

УДК 339.138 (621)

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ІНВЕСТУВАННЯ У ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНУ ГАЛУЗЬ

С. І. Миклушка

Українська академія друкарства,
вул. Підголоско, 19, Львів, 79020, Україна

Розглянуто проблему порушення принципу системності у взаємовідносинах суб'єктів видавничого ринку і вплив змін, пов'язаних з процесом реформування відносин і форм власності, приватизацією та реструктуризацією підприємств видавничо-поліграфічної галузі на формування інвестиційної привабливості видавничо-поліграфічного комплексу України. З'ясовано суть поняття «інвестиційне забезпечення» і подано авторське визначення поняття «інвестиційне забезпечення поліграфічного підприємства». Охарактеризовано основні особливості інвестування у видавничо-поліграфічну галузь, а саме: наявність найвищого рівня невизначеності і ризику для інвестора зумовлена специфікою діяльності галузі; недовіра закону попиту і пропозиції на ринку через особливості створення кінцевого продукту. Виділено фактори ризику та фактори-мотиватори для інвестора на видавничому ринку.

Ключові слова: *інвестиції, інвестиційне забезпечення, ресурси, видавничо-поліграфічна галузь, підприємство, господарська діяльність, видавничий ринок, інвестор, фінансування, фактори ризику.*

Постановка проблеми. Будь-яка економічно розвинена країна у політиці підтримання досягнутого рівня добробуту країни та продовження її сталого економічного розвитку як фундаментальну основу використовує інноваційну діяльність. Ефективність цієї діяльності залежить від двох факторів: організаційного та ресурсного забезпечення, яке передбачає технологічне, технічне, сировинне, кадрове забезпечення та ін. Однак те саме управлінське чи товарне забезпечення неможливо здійснити без відповідного фінансового забезпечення, яке в процесі організації виробництва виступає первинною ланкою. Тому реалізація вектора інноваційного розвитку в національній економіці, а відповідно у галузях промисловості і в діяльності суб'єктів господарювання напряму залежить від наявності й доступності різноманітних джерел інвестиційних ресурсів. А процеси інвестиційної забезпеченості та привабливості, зокрема сам процес інвестування, разом з механізмами залучення інвестиційних коштів мають свої особливості для кожної з галузей промисловості, зумовлені специфікою діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес інвестування, сама економічна категорія «інвестиції», визначення інвестиційної привабливості та механізмів залучення інвестицій в галузях економіки були предметом наукових досліджень багатьох учених, серед яких С. Реверчук, П. Саблука, А. Пересада, Л. Борщ, В. Гейць, М. Єрмошенко, І. Бланк, Й. Завадський, Т. Майорова, Ю. Стадницький, А. Загородній, С. Гуткевич та ін. Зокрема, на підприємствах видавничо-поліграфічної галузі такі питання висвітлювались у роботах багатьох учених: О. Афоніна, О. Власенко, В. Іванівського, Я. Котляревського,

А. Лучки, Є. Палиги, В. Примака, М. Сенченка, М. Тимошика, М. Філя, І. Чижа, Л. Швайки, А. Штангрета, О. Ястремського. Велика кількість науково-практичних розробок, спрямованих на вирішення проблеми підвищення ефективності управління інвестиціями, базується на численних дискусіях щодо них, але одночасно з тим відсутні комплексні наукові дослідження про особливості залучення інвестицій саме у підприємства видавничо-поліграфічної галузі України.

Мета статті — визначення особливостей процесу інвестування видавничо-поліграфічної галузі; виявлення факторів ризику та мотиваційних факторів успіху для інвестора на книго-видавничому ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Видавничо-поліграфічна галузь (ВПГ) займає важливе місце в економіці будь-якої країни, оскільки вона забезпечує культурні, освітні, наукові та інформаційні потреби суспільства у друкованій інформації. Однак сучасний стан книговидавничої галузі в Україні можна характеризувати як кризовий. Політика держави в умовах жорсткої економії коштів передбачає скорочення бюджетного фінансування національної науково-інформаційної, культурної й освітньої сфер, від стабільності і розвитку яких власне і залежить інвестиційна привабливість підприємств ВПГ. Проблеми ефективної діяльності галузі тривають ще з періоду встановлення ринку у пострадянський час і досі не є вирішеними. Ці докорінні зміни, пов'язані з реформуванням відносин і форм власності, приватизацією та реструктуризацією підприємств видавничо-поліграфічної галузі, спричинили поділ видавничо-поліграфічного комплексу на окремі підгалузі, такі, як: видавнича, поліграфічна та книжкова торгівля.

Принцип системності у взаємовідносинах суб'єктів видавничого ринку, сформований роками, базуючись на розумінні потреб зовнішнього середовища та специфіки виробництва і кінцевої продукції, був порушений. У результаті цього кожна з вищезазначених підгалузей видавничо-поліграфічного комплексу зіткнулася з низкою нехарактерних проблем, оскільки відсутність єдності цілей та цілісного управління галуззю позбавило їх можливості проведення єдиної політики у формуванні попиту і пропозиції, складанні виробничих програм, побудові оптимальних технологічних циклів, залученні інвестиційних ресурсів і спричинило появу на ринку великої кількості підприємств з різною формою власності та розбіжними цілями, а відповідно і спеціалізацією, технологією виробництва, ресурсним та фінансовим забезпеченням. За таких умов роль окремих підприємств у формуванні валової продукції галузі є незначною і тому потребує комплексного підходу щодо підвищення ефективності управління соціально-економічним розвитком усіх підприємств цієї сфери задля формування інвестиційної привабливості видавничо-поліграфічного комплексу України, стимулювання залучення інвестицій та їх збалансованого розподілу між підприємствами згідно з їх статусом у формуванні загальних економічних результатів [1]. Однак світовий досвід чітко демонструє закономірність, за якої кризи хоч і є джерелом збитків для підприємств, зокрема через спад обсягів виготовленої продукції чи наданих послуг, але водночас виступають як найсприятливіший період для реалізації інноваційних та інвестиційних проєктів.

Говорячи про інвестиційні проекти, врахуємо те, що в економічній літературі термін «інвестиції» не має однозначного визначення. На нашу думку, багатоваріантне трактування зазначеного терміну відбулося через те, що «інвестиції» є багатоаспектною і складною економічною категорією як з теоретичних, так і з практичних підходів. У даному дослідженні ми керувалися визначенням, яке затверджено Законом України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. Відповідно до нього, інвестиції — це усі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою створення прибутку (доходу) або отримання соціального ефекту [2].

Інвестиційна діяльність підприємства фактично виступає одним з самостійних видів його господарської діяльності та однією з основних форм реалізації економічних інтересів цього підприємства. Також вона є цілеспрямовано здійснюваним процесом пошуку необхідних інвестиційних ресурсів, вибором ефективних об'єктів (інструментів) інвестування, формуванням збалансованої по обраних параметрах інвестиційної програми (інвестиційного портфеля) і забезпеченням її реалізації. Варто зазначити, що теперішня правова система України складається з більш як 100 законів та інших нормативних актів, що регулюють інвестиційну діяльність. Важливими серед них є Закон України «Про інвестиційну діяльність», Закон України «Про іноземні інвестиції», Закон України «Про державну програму заохочення іноземних інвестицій в Україні», Закон України «Про цінні папери та фондову біржу», які створюють правову основу інвестиційної діяльності.

Зокрема, чинним законодавством встановлено, що всі суб'єкти інвестиційної діяльності незалежно від форм власності та господарювання мають рівні права щодо здійснення цієї діяльності; самостійно визначають цілі, напрямки, види та обсяги інвестицій; залучають для їх реалізації на договірній основі будь-яких учасників інвестиційної діяльності, у тому числі шляхом організації конкурсів та торгів. Саме тому в умовах ринкової економіки особливого значення набувають дослідження ролі та значення інвестицій як об'єкта управління на рівні підприємства. Розглядаючи їх як основу стратегічного розвитку, отримуємо можливість збільшити ринкову вартість підприємства, підвищити конкурентоспроможність продукції, забезпечуючи при цьому стабільний грошовий потік.

Варто зазначити, що в науковій літературі дуже часто зустрічається отождоження понять «інвестиційне забезпечення» і «джерела фінансування інвестицій». Зокрема, А. А. Пересада [3], Б. М. Шукін [4], Т. В. Майорова [5], у своїй працях стверджують, що під інвестиційним забезпеченням слід розуміти фінансові ресурси або активи, що направляються на здійснення процесу інвестування. Однак у Законі України сказано, що інвестиції — це всі види матеріальних і нематеріальних вкладень і, як доводить практика, інвестиції можуть здійснюватись як у вигляді фінансових, так і не фінансових активів, тому таке отождоження, на нашу думку, є некоректним і не повністю розкриває суть категорії «інвестиційне забезпечення». У свою чергу, науковець Я. А. Шевцова розглядає поняття «інвестиційне забезпечення» як систему «заходів щодо концентрації

та реалізації інвестицій, вибору раціональних методів управління у сфері інвестування» [6]. Застосування системного підходу в даному трактуванні дуже доречно, оскільки категорія є складною, хоча в цьому визначенні, незважаючи на системний підхід, не означено ні суб'єктів інвестиційного забезпечення, котрі здійснюють заходи щодо концентрації і реалізації інвестицій та управління ними, ні інвестиційних ресурсів та умов для інвестування. Враховуючи вищесказане, ми схильні погодитися з твердженням Ю. О. Капітанець, який розуміє під інвестиційним забезпеченням «сукупність умов, ресурсів і заходів, необхідних для здійснення інвестиційного процесу» [7]. Узагальнюючи всі вищеподані твердження, вважаємо, що інвестиційне забезпечення поліграфічного підприємства — це зумовлена інвестиційною поведінкою підприємства система єдності процесів створення умов для інвестування, формування інвестиційних заходів та ефективного використання інвестиційних ресурсів, основною метою якої виступає забезпечення соціально-економічного розвитку підприємства.

Через специфіку діяльності видавничо-поліграфічної галузі процес її інвестування має свої особливості, до яких в першу чергу слід віднести наявність найвищого рівня ризику і невизначеності. Як відомо, інвестор серед запропонованих проектів завжди обере той, де рівень ризику неопукності вкладених ним коштів буде найнижчий. А спрогнозувати терміни виконання замовлення і також споживчий попит на вже виданий продукт важко, бо автори і споживачі — це творчі особистості, можливості і потреби яких не можливо передбачити чи прорахувати.

Слід звернути увагу і на те, що на книговидавничому ринку закон попиту–пропозиції практично не діє, що зумовлено специфікою укладання угод між замовником і видавцем. Здебільшого на придбання видавничої продукції у багатьох випадках застосовують ф'ючерсні угоди, тобто видавець із замовником підписує документ, який засвідчує зобов'язання двох сторін придбати (продати) на момент укладання ще не виготовлені товари, у визначений час та на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін на момент виконання зобов'язань сторонами угоди. При цьому будь-яка сторона має право відмовитися від його виконання лише за наявності згоди іншої сторони контракту або у випадках, зазначених цивільним законодавством. Такі обставини не дають можливості реагувати на фактичний попит. Складність його прогнозування також полягає в тому, що довготерміновий попит на ту чи іншу видавничу продукцію залежить від значної кількості зовнішніх чинників, які комплексно врахувати практично неможливо. У видавничій справі для інвестора немає цікавих активів, адже нереалізовані залишки книг на складах нікому не потрібні. Інвестування у цій галузі можливе в авторів, які своїм іменем, талантом виступають хоча б мінімальною гарантією успіху.

При інвестуванні необхідно враховувати і специфіку видавничого виробничого процесу, яка вимагає застосування серійного типу організації виробництва та не забувати, що видавничу діяльність як самостійну не можливо розглядати без аналізу діяльності суміжних галузей, від яких вона є матеріалозалежна, зокрема виробництва фарб чи паперу.

Підсумкова особливість полягає в тому, що головною метою придбання продукції промислових підприємств є задоволення матеріальних потреб, а видавничої продукції — духовних. Передбачити і врахувати духовні потреби значно складніше, що якраз і є основною метою діяльності видавничих підприємств [8].

Однак паралельно з цими труднощами позитивним фактором є те, що видавничий ринок досить відкритий. Наприклад, споживання продуктів харчування чи товарів першої необхідності досить лімітоване, більше визначеної кількості хліба чи молока людина фізично не зможе спожити, тому перед споживачем завжди постає дилема: придбати продукт X або конкурентний йому продукт Y. Процес купівлі книг організований по-іншому, бо людина може читати більше або менше книг залежно від наявності цікавого продукту на ринку.

На книговидавничому ринку поширені два варіанти фінансування нових проектів. Перший передбачає залучення приватних інвесторів, яких приваблює досить низька ціна входу на ринок. Собівартість випуску однієї книги при тиражі до 10 тис. примірників становить близько 1 дол. Відповідно, вкладення в перше видання складуть 5–10 тис. дол. Ураховуючи такий невеликий обсяг необхідних первинних інвестицій, деякі інвестори трактують своє фінансування книговидавництва не як бізнес-проект, а як проект «для душі» або статусу.

Другий варіант передбачає такий розвиток подій, коли видавництва-початківці запрошують до участі у своєму проекті великі видавничі компанії. Малі підприємства приходять з обміркованою концепцією, а великі видавництва, якщо ідея їх зацікавила, фінансують її реалізацію, а прибуток розподіляють згідно з укладеними договорами. У такому випадку невеликі компанії виступають фактично як підрядники, виконують чорнову роботу, готуючи продукт, а компанія-інвестор через наявність необхідних ресурсів готує книгу безпосередньо до випуску, тобто займається поліграфією і продажем книги через свою дистрибуторську мережу. Ця практика досить поширена, оскільки вигідна обом сторонам такого альянсу. Видавництво-початківець отримує фінансування і хорошу дистрибуцію, а великі компанії зацікавлені в такій співпраці, оскільки вони часто не є компетентними фахівцями у вузьких нішах, якими є малі підприємства. Крім того, перевагою дрібних підрядників є оперативність, якою часто позбавлені компанії-лідери.

Підсумовуючи вищесказане, можна виділити такі чинники ризику для інвестора на видавничому ринку:

1. Непрогнозованість успіху книги і відповідно непередбачуваність попиту і взагалі ринку.
2. Складність пошуку цікавих авторів. Навіть при вже наявних авторах, які згодилися співпрацювати з видавництвом, конкуренти їх можуть перекупити, автори з власної ініціативи можуть відмовитися працювати.
3. Залежність видавництва від популярності авторів.
4. Відсутність загальнодержавної дистрибуторської мережі для розповсюдження книг.

5. Матеріалозалежність галузі.

Одночасно можна виділити і фактори успіху, які є важливими для інвестора, приймаючи рішення щодо інвестування у книговидавництво:

1. Відсутність лімітів на придбання книг читачем (за умови наявності в останнього середньостатистичного рівня доходів і бажання читати).

2. Невеликий обсяг первинних інвестицій (5–10 тис. дол.).

3. Відсутність необхідності утримувати великий штат працівників при можливості інвестування в певні окремі проекти видавництва.

4. Готовність великих видавничих компаній до проектної співпраці з невеликими спеціалізованими компаніями-початківцями.

Висновки. Таким чином, аналізуючи результати цього дослідження, можна стверджувати, що в процесі стимулювання ефективності та активізації діяльності підприємств одну з домінуючих ролей відіграє інвестиційне забезпечення, яке містить не лише наявність фінансових ресурсів, але й формування інвестиційних заходів та ефективну їх реалізацію.

Стан інвестиційного забезпечення ВПП можна характеризувати як кризовий, однак цей період може стати найсприятливішим для реалізації інвестиційних та інноваційних проектів. Для цього необхідно, враховуючи особливості ведення діяльності ВПП, збільшувати інвестиційну привабливість галузі та залучати інвесторів, мотивуючи їх як невеликим обсягом первинних інвестицій, так і важливістю розвитку ВПП у загальнонаціональних масштабах розквіту країни та формування освіченої нації.

Серед основних особливостей процесу інвестування видавничо-поліграфічної галузі визначено: недовіра закону попиту і пропозиції на видавничому ринку, специфіка виробничого процесу із застосуванням серійного типу організації виробництва, а також легкість входу нових учасників на ринок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Свінцицька О. М. Управління залученням інвестицій у підприємства видавничої галузі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / О. М. Свінцицька. — К., 2007. — 21 с.
2. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 19 вересня 1991 р. №1560-ХІІ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.zakon.rada.gov.ua — [Назва з екрана].
3. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом / А. А. Пересада. — К. : Лібра, 2002. — 472 с.
4. Щукін Б. М. Інвестиційна діяльність / Б. М. Щукін. — К. : Міжрегіональна Академія управління персоналом, 1998. — 65 с.
5. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність / Т. В. Майорова. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 472 с.
6. Шевцова Я. А. Інвестиційне забезпечення діяльності підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / Я. А. Шевцова. — Луганськ, 2002. — 20 с.
7. Капітанець Ю. О. Інвестиційне забезпечення фермерських господарств / Ю. О. Капітанець // Всеукраїнський науково-виробничий журнал: Інноваційна економіка. — 2010. — № 5. — С. 141–144.

8. Яремик Х. Я. Проблеми здійснення інвестиційної діяльності видавничо-поліграфічної галузі [Електронний ресурс] / Х. Я. Яремчук. — Режим доступу : www.confcontact.com/20111019/3_yaremik.php — [Назва з екрана].

REFERENCES

1. Svintsytska O. M. (2007), Management of attracting investment in enterprise publishing industry, European University press, Kyiv.
2. Ukrainian Government (1991), On the investment activity, Law of Ukraine, No. 1560-XII, available at: www.zakon.rada.gov.ua/ title screen.
3. Peresada A. A. (2002), Management of the investment process, 1st ed., Libra, Kyiv.
4. Shchukin B. M. (1998), Investment activity, 1st ed., Interregional Academy of Personnel Management, Kyiv.
5. Mayorova T. B. (2009), Investment activity, 1st ed., Center of educational literature, Kyiv.
6. Shevtsova Y. A. (2002), Investment allowance of enterprises activities, V.Dal Eastern National University press, Lugansk.
7. Kapitanets Y. O. (2010), Investment allowance of farmer's enterprises, Ukrainian Scientific Production Journal: Innovative Economy, No.5, pp. 141–144.
8. Yaremyk H. Ya. (2011), Problems of investment activities in publishing and printing industry, available at: www.confcontact.com/20111019/3_yaremik.php (accessed 16 January 2015).

INVESTMENT PROCESSES FEATURES IN THE PUBLISHING AND PRINTING INDUSTRY

S. I. Myklushka

*Ukrainian Academy of Printing,
19, Pidholosko St., Lviv, 79020, Ukraine
myklushka.sofia@gmail.com*

The problem of violations of the consistency principle in the relationships at the publishing market and the impact of those changes associated with the process of reforms and ownership relations, privatization and restructuring of publishing and printing branch on the investment attractiveness of the publishing and printing industry of Ukraine has been examined. The concept of “investment providing” has been considered and the author’s definition of “investment providing in publishing company” has been found. The major features of the investment in the publishing and printing industry, namely the presence of high level of uncertainty and risk for investors due to the specifics of the industry, inefficiency of the supply and demand law in the market due to the features of the final product creation have been defined. The risk factors and motivator factors for an investor in the publishing market have been allocated.

Keywords: *investments, investment support, resources, publishing and printing industry, enterprise, economic activity, the publishing market, investor, financing, risk factors.*

Стаття надійшла до редакції 12.11.2014.

Received 12.11.2014.