

Троянська Д. А.
студент ФММ
ORCID ID: 0000-0001-6303-4118;
Чорній В. В.
канд.екон.наук, старший викладач
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
м. Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0002-4460-0759

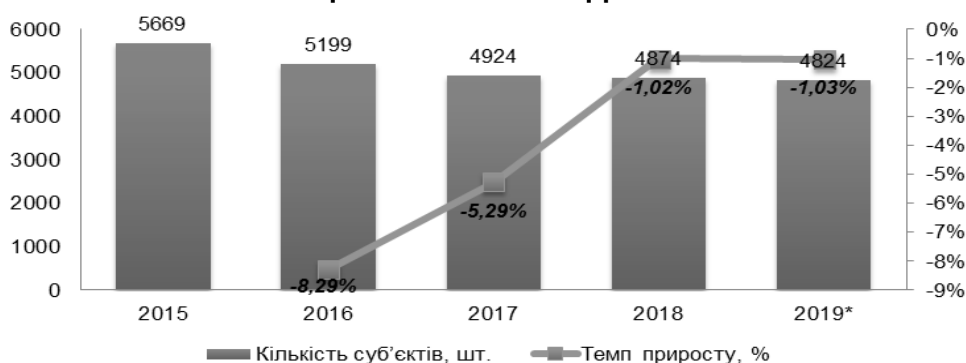
ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ У ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Для вітчизняних підприємств зовнішньоекономічна діяльність, безсумнівно, має дуже велике значення, оскільки вона має безпосередній вплив на їх функціонування та вносить свій вклад у ефективність економічного співробітництва між країнами. Проте у зв'язку зі стрімким розвитком технологій та світовою пандемією через спалах епідемії вірусу COVID-19, світова видавничо-поліграфічна справа зазнала досить істотних змін та збитків.

Дані Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України за підсумками I кварталу 2020 року відбулося зменшення обсягів експорту товарів за товарними групами, у які входять деревина, паперова маса та вироби з деревини – на 42,6 млн дол. (на 9,1%), у тому числі друкованої продукції на 5,9 млн дол. (на 36,6%) [1].

Якщо проаналізувати, як змінювалася динаміка кількості суб'єктів, які займалися поліграфічною діяльністю в 2015- 2019 роках, то можна простежити стрімку динаміку зростання, проте вже у 2020 році в результаті пандемії Covid-19 дане зростання пішло на спад.

Динаміка кількості суб'єктів, які займалися поліграфічною діяльністю в Україні в 2015 - 2019 рр.



Джерело: дані Державної статистики України, оцінка Pro-Consulting

Рисунок 1 - Динаміка кількості суб'єктів, які займалися поліграфічною діяльністю в Україні в 2015-2019 р.

Джерело: [1]

Однак, наразі набувають усе більшої популярності електронні аналоги. За результатами опитування проведеного дослідницькою агенцією Info Sapiens весна 2020 року частка покупців електронних книжок за останні три місяці зросла з 3 % до 51 %, а загалом серед усіх куплених книжок електронні становили 47 %.

Найбільш ймовірними причинами зростання такої популярності електронних видань можна зазначити:

- безконтактне миттєве отримання, відсутність доставки;
- нижча ціна у порівнянні з паперовими книжками;
- численні акції [2].

Проте, акцент підприємств поліграфічної галузі базується саме на друкованій продукції, а їх електронні аналоги можуть стати додатковим способом поширення власних видань.

Наразі, задля забезпечення найкращого функціонування слід приділити особливу увагу вивченню конкурентів на міжнародному ринку, їх переваги та слабкості. Міжнародне співробітництво стимулює пошук нових підходів до збуту чи створення нових більш ефективніших та менш затратних шляхів

виготовлення продукції. На світовому ринку не менш важливим є власне імідж підприємства, тому саме цей факт може стимулювати вітчизняні підприємства поліграфічної галузі організувати функціонування власного бізнесу більш прозоро та чесно як під час виробництва, так і під час збуту.

Для українських підприємств вихід на міжнародний ринок відкриває нові можливості перш за все через більшу купівельну спроможність жителів Європи, Америки тощо, у порівнянні з українським населенням.

Також, набуває популярності набуває процес поглинання та злиття поліграфічно-видавничих підприємств різних країн. Завдяки сучасним технологіям відсутність територіальної близькості не стає перешкодою. Це дає змогу із двох потужних підприємств створити одне, робота якого стане ще ефективнішою через те, що такого роду об'єднання дає можливість придбати нове обладнання чи більш сучасне для цифрового друку та зробити більш дешевшим процес виготовлення продукції і тим самим трохи знизити вартість видавничої продукції для споживачів.

Загальні переваги об'єднань:

- комплексна реалізація продукції;
- можливість розширення виробництва;
- обмін досвідом;
- створення філій (імпринтів), які можуть пристосуватися до потреб місцевих ринків [4].

Оскільки виготовлена продукція несе інформаційну цінність, то вітчизняним видавництвам-друкарням варто приділити особливу увагу продукції іноземними мовами.

«У 2020 році (станом на 01.01.2021 р.) українською мовою випущено книг і брошур 10604 друк. од. тиражем 16 671,5 тис. пр., що становить 76,5% загальної кількості назв і 82,5% загального тиражу.

Найбільше книг і брошур серед іноземних мов видано англійською — 412 друк. од. тиражем 801,6 тис. пр. (3% і 4%), у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року кількість назв зменшилась на 91 друк. од., або на 18,1%, тиражі — на 562,6 тис. пр., або на 41,2%; німецькою — 27 друк. од. тиражем 54,7 тис. пр., у порівнянні з аналогічним періодом позаминулого року кількість назв зросла на 2 друк. од. (8%), тиражі знизилась на 1,7 тис. пр. (3%).» зазначає Українська Асоціація Видавництв та Книготорговців [3].

Отже, можна зробити висновок, що для вітчизняних підприємств поліграфічної галузі глобальне економічне середовище є дуже сприятливим через високу купівельну спроможність споживачів та досить високу конкурентоспроможність виготовленої продукції через достатню якість. Проте, слід звернути увагу на виробництво товарів іноземними мовами, що надало би змогу орієнтації не тільки на населення українського походження закордоном, а ще й на місцевих жителів. А також слід звертати особливу увагу саме на різницю у ринках та намагатися перетворювати ці відмінності на переваги для реалізації власних міжнародних інтересів, використовуючи інструменти міжнародного управління бізнесом. Однак усе це неможливе без сприятливого залучення державних органів регулювання у вигляді пільгового кредитування, поширення пільг щодо податків, які встановлені Законом України «Про державну підтримку книговидавничої справи», на роботи і послуги, пов'язані з редакційною підготовкою та друком видавничої продукції, у т. ч. щодо придбання поліграфічних матеріалів і виробничого устаткування, звільнити від сплати ПДВ та мита імпортовані поліграфічне обладнання і матеріали, які не виготовляються на території України.

Література:

1. Офіційна веб-сторінка Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Розділ Довідки “Зовнішня торгівля України товарами та послугами у I кварталі 2020 року”

URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=d294f7fc-4e7f-41a3-a50a-9e190e32c0b7&title=DovidkazovnishniaTorgivliaUkrainiTovaramiTaPoslugamiUIKvartali2020-Roku2>. (дата звернення 22.02.2021).

2. Електронна платформа «Читомо». Стаття «Під час карантину в Україні суттєво зросли продажі електронних книжок» URL: <https://chytomo.com/pid-chas-karantynu-v-ukraini-suttievo-zrosly-prodazhi-elektronnykh-knyzhok/>. (дата звернення 20.02.2021)

3. Офіційна веб-сторінка Української Асоціації Видавництв та Книготорговців. *Стаття «Деякі тенденції розвитку книгодрукування у провідних країнах світу»*

URL: <http://upba.org.ua/index.php/uk/vydavnytstva> (дата звернення 19.02.2021)

4. Офіційна веб-сторінка Української Асоціації Видавництв та Книготорговців. Стаття Книговидавнича діяльність сучасної України: стан, тенденції та перспективи розвитку

URL: <http://upba.org.ua/index.php/uk/zakonodavstvo/knyzhkova-palata/item/121-deiaki-tendentsii>. (дата звернення 20.02.2021)