

Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского
Серия "Филология. Социальные коммуникации". Том 24 (63). 2011 г. №4. Часть 1. С.262-267.

УДК 655. 3/4 (477. 64)

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКИХ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИХ СТРУКТУР

Горбенко І.Ф.

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

У статті розглядаються основні аспекти діяльності видавничо-поліграфічних підприємств м. Запоріжжя. Зокрема, звертається увага на характеристику типології, друкованої продукції, видавничо-поліграфічних послуг аналізованих структур.

Ключові слова: *видавництво, поліграфія, продукція, журнал, газета, структура.*

Специфіка функціонування регіональних видавничо-поліграфічних структур була і залишається важливим предметом досліджень у теорії видавничої справи. Адже всебічне, комплексне вивчення регіональних підприємств дозволить подати об'єктивну картину їх розвитку, визначити шляхи і методи покращення видавничої і поліграфічної діяльності. До висвітлення питань функціонування окремих структур м. Запоріжжя у періодичних виданнях («Запорізька правда», «МИГ», «Наш город») зверталися О. Заднепряна, П. Ковальов, Д. Плеханов, П. Юрик та інші. Але їхні матеріали мали інформаційно-звітний характер. Науковому осмисленню видавничого ринку Запорізької області присвятили дослідження Т. Плеханова і Н. Романюк, в якому охарактеризували загальні тенденції розвитку видавництв, друкарень та типографій регіону. Пропонована стаття є однією з перших спроб системного аналізу структурно-типологічних особливостей провідних видавничо-поліграфічних осередків м. Запоріжжя.

Мета статті – дослідити структуру та типологію запорізьких видавничо-поліграфічних підприємств.

Основні завдання статті такі:

- 1) визначити структурні ознаки запорізького видавничо-поліграфічного комплексу;
- 2) виявити типологічні особливості видавничо-поліграфічних підприємств м. Запоріжжя;
- 3) проаналізувати видавничо-поліграфічні послуги, що надають регіональні структури.

Внаслідок відсутності в Україні реальної державної підтримки у видавничо-поліграфічній справі спостерігається нестабільність функціонування регіональної ланки комплексу. Дослідники, аналізуючи різні аспекти видавничо-поліграфічної діяльності на державному і регіональному рівнях, виділяють такі фактори стримування розвитку галузі:

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКИХ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИХ СТРУКТУР

1) низький рівень фахових знань і ділової культури суб'єктів галузі, що спричинило суттєве зниження загальної якості друкованої продукції, деформувало конкурентне середовище;

2) низька інвестиційна активність видавничо-поліграфічних структур;

3) низький рівень платоспроможності населення, який гальмує зростання попиту на видавничий продукт;

4) загальна тенденція зменшення інтересу до читання і перегляду друкованої продукції;

5) технічне і технологічне відставання більшості підприємств від середнього світового рівня;

6) наявність високих податків і митного збору за ввезення матеріалів і технологічного устаткування [1, с. 99, 103; 5, с. 25].

На думку М. Назаренко, щоб створити об'єктивні умови подолання кризи на регіональному рівні необхідно:

1) розробити та ратифікувати комплекс нормативно-правових документів, які б не лише окреслювали рамки діяльності роботи регіональних підприємств, але законодавчо закріплювали шляхи їхнього розвитку;

2) виділити сталі кредитування для реструктуризації інфраструктури галузі та вдосконалення її технічного забезпечення як запоруку подальшого розвитку та збільшення потужності);

3) створити сприятливий податковий ґрунт для залучення зовнішніх інвестицій в галузь [3, с. 36].

Водночас дослідниця виділяє позитивні тенденції розвитку регіональних видавництв:

1) на базі невеликих районних підприємств розміщують досить великі замовлення центральні видавництва;

2) трапляються випадки, коли на базі редакцій газет створюються відносно потужні поліграфічні осередки;

3) районні друкарні тісніше почали взаємодіяти з редакціями [3, с. 36].

Провідними осередками видавничо-поліграфічного сектору м. Запоріжжя видавничо-поліграфічне об'єднання «Запоріжжя» (ВПО «Запоріжжя») та Видавничий Будинок «Кераміст» (ВБ «Кераміст»).

Щоб нормально функціонувати в умовах ринкової економіки і вижити серед жорсткої конкуренції ВПО «Запоріжжя» пристосовується до вимог замовників. Підприємство виготовляє продукцію на замовлення, що дає змогу отримувати визначені у договорах прибутки і не займатися розповсюдженням продукції власними силами. Основними видами діяльності є: дизайн та розробка оригінал-макетів, обробка кольорових зображень, виведення плівок, тиснення під срібло і бронзу, перфорація, лакування і ламінування, друк усіх видів поліграфічних робіт, виготовлення штампів і печаток.

Типологія видавництва нами була визначена за класифікацією яку подає М. Тимошик [6, с. 47]:

- 1) за формою власності – комунальне підприємство,
- 2) за формою об'єднання засновників – товариство з обмеженою відповідальністю,
- 3) за способом формування статутного фонду – корпоративне,
- 4) за структурною підпорядкованістю – самостійне,
- 5) за економічною природою господарювання – комерційне,
- 6) за масштабом діяльності і обсягом випущеної продукції – мале,
- 7) за тематичним репертуаром – універсальне,
- 8) за віковою специфікою – для всіх категорій,
- 9) за знаковим принципом – текстове,
- 10) за територіально-адміністративним – локальне, обласне.

Структурний тип побудови ВПО «Запоріжжя» максимально наближений до західноєвропейської моделі з елементами радянського типу (зважаючи на тривалий термін функціонування підприємства). Власником є директор, йому підпорядковується заступник директора та чотири структурні підрозділи. Кожен підрозділ називається відділом: виробничий відділ – керує директор з виробництва, технічний – технічний директор, відділ постачання, збуту і доставки продукції – комерційний директор, економічний – головний бухгалтер.

Видавництво «Запоріжжя» забезпечує регіональний ринок друкованою продукцією для дітей усіх вікових категорій: дитячий розважальний журнал «Кешкины кроссворды», газета для школярів «Клякса», розважальний журнал для тинейджерів «БЭМС». ВПО «Запоріжжя» друкує газети «Индустриальное Запорожье», «Выбор», «Панорама», «Позиция», «Магнат», «Ваша судьба», «Никопольская панорама», «Что? Где? Почему?» та ін.

Перехід до нових ринкових умов вимагає кардинальних змін у всіх сферах діяльності, в тому числі в поліграфії. Працюючи в нових економічних умовах, підприємство намагається використати весь той потенціал, який було накопичено за роки його існування. Сьогодні підприємство робить ставку на забезпечення високої якості друку газетних і журнальних видань. З цією метою в серпні 2005 року тут встановлено нове обладнання.

Значний відсоток продукції ВПО «Запоріжжя» припадає на друковані носії реклами. За участі видавництва щороку у світ виходить низка плакатів, художніх та рекламних листівок, афіш, візитівок, каталогів, настінних рекламних календарів форматом А₁, етикеток, брошур та ін. Особливе місце в серії видань рекламної тематики займають буклети як засіб інформування про організацію та діяльність важливих структур міста, про роботу оздоровчих центрів Півдня України, про досягнення та значення культурних осередків Запоріжжя та області [4, с. 229].

Геополітичні та економічні чинники міста диктують мовну політику видавництва. ВПО виготовляє продукцію будь-якою мовою, в цьому допомагають перекладачі. Аркушева продукція – українською, газети і журнали – російською мовами.

Поліграфічні можливості підприємства дають змогу розповсюджувати видавничу продукцію не тільки в регіонах України, а й за її межами (Ізраїль, Німеччина).

Видавничий будинок «Кераміст» засновано в 2000 році з метою забезпечення ринку поліграфічної продукції високоякісними послугами усіх видів офсетного друку. Основним завданням підприємства було придбати та запустити у виробництво сучасну друкарську машину для виготовлення великих накладів газетної продукції високої якості та різноманітної кольорової насиченості.

Перший тираж було надруковано 25 грудня 2000 року – запорізька газета «МИГ». Другим запорізьким виданням, віддрукованим у типографії, стала газета «Запорізька Січ». Типографія почала діяльність з однієї ротаційної офсетної друкарської машини типу SOLNA Distributor 25 (шведської компанії CRESTWOOD Treding AB), яка дозволяла друкувати газетну та іншу повнокольорову продукцію із швидкістю до 25 тис. примірників на годину, причому можна було отримати готову газету обсягом 32 сторінки формату А3. З того часу спеціалістами підприємства були вивчені складні особливості рулонного друку, відпрацьована технологія якісної безперервної роботи обладнання. Ці переваги були високо оцінені чисельними замовниками видавництва Запорізької та Дніпропетровської областей, і за відносно короткий час потужності цієї друкарської машини були повністю завантажені. Тому в 2002 році була запущена друга черга рулонної машини, що дало можливість подвоїти виробничі можливості підприємства.

Крім друкарської машини в 2001 році видавництво придбало вкладально-зшивально-різальний агрегат виробництва MULLER-MARTINI, що дало можливість значно урізноманітнити спектр друкованої продукції. Для забезпечення повного циклу виробництва із власних матеріалів та напівфабрикатів в 2003 році було придбано машину аркушевого друку типу KBA Rapida 72K, а в 2006 році – повнокольорову машину аркушевого друку Heidelberg Speed Master. Це дало можливість виробляти усі види поліграфічної продукції найвищої якості власними силами [2].

У 2006 році ВБ «Кераміст» посідав 25 місце у національному бізнес-рейтингу типографій. У 2007 – отримав медаль «Лідер галузі» за друге місце за чотирма показниками. У 2008 р. «Кераміст» став лідером у секторі друкування газет серед більш ніж 50 українських типографій: випускав більше ніж 200 найменувань газет та журналів загальним накладом більше 22 млн. примірників.

У теперішній час ВБ «Кераміст» – одне з найбільших поліграфічних підприємств України, основною продукцією якого є періодичні газети та журнали, рекламна та комерційна друкована продукція. Типографія має весь комплекс додрукарського, друкарського та післядрукарського обладнання, що дозволяє друкувати усі види поліграфічної продукції – від чорно-білих газет та бланків до повнокольорових газет, журналів, плакатів, буклетів [2].

Типологія видавництва:

- 1) за формою власності – приватне підприємство,
- 2) за формою об'єднання засновників – товариство з обмеженою відповідальністю,
- 3) за способом формування статутного фонду – корпоративне (створювалось корпорацією «Кераміст»),

- 4) за структурною підпорядкованістю – самостійне, але входить до корпорації,
- 5) за економічною природою господарювання – комерційне,
- 6) за масштабом діяльності і обсягом випущеної продукції – середнє,
- 7) за тематичним репертуаром – універсальне,
- 8) за віковою специфікою – для всіх категорій,
- 9) за знаковим принципом – текстове,
- 10) за територіально-адміністративним – локальне, обласне.

Структура ВБ «Кераміст» належить до західноєвропейського типу. Якраз у такій структурі виявляються методи менеджменту, за допомогою яких керівники відділів забезпечують скоординовану діяльність та єдність інтересів усього колективу. Як слушно зазначає М. Тимошик, ці принципи передбачають: прийняття колективних рішень, розмежування відповідальності між відділами та всередині їх [6, с. 56-57].

Умовно всю друковану продукцію підприємства можна поділити на такі групи:

- 1) періодика Запорізького регіону: газети «МИГ», «Мрія», «Наше время», «Верже», «Запорізька правда», «Запорозька Січ», «Остров Свободи», «Портмоне»»Днепровская правда», «Мелитопольские ведомости»;
- 2) всеукраїнські газети «Автосити», «Белая стрела», «Экономические известия», «Теледом», «Телескоп», «Дедушка», «Неделька», «Из рук в руки»: «Теленеделя», «Авизо», «Сегодня», «Комсомольская Правда в Украине», «Блик», «Комерсант»;
- 3) журнали «Леді плюс», «Робота та освіта», «Срочно требуются»;
- 4) рекламна продукція: буклети, брошури, листівки на замовлення.

Географія замовлень, мовна ситуація зумовили переважання російськомовної продукції (приблизно 80 %).

Послугами ВБ «Кераміст» користуються більше ніж 90 замовників із Запоріжжя, Запоріької, Дніпропропетровської, Полтавської, Харківської. областей, Києва.

Висновки. Отже, в результаті аналізу двох провідних видавничо-поліграфічних осередків м. Запоріжжя зазначимо, що підприємства максимально наближені до західноєвропейської структури. Саме ця модель дає можливість досягнути найбільшої дієвості та результативності, набути здатності до видозмін, пристосування у складний перехідний період. Серед типологічних особливостей ВПО «Запоріжжя» та ВБ «Кераміст» треба відзначити широкий спектр поліграфічних послуг, що надаються як вітчизняним, так і закордонним замовникам.

Список літератури

1. Видавнича справа та поліграфічна діяльність в Україні / Б. Дурняк, А. Штангрет, О. Мельников, Я. Угрин. – Львів: Львівська академія друкарства, 2009. – 160 с.
2. Издательский Дом «Керамист» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.keramist.com/id.htm>
3. Назаренко М. Регіональні видавництва в умовах кризи місцевої галузі / М. Назаренко // Друкарство. – 2004. – № 1. – С. 35-37.

4. Плеханова Т. Видавничо-поліграфічний ринок Запоріжжя / Т. Плеханова, Н. Романюк // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2009. – Т. 22 (61). № 4. – С. 227-231.
5. Теремко В. Основні засади видавничого бізнесу / В. Теремко. – К.: Академвидав, 2009. – 136 с.
6. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця / М. Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2006. – 560 с.

Горбенко И.Ф. Функционирование запорожских издательско-полиграфических структур // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.262-267.

В статье рассматриваются основные аспекты деятельности издательско-полиграфических предприятий г. Запорожья. В частности, обращается внимание на характеристику типологии, печатной продукции, издательско-полиграфических услуг анализированных структур.

Ключевые слова: *издательство, полиграфия, продукция, журнал, газета, структура.*

Gorbenko I. F. Function of Zaporizhzhya publishing and printing organizations // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.262-267.

The article reviews the main aspects of publishing and printing enterprises of Zaporizhzhya. In particular, the attention is paid to characterization of the typology of periodicals, publishing and printing services of the analyzed structures.

Key words: *publishing, printing, production, magazine, newspaper, structure.*

Поступила до редакції 15.08.2011 р.