

УДК 656:658

Рибак О.М.

РЕІНЖИНІРИНГ ПІДПРИЄМСТВ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

В статті розглянуто динаміку розвитку видавничо-поліграфічної галузі України. Визначені основні її проблеми, запропоновано у якості шляхів їх вирішення створення на базі друкованих видань інтернет-видань з подальшим реінжинірингом їх основних бізнес процесів.

Ключові слова: інформаційна економіка, видавничо-поліграфічна галузь, інтернет-видання, реінжиніринг бізнес процесів.

В статье рассмотрена динамика развития издательско-полиграфической отрасли Украины. Определены основные ее проблемы, предложено в качестве путей их решения создание на базе печатных изданий интернет-изданий с последующим реинжинирингом их основных бизнес процессов.

Ключевые слова: информационная экономика, издательско-полиграфическая отрасль, интернет-издания, реинжиниринг бизнес процессов.

Постановка проблеми. Зміна системи обміну інформацією в наслідок стрімкого розвитку глобальних інформаційних мереж призвела до необхідності змін в суспільно – економічній сфері. Особливо помітним даний аспект стає в галузях господарювання, що на пряму пов'язані з розповсюдженням інформації у суспільстві. Однією з таких є поліграфічна. Перехід до нових умов інформаційного забезпечення зумовлює необхідність трансформації бізнесу українських підприємств видавничо-поліграфічної галузі. Обсяг друкованих видань в Україні має стійку тенденцію до зменшення, за рахунок падіння попиту в даному сегменті ринку. Зменшення кількості проданих примірників книг, газет, журналів зумовлюється переходом читачів до інформаційної мережі Інтернет, що на сьогоднішній день є оперативнішим та бюджетнішим джерелом отримання інформації. А позитивний фінансовий результат лівової частки українських підприємств зумовлюється насамперед здорожчанням їх кінцевого продукту, що призводить до неконкурентоспроможності. Зазначені проблеми потребують негайної реструктуризації бізнесу та адаптації до нових умов господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням особливостей бізнесу в умовах інформаційної економіки присвячені роботи Івина Л.Н., Куклина В.М.[1] Стійкий розвиток в економіці мереж вивчали Паринов С.И., Яковлев Т.И, [2] та інші. Проблеми сучасних підприємств видавничо-поліграфічної галузі цікавили Дурняка Б., Штангрета А., Мельникова О., та інші [3].

Невирішена раніше частина проблеми. Однак питання реструктуризації бізнесу підприємств видавничо-поліграфічної галузі

України в умовах інформаційної економіки залишається не достатньо вивченим. За даними Державної служби статистики України за 2013 рік спостерігалось зменшення випуску продукції у видавничо-поліграфічній діяльності на 3% [4], при цьому прогнози на 2014 залишаються не втішними. Відповідно до проведених досліджень частина відомих загальносвітових видань не зважаючи на транспортні витрати друкується за кордоном, де значно вищою є якість та нижчою вартість кінцевого продукту. З розвитком техніки та нових технологій друковані видання в порівнянні з інтернет-виданнями стають менш зручними та оперативними. Інтернет як медійна сфера є синтезом преси, радіо, телебачення з економією часу, простору і коштів, що зумовлює необхідність формування нової структури видавничо-поліграфічного бізнесу в Україні.

Мета статті і виклад основного матеріалу. З усього вище зазначеного, метою статті є реінжиніринг українських підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах інформаційної економіки. Згідно з даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), у вересні 2013 року 49,8% дорослого населення України користувалися Інтернетом. Таким чином, зростання числа користувачів триває навіть більшими темпами, ніж це прогнозувалось. Темп приросту протягом лютого 2012-жовтня 2013 років склав 16%, що трохи поступається рекордному стрибку в 34% у період з березня 2011 по лютий 2012 року [5]. При цьому, обсяги виробленої продукції в поліграфічній галузі за 2005-2013 роки мають стрімку тенденцію до падіння. Так у 2009 році кількість примірників газет, журналів та періодичних видань, які виходять щонайменше чотири рази на тиждень складала 1715 млн. примірників, а в 2013 ця цифра зменшилась до 687, що склало 40 % [4]. На фоні вище означених тенденцій адаптація до нових умов організації бізнесу потребує координальних змін. Сьогодні інтернет як засіб масової комунікації – це потужний конкурент традиційних мас-медіа у процесі донесення відомостей споживачам інформації. Тому актуальними є дослідження розвитку системи інтернет – видань на базі паперових видань. Принципово новий медіа-продукт надасть можливість підвищити конкурентний рівень, знизивши вартість кінцевого продукту та підвищивши обсяги її реалізації. В українському медійному інтернет-просторі можна виокремити три види інтернет-видань: інтернет-версії друківаних чи електронних ЗМІ; сайти інформаційних агентств; інтернет-видання. Інтернет-версії друківаних чи електронних українських ЗМІ нічим особливо не відрізняються від власне інтернет-видань: як правило, подають ту ж саму інформацію, яку можна прочитати у пресі, почути по радіо, побачити на телебаченні. Однак інтернет-версії дають можливість друківаним та електронним ЗМІ активно співпрацювати з аудиторією («Форуми» сайтів, опитування, тестування), створювати архіви, матеріали яких стають легкодоступними.

Реструктуризацію та адаптацію українських паперових видань до нових умов господарювання доцільно розглянути в контексті відомої концепції реінжинірингу бізнес – процесів (РБП). Поняття "реінжиніринг" виникло як відповідь на потребу в переосмисленні й кардинальній зміні методів менеджменту відповідно до сучасних вимог конкуренції, яка загострюється внаслідок зростаючої динамічності науково-технічного прогресу, його глобалізації. Реінжиніринг – це не те ж саме, що й інжиніринг. Навіть за допомогою інформаційних технологій інжиніринг автоматизує існуючі процеси (з усіма їх недоліками) й не ставить перед собою основну задачу реінжиніринга – проєктування нового бізнес-процесу, завдяки чому досягаються основні результати. Перетворення бізнес-процесів відкриває якісно новий підхід у структурі виробничого процесу, при якому окремі працівники відповідає за доручений йому процес, роботу від початку до кінця, ухвалює самостійні рішення. Передбачається також розширення повноважень співробітників і перехід від вузькоспеціалізованих працівників до багатофункціональних, об'єднаних в самокеруючі команди, перехід від "вертикальних" до "горизонтальних" структур управління підприємством.

Бізнес-процес являє собою потік роботи, що проходить від одного фахівця до іншого або від одного підрозділу до іншого, внаслідок чого виробляється продукт, надається послуга. Ключовою описовою характеристикою у визначенні бізнес-процесу є ланцюжок: "початок-вхід" – певна кількість кроків посередині і завершення – "вихід-кінець", з можливим включенням безлічі функцій. Опис бізнес-процесу відбувається ступінчасто – від одного фахівця до іншого. Після опису він повинен являти собою повні й суцільні потоки роботи й ніякі етапи не повинні бути пропущені. Бізнес-процес показує в динаміці, як підприємство виробляє продукт, у той час як класична лінійно-функціональна структура підприємства відображає картину розподілу, відповідальності й підлеглості [6]. Одним з основних напрямів реінжинірингу є переорієнтація підприємств із виробничих на маркетингові цілі, що передбачає розробку стратегії на основі прогнозу обсягу й структури запитів споживачів. На відміну від традиційних підходів комп'ютеризації бізнес-процесів і підвищення їх ефективності, РБП передбачає проведення їх попереднього реінжинірингу, а потім застосування всієї потужності інформаційних і телекомунікаційних технологій для посилення потенціалу нової системи менеджменту. Відповідні радикальні нововведення інформаційних технологій, організації і управлінні забезпечують на мікрорівні значну ефективність виробництва, і на макрорівні прискорюють темпи економічного зростання. Нарівні з цим формується нова філософія й ключові тенденції менеджменту: підвищення ролі інноваційної складової; вимоги до організаційної культури; демократизація процесів прийняття рішень; орієнтація на сучасні ресурсозберігаючі технології; продуціювання нових інформаційно-комунікаційних технологій. На нашу думку, впровадження реінжинірингу бізнес-процесів на базі українського видавничо – поліграфічного бізнесу має

включати наступні основні етапи:

I Етап. Розробка образу майбутнього інтернет-видання, виходячи з його стратегічних цілей, потреб клієнтів, загального рівня бізнесу в галузі (визначається по організації – технологічному лідеру) і поточного стану підприємства. Головним змістом першого етапу є визначення цільових настанов і створення структури реінжинірингу бізнес-процесів перепроєктованого підприємства. На цьому етапі необхідно в повній мірі враховувати досягнення науково-технічного прогресу, революційні зміни в інформаційних і телекомунікаційних технологіях, в організації, управлінні й плануванні сучасного виробництва. На даному етапі реінжинірингу вдосконалення системи управління й якісне оновлення фондів на сучасній технічній основі – це найважливіші напрями, які повинні знайти відображення у стратегічних цілях майбутнього підприємства.

II Етап. Створення моделі існуючого проекту. На цьому етапі менеджери з участю розробників інформаційних систем і технологій повинні здійснювати детальний опис існуючого підприємства, ідентифікувати й документувати основні бізнес-процеси, оцінити їх ефективність.

III Етап. Розробка нових бізнес-процесів. На даному етапі передбачається:

а) перепроєктування бізнес-процесів з метою створення більш ефективних виробничих процесів, визначення способів використання інформаційних технологій, ідентифікація необхідних змін у роботі персоналу;

б) розробка бізнес-процесів на підприємстві на рівні трудових ресурсів, з проектуванням різних видів робіт, підготовкою системи мотивації, організації команд для виконання робіт і груп підтримки якості, розробкою програм перекваліфікації фахівців;

в) розробка підтримуючих інформаційних систем, де визначаються існуючі технологічні ресурси (обладнання, програмне забезпечення).

IV Етап. Впровадження перепроєктованих бізнес-процесів.

Розглядаючи РБП підприємств видавничо-поліграфічної галузі варто зазначити, що запропоноване рішення надасть можливість розв'язати відразу декілька питань: значно зменшити собівартість кінцевого продукту; підвищити рентабельність, в першу чергу за рахунок витрат на збут та зберігання продукції; зменшити виробничий цикл; підвищити капіталовіддачу; збільшити обсяг виробництва продукції; отримати вихід безпосередньо на кінцевого споживача; залучити нову аудиторію; підвищити якість та оперативність представлення інформації та ін. Протягом найближчих декількох років, скорочення виробництва друкованої продукції буде стримуватись в першу чергу завдяки все ще високим витратами на придбання додаткових електронних засобів візуалізації, окрім того – психологічними бар'єрами та неповною адаптованістю видавців до електронного поширення видань. Ще однією характерною рисою подальшого розвитку стане використання поліграфічними підприємствами аутсорсингових послуг, що відкриває нові можливості по розширенню

власних послуг за рахунок до друкарських та крос-медійних видавничих процесів. Зазначені тенденції нададуть додатковий час видавничо-поліграфічним підприємствам для здійснення запропонованих в роботі заходів. Рекомендована адаптація наблизить до нових умов господарювання.

Висновок. Безперервні, істотні зміни в технологіях, ринках збуту й потребах клієнтів стали звичайним явищем. Компанії, прагнучи вижити й зберегти конкурентоспроможність, вимушені безперервно перебудовувати свою стратегію й тактику розвитку, гнучко й оперативно пристосовуватися до очікуваних зсувів у запитах споживачів. Організація інтернет-видання через реалізацію цілісної системи реінжинірингу бізнес процесів на базі видавничо-поліграфічних підприємств дозволить значно підвищити їх конкурентоспроможність. Орієнтація на конкретного читача дозволить забезпечити якість інформації, своєчасність її надання та гнучкість. Принципово новий медіа-продукт надасть можливість в разі підвищити ефективність використання капіталу друкованих видань, знизивши вартість кінцевого продукту.

Список використаних джерел:

1. Ивина Л.Н., Куклин В.М. Информационная экономика. – Харьков: изд-во Кроссруд, 2005. – 436 с
2. Паринов С.И., Яковлев Т.И. //Экономика 21 века на базе Интернет-технологий. URL: <http://colscy.narod.ru/21vek.htm>
3. Дурняк Б., Штангрет А., Мельников О. Видавничо-поліграфічна галузь України: стан, проблеми, тенденції. Статистично-графічний огляд. Моногр. - Львів: УАД, 2006. - 274 с.
4. Державний комітет статистики України - [Інтернет-ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. В 2013 році кількість Інтернет-користувачів в Україні склала половину населення <http://www.unian.ua/society/846299-v-2013-rotsi-kilkist-internet-koristuvachiv-v-ukrajini-sklala-polovinu-naseleння.html>

E.N. Rybak

REENGINEERING OF ENTERPRISES PUBLISHING AND INDUSTRY IN TERMS OF THE INFORMATION ECONOMY

The paper considers the dynamics of the publishing and printing industry in Ukraine. Determined strong tendency towards a decrease in demand in this market segment . The number of sold copies of books, newspapers and magazines are constantly decreasing, conditional transition readers to information on the Internet. A positive financial performance of these companies is a result of higher prices for the final product.

Over the next few years, reducing the production of printed materials will be constrained by the high costs of purchasing additional electronic means of information visualization. Psychological barriers and incomplete Publishers adapted to electronic distribution of publications. This will provide additional time to adapt business. The author offers in this period create on the basis of publications internet edition. And, reverse engineer key business processes. This will greatly improve the competitiveness . Provide an opportunity to target specific readers. Will ensure the quality of information , efficiency and flexibility of its provision . Reduce the cost of the final product and increase the scope of its implementation.