

УДК 655.0025.658

Р. М. МАШТАЛІР

УДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОГО КОМПЛЕКСУ

Важливою умовою підвищення ефективності функціонування видавничо-поліграфічного комплексу є удосконалення зв'язків між його елементами (авторським середовищем, видавничим органом, поліграфічними підприємствами, книготорговельними організаціями, читачьким середовищем), а також з іншими народногосподарськими комплексами.

Чітке визначення елементів (підсистем) видавничо-поліграфічного комплексу, а також усієї системи народногосподарських комплексів і функцій, які вони виконують, дасть змогу виявити всю різноманітність виробничо-господарських зв'язків. Однак визначення цих зв'язків ще не розв'яже проблеми, необхідно, щоб вони були найбільш раціональними.

Для вдосконалення виробничо-господарських зв'язків видавничо-поліграфічного комплексу важливо розрізнити кількісні та якісні їх сторони.

Кількісні виробничо-господарські зв'язки чисельно виражають відношення між підсистемами, наприклад: кількість оригіналів, які поступають від видавництва для відтворення їх на поліграфічному підприємстві (внутрікомплексні кількісні зв'язки), забезпечення видавничо-поліграфічного комплексу необхідними матеріально-технічними ресурсами — папером, поліграфічним обладнанням, продуктами хімії тощо (міжкомплексні кількісні зв'язки).

Якісні сторони виробничо-господарських зв'язків характеризують ступінь доцільності відносин між підсистемами або комплексами, наприклад: відповідність видавничих оригіналів, які поступають на поліграфічні підприємства, їх виробничо-технічним можливостям (внутрікомплексні якісні зв'язки), закріплення поліграфічних підприємств-споживачів за підприємствами-постачальниками, тривалість цих зв'язків тощо (міжкомплексні якісні зв'язки)*. Як видно зі схеми, внутрікомплексні зв'язки відбува-

* В елементі «читач» беруть участь усі комплекси як споживачі інформації, однак для того, щоб більш чітко уявити видавничо-поліграфічний комплекс як систему, ми показали елемент «читач» внутрівидавничо-поліграфічного комплексу.

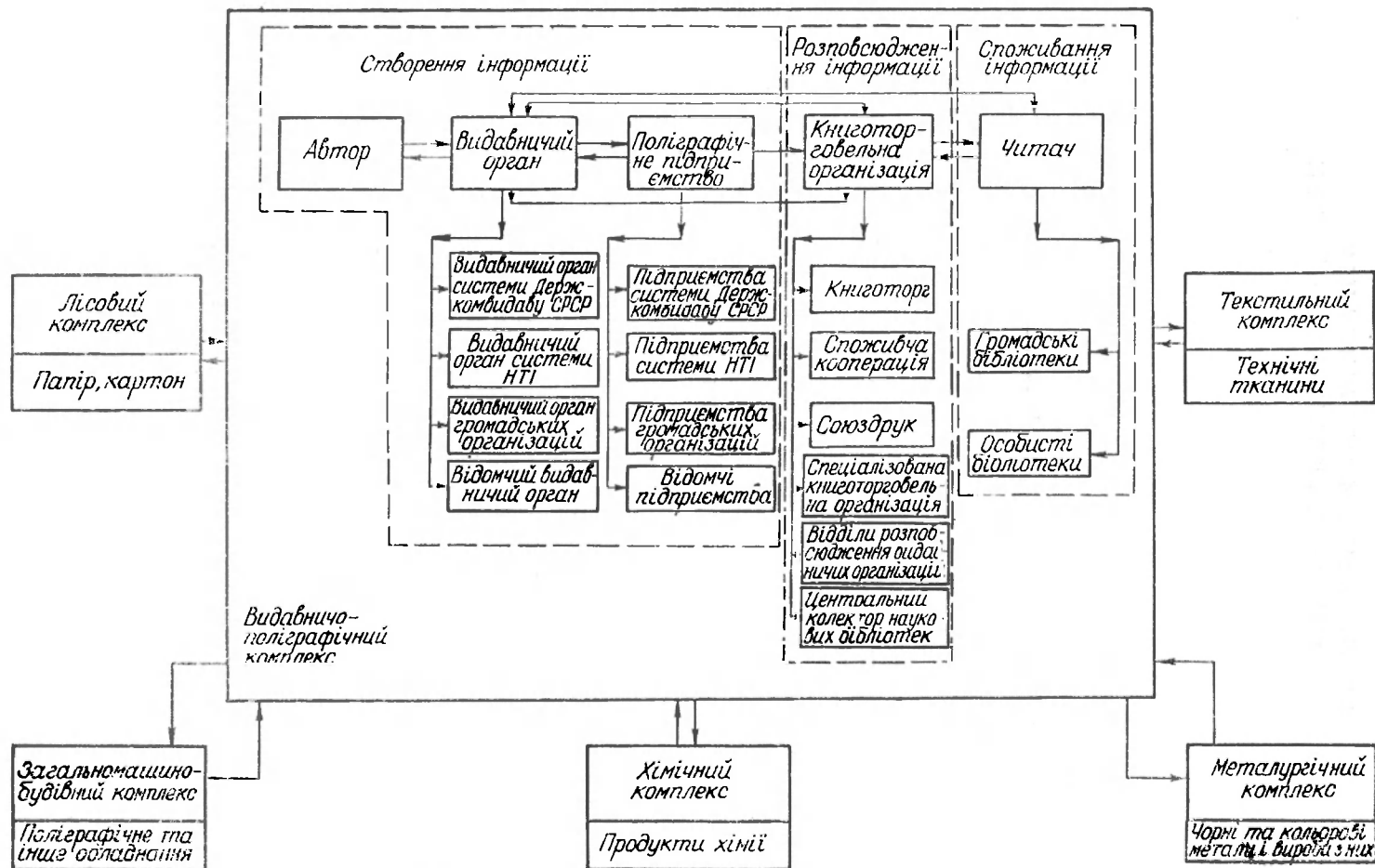


Схема зв'язків видавничо-поліграфічного комплексу.

ються між елементами, об'єднаними в сфери: створення, поширення та споживання інформації.

Особливо важливо вдосконалювати кількісні та якісні внутрікомплексні зв'язки видавничо-поліграфічного комплексу. Насамперед необхідно домагатися поліпшення зв'язків між такими підсистемами комплексу, як видавничий орган, поліграфічні підприємства та книготорговельні організації. Без перебільшення можна сказати, що вдосконалення зв'язків між цими підсистемами — одне з важливих завдань управління видавничо-поліграфічним комплексом.

Аналіз показує, що основний недолік внутрікомплексних зв'язків — відсутність збалансованості тематичних планів з виробничими і фінансовими планами видавництва, поліграфічних підприємств і книготорговельних організацій *. Виникла необхідність підвищити роль тематичного планування в галузі; тематичний план слід брати за основу при розробці виробничих і фінансових планів як окремих підсистем, так і видавничо-поліграфічного комплексу в цілому.

Таке вдосконалення тематичного планування дасть змогу раціонально розподіляти замовлення видавництва між поліграфічними підприємствами з тим, щоб доводити до кожного підприємства такі роботи, які б своїми параметрами та характером виконання повністю відповідали його парку обладнання, технології й організації виробництва. У своїй сукупності ці замовлення повинні утворювати для кожного підприємства оптимальний тематичний план.

Формування оптимальних тематичних планів для поліграфічних підприємств на основі звичайного зіставлення можливих варіантів розміщення замовлень може не дати бажаних результатів. Число таких варіантів є надмірно великим, процес зіставлення досить трудомісткий, а тому вибраний варіант нерідко виявляється не оптимальним. Це зумовлює необхідність застосування економіко-математичних методів і ЕОМ для раціонального розподілу замовлень видавництва між поліграфічними підприємствами.

Задачу оптимального розподілу замовлень між поліграфічними підприємствами можна розв'язати за допомогою методів лінійного програмування та створення економіко-математичної моделі. Функцією мети при розв'язанні задачі може бути мінімізація витрат на виготовлення замовлень L_1 або максимізація прибутку від реалізації продукції L_2 :

$$L_1 = \sum_{j=1}^n \sum_{r=1}^R \sum_{i=1}^m C_{rji} \cdot X_{rji}, \quad L_2 = \sum_{j=1}^n \sum_{r=1}^R \sum_{i=1}^m S_{rji} \cdot X_{rji},$$

* Ми детально не розглядаємо питання поліпшення системи зведеного тематичного планування та координації випуску літератури. Це питання заслуговує спеціального розгляду. Його вирішення повинно бути скероване на підвищення актуальності видань і більш повне задоволення попиту читача, уникнення дублювання видань.

де i — кількість друкарень ($i=1, 2, \dots, n$); r — кількість груп замовлень ($r=1, 2, \dots, R$); j — кількість одиниць обладнання ($j=1, 2, \dots, m$); C — витрати на виготовлення одного замовлення; X — кількість замовлень; S — прибуток від реалізації одного замовлення.

Першочергове значення для підвищення ефективності діяльності видавничо-поліграфічного комплексу має вдосконалення взаємовідносин між видавництвами, книготорговельними організаціями та поліграфічними підприємствами на стадії розгляду й затвердження тематичних планів. Існуюча протягом тривалого періоду практика, коли видавництва передавали тематичні плани у книготорговельні організації до 1 серпня і одержували заявки на тиражі видань у листопаді, а заявки на поліграфічну базу подавали в липні (не маючи ще встановлених тиражів), порушувала ритмічність роботи у видавництвах, на поліграфічних підприємствах і в книготорговельних організаціях, продовжувала строки проходження видань у видавництвах і на підприємствах. Порушення договірних умов з боку видавництв, поліграфічних підприємств і книготорговельних організацій призводило до невиконання затверджених тематичних планів випуску друкованої продукції. Належної боротьби за дотримання договірних умов і виконання тематичних планів не велося, оскільки порушення, які допускалися, не знаходили достатнього відображення в обліку й оцінці діяльності видавництв, поліграфічних підприємств і книготорговельних організацій.

Ряд видавництв РРФСР, УРСР, КазРСР, ЛитРСР накопичили досвід більш прогресивних форм і методів роботи, взаємовідносин з книготорговельними організаціями та поліграфічними підприємствами. Тут ановані плани передаються книготорговельним організаціям не пізніше березня, а видавництва одержують замовлення на тиражі у травні-червні. Таким чином, заявки видавництв поліграфічним підприємствам стали більш реальними. Це дало змогу зробити плани роботи видавництв, поліграфічних підприємств і книготорговельних організацій більш стабільними і створило передумови для ритмічної роботи всіх підсистем видавничо-поліграфічного комплексу.

Держкомвидав СРСР узагальнив і схвалив передовий досвід ряду видавництв країни щодо вдосконалення планування.

Вдосконалення виробничо-господарських зв'язків, як і підвищення ефективності функціонування видавничо-поліграфічного комплексу в цілому та згідно з програмно-цільовим методом планування, повинно ґрунтуватися на розумінні того, що мета й завдання видавництв, поліграфічних підприємств і книготорговельних організацій єдині. Це означає, що узагальнюючі показники їх діяльності повинні бути єдиними (наскрізними).

У зв'язку з цим постає необхідність ввести у практику планування видавничо-поліграфічного комплексу показник оперативності виготовлення друкованої інформації не лише для регулювання відносин між видавництвами і друкарнями, але й для вимі-

рювання рівня ефективності їх роботи. Маючи завдання щодо виготовлення конкретних замовлень у часі, видавництва і поліграфічні підприємства були б зацікавлені в розробці наскрізних графіків руху замовлень. Зрозуміло, що такий показник повинен бути пов'язаний з усією системою матеріального й економічного стимулювання галузі.

Важливо також більш тісно пов'язувати планування підсистем видавничо-поліграфічного комплексу в часі. Навряд чи можна вважати виправданим, що планування й облік діяльності у видавництвах ведеться поквартально, а на поліграфічних підприємствах — помісячно. Необхідність більш високої динамічності у діяльності видавничо-поліграфічного комплексу вимагає переходу на єдине помісячне планування всіх його елементів. Держкомвидав встановив єдиний для видавництв, поліграфічних підприємств (об'єднань) і книготорговельних організацій показник виконання погоджених квартальних і місячних тематичних планів випуску продукції по здачі тиражів (договірних зобов'язань). Дієвість заходів щодо вдосконалення видавничо-поліграфічної діяльності підкріплена тим, що для керівних працівників видавництв і поліграфічних підприємств виконання тематичних планів випуску та здачі друкованої продукції, а також для керівних працівників книготорговельних організацій — виконання планів здачі тиражів — обов'язкова умова преміювання.

Помісячне планування у видавничо-поліграфічному комплексі робить перші свої кроки, але для того, щоб воно прийнялось, треба створити необхідні умови. І тут знову слід підкреслити важливість системного комплексного підходу.

Процесу переходу на помісячне планування повинно, щонайменше, передувати розв'язання двох важливих питань. Перше, — вдосконалення підготовки видавничого оригіналу за допомогою видавничої техніки та перехід на виготовлення оригінал-макета. При існуючій системі проходження видань у видавництві, багаточисельних читках коректур і великих правках втілити у життя ідеї помісячного планування дуже важко. Друге, — вдосконалення організації постачання поліграфічних підприємств папером. Необхідно, щоб папір надходив на поліграфічні підприємства не з розрахунку на квартал, а на місяць. Асортимент його повинен відповідати місячному тематичному плану.

Міжкомплексні зв'язки (насамперед, кількісні) мають також істотний вплив на діяльність видавничо-поліграфічного комплексу. Недооцінка їх у процесі планування призводить до невідповідності між потребами видавничо-поліграфічного комплексу в ряді важливих матеріально-технічних ресурсів і можливістю їх задоволення іншими народногосподарськими комплексами. Така невідповідність спостерігається насамперед по ресурсах паперу і поліграфічного обладнання. Це одна з найважливіших причин, яка гальмує темпи розвитку видавничо-поліграфічного комплексу. Для поліпшення якісних зв'язків видавничо-поліграфічного комплексу з іншими народногосподарськими комплексами необ-

хідно домагатися більш раціонального закріплення поліграфічних підприємств за постачальниками, розширювати прямі зв'язки, зробивши їх тривалими.

Цінним інструментом для встановлення оптимальних міжкомплексних зв'язків, особливо зв'язків видавничо-поліграфічного комплексу з лісовим комплексом, а точніше поліграфічних підприємств з паперовими фабриками (комбінатами), є економіко-математичні методи й електронно-обчислювальна техніка. Обґрунтування оптимальних зв'язків слід вести за допомогою моделі транспортної задачі. Функцією мети може бути мінімізація транспортних витрат на доставку паперу Z

$$Z = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \sum_{r=1}^R T_{ji} \cdot P_{rij},$$

де i — кількість друкарень ($i=1, 2, \dots, n$); j — кількість паперових фабрик ($j=1, 2, \dots, m$); r — витрати на транспортування одиниці маси паперу; T — витрати часу на транспортування одиниці маси паперу ($n=1, 2, \dots, R$); P — кількість паперу, необхідна для забезпечення виробничої програми.

Підвищення ефективності й якості роботи та максимальне задоволення на цій основі потреб населення у друкованій інформації — основна мета функціонування видавничо-поліграфічного комплексу. Її досягнення значною мірою визначається розумінням тісних зв'язків між його елементами (підсистемами) та необхідністю їх постійного вдосконалення.

R. M. MASHTALER

IMPROVEMENT OF PRODUCTIVE ECONOMIC TIES OF PUBLISHING PRINTING COMPLEX

Summary

Inner complex and intercomplex (qualitative and quantitative) ties of publishing-printing complex are considered. Publishing—printing complex as an economic system is studied as a totality of sub-systems: the author's medium, publishing organ, printing enterprise, book-selling organization and the reader's medium, which are united in the following spheres: creating the information, consuming the information. The scheme of ties of publishing-printing complex is suggested.