

УДК: 338

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173805

Ю. О. Морщавка,

директор ТОВ «Творче об'єднання «Соняшник»,
проїзд Стадіонний будинок 2/4, кв. 49, м. Харків, 61091, Україна
e-mail: yuriy.morschavka@gmail.com

СИСТЕМНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДАВНИЧОГО ПРОЦЕСУ

У статті розглядаються питання щодо системної характеристики видавничого процесу у видавничій галузі національної економіки. Досліджено етапи сучасного видавничого процесу у видавничій галузі. Запропоновано застосування системного підходу, який надає можливість здійснювати дослідження процесу управління у видавничій галузі враховуючи не тільки виокремлену індивідуальність будь-якого елементу, а також їх функціонування у взаємозв'язку під впливом макроекономічних та мікроекономічних факторів. Обґрунтовано оптимальне поєднання елементів внутрішнього середовища у видавничому процесі. Сформовані принципи, які забезпечують оптимальне поєднання елементів внутрішнього середовища у видавничому процесі. Визначені функціональні сегменти внутрішнього середовища видавничого процесу. Виокремлено спрямованість аналітично-інформаційного супроводу у видавничому процесі. Розроблено синтезоване обґрунтування потенціалу розвитку видавничої галузі. Запропоновано застосування системи контролю та контролінгу, які забезпечать ефективне управління видавничим процесом. Обґрунтовано, що ефективність видавничого процесу може бути підвищена за рахунок узгодженості парадигми координації та регулювання.

Ключові слова: видавничий процес; видавнича справа; макроекономічне середовище; національна економіка; стратегія; розвиток; видавнича галузь.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У видавничій галузі якість видавничого процесу формується на всіх етапах виробничо-технологічної діяльності пов'язаної з виданням видавничої продукції. Підготовка видавничої продукції до видання не може розглядатися як змодельований процес, який застосовує однотипні правила і прийоми роботи над рукописом відповідного видання. Підготовчий процес будь-якого видання завжди має творчу спрямованість, при цьому має певні взаємопов'язані дії, які забезпечують незмінний порядок видавничої діяльності – прийоми, механізми і методи досягнення необхідних результатів господарювання.

У сучасних умовах не можливо забезпечити стратегію розвитку видавничої галузі національної економіки без дослідження системної характеристики видавничого процесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значимість видавничої галузі у національному макроекономічному середовищі обумовила формування підвищеного інтересу у науковців і практиків до дослідження системи забезпечення стратегії розвитку даного сегменту національної економіки. Питаннями стратегічного розвитку суб'єктів національної економіки, у тому числі видавничої галузі, займалися: Л. А. Швайка, Ю. М. Сафонов, Г. І. Пушак, Я. В. Котляревський, А. П. Міщенко, Р. М. Пушкар, Т. В. Кузнякова та інші.

Постановка завдання. Дослідити та обґрунтувати системну характеристику видавничого процесу у видавничій галузі національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Видавничий або редакційно-видавничий процес – це сукупність послідовних господарських дій, які забезпечують підготовку, створення і випуск у широке коло реципієнтів макроекономічного середовища відповідної видавничої продукції.

Видавничий процес – це багатоступінчатий господарський процес підготовки і випуску видавничої продукції, який передбачає застосування інструменту власності на неї до здачі тиражу в мережу розповсюдження. Основними учасниками видавничого процесу є: автор видання або перекладач, редактор, у тому числі головний, коректор, художній редактор, технічний редактор, верстальник, складач та ін.

Сучасний видавничий процес (рис. 1.) у видавничій галузі поділяється на наступні етапи:

- підготовчий – формування тематичного плану видавничої продукції, горизонтальні мережі відносин, бізнес-план та подання макету авторського оригіналу до видавництва;

- редакційний – отримання відповідним редактором видавництва авторського оригіналу або його макету і до здачі редакційно-видавничого оригіналу або макету до виробництва;

- забезпечуючий – формування необхідно матеріально-технічної бази для видавництва продукції;

- виробничий – отримання редакційно-видавничого оригіналу у виробничому підрозділі видавництва і до виходу видавничої продукції у визначених параметрах;

- заключний – розповсюдження, дистрибуція, продаж та презентація видавничої продукції.

Необхідно відмітити, що авторським оригіналом майбутньої видавничої продукції є запропонована автором або колективом авторів до редакційно-видавничої обробки праця у вигляді творчої, навчальної або

наукової роботи з усіма необхідними компонентами до неї, а саме текстовою частиною, відповідними ілюстраціями, графіками, таблицями, формулами тощо.

Важлива ланка у функціональній структурі видавничого процесу є редактор та автор, які у співпраці створюють видавничу продукцію. В основі їх співпраці знаходиться підписаний контракт, який автор підписує з видавництвом. У контракті відображається: вид, зміст, тематика та проблематика видавничої продукції, алгоритм редакторських правок, художнє оформлення, механізм рецензування, авторські права та винагорода, можливість збільшення тиражу та його перевидання.

Відомо, що будь-яка система складається з трьох взаємопов'язаних елементів: вхід – процес – вихід. У форматі даного дослідження предметної області входи-виходи в систему класифікуються за відповідними ресурсами: матеріальні, фінансові, трудові та інформаційно-аналітичні. Автор видавничої продукції є входом при здійсненні визначених функцій.



Рис. 1. Сучасний видавничий процес

Джерело: розроблено автором.

Сучасний системний підхід орієнтується на процес, в тому числі координації, у вигляді ланцюжка типу: «завдання – процес координації – вирішення завдань. Таким чином, концептуалізація парадигми координації розглядає видавничий процес лише з позиції управління, що реалізує паралельно-последовні ієрархічні та мережні функції самоорганізовано і за допомогою відповідного механізму регулювання.

Застосування системного підходу надає можливість здійснювати дослідження процесу управління у видавничій галузі враховуючи не тільки виокремлену індивідуальність будь-якого елемента, а також їх функціонування у взаємозв'язку під впливом макроекономічних та мікроекономічних факторів.

Досліджуючи категорію «система» та враховуючи інші ознаки, треба відмітити, що базовими аспектами системи є:

- сукупність різних елементів, які є складовими системи;
- взаємозв'язок між визначеними елементами системи;
- наявність головної цілі, яка є початком системи та визначає взаємодію між взаємопов'язаними елементами.

Таким чином, під системою розуміють сукупність взаємопов'язаних будь-яких елементів, яка створена для вирішення визначених завдань та досягнення мети у видавничому процесі.

Необхідно відмітити, що без практичного дослідження внутрішньо системних видавничо-продукуючих ієрархій управління, неможливо сформулювати сучасну концепцію координації за вертикаллю в межах всієї системи видавничого процесу.

Базовою складовою, яка відрізняє видавничу діяльність від інших видів підприємницької діяльності бізнесу є наявність автора видавничої продукції. Видавець створює видавничий продукт, який належить, як правило, автору. Необхідно відзначити, що у контракті між автором та видавництвом обов'язково відображаються взаємовідносини між редактором і автором.

Редактор з моменту укладення контракту є взаємопов'язуючою ланкою між автором і видавництвом. Він є представником автора у видавництві, Через редактора автор отримує відгуки та критичні зауваження щодо авторського видання. Необхідно також зазначити, що редактор формулює проблемні питання, які виникають у процесі створення видавничої продукції та пропонує механізм їх вирішення. Редактори, як правило, контролюють всі етапи редакційно-видавничого процесу у видавничій галузі.

Початком виробничого етапу у видавничій галузі є передача відредагованого матеріалу у виробництво, а завершення – вихід готової видав-

ничої продукції. Етап виробництва має узгоджені взаємопов'язані операції, які здійснюються під контролем редактора, де виокремлюються наступні дії: підготовка видавничого оригіналу та перевірка коректури.

У виробничому процесі управлінський персонал відповідає за оформлення і технічне виготовлення видавничої продукції та координує дії пов'язані з її виходом. Управлінський персонал виробництва відповідає за графік роботи над випуском видавничої продукції, координує окремі етапи виробничого процесу та контролює дотримання технічних стандартів та термінів виконання робіт.

Необхідно також відмітити, що видання видавничої продукції вважається технологічним, якщо весь наклад його можна виготовити за мінімальні витрати.

Заключний етап у видавничому процесі – це реалізація виготовленої видавничої продукції, де головну роль виконують фахівці зі збуту та реклами. Управлінський персонал, який пов'язаний зі збутом видавничої продукції відповідає за структуру збутової політики видавництва та вирішує механізм її збуту. Фахівці зі збуту планують, координують і контролюють дії видавництва на ринку видавничої продукції, узагальнюють аналітичну інформацію щодо продукції, яка користується попитом на ринку.

У видавничій галузі, маркетинговий бюджет складається виходячи з очікуваного обсягу реалізації готової продукції. План маркетингу є суттєвою часткою у бізнес-плані координації всієї системи, яка здійснює видавничий процес.

Надійну основу всіх процесів у видавничій галузі забезпечує управлінський персонал. Управлінський персонал повинен розбиратися в техніці редагування, мати уявлення про дизайн видавничої продукції, знати процедури поліграфії тощо. Також він повинен прогнозувати стратегію розвитку видавництва, ефективно оцінювати конкурентоспроможність видавничої продукції, діагностувати та досліджувати фактори впливу на всі етапи, які пов'язані з видавничим процесом.

Управлінський персонал зобов'язаний доступно та неупереджено формулювати базові цілі працівникам, які задіяні у видавничому процесі, виокремлювати особливості особистості й адекватно їх оцінювати, підтримувати необхідний морально-психологічний клімат, знімати стреси, згладжувати конфліктні ситуації, які притаманні господарській діяльності.

Функціонування системи у видавничій галузі передбачає дотримання встановлених принципів узгодженості цілей, відповідного

взаємозв'язку, рівномірного розвитку сегментних складових з прагненням до синергетичного ефекту.

Доцільність використання системного підходу має наступні аспекти:

- організація системи видавничого процесу є досить складним та непередбачуваним процесом;

- основна увага зосереджується на механізмі реалізації видавничого процесу;

- системний підхід дозволяє ефективно використовувати інноваційні здобутки для досягнення цілей видавничого процесу.

Тому, використовуючи системний підхід у видавничій галузі, необхідно розглядати видавничий процес як особливу систему, яка складається з ряду взаємопов'язаних сегментів і має внутрішнє та зовнішнє середовище, на яку впливають відповідні фактори мікро- та макроекономічного простору.

Оптимальне поєднання елементів внутрішнього середовища у видавничому процесі означає:

- видавнича діяльність забезпечена всіма необхідними матеріальними, фінансовими та трудовими ресурсами;

- на належному рівні проведена організація технологічного циклу;

- організаційна структура відповідає загально визнаним функціям управління, що дозволить забезпечити пріоритетний вплив на негативні прояви у видавничому процесі;

- діяльність управлінського персоналу щодо підвищення ефективності видавничого процесу виходить з принципу постійного удосконалення форм, механізмів і методів оперативного та тактичного управління;

- можливість своєчасного отримання інформаційної аналітики щодо ходу видавничого процесу;

- зважену кадрову політику, систему оплати праці та її мотивування, а також управління персоналом відповідає встановленим завданням, необхідним для досягнення запланованих цілей;

- визначено і контролюється вплив об'єктивних та суб'єктивних факторів на видавничий процес.

Треба констатувати, що оптимальне поєднання елементів внутрішнього середовища у видавничому процесі базується на наступних принципах:

- системності та рівноважності предметної області координації;

- цілісності та синергії;

- стабільності, визначеності та прогнозованості;

- варіативності та об'єктивності;

– безконфліктності цілей синтезованих систем.

Внутрішнє середовище видавничого процесу може бути представлено наступними функціональними сегментами:

- забезпечення персоналом;
- фінансові ресурси;
- забезпечення необоротними та оборотними активами;
- виробнича складова;
- збутова складова.

Суттєвим аспектом забезпечення обґрунтованості ефективних управлінських рішень у видавничому процесі виступає склад, об'єм, якість, зміст, а також актуальність аналітично-інформаційних ресурсів.

Ефективне аналітично-інформаційне забезпечення створює базис для реалізації функцій управління у видавничому процесі.

Аналітично-інформаційний супровід у видавничому процесі має наступну спрямованість:

- за функціями управління – економічна, фінансова, організаційна, технічна, технологічна, екологічна, соціальна;
- за ступенем переробки – первинна та похідна;
- за формою передачі – візуальна, аудіовізуальна;
- за часом отримання – постійна і дискретна;
- за ступенем упередженості – упереджена або неупереджена;
- за достовірністю – корисна, надлишкова або помилкова.

Базові принципи аналітично-інформаційного забезпечення видавничого процесу: структурованість, якість, системність, своєчасність, гнучкість, інтеграційна обробка, методична єдність, оперативність та ін.

У національному макроекономічному середовищі суб'єкти видавничої галузі застосовують індивідуальну модель системи управління видавничим процесом, де виокремлюють і комбінують сучасні інноваційні підходи до управління.

У видавничій галузі національного макроекономічного середовища застосовуються певні моделі та функції управління видавничим процесом. Управління процесом у складних інтегрованих системах має відповідний алгоритм реалізації, в основні якого знаходяться відповідні компоненти, які взаємодіють у логічній послідовності:

- планування, прогнозування та програмування;
- економічний аналіз та оцінювання;
- система організації;
- обліковий процес;

- система координування та регулювання;
- моніторинг, діагностика та контролінг;
- стимулювання та мотивація.

Основні джерела потенційної спроможності внутрішнього середовища у видавничому процесі:

- масштаби концентрації операційної діяльності за основними видами видавничої продукції;
- орієнтири якісного спрямування споживчих характеристик видавничої продукції;
- розвиток вертикальної спрямованості видавничих процесів, за якою здійснюється ряд послідовних операцій;
- розвиток горизонтальної спрямованості видавничих процесів, які забезпечують отримання проміжних результатів з метою їх поєднання у загальний галузевий результат;
- діджиталізація видавничого процесу;
- диверсифікація видавничого процесу за рахунок перерозподілу і зниження відповідних ризиків.

Зовнішнє середовище видавничого процесу при переході до системної організації координації може бути представлено наступними функціональними сегментами:

- нормативно-правова – видавничі процеси здійснюються в певних юридичних рамках та інституційно регулюються;
- ресурсна – вміння розрахувати потреби в ресурсах, їх наявність і можливості щодо раціонального використання багато в чому визначає рентабельність видавничих процесів;
- технологічна – динаміка попиту та пропозиції на ринку видавничої продукції, ресурси, фінанси впливає на темпи інноваційно-інвестиційної спрямованості видавничих процесів;
- соціально – збільшення численності населення та його освіченості, історія та культура визначають структуру і характер потенційного ринку видавничої продукції;
- економічна – видавничі процеси завжди знаходяться у конкретному зв'язку з рівнем зайнятості населення, безробіттям, платіжним балансом, темпами економічного зростання, інфляцією та ін.;
- екологічна – видавнича продукція повинна відповідати екологічним нормам та забезпечувати спрямованість на захист навколишнього природного середовища.

Зовнішнє середовище видавничих процесів включає наступні системні компоненти:

– макросередовище – політичний стан, військові дії, окупація частини території, фінансово-економічний стан у країні та ін.;

– інфраструктура ринку – логістичні центри, торгівельні організації та ін. ;

– мікросередовище – власники суб'єкта видавничої галузі, авторський колектив, інвестори, контрагенти-постачальники та контрагенти-покупці, споживачі, конкуренти, контактні аудиторії, посередники, державні інституції та ін.

Таким чином, зовнішнє середовище розглядається як сукупність визначених елементів, які впливають на систему управління видавничими процесами.

Необхідно відмітити, що управління видавничими процесами в умовах ринкової економіки будується на наступних постулатах:

– обов'язкове використання сучасної аналітично-інформаційної бази, яка надає актуальні відомості про вподобання споживачів, авторів, попит та пропозиції на ринку видавничої продукції;

– орієнтація платоспроможний попит на ринку видавничої продукції;

– коригування цілей і завдань видавничого процесу в залежності від стану ринку видавничої продукції;

– економічна ефективність видавничих процесів постійно повинна динамічно зростати.

Теоретичні аспекти внутрішньогалузевого системного дослідження показують, що формалізовані та структуровані питання удосконалення видавничих процесів повинні бути приведені до виду, коли вони забезпечують стратегічний розвиток видавничої галузі національної економіки. Синтезоване обґрунтування потенціалу розвитку видавничої галузі сформовано на рис. 2.

В умовах сьогоденних трансформаційних перетворень достатньо висока ймовірність появи зовнішніх загроз для розвитку видавничої галузі та її сегментних складових, тому при обґрунтуванні потенціалу розвитку видавничої галузі як ідеологічну основу її функціонування пропонується визначити інформаційну та соціально-економічну безпеку.

При формуванні стратегії визначаються довгострокові і короткострокові цілі, які можуть бути загальними та індивідуальними. Стратегічні орієнтири видавничої галузі повинні в першу чергу визначати напрям бізнес-процесів, виокремлювати пріоритетні завдання, концентрувати зусилля у відповідних секторах видавничих процесів.

Ефективне функціонування та розвиток видавничої галузі потребує чіткого планування видавничих процесів для забезпечення досягнення визначених цілей та виокремлених завдань, незважаючи на діючі ринкові механізми та вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Науковцями було розроблено цілий ряд методичних прийомів планування, які успішно пройшли апробацію й використовуються у суб'єктивному макроекономічному середовищі країни промислових підприємств. Однак існуючі методи планування постійно змінюються під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища [1].

Планування як найважливіша функція управління відповідно до цілей поділяється на стратегічне – довготривалий період, та оперативне – на поточний період.



Рис. 2. Синтезоване обґрунтування потенціалу розвитку видавничої галузі

Джерело: розроблено автором.

Необхідно зазначити, що серед чинників, які мають суттєвий вплив на формування концепції управління видавничим процесом, треба відмітити наступні:

- людський потенціал;
- мотивація;
- організація управління персоналом.

Функції управління персоналом у видавничій галузі в залежності від впливу зовнішнього середовища та потреб господарської діяльності можуть змінюватися у досить широкому діапазоні. Відповідно трансформуються організаційна структура видавничого процесу, змінюються чисельність і функціональні обов'язки персоналу у суб'єктів видавничої галузі.

З метою ефективного управління видавничими процесом, перед управлінським персоналом постають питання вирішення яких забезпечить максимізацію результатів діяльності суб'єктів господарювання. Основні питання – це забезпечення надходження обліково-аналітичної інформації, яка відображає реальний стан видавничих процесів та результати діяльності; система подачі інформації та своєчасне надходження. Наявність сучасного обліково-аналітичного інструментарію управління, оперативність виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення та обробки даних, їх значимість й актуальність дозволяють в повній мірі виконувати всі функції управління, у тому числі приймати ефективні управлінські рішення і вчасно реагувати на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища [2].

Одним із шляхів ефективного управління видавничими процесами є застосування системи контролю та контролінгу.

Контроль виступає суттєвим елементом зворотного зв'язку та формує систему спостереження й перевірки за ходом видавничого процесу, дозволяє виявити відхилень від завданих параметрів та усунути можливі порушення.

Незалежно від форми контроль видавничого процесу має наступні види:

- попередній, який здійснюється у формі встановлених процедур, правил і застосовується по відношенню до трудових ресурс, необоротних і оборотних активів;
- поточний, здійснюваний в ході виконання певних робіт видавничого процесу;
- заключний, який проводиться після завершення видавничого процесу та отримання відповідних результатів господарювання.

Контроль видавничих процесів проводиться за наступними етапами:

- визначення стандартів та параметрів;

– дослідження результатів і порівняння показників функціонування із заданими стандартами, визначення масштабу відхилення у видавничому процесі;

– прийняття рішення про заміну невдало обраних стандартів, втручання в процес виробництва з метою поліпшення тощо.

Контроль є процесом безперервним, який здійснюється від початку до завершення управлінського рішення – це його особливість. Основний зміст контролю полягає, по-перше, в попередженні незаконних та неефективних, з точки зору інтересів суспільства, господарських операцій на початковій стадії прийняття управлінського рішення; по-друге, у виявленні порушень нормального ходу господарської діяльності та встановленні їх причин; по-третє, в узагальненні передового досвіду господарської діяльності у національному макроекономічному середовищі [1].

Система контролінгу є сучасним інструментом управління, у тому числі у видавничій галузі. Контролінг видавничих процесів – це концепція отримання інформації з метою управління видавничими процесами, за допомогою якого забезпечується отримання позитивних результатів.

Методологічна основа контролінгу видавничого процесу: визначення та формування мети; декомпозицію та формалізацію завдань через систему відповідних показників; визначення об'єкта; комплексне планування заходів для вирішення завдань; реалізація планових заходів; економічний контроль фактичних значень показників; аналіз та аналітична оцінка відхилень; прийняття ефективних управлінських рішень [1].

Органічне поєднання управлінської складової у контролінгу у видавничій галузі проявляється в тому, що у контролінгу приймає участь значна кількість зацікавлених осіб у межах своєї компетенції та повноважень, які регламентуються.

Контроль, як елемент контролінгу, є сегментною складовою системи управління, забезпечує відповідність функціонування керованого об'єкта прийнятим оперативним, тактичним або стратегічним управлінським рішенням, та спрямований на розв'язання поставлених завдань або перевірку виконання господарських рішень з метою визначення їх достовірності, законності, обґрунтованості, фінансової доцільності та необхідності.

Структура видавничого процесу залежить від типу видавництва – універсальне або спеціалізоване. Видавництва першого типу спрямова-

ні на різні групи контрагентів-покупців та споживачів, мають розгалужену організаційно-адміністративну структуру, складні і різноманітні зв'язки на ринку збуту. Видавництва другого типу спрямовані на певні вікові групи або неоднорідні цільові групи, які визначаються за потребами, релігійними, національними або культурними аспектами тощо.

Таким чином, основою будь-якої концепції є принципи, склад яких у теорії і практиці управління достатньо великий. Обґрунтування конкретної парадигми як сучасного наукового напряму координації в умовах глобалізації, європейської інтеграції, транзитивності та інших тенденцій, які впливають на стратегічний розвиток видавничої галузі потребує застосування парадигми координації та регулювання видавничого процесу у видавничій галузі.

Основоположними принципами парадигми координації та регулювання є:

- каскадування інституційної регуляції в управлінні за рівнями вертикальної ієрархії і виконуваних функцій горизонтальної мережі;
- інволюція як безперервне спрощення відносин, мережевий структуризації і функціональних процедур регулювання в процесі впровадження конкретної парадигми;
- необхідність постійного реінжинірингу з урахуванням самоорганізації і централізації організаційних форм координації та регулювання;
- горизонтальна структура координації, яка слідує за відносинами в системі управління.

Висновки та пропозиції. Таким чином, дослідження генезису парадигм та теорії управління дозволило визначити, що видавничий процес – це сукупність взаємопов'язаних послідовних дій спрямованих на підготовку і розповсюдження видавничої продукції. Видавничий процес здійснюється з метою отримання соціально-економічного ефекту. Мережева горизонтальність процесів структуризації і рівноправність відносин вимагають спільних зусиль у забезпеченні стратегії розвитку видавничої галузі національної економіки. Ефективність видавничого процесу може бути підвищена за рахунок узгодженості парадигми координації та регулювання. Також необхідно відмітити, що видавнича продукція має наукову, пізнавальну, навчальну, духовну, інформаційну та іншу орієнтаційну спрямованість для розвитку національного та міжнародного суспільства.

Застосування системного підходу надає можливість здійснювати дослідження процесу управління у видавничій галузі враховуючи не тільки виокремлену індивідуальність будь-якого елемента, а також їх

функціонування у взаємозв'язку під впливом макроекономічних та мікроекономічних факторів.

Список використаної літератури

1. Борщ В. І. Інтелектуалізація трудової діяльності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2018. Вип. 33. С. 85-88. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-33-16>
2. Інноваційна економіка : теоретичні та практичні аспекти. Монографія / за ред. д.е.н., доц. С. І. Масленнікова. Вип. 1. Херсон : Гринь Д.С., 2016. 854 с.
3. Побережець О. В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства : монографія. Херсон : Видавництво : Гринь Д.С., 2016. 500 с.

Стаття надійшла 07.06.2019 р.

Ю. А. Морщавка,

директор ООО «Творческое объединение «Соляшник»,
проезд Стадионный, дом 2/4, кв. 49, г. Харьков, 61091, Украина
e-mail: yuriy.morschavka@gmail.com

СИСТЕМНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРОЦЕССА

В статье рассматриваются вопросы системной характеристики издательского процесса в отрасли национальной экономики. Исследованы этапы современного издательского процесса. Предложено применение системного подхода, который дает возможность проводить исследования процесса управления в издательской отрасли учитывая не только выделенную индивидуальность любого элемента, а также их функционирования во взаимосвязи под влиянием макроэкономических и микроэкономических факторов. Обоснованно оптимальное сочетание элементов внутренней среды в издательском процессе. Сформированы принципы, которые обеспечивают оптимальное сочетание элементов внутренней среды в издательском процессе. Определены функциональные сегменты внутренней среды издательского процесса. Выделена направленность аналитически-информационного сопровождения в издательском процессе. Разработано синтезированное обоснование потенциала развития издательской отрасли. Предложено применение системы контроля и контроллинга, которые обеспечат эффективное управление издательским процессом. Обосновано, что эффективность издательского процесса может быть повышена за счет согласованности парадигмы координации и регулирования.

Ключевые слова: издательский процесс; издательское дело; макроэкономическая среда; национальная экономика; стратегия; развитие; издательская отрасль.

Yu. O. Morshchavka,

Director of the Creative Union «Sunflower» Ltd.

travel stadium building 2/4, sq. m. 49, Kharkov, 61091, Ukraine

e-mail: yuriy.morschavka@gmail.com

SYSTEM CHARACTERISTICS OF THE PUBLISHING PROCESS

The article deals with the systemic characteristics of the publishing process in the publishing industry of the national economy. The stages of the modern publishing process in the publishing industry are explored. The application of the system approach, which provides an opportunity to carry out research of the management process in the publishing industry, is considered, taking into account not only the individual individuality of any element, but also their functioning in the interconnection under the influence of macroeconomic and microeconomic factors. The optimal combination of elements of the internal environment in the publishing process is substantiated. Formulated principles that provide the optimal combination of elements of the internal environment in the publishing process. The functional segments of the internal environment of the publishing process are determined. The direction of analytical and informational support in the publishing process is singled out. The synthesized substantiation of the development potential of the publishing industry is developed. It is substantiated that the efficiency of the publishing process can be increased due to the coordination of the coordination and regulation paradigm.

The methodological basis of the paper is the complex of methods, including methods of scientific cognition, analysis and synthesis, systematization and scientific abstraction. The information basis of the conducted researches is the scientific work of domestic and foreign scientists in the field of realization of market strategies in the subjects of the national economy.

The conceptual approaches to the development of a program for the implementation of strategic goals in the food industry are formed. The proposed approach provides an opportunity to explore the process of developing a program for the implementation of strategic goals in the food industry, taking into account the provision of a system that includes principles, criteria, parameters, constraints and appropriate direction, factors of influence and their coherence, which will allow to identify alternative ways to achieve strategic goals and form methodological and resource support for the purpose of obtaining effective results subject to specified parameters.

Practical importance of the application of control and controlling system, which will ensure effective management of the publishing process, is proposed.

Key words: publishing process; publishing; macroeconomic environment; national economy; strategy; development; publishing industry.

References

1. Borshch, V. I. (2019). Intelektualizatsiia trudovoi diialnosti [Intellectualization of labour activity]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky» – Scientific journal of Kherson State University. Series Economic Sciences*. Issue 33. Pp. 85-88. [in Ukrainian].
2. Maslennikov, Ye. I. (2016). Innovatsiina ekonomika : teoretychni ta praktychni aspekty [Innovation economy : theoretical and practical bases]. Kherson : Hryn D. S. [in Ukrainian].
3. Poberezhets, O. V. (2016). Teoretyko-metodolohichni ta praktychni zasady doslidzhennia systemy upravlinnia rezultatamy diialnosti promyslovoho pidpriemstva : Monohrafiia [Theoretical-methodological and practical principles of the research of the system of management of the results of activity of an industrial enterprise]. Kherson : Hryn D. S. [in Ukrainian].