, Н. Передерієнко, О. Сухорукової, Л. Швайки та інші, а також ті, що стосуються саме провадження видавничого бізнесу, зокрема роботи Т. Верби, Є. Волошаненка, О. Марковської, В. Теремка, М. Тимошика, В. Шпака, А. Штангрета та ін. Аналіз першої категорії наукових робіт показав, що вони висвітлюють проблеми і законності провадження видавничо-поліграфічної діяльності на загальнодержавному та регіональному рівнях. Вивчення другої групи наукових досліджень і публікацій засвідчив, що вони висвітлюють видавничий бізнес не тільки з суто наукового підходу, але й із практичного, або з позиції їх поєднання. У контексті останніх треба відзначити публікації Т. Верби (Verba, 2015), В. Теремка (Teremko, 2009, р. 6), М. Тимошика (Tymoshyk,

2005), В. Шпака (Shpak, 2015).

Поряд з цим, не применшуючи внеску зазначених вище науковців і практиків у вивчення видавничого бізнесу, на наше переконання, потрібно більше уваги приділяти дослідженню тієї його проблематики, яка пов'язана із зміною нинішніх умов функціонування, тих же факторів реального впливу на нього, що саме і досліджено у цій роботі. Сьогодні насправді бракує і глибоких прикладних досліджень у сфері видавничого бізнесу тощо (Voloshanenko, 2013; Markovska, 2014). На тлі скорочення кількісних показників випуску друкованих видань, зниження доходів населення, його інтересу до процесу читання як такого, швидкого розвитку мережі Інтернет для видавничого бізнесу виникають певні загрози щодо існування. Ці та інші завдання саме й складають невирішену нині частину досліджуваної загальної проблеми.

Мета дослідження – визначити та проаналізувати чинники впливу на вітчизняний видавничий бізнес. Методологічну основу дослідження склали метод аналізу, PEST-аналізу, синтезу й узагальнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджувати зовнішні та внутрішні чинники впливу на видавничий бізнес потрібно з вивчення суті кожного з них. Основним організаційним утворенням, яке може провадити такий бізнес, на сьогодні є видавництва та видавничі організації, як головні учасники видавничого процесу. Очевидно, що зовнішні чинники – це ті з них, які діють з боку всіх інших його учасників: авторів, поліграфічних підприємств, розповсюджувачів продукції, споживачів, виробників і постачальників матеріалів та устаткування. Окрім цього, до них відносять економічні, політичні, соціальні, міжнародні та інші чинники впливу на видавничий бізнес.

Чинники внутрішнього характеру формуються внутрішнім середовищем видавництва: структурою управління, технологією видавничого процесу, кадровим забезпеченням тощо.

Головним аргументом того, що видавничий бізнес зазнає впливу названих вище факторів є зміна його вартісних та натуральних вимірників як на рівні окремо взятого видавництва, так і на загальнодержавному (ре-

Цитування за ДСТУ: Лазановський П. П. Чинники впливу на сучасний вітчизняний видавничий бізнес / П. П. Лазановський, О. Р. Данилик, М. В. Волощак // Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна. – 2017. – Вип. 27(2). – С. 65–67.

Citation APA: Lazanovskyi, P. P., Danylyk, O. R., & Voloshchak, M. V. (2017). FACTORS AFFECTING MODERN DOMESTIC PUBLISHING. *Scientific Bulletin of UNFU. Economic Series*, 27(2), 65–67. Retrieved from: <http://nv.nltu.edu.ua/index.php/journal/article/view/263>

гіональному) рівні. Оскільки узагальнену характеристику такого впливу можна отримати в процесі аналізу його стану на макрорівні (аналіз показників бізнесу на рівні окремо взятого видавництва дає тільки локальне уявлення про його тенденції, які не можуть слугувати основою для висновків загалом), то в цій роботі проаналізовано основні показники саме такого рівня (табл. 1). За даними цієї таблиці робимо висновок про те, що за аналізований період відбувалися різкі, істотні зміни в обсягах випуску видавничої продукції, що спричинено впливом різноманітних факторів.

Табл. 1. Аналіз основних показників вітчизняного видавничого бізнесу

Показник	Значення					Ланцюгові темпи, %			
	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1. Книги і брошури, тис. прим., всього	46565,7	62120,5	69575,7	55312,8	36409,8	133,4	112,0	79,5	65,8
– зокрема по Львівській області	1170,5	1123,7	1269,3	1161,3	1161,3	96,0	113,0	92,6	98,8
2. Випуск періодичних видань (окрім газет), тис. прим., всього	315737,6	368308,6	468332,5	513289,1	232917,2	116,7	127,2	109,6	45,4
3. Журнали і періодичні видання Львівської обл., млн арк.-відб. 60×90 см	45,4	45,1	29,0	22,1	19,6	99,3	64,3	76,2	88,7

Примітка: складено за даними "Вісника книжкової палати ім. Івана Федорова" та Головного управління статистики у Львівській обл.

Табл. 2. PEST-аналіз основних зовнішніх чинників впливу на видавничий бізнес

Політичні
– стабільність політичної ситуації в державі; – законодавче забезпечення видавничого бізнесу; – державна підтримка видавничого бізнесу; – імпорتنі обмеження на друковану продукцію; – структурна перебудова управління видавничим бізнесом; – релігійні та національні відносини; – інформатизація суспільного життя; – інші.
Соціальні
– рівень моральності та освіченості населення; – демографічні зміни у суспільстві; – розвиток соціального видавничого підприємництва; – розвиток системи пропаганди читання, особливо серед молоді; – соціальна спрямованість у тематиці видань; – державне забезпечення значущих для суспільства видань; – інші.
Економічні
– стан конкуренції на видавничому ринку; – темпи інфляції та цінова політика; – система оподаткування видавничого бізнесу; – кредитна політика; – стан інвестування в бізнес; – розвиток спільного видавничого бізнесу; – стан посередництва у видавничому бізнесі; – рівень розвитку маркетингових і соціологічних досліджень у бізнесі; – ефективність планів і прогнозів видавничого бізнесу; – розвиток форм торгівлі видавничою продукцією; – вартість матеріалів та устаткування для ведення видавничого бізнесу; – кваліфікація кадрів, особливо з авторського середовища; – рівень платоспроможності населення; – інші.
Технологічні
– рівень наукових досліджень та їх ефективність у видавничому бізнесі; – використання сучасних технологій опрацювання інформації; – наявність ефективних технологій на стадії поліграфічного виготовлення продукції; – стан процесу сертифікації видавничої продукції в галузі; – розвиток мережі Інтернет; – стан логістики видавничого бізнесу; – інші.

Аналіз зовнішніх чинників впливу на видавничий бізнес виконано з використанням методу PEST-аналізу, який, на нашу думку, найбільш вдало поєднує його політичні, економічні, соціальні та технологічні аспекти (табл. 2). Характеризуючи основні зовнішні чинники впливу на сьогоденний видавничий бізнес, зазначимо, що визначити ступінь їх впливу для кожної групи на функціонування видавничого бізнесу складно, тому варто розглядати їх у комплексі. При цьому очевидно, що неможливо досягнути високих показників у видавничому бізнесі без урахування внутрішніх чинників його функціонування (табл. 3).

Визначення ступеня впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на видавничий бізнес є важливим для того, щоб оцінити можливі ризики його провадження, а також розробити заходи ефективної реакції на них з метою стійкого розвитку.

Табл. 3. Основні внутрішні чинники впливу на видавничий бізнес

Група чинників	Суть
I. Організаційні	– організаційна форма видавничої структури; – типологічна спрямованість діяльності видавництва; – вид організаційної структури управління видавництвом; – стан внутрішньої (корпоративної) культури видавництва; – рівень організації технологічного процесу створення оригінал-макету видання та його тривалість; – організація рекламно-маркетингової діяльності; – інші.
II. Соціально-економічні	– обсяги виробництва видавничої продукції в натуральних і вартісних вимірниках; – рівень дохідності (прибутковості) видавничої діяльності; – кваліфікація редакційно-видавничого персоналу; – рівень матеріального стимулювання працівників видавництва; – ефективність ціноутворення; – стан соціального захисту працівників видавництва; – інші.
III. Технологічні	– використання сучасних технологій опрацювання інформації; – стан технічної підготовки оригінал-макету видань; – удосконалення технологічної конструкції видань; – відповідність видавничої продукції вимогам ДСТУ; – наявність власної технічної бази для виготовлення продукції; – інші.

Висновки. Видавничий бізнес в Україні сьогодні відчуває вплив системної економічної кризи. Для того, щоб зменшити її негативні наслідки, потрібно враху-

вати зовнішні та внутрішні чинники впливу на нього. За результатами проведеного дослідження з'ясовано таке:

- аналіз стану вітчизняного видавничого бізнесу за п'ятирічний період вказує на його нестабільність, а в останні два-три роки навіть на істотне погіршення, що є наслідком впливу на нього низки зовнішніх та внутрішніх чинників;
- усі чинники впливу на видавничий бізнес потрібно розглядати за їх змістом (політичні, економічні, організаційні, соціальні, техніко-технологічні, інші), але обов'язково в комплексі, а не розрізнено один від одного;
- кожна видавнича структура має визначити властиві саме їй чинники впливу на видавничий бізнес, щоб ефективно враховувати їх у його провадженні;
- досліджені чинники не можуть претендувати на абсолютну виснаженість, бо завжди змінюються відповідно до того чи іншого часового періоду.

Отже, в умовах економічної кризи, високої конкуренції, кожній видавничій структурі важливо оцінювати вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на її бізнес, що створить належні умови для його розвитку.

Перспектива дослідження цієї проблеми, на нашу думку, – у поглибленому аналізі кожного з означених

видів чинників спільними зусиллями науковців і практиків.

Перелік використаних джерел

- Markovska, O. K. (2014). Konkurentospromozhnist yak faktor uspishnoho rozvytku vydavnychoho biznesu v Ukraini. *Visnyk ONU im. I. I. Mechnikova*, 19(2/3), 213–217. [in Ukrainian]
- Shpak, V. I. (2015). *Vydavnychiy biznes v umovakh ukrainskoi derzhavnosti: monohrafiia*. Kyiv: Ekspres-obiava, 392 p. [in Ukrainian]
- Teremko, V. I. (2009). *Osnovni zasady vydavnychoho biznesu: navch. posibn.* Kyiv: Akademydav, 136 p. [in Ukrainian]
- Tymoshyk, M. S. (2005). *Vydavnychiy biznes: pohliad zhurnalista, vydavtsia, vchenoho*. Kyiv: Nasha kultura i nauka, 328 p. [in Ukrainian]
- Verba, T. M. (2015). *Yzdatelskyi biznes yznutry*. Kiev: Balans Byznes Buks, 208 p. [in Russian]
- Voloshanenko, Ye. V. (2013). Teoretyko-prykladni aspekty vprovadzhennia informatsiinykh tekhnolohii u vydavnychomu biznesi. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, 3, 132–135. [in Ukrainian]
- Zakon Ukrainy. (1997). Pro vydavnychu spravu. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 2, 206–207. Retrived from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80>. [in Ukrainian]

П. П. Лазановский, О. Р. Данилик, М. В. Волощак

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА СОВРЕМЕННЫЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ БИЗНЕС

Отмечено особенности ведения современного отечественного издательского бизнеса в условиях системного экономического кризиса и высокой конкуренции. Проанализированы основные показатели его развития за пять лет и сделаны однозначные выводы относительно влияния на него ряда внешних и внутренних факторов. Исследованы внешние факторы влияния на издательский бизнес с использованием метода PEST-анализа. Систематизированы внутренние факторы влияния на состояние и развитие издательского бизнеса. Отмечена необходимость рассмотрения исследуемых факторов с позиции комплексного подхода. Подчеркнуто, что учет факторов влияния на издательский бизнес является одним из важных условий снижения его рисков. Указано на содержательные отличия факторов влияния на издательский бизнес в зависимости от характера социально-экономических процессов в обществе.

Ключевые слова: издательство; издательский бизнес; внешние и внутренние факторы; анализ; эффективность.

P. P. Lazanovskyi, O. R. Danylyk, M. V. Voloshchak

FACTORS AFFECTING MODERN DOMESTIC PUBLISHING

Publishing business in Ukraine has its own characteristics and conditions of operation. The variability of conditions is influenced by a number of external and internal factors that encourage it to "behave" in certain periods of time to respond to them. The proof of this is significant changes in the volume of publishing production in dynamic for several years. Ignoring the factors influencing the publishing business can lead to considerable risks in its proceeding. Consequently, the purpose of the study is the identification and analysis of factors affecting the domestic publishing business. The results are as follows. Firstly, the features of the proceeding of modern domestic publishing business in terms of systemic economic crisis and high competition are observed. Secondly, the basic indicators of its development for five years are analyzed and definite conclusions about the impact of external and internal factors on it are made. The impact of external factors on the publishing business with the use of PEST-analysis is investigated. Then, the internal factors' impact on publishing business condition and development are systematized. The need to consider the studied factors in an integrated approach is noted. Finally, it is emphasized that consideration of the factors influencing the publishing business is one of the important conditions for reducing its risks. The content difference of factors influencing the publishing business is specified, depending on the nature of social and economic processes in society. The conclusions are as follows. The effects of the systemic crisis influences publishing business in Ukraine. In order to reduce its negative effects, we must consider internal and external factors of influence on it. The analysis of the domestic publishing business points to its instability. All the factors such as political, economic, institutional, social, technical, technological, etc. that influenced the publishing business should be considered for their content but necessarily in complex. Each publishing structure should define its inherent factors of influence the publishing business to effectively take them into account in its proceeding. Thus, the perspective of study of this problem, in our opinion, is the profound analysis of each of the aforementioned types of factors by joint efforts of researchers and practitioners.

Keywords: publishing; publishing business; external and internal factors analysis; efficiency.

Інформація про авторів:

Лазановський Петро Петрович, канд. екон. наук, доцент, Українська академія друкарства, м. Львів, Україна.

Email: lazanovskyi@ukr.net

Данилик Оксана Романівна, магістрант, Українська академія друкарства, м. Львів, Україна. **Email:** Lv130395dor@gmail.com

Волощак Марія Василівна, магістрант, Українська академія друкарства, м. Львів, Україна. **Email:** voloshakm@gmail.com