

П. П. Лазановський, О. М. Гіряк

Проблеми управління видавничою діяльністю на регіональному рівні

Підкреслено особливості видавничої діяльності (видавничої справи) та її значення в житті суспільства і держави. Наголошено на необхідності виділення видавничої діяльності в окремий блок у складі видавничої справи та розроблення самостійних заходів з управління нею. Проаналізовано результати видавничої діяльності за три роки в розрізі окремих областей України. Встановлено, що на сьогодні в усіх областях має місце значне зниження щорічних темпів видавничої діяльності як за кількістю назв, так і за їх тиражами. Наголошено на необхідності удосконалення управління видавничою діяльністю на основі висновків з аналізу. Проведено дослідження сучасного стану системи управління видавничою діяльністю на рівні регіону. Вказано на деякі недоліки наявних програм і планів управління видавничою справою на рівні областей і міст. Підкреслено доцільність розроблення заходів для вдосконалення управління в блоці «авторське середовище-видавництво (видавнича організація)». Запропоновано основні напрями вдосконалення управління видавничою діяльністю на регіональному рівні. Визначено, що перспективою подальших розвідок у досліджуваному напрямі є вибудовування ефективної системи регіонального управління видавничою справою загалом.

Ключові слова: видавнича діяльність, видавнича справа, регіон, видавнича продукція, аналіз, управління.

Кожна сфера діяльності вимагає якісного управління на всіх рівнях – від певного підприємства (організації) до місцевого (регіонального) та аж до загальнодержавного. Чим вищий цей управлінський рівень, тим більше в ньому зв'язків, взаємозалежностей і тим більше завдань і проблем він ставить перед менеджерами. Не є винятком тут і видавнича діяльність, яка на регіональному рівні має організаційно-творчий, виробничо-технічний, соціально-економічний вимір. Поєднання складових видавничої діяльності в єдине ціле вимагає розгляду її як системи та застосування для її функціонування відповідних методів управління.

Особливої актуальності завдання управління видавничою діяльністю набули сьогодні, за умови економічної кризи, появи на інформаційному ринку конкурентних до видавничої продукції засобів комунікації, наприклад, інтернет-мережі тощо. Однією з проблем, яка вимагає вивчення в цьому контексті, на думку авторів, є те, що управління видавничою діяльністю здебільшого розглядається фахівцями, керівниками і науковцями як управління видавничою справою загалом. Хоча ці категорії за своєю суттю дещо різні, про що йтиметься далі.

З огляду на особливу роль видавничої діяльності (справи) в житті суспільства й держави, на своєрідну організаційну складність видавничих процесів, до неї завжди виявляли й виявляють інтерес зарубіжні та вітчизняні науковці та практики, серед яких З. Адамський [1], В. Базиліук [2], Г. Бем [3], С. Буряк [4], Г. Гордон [5], Н. Музиченко [7], А. Мураховський [8], Л. Назарова [9], Дж. Пікок [10] та багато інших. При цьому саме проблемам управління видавничою діяльністю як загалом, так і на регіональному рівні присвячено небагато праць, які здебільшого розглядають питання статистично-аналітичного характеру їх результатів.

Таким чином, наявність невирішених завдань у сучасній видавничій діяльності як і у видавничій справі загалом, на регіональному рівні, зокрема, у питаннях управління, а також певна неточність у методологічних підходах спеціалістів у їх дослідженні стали мотивом статті.

Таблиця 1

Аналіз випуску неперіодичних видань за регіональною ознакою

Місце видання (республіка, область, місто)	2013 р.			2014 р.			2015 р.					
	к-сть видань , друк. од.	річний тираж, тис. прим	к-сть видань у % до 2013 р	к-сть видань у % до 2013 р	к-сть видань у % до 2013 р	річний тираж		к-сть видань		річний тираж		
						тис. прим	у % до 2013 р	друк. од.	у % до 2014 р	у % до 2013 р	тис. прим	у % до 2014 р
I	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Усього, у т. ч.:	26323	69575,7	2204 4	83,7	55312,0	79,5	1995 8	20,5	75,8	36409,8	65,8	52,3
АРК	598	383,5	229	38,3	104,2	27,2	—	—	—	—	—	—
Вінницька	527	236,4	352	66,8	128,8	54,4	397	112,8	75,3	140,9	109,4	59,6
Волинська	317	721,3	257	81,1	237,2	32,9	215	83,7	67,8	126,8	53,5	17,6
Дніпропетровська (Дніпровська)	805	458,8	804	99,9	402,6	87,8	738	91,8	91,7	275,7	68,5	60,1
Донецька	1729	3196,8	1098	63,6	2760,1	86,3	297	27,0	13,0	737,8	26,7	23,1
Житомирська	184	75,2	149	81,0	58,3	77,5	225	151,0	122,3	90,7	155,6	120,6
Закарпатська	163	68,5	229	140,5	160,4	234,2	197	86,0	120,9	97,8	61,0	89,1
Запорізька	322	224,6	385	119,6	122,7	54,6	328	85,2	101,9	208,5	170,0	75,7
Івано-Франківська	234	134,5	224	95,7	134,7	100,1	273	121,9	116,7	166,2	123,4	123,6
Київська	123	65,8	105	85,4	56,1	85,3	93	88,6	75,6	229,8	409,6	349,2
Кіровоградська (Кропивницька)	188	113,2	185	98,4	65,0	57,4	174	94,1	92,6	56,8	87,4	50,2
Луганська	366	137,1	281	76,8	101,1	73,7	23	8,2	6,3	7,8	7,7	5,7
Львівська	1502	1269,3	1360	90,5	1175,4	92,6	1389	102,1	92,5	1161,3	98,8	91,5
Миколаївська	237	67,9	193	81,4	69,3	102,1	162	83,9	68,4	42,0	60,6	61,9
Одеська	719	487,2	686	95,4	234,4	48,1	804	117,2	111,8	261,2	111,4	53,6
Полтавська	298	92,3	246	82,6	79,6	86,2	261	106,1	87,6	63,0	79,1	68,3
Рівненська	201	72,2	206	102,5	113,6	157,3	213	103,4	16,0	104,3	91,8	144,5
Сумська	511	346,6	487	95,3	525,6	151,6	503	103,3	98,4	458,9	87,3	132,4
Тернопільська	1023	2660,4	963	94,1	3987,1	149,9	731	75,9	71,5	1571,0	39,4	59,1
Харківська	6674	27803,1	5408	81,0	23525,7	84,6	4730	87,5	70,9	15290,5	65,0	55,0
Херсонська	267	77,7	290	108,6	80,8	104,0	226	77,9	84,6	63,6	78,7	81,9
Хмельницька	405	313,6	444	109,6	308,6	98,4	449	101,1	110,9	293,0	94,9	93,4
Черкаська	460	193,9	469	102,0	225,9	116,5	340	72,5	73,9	147,9	65,5	76,3
Чернівецька	367	143,3	328	89,4	148,0	103,3	367	111,9	100,0	162,9	110,1	113,7
Чернігівська	318	200,6	266	83,6	340,9	169,9	271	101,9	85,2	241,4	70,8	120,3
м. Київ	7653	29974,4	6381	83,4	20149,9	67,2	6552	102,7	85,6	14410,0	71,5	48,1
м. Севастополь	132	57,5	19	14,4	16,0	27,8	—	—	—	—	—	—

Проналізовано авторами за даними [4; 8].

Метою статті є оцінка нинішньої системи управління видавничою діяльністю на регіональному рівні, аналіз результатів і вироблення комплексу заходів, спрямованих на її вдосконалення.

Актуальність і необхідність вжиття заходів стосовно наявної нині системи управління цим видом діяльності обґрунтована передусім погіршенням у останні роки її результатів на регіональному (обласному) рівні (табл. 1). Аналіз видавничої діяльності за кількістю назв видань показав, що порівняно з 2013 р. у 2014 р. лише 6 (22,2%), а в 2015 р. – 7 (25,9%) областей і міст України з 27 досягли зростання цього показника. Аналіз видавничої діяльності за регіональною ознакою щодо тиражів видань засвідчив, що в 2014 р. лише 10 (37,0%), а в 2015 р. лише 7 (25,9%) областей і міст України, порівняно з 2013 р., збільшили тиражі видань. Більшість областей і міст забезпечили часткове, тобто не щорічне, зростання обох аналізованих показників або лише одного з них у 2013-2015 рр., а от повне зростання цих показників не було характерним для жодного з регіонів України.

У загальному підсумку результати видавничої діяльності в Україні в 2014 р., порівняно з 2013 р., за кількістю видань зменшилися на 16,3%, а їх тиражі на 20,5%; у 2015 р., порівняно з тим же періодом, зменшення становило: за назвами видань – 24,2%, за тиражем – 17,3%. Така ж тенденція характерна й для випуску періодичних і продовжуваних видань (крім газет): так, наприклад, у 2015 р., порівняно з 2014 р., загалом по Україні за кількістю назв видань зменшення становило 10%, а за тиражем – 64,6% [7, с. 6]. Газетна продукція також характеризується спадом як за кількістю її назв, так і за річним тиражем.

В аналізі видавничої діяльності важливим є такий показник як середній тираж однієї назви видання, який вказує на зміни у читацькому попиті населення. Виходячи з даних табл. 1, цей показник загалом по Україні в 2013 р. становив 643,2 примірника, у 2014 р. – 2509,2 примірника (на 5,1% менше, порівняно з 2013 р.) і в 2015 р. – 1824,3 примірника, що на 31% менше, ніж у 2013 р. та на 27,3% менше, ніж у 2014 р.

Отже, зважаючи на все сказане, очевидним є те, що в останні роки у видавничій діяльності з'явилися негативні тенденції в її результатах на регіональному рівні, що є наслідком, у тому числі, й недоліків в управлінні нею. Управління видавничою діяльністю в регіоні майже цілком відтворює управління на загальнодержавному рівні, бо охоплює, по суті, одні і ті ж елементи: авторське середовище, видавництва, видавничі організації.

Основними проблемами управління видавничою діяльністю на регіональному рівні, на думку авторів, є:

- відсутність адаптації законодавчих актів, які регулюють видавничу діяльність на державному рівні до умов регіону (наприклад, області чи областей) в контексті оподаткування, ціноутворення тощо;
- віднесення видавничої діяльності здебільшого до числа тих сфер, які не здійснюють особливого впливу на економіку регіону, а тому й не перебувають у центрі уваги відповідних регіональних органів управління нею;
- недостатнє фінансування видавничої діяльності на регіональному рівні;
- роздержавлення видавничих структур, які перебували у комунальній власності, що в багатьох випадках веде до припинення їх діяльності та неможливості формувати видавничу тематичну політику на рівні регіону, хоча б у частині соціально значущих видань;
- низький рівень використання в управлінні видавничою діяльністю на регіональному рівні досвіду інших держав;

- недостатнє вивчення читацьких смаків населення регіону як з боку відповідних органів місцевого самоврядування, так і з боку приватних видавництв та їх об'єднань, що створює певний «хаос» на ринку видавничої продукції з надлишком одних її найменувань і дефіцитом інших;
- недостатня увага приділяється періодичним виданням, особливо газетам районного та обласного статусу, відомчим виданням з точки зору якості змісту, періодичності виходу;
- неналежне забезпечення кадрами, особливо приватних видавничих структур, які часто залучають до роботи над виданнями працівників без професійної освіти задля економії витрат на їх оплату праці;
- відсутність якісних стандартів з видавничої справи, що веде до появи на ринку видань з порушеними нормами їх підготовки (формату, кеглів і гарнітури шрифтів, способу скріплення, використання неякісних поліграфічних матеріалів) та ін.

Відповідно до Закону України «Про видавничу справу», видавнича діяльність – це організаційно-творча, господарсько-виробнича діяльність видавців, спрямована на підготовку і випуск у світ видавничої продукції [6, с. 1172].

Видавнича діяльність – це один з елементів видавничої справи, яка на законодавчому рівні визначена таким чином: «видавнича справа — провадження або поєднання суб'єктами господарювання таких видів діяльності: видавнича діяльність, виготовлення видавничої продукції, розповсюдження видавничої продукції» [6, с. 1172].

Враховуючи це, не можна ототожнювати управління видавничою діяльністю з управлінням видавничою справою в регіоні загалом, як це інколи роблять деякі автори публікацій [2]. Хоча до певної міри їх можна зрозуміти, бо головним суб'єктом видавничої справи і видавничої діяльності є видавництво чи видавнича організація. Їх об'єктом також є один і той же продукт – видавнича продукція державних стандартів. Видавництво відіграє головну роль у всьому ланцюгу виробничо-технологічного процесу створення й реалізації видавничої продукції. Об'єктом видавничої продукції є її оригінал-макет, який набуває матеріалізованої форми на поліграфічному підприємстві і далі через розповсюджувачів потрапляє до споживача. На всьому цьому шляху постійно задіяне видавництво – воно слідкує за виготовленням продукції в друкарні, отримує тираж замовлень, відправляє його розповсюджувачам, отримує кошти від реалізації, постійно вивчає попит споживачів з використанням засобів маркетингу. Тому цілком відмежовувати процес управління видавничою діяльністю від управління видавничою справою загалом не логічно, та й не можливо. Але розробляти шляхи удосконалення управління цими процесами необхідно, на нашу думку, з врахуванням їх масштабів, тобто в межах кожного з них.

На регіональному (обласному) рівні управління видавничою справою покладене на департаменти (управління) обласних державних адміністрацій, а також постійні комісії обласних рад, які й розробляють відповідні програми, планують заходи щодо розвитку цієї сфери діяльності на певні часові періоди. На міському рівні цю ділянку роботи ведуть відповідні департаменти (управління) міських рад. При цьому треба зазначити, що управлінські функції, які виконують департаменти обласних державних адміністрацій, відрізняються за кількістю і якістю, що, напевне, впливає навіть і на самі їх назви, які дещо відмінні в областях, серед яких, зокрема, наприклад є такі: департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю, управління у справах преси та інформації, департамент внутрішньої та інформаційної політики, управління

інформаційної діяльності, управління культури та зв'язків з громадськістю та інші. Цими структурними підрозділами ОДА реалізуються завдання щодо розвитку видавничої справи у їхньому регіоні шляхом розроблення певних програм (наприклад, у Кіровоградській (Кропивницькій) ОДА затверджена обласна програма розвитку книговидання та книгорозповсюдження на 2016-2020 рр.), формуються переліки книжкових видань, що матимуть бюджетне фінансування, розробляється механізм визначення порядку відбору до друку книжкових видань залежно від їх пріоритетності й цінності, проведення презентацій книг, книжкових ярмарків-виставок, конкурсів, а також книгодрукування та книгорозповсюдження. Такі заходи, без сумніву, є потрібними та по-своєму спрямовані на підвищення ефективності управління видавничою справою в регіоні, але, на думку авторів, важливо чіткіше окремо акцентувати увагу на заходах у розрізі кожної її складової: видавничої діяльності, виготовленні видавничої продукції на поліграфічних підприємствах та її розповсюдженні (торгівлі).

Таким чином, розглядаючи видавничу діяльність як поєднання двох основних елементів – авторського середовища та видавництва (видавничих організацій), – пропонуємо такі основні шляхи вдосконалення управління нею на регіональному рівні:

- у регіональних програмах розвитку видавничої діяльності передбачати заходи тісної співпраці регіональних інститутів з авторським середовищем через обласні спілки письменників і спілки журналістів для забезпечення видавців якісними авторськими оригіналами;
- відбір авторських оригіналів, для яких передбачається бюджетне фінансування, здійснювати лише на конкурсних засадах;
- проводити регулярний моніторинг книжкового ринку на предмет виявлення читацьких смаків і формування стосовно них видавничих портфелів з найбільш актуальних видань, залучаючи в подальшому до їх написання найбільш здібних авторів;
- запровадити стандарти на видавничу продукцію, які б відповідали міжнародним нормам;
- серед книжкових видань особливу увагу приділяти управлінню потоком соціально-значущих видань (підручників для шкіл, видань інклюзивної освіти, дитячої літератури), виділяючи для них кошти та визначаючи для їх розроблення талановитих авторів, педагогів;
- виробити чіткі вимоги щодо змістового наповнення газетно-журнальної продукції регіону, висуваючи їх перед газетно-журнальними видавництвами та журналістами;
- розробити механізми підтримки відомчих видавництв (при університетах, інститутах) для видання наукових праць, що можуть мати чимале значення для розвитку регіону чи держави;
- сприяти підготовці редакційно-видавничих працівників різного рівня кваліфікації;
- за можливості зберігати комунальну форму власності для видавництв і видавничих організацій у регіоні та стимулювати їх діяльність фінансовою підтримкою;
- удосконалювати взаємовідносини видавництв з поліграфічними підприємствами та книготорговельними організаціями регіону;
- залучати спонсорські кошти для успішного розвитку видавничої діяльності в регіоні;

- створювати видавничо-поліграфічні кластери для підвищення рівня самоуправління видавничою діяльністю в регіоні;
- для удосконалення управління видавничою діяльністю запроваджувати досвід інших країн;
- вносити за потреби зміни до законодавчих актів, які регулюють видавничу діяльність у державі, та адаптовувати їх до регіонального рівня;
- усі заходи з удосконалення управління видавничою діяльністю в регіоні розробляти відповідно до основних положень законодавчих актів;
- інші шляхи.

Таким чином, для успішного функціонування видавничої діяльності в регіоні має бути розроблений чіткий механізм управління нею на рівні обласних, міських, районних органів влади. Оскільки видавнича діяльність спрямована не стільки на створення прибутку, а більше як для соціально-культурного, наукового розвитку регіону, то й управління нею має відбуватися в дещо відмінний спосіб від інших сфер діяльності, ґрунтуючись на максимальній державній підтримці. Удосконалення ж управління нею має відбуватися за тими напрямками взаємовідносин, які характерні для блоку «автор-видавництво (видавнича організація)», але з врахуванням стану всіх інших елементів видавничої справи у регіоні загалом.

Перспективи подальших розвідок у досліджуваній проблемі стосуються якраз вибудовування ефективної системи регіонального управління видавничою справою загалом.

Список використаних джерел

1. Адамський З. Поліграфічна галузь Польщі у 2000 році та перспективи її розвитку в аспекті інтеграції до ЄС / З. Адамський // Друкарство. – 2002. – №3. – С. 24-25.
2. Базиліок В. Б. Особливості функціонування та трансформації підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах інституційних перетворень / В. Б. Базиліок // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – 2014. – №3(44). – С. 65-68.
3. Бем Г. Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві / Г. Бем, Й. Вернер, Г. Гард, Г. Шульц ; пер. з нім. – К.: Основи, 1994. – 176 с.
4. Буряк С. Аналітичний огляд книговидавничої діяльності за підсумками 2015 року / С. Буряк // Вісник Книжкової палати. – 2016. – №4(237). – С. 9-17.
5. Гордон Г. Книжний бізнес. Практика книгоиздания и книжной торговли / Г. Гордон ; пер. с англ. – М.: РосКонсульт, 1999. – 259 с.
6. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про видавничу справу» від 1 липня 2014 р. №1554-VII / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – №34. – Ст. 1172.
7. Музиченко Н. Аналітичний огляд випуску в Україні періодичних видань і продовжуваних видань (крім газет) у 2015 році / Н. Музиченко // Вісник Книжкової палати. – 2016. – №6. – С. 3-7.
8. Мураховський А. Книговидавнича діяльність в Україні: аналітичний огляд за підсумками 2014 року / А. Мураховський, С. Буряк // Вісник книжкової палати. – 2015. – №3. – С. 8-16.
9. Назарова Л. І. Підвищення ефективності функціонування видавничо-поліграфічного комплексу регіону: автореферат дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.10.01 – розміщення продуктивних сил і регіональна економіка / Л. І. Назарова. – Донецьк: Інститут економіко-правових досліджень НАН України, 2005. – 20 с.
10. Пикок Дж. Издательское дело: Книга от замысла до упаковки. Шаг за шагом / Дж. Пикок. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЭКОМ, 2000. – 424 с.

References

1. Adamski, Z. (2002). Polihraficzna haluz' Pol'shchi u 2000 rotsi ta perspektyvy yiyi rozvytku v aspekti intehratsiyi do YeS [Printing industry in Poland in 2000 and prospects for its development in terms of EU integration]. *Drukarstvo – Printing*, 3, 24-25. [in Ukrainian].
2. Bazylyuk, V. B. (2014). Osoblyvosti funktsionuvannya ta transformatsiyi pidpryemstv vydavnycho-polihrafichnoyi haluzi v umovakh instytutsiynykh peretvoren' [Features of functioning and transformation of enterprises in publishing and printing industry in terms of institutional reforms]. In *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya: Ekonomika [Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Economics]*: Vol. 3 (44) (pp. 65-68). Uzhgorod : Uzhhorod National University. [in Ukrainian].

- Boehm, G., Werner, J., Gard, G., & Schultz, H. (1994). *Vydavets' maybutn'oho: marketynh i menedzhment u vydavnytstvi [Publisher of future: Marketing and management in publishing]* (Translated from German). Kyiv: Osnovy. [in Ukrainian].
- Buryak, S. (2016). Analitychnyy ohlyad knyhovydavnychoyi diyal'nosti za pidsumkamy 2015 roku [Analytical review of publishing activity on the results of 2015]. *Visnyk Knyzhkovoyi palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 4 (237), 9-11. [in Ukrainian].
- Gordon, G. (1999). *Knizhnyy biznes. Praktyka knigozdaninya i knizhnoy torgovli [Book business. Practice of book publishing and book trade]* (Translated from English). Moscow: RosKonsult. [in Russian].
- Supreme Council of Ukraine (2014). *Pro vnesennya zmin do Zakonu Ukrainy «Pro vydavnychu spravu» [On Amendments to the Law of Ukraine “On Publishing”]*: Law of Ukraine, adopted on 2014, July 1, 1554-VII. *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy – The Official Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 34, art. 1172. [in Ukrainian].
- Muzychenko, N. (2016). Analitychnyy ohlyad vypusku v Ukraini periodychnykh vydan' i prodovzhuvanykh vydan' (krim hazet) u 2015 rotsi [Analytical review of production in Ukraine of periodicals and prolonged publications (except newspapers) in 2015]. *Visnyk Knyzhkovoyi palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 6, 3-7. [in Ukrainian].
- Murakhovskyy, A., & Buryak, S. (2015). Knyhovydavnycha diyal'nist' v Ukraini: analitychnyy ohlyad za pidsumkamy 2014 roku [Book publishing in Ukraine: analytical review on the results of 2014]. *Visnyk Knyzhkovoyi palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 3, 8-16. [in Ukrainian].
- Nazarova, L. I. (2005). *Pidvyshchemya efektyvnosti funktsionuvannya vydavnycho-polihrafichnoho kompleksu rehionu [Improving the functioning efficiency of the publishing and printing sector in the region]* (Ph.D. in Econ. Thesis, Institute of Economic and Legal Research of the NAS of Ukraine, Donetsk, Ukraine). [in Ukrainian].
- Peacock, J. (2000). *Izdatel'skoye delo: Kniga ot zamysla do upakovki. Shag za shagom [Publishing business: Book from concept to packaging. Step by step]* (2nd ed.). Moscow: Ecom. [in Russian].

Lazanovskyy P. P., Hirnyak O. M. Problems of publishing activity management at regional level.

In the scientific article the problem of modern publishing activity management at the regional level is considered. Its purpose is to assess the state of the current management system, the analysis of its results in the last few years and develop a set of measures for its improvement. The study was carried out using the methods of economic and statistical comparison, analysis and synthesis, generalizations. The result of the study highlighted the need to distinguish the publishing activity as separate structural component of publishing business and to develop specific measures to control it. The relevance of the problem is supported by the analysis of some indicators of publishing activity in Ukrainian regions, which tend to decrease.

The analysis of activity of regional authorities in the sphere of publishing business management showed that it is currently inefficient. Their plans include the measures for the development of book publishing and cover publishing business generally therefore mostly do not reflect changes in publishing activity. Poor attention is paid to newspapers and magazines production management and its other types.

As the result the study suggests the ways to improve the management of publishing activity at the regional level. In general, they cover copyright environment and publishing companies in the complex. In particular, they emphasize the support of the socially important publications, inclusive publications, personnel provision management and development of departmental publishing, studying the experience of other countries, amendments to legislation and more. Of course, these ways are not exhaustive, and further research into this problem stipulates expansion of their range and development of fundamental measures to improve the management of publishing at the regional level as a whole.

Keywords: publishing activity, publishing business, region, publishing production, analysis, management.

Лазановський Петро Петрович – доцент кафедри підприємництва та маркетингу Української академії друкарства (e-mail: lazanovskyy@ukr.net).

Lazanovskyy Petro Petrovych – Associate Professor of the Department of entrepreneurship and marketing of the Ukrainian Academy of Printing.

Гірняк Олег Михайлович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та маркетингу Української академії друкарства (e-mail: kafekonotika@mail.ru).

Hirnyak Oleh Mykhaylovych – Ph.D. (Econ.), Assoc. Prof., Associate Professor of the Department of entrepreneurship and marketing of the Ukrainian Academy of Printing.

Надійшло 09.11.2016 р.