

УДК 658.152

**ПОЛІГРАФІЧНІ ПІДПРИЄМСТВА
В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

© З. В. Григорова, к.е.н., Л. П. Шендерівська,
НТУУ «КПІ», Київ, Україна

**В работе рассматриваются изменения, которые произошли
в структуре полиграфической отрасли в связи с переходом
Украины к новой экономической формации.**

**In this work the changes which happened in the structure
of graphic arts industry in connection with transition of Ukraine
to a new economic structure, are considered.**

Постановка проблеми

Вивчення функціонування поліграфічних підприємств в сучасних умовах господарювання свідчить про істотне збільшення їх кількості, урізноманітнення організаційно-правових форм існуючих підприємств та сфер їх діяльності. Трансформація поліграфічної промисловості зумовлена зміною економічної форми держави, умов господарювання підприємств, диверсифікацією поліграфічних послуг, розвитком галузевої техніки і технології. Аналізуючи процеси, які відбуваються в поліграфії, слід зазначити, що структура галузі, змінилась і потребує детального вивчення.

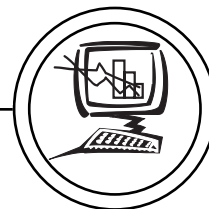
Виклад основного матеріалу

В основу класифікації можуть бути покладені різні аспекти діяльності підприємств (табл.).

Метою функціонування більшості поліграфічних підприємств є одержання прибутку. Поряд з ними на ринку поліграфічних послуг функціонують і некомерційні суб'єкти господарювання, які у більшості випадків перебувають в підпорядкуванні міністерств, відомств, органів законодавчої та виконавчої влади, державних навчальних закладів, тощо.

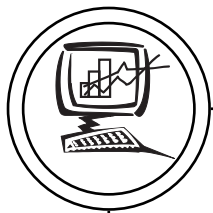
Згідно Господарського кодексу, в Україні можуть діяти підприємства різних форм власності: приватної; колективної; комунальної; державної; змішаної. Як свідчать статистичні показники, переважна більшість підприємств галузі має приватну форму власності, а найбільш поширеною організаційною формою господарювання є акціонерні товариства та товариства з обмеженою відповідальністю, які є корпоративними за способом формування статутного капіталу.

Враховуючи трансформацію форм власності підприємств, яка відбулась останнім часом, у структурі галузі необхідно передбачити класифікацію підприємств за організаційно-правовими формами: приватне підприємство; сімейне підприємство; колективне підприємство; державне підприємство; казенне підприємство; комунальне підприємство; орендне підприємство; господарське товариство (акціонерне товариство відкритого або закритого типу, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство); кооператив. Приватні підприємства, господарські това-



Підходи до класифікації поліграфічних підприємств

Класифікаційна ознака	Вид підприємства
За метою діяльності	комерційне, некомерційне
За формою власності	приватна, колективна, комунальна, державна, змішана
За способом формування статутного капіталу	унітарне, корпоративне
За організаційно-правовою формою господарювання	приватне; сімейне; колективне; державне; казенне; комунальне; орендне; господарське товариство (АТЗТ, АТВТ, ТОВ, ТДВ, ПТ, КТ); кооператив
За кількістю працюючих та обсягом валового доходу	мале, середнє, велике
За національною належністю	національне, іноземне, спільне
За результатами діяльності	прибуткове, збиткове
За тривалістю виробничого циклу	оперативної поліграфії, традиційні
За видами продукції	книжкове; газетне; журнальне; з виготовлення пакувань та етикеток; картографічне; з виготовлення банкнот, документів суворого обліку, цінних паперів; комерційної продукції; спеціального призначення
За номенклатурою продукції	спеціалізоване, універсальне
За типом виробництва	крупносерійне, серійне, дрібносерійне
За повнотою виробничого процесу	з повним виробничим процесом; з частковим виробничим процесом
За завершеністю видавничо-поліграфічного циклу	підприємства, що надають лише поліграфічні послуги; підприємства, що поєднують окремі складові циклу
За побудовою виробничої структури підприємства	корпусне, цехове, безцехове
За побудовою організаційної структури	бюрократична, функціональна, дивізійна, адаптивна
За рівнем координування та контролю діяльності	автономне, головне, дочірнє підприємство, філія, представництво, об'єднання підприємств
За географією поширення продукції	орієнтоване на зовнішній ринок, орієнтоване на внутрішній ринок (місцевий, регіональний, загальнодержавний)
За покупцями і замовниками	що працює на ринку споживачів, на промисловому ринку (виробничому, посередницькому, державних установ, неприбуткових організацій)



Закінчення табл.

Класифікаційна ознака	Вид підприємства
За способами друку	високого; офсетного; глибокого; цифрового; спеціальних видів друку, копіювання
За форматом друку	широкоформатного, середньоформатного, малоформатного
За прогресивністю технологій	застарілі, новітні

риства, які оснащені сучасною технікою, переважають на ринку пакувальної, рекламної та іншої комерційної продукції. Переважна більшість газетно-журнальних та книжкових видань виготовляється на базі підприємств державної форми власності.

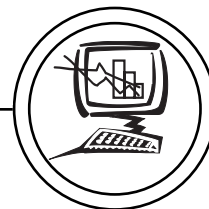
Згідно із Господарським кодексом України залежно від кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік можуть бути віднесені до малих, середніх або великих підприємств. Тому пропонується внести у класифікацію розподіл підприємств за розміром, виділивши три групи.

У поліграфічній галузі простежується тенденція до збільшення кількості суб'єктів господарювання. Чисельність поліграфічних підприємств України в роки незалежності стрімко зростає. Якщо у 1980 році в УРСР налічувалось 562 поліграфічні підприємства, то на сьогодні їх понад три тисячі. Протягом останніх років з'явилося багато малих комерційних підприємств, які оснащені сучасною технікою, мають невеликий штат працівників. Переважна їх більшість належить до підприємств оперативної поліграфії, що характеризуються високою швидкістю виготовлення замовлень невеликими накладками. Питома вага малих підприємств на початок 2005 року складала 91,4 %,

за 2004 рік вони забезпечили виготовлення 14,6 % продукції за даною групою підприємств. Таким чином, основу вітчизняної поліграфії становлять суб'єкти малого підприємництва.

Статутний капітал окремих поліграфічних підприємств може бути повністю або частково сформований за рахунок коштів іноземних організацій, що приділяють значну увагу їх технічному переоснащенню. Таким чином, на ринку поліграфічних послуг за ознакою національної належності капіталу діють вітчизняні, спільні та іноземні підприємства.

З проголошенням Україною суверенітету виникла потреба у виготовленні власних грошових знаків, документів суворого обліку, цінних паперів тощо. Розвиток харчової, хімічної та інших галузей промисловості, продукція яких вимагає якісного пакування, призвів до стрімкого розвитку пакувального виробництва в поліграфії. В Україні були створені нові потужні підприємства, які спеціалізуються на випуску цієї продукції. Стрімкий розвиток сфери рекламних послуг викликав появу великої кількості нових підприємств, які орієнтовані на виготовлення комерційної продукції (візитівок, рекламної продукції, бланків, папок та інших елементів фірмового стилю). Ці процеси вик-



ликали зміни у структурі галузі. На сучасному етапі поділ підприємств за видами продукції може бути наступним: книжкові підприємства; газетно-журнальні підприємства; підприємства, що займаються виготовленням пакувань та етикеток; картографічні підприємства; підприємства з виготовлення банкнот, документів суворого обліку, цінних паперів; підприємства з виготовлення комерційної продукції; спеціального призначення (нотні, з виготовлення шпалер, паперово-білових товарів, конвертів). Деякі поліграфічні підприємства є спеціалізованими, але більшість з них є універсальними.

Для розподілу підприємств за типом виробництва (крупносерійне, серійне, дрібносерійне) на нашу думку необхідно враховувати потужність підприємства та середній розмір замовленої партії виробів, причому для різних видів продукції може бути використана своя градація накладів.

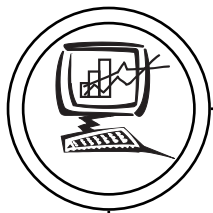
Як вже відзначалось, переважна більшість поліграфічних підприємств відносяться до малих і здатні забезпечити виконання лише частини технологічних операцій виробничого процесу. Малі підприємства зазвичай не мають обладнання для повного забезпечення брошурувально-палітурного етапу виробництва, а працюють по кооперації. З огляду на це доцільно класифікувати поліграфічні підприємства за повнотою виробничого процесу: підприємства, що здатні забезпечити повний виробничий цикл виготовлення поліграфічної продукції; підприємства, що здатні виконувати окремі технологічні операції.

Особливістю функціонування окремих поліграфічних підприємств є поєднання декількох видів діяльності: видавничої, виготовлення

поліграфічної продукції та її розповсюдження. Ряд підприємств, крім надання поліграфічних послуг, здійснює видавничу діяльність, яка передбачена статутами більшості поліграфічних підприємств. Також підприємства галузі можуть здійснювати торгівлю власною видавничою і не видавничою друкованою продукцією та реалізовувати продукцію інших друкарень. Більшість великих поліграфічних підприємств мають власні торговельні заклади. Отже, підприємства галузі можна поділяти за ступенем завершеності видавничо-поліграфічного циклу: підприємства, що надають лише поліграфічні послуги; підприємства, що поєднують окремі складові циклу (підготовку; відтворення визначеним тиражем видавничої продукції; виготовлення не видавничої продукції; її доведення до споживачів).

Номенклатура продукції, що виготовляється, розміри замовлень, впливають на виробничу структуру підприємства. Малі підприємства, як правило, мають безцехову структуру. Підприємства, що випускають широкий асортимент продукції значними обсягами можуть мати корпусну структуру, тобто здійснювати предметно-замкнуті цикли відокремлені територіально, адміністративно та організаційно. В основу побудови цехової структури покладена технологічна або предметна єдність виконуваних процесів.

Виробнича структура і будова апарату управління є взаємопов'язаними. Більшість поліграфічних підприємств мають функціональну структуру управління, тобто організація ділиться на окремі елементи, кожен з яких має чітко визначені задачі і обов'язки. Традиційно на підприємствах галузі виділяють такі



відділи: виробничий, збуту, економічний, фінансовий, тощо. Підприємства з корпусною виробничою структурою можуть мати дивізійну структуру управління, побудовану за продуктовим або регіональним принципом. При такій структурі організації повноваження з управління виробництвом та збутом по окремих видах продукції або регіонах надаються одному керівнику, якому підзвітні керівники вторинних функціональних служб (виробничої, технічної, збуту, тощо).

В поліграфічній промисловості створюються і функціонують автономні підприємства, головні та дочірні підприємства, філії, представництва, а також об'єднання підприємств (асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, холдингові компанії). Видавці та поліграфісти створили кілька асоціацій: «Українська асоціація виробників поліграфічної продукції» та «Українська асоціація видавців та книгрозповсюджувачів». Отже, підприємства можна класифікувати за рівнем координування і контролю діяльності.

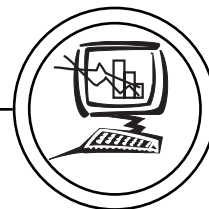
За географією надання послуг можна виокремити підприємства, продукція яких поширюється на внутрішньому та зовнішньому ринку. Якщо раніше багато замовлень з виготовлення пакувань, етикеток, книг, періодичних видань розміщувалися за кордоном, то технічне оновлення вітчизняного поліграфічного виробництва сприяє зміщенню акцентів на користь вітчизняних виготовників та залучення іноземних замовників.

За географічною сегментацією малі підприємства, як правило, працюють на місцевому ринку, середні і великі можуть діяти на рівні місцевого, регіонального та загальнодержавного ринку.

Продукція поліграфічних підприємств реалізується на ринку споживачів та промислового ринку. Специфікою підприємств галузі є те, що вони у більшості випадків виробляють не кінцевий продукт і їх замовниками є видавництва та підприємства-виробники харчової, хімічної та інших галузей промисловості. Крім цього поліграфічна продукція споживається на рівні держави — грошові знаки, паспорти, цінні папери. Поліграфічні підприємства також можуть виготовляти друковану продукцію для неприбуткових організацій: релігійних і громадських; державних освітніх закладів. Поліграфічні підприємства можуть працювати як на одному сегменті ринку, так і охоплювати декілька сегментів.

Також особливістю сучасного періоду розвитку галузі є і те, що одночасно з структурно-організаційною перебудовою відбувається і технологічна перебудова. Крім цього, з розвитком техніки і технології з'являються нові види друку — цифровий, струменевий. Поява копіювальних апаратів, принтерів, що здатні забезпечити високу якість друку, призвела до змін в структурі випуску продукції. Отже, класифікація підприємств за способами друку може бути наступною: підприємства, що використовують технологію високого друку; офсетного друку; глибокого друку; цифрового друку; спеціальних видів друку (трафаретного, тамподруку, флексографічного, різнографічного та ін.), копіювально-розмножувальну техніку. Більшість поліграфічних підприємств оснащена офсетним друкарським устаткуванням, або комбінують декілька способів друку.

Можна передбачити і більш детальну класифікацію поліграфічних



підприємств за техніко-технологічною ознакою, розподіливши підприємства галузі за технологією додрукарських і післядрукарських процесів. У додрукарських процесах можуть використовуватися технології Computer-to-Film, Computer-to-Plate, Computer-to-Print. Післядрукарська обробка залежить від виду продукції, що виготовляється. Якщо підприємство здійснює виготовлення книжкової продукції, то можна класифікувати підприємства: за скріпленням книжкового блоку (шиття нитками, дротом, незшивне скріплення); за оздобленням (обкладинка, палітурка). Для комерційної продукції у якості оздоблювальних процесів може бути використане лакування, припресування плівки, висічка, тиснення, друк фольгою, флокування. Але на наш погляд основною технологічною ознакою, за якою слід диференціювати підприємства є використовуваний спосіб друку. В залежності від наявного парку друкарських машин та їх технічних характеристик підприємства можна розподілити і за форматом друку.

Також підприємства можна класифікувати за рівнем прогресивності використовуваних технологій. Нажаль, більшість підприємств галузі не має достатніх фінансових ресурсів для придбання нового устаткування та впровадження новітніх технологій. Найактивніше впровадження сучасних досягнень НТП відбувається на етапі додрукарських процесів.

Висновки

Наразі в поліграфії функціонують підприємства різних форм власності та організаційних форм господарювання. Загострення конкурентної боротьби на ринку споживчих товарів призвело до розширення асортименту продукції та кола послуг, що надаються поліграфічними підприємствами, та підвищило вимоги до якості їх виконання. Також на структурні зрушення в галузі значний вплив має швидкий розвиток поліграфічної техніки і технології. Проведене дослідження засвідчило, що з розвитком ринкових відносин в Україні відбувається ускладнення структури поліграфічної галузі.

1. Господарський кодекс України. Ухвалений президентом України 16 січня 2003 р. №436-IV. (в ред. від 01.01.2004 р.). 2. Машталлер Р. М. Экономика полиграфической промышленности. — М.: Книга, 1987. — 400 с. 3. <http://comin.gov.ua> — Інформація про стан вітчизняного видавничо-поліграфічного комплексу України. 4. Статистичний щорічник України за 2004 рік. Державний комітет статистики України / п/р О. Г.Осауленка. — К.: Техніка, 2005. — 567 с.

Надійшла до редакції 22.11.06