

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВПО КУБГУ)

Факультет журналистики

Кафедра рекламы и связей с общественностью

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Технология производства печатных
и электронных средств информации»

На тему: **«ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ
И ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ИЗДАТЕЛЬСТВА»**

Студентка **О. С. Шитикова**
1 курс ОФО,
направление 42.03.03 Издательское дело

Научный руководитель:
к. ф. н., доц. **Д. А. Носаев**

оценка за курсовую работу: ОУЛ
17.05.2017г. Д
дата и подпись

Краснодар
2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Полиграфические процессы издательства как движущая сила производства полиграфической продукции.....	6
1.1 Допечатная подготовка – совокупность полиграфических операций подготовки авторского оригинала к изданию	6
1.2 Печатный процесс – процесс переноса исходного изображения на запечатываемый материал.....	9
1.3 Послепечатная обработка – технологическая отделка готовой полиграфической продукции.....	11
2 Анализ положительных и отрицательных сторон организационных структур издательств в зависимости от объема и характера исполняемых полиграфических процессов	13
2.1 Классификация типов издательств и функции основных структурных подразделений	13
2.2 Сравнительный анализ проблем и факторов выбора структуры для организации работы издательства.....	17
2.3 Формирование рациональной организационной структуры как основополагающий аспект организации работы издательства в условиях современного книжного рынка	20
Заключение.....	25
Список использованных источников.....	27

Введение

Книжный бизнес в последнее десятилетие занял особое место в экономической и социально-культурной области жизни российского общества. Исходя из этого, важно отметить значение верной организации работы в деловой сфере издательства. Практика показывает, что ключевую роль играет умение прогнозировать и учитывать множество аспектов, касающихся как внутренней среды организации, так и внешней.

Полиграфия – своеобразная отрасль, обеспечивающая преобразование любой информации в привлекательный для потребителя продукт и тиражирование его в оплаченном заказчиком количестве [20]. На фоне постоянно растущих объемов книгопроизводства вполне закономерно повышается роль издательств в структуре книжного дела, растет число издательских организаций, меняется их влияние на качество, величину и диапазон репертуара выпускаемой продукции. Однако продуктивность издательской деятельности в современных условиях могла бы быть гораздо выше, если бы совершенствование работы издателя опиралось на более надежную научную, книговедческую основу.

Актуальность данной работы заключается в необходимости выявить основные проблемы организации производства в издательской сфере, понять их и классифицировать по степени важности, выявить наличие способов по их устранению.

Степень разработанности темы: к сожалению, приходится констатировать недостаточность разработки проблем издательского дела на нынешнем этапе развития книговедения, особенно теории и практики издательского дела как научной или учебной дисциплины. На это в последнее время не раз обращали внимание ученые-книговеды, практики книжного дела. Так Иосиф Евсеевич Баренбаум – советский учёный-энциклопедист и автор большого числа работ в области книговедения – в своём сочинении «О

соотношении теории, истории, методики и практики книжного дела» совершенно справедливо замечает, что редакционно-издательское дело и книжная торговля не обеспечены глубокими, фундаментальными, новаторскими теоретическими разработками. Однако впоследствии он делает из этого заключения совершенно неожиданный, на наш взгляд, вывод: «С использованием новых средств меняется технология производства и продажи книг, хотя при этом не требуется кардинальное переосмысление объекта и предмета науки. Многое зависит от общетеоретических книговедческих положений, которыми определяется методология редакционно-издательской науки и библиополистики» [3].

Новизна курсовой работы заключается в том, что здесь представлены и классифицированы виды издательских структур в соответствии с их влиянием на организацию работы предприятия, а также качество и разнородность полиграфических процессов, прослежена взаимосвязь организации работы различных видов издательств и их полиграфических процессов в зависимости от выпускаемой продукции.

Объектом данной работы является издательское дело.

Предмет работы – взаимосвязь полиграфических процессов и организации работы издательства.

Цель работы – исследовать и установить взаимосвязь полиграфических процессов и организации работы издательства с помощью изучения организационной структуры издательств, изучения теоретических материалов и анализа организационных структур для различных видов издательств.

Задачи:

- дать определение полиграфическим процессам;
- проанализировать формирование организационных структур в зависимости от типов издательств;
- изучить влияние организации работы издательства на полиграфические процессы;

- дать классификацию видов издательств и определить оптимальный вариант организационных структур для каждого;
- проанализировать влияние факторов организации работы на полиграфические процессы издательства;
- провести сравнительный анализ организационных структур на примере организации работы двух видов издательств.

Методы исследования: теоретический, исторический, сравнительно – сопоставительный методы, метод группировки и классифицирования, анализ.

Курсовая работа представляет теоретическую и практическую **значимость**, приведенные в ней сведения и классификации могут быть использованы в различных статистических исследованиях, в лекциях по предметам специальности «издательское дело», на теоретических занятиях, могут служить источником дополнительной информации.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложения. Первая глава работы представляет собой теоретическую базу, вторая глава – практическое исследование.

1 Полиграфические процессы издательства как движущая сила производства полиграфической продукции

1.1 Допечатная подготовка – совокупность полиграфических операций подготовки авторского оригинала к изданию

Несмотря на технологическое разнообразие электронных средств массовой информации, на сегодняшний день всё-таки трудно представить себе нашу жизнь без газет, журналов, книг и прочей печатной продукции, все виды печати которой производятся именно в типографиях. Книгопечатание началось с того момента, когда красящее вещество нанесли на рельефную форму и сделали серию одинаковых отпечатков. Это явилось важным шагом в развитии и становлении средств информации в целом, обеспечивающим её сохранение от искажения переписчиком [11]. Впоследствии печатные издания стали одним из главных средств коммуникации между людьми. На первых порах рукописные и печатные издания соперничали между собой. Хотя изготовление печатной формы и требовало много времени, тем не менее процесс печати все равно оказывался более производительным, качественным и дешевым.

«Полиграфия» в переводе с греческого языка означает «много писать». Полиграфия является древнейшей информационной технологией. Это промышленная и техническая отрасль, занимающаяся «размножением» печатной, типографской продукции, текстовой и изобразительной информации, в результате которого получается множество идентичных отпечатков – оттисков [8]. Для этого применяется процесс печатания – перенос краски под давлением с печатной формы на бумагу или иной запечатываемый материал. В середине 1440-х годов технической базой полиграфии стал печатный станок немецкого первопечатника Иоганна Гутенберга, вследствие чего полиграфия начала полноправно считаться

совокупностью промышленных предприятий, работающих на изготовлении любой печатной продукции.

Под определением «полиграфический процесс» понимается регламентированная последовательность технологических операций, которые обычно проводятся с использованием технических средств изготовления печатной продукции и направлены на производство полиграфических изданий [10]. Это процесс производства изданий на полиграфическом предприятии, включающий наборные, репродукционные, формные, печатные, брошюровочные, переплетные и отделочные процессы или только часть из них.

Полиграфические процессы разнятся в зависимости от типа печатной продукции и исполнения задуманного издательством макета. Традиционно они делятся на три равноценных по своей значимости этапа, каждый из которых представляет собой совокупность определенных последовательных операций по подготовке авторского оригинала текста к полноценному книжному изданию.

Основные этапы полиграфических процессов:

- допечатная подготовка;
- печатный процесс;
- послепечатная обработка.

В свою очередь каждый из этапов состоит из определенного набора процессов полиграфии, характерного для продукции, выпускаемой каждым конкретным издательством или для издательского дела в целом. Полиграфические процессы разнятся в зависимости от типа издательства, внешних факторов конъюнктуры рынка и книжного медиа-бизнеса. Однако основные вехи производства остаются неизменными на протяжении всей истории формирования книгоиздания, сохраняя изначальную идею, но варьируя технологию производства в целом.

Допечатная подготовка (англ. Prepress) – это процесс изготовления электронных макетов полиграфических изделий с непосредственным

использованием настольных издательских систем [18]. Изготовление печатной продукции начинается с подготовки текстовых и изобразительных оригиналов. Информацию, что содержится в оригиналах, необходимо привести к пригодному для полиграфического воспроизведения виду – обработать. Допечатная подготовка состоит из серии последовательных этапов, каждый из которых входит в общий процесс или исключается из него по мере производственной необходимости.

Этапы допечатной подготовки:

- разработка дизайна или общей концепции конечного полиграфического изделия;
- изготовление электронного макета изделия с использованием программного обеспечения (верстка);
- ввод и обработка информации, корректорская вычитка/правка текстового содержания макета;
- внесение необходимых коррекций в макет с учетом особенностей печатного и послепечатного оборудования;
- изготовление цветопробы;
- изготовление электронного спуска полос с учетом последующей послепечатной обработки изделия;
- изготовление цветоделенных диапозитивов (вывод пленок) или отправка электронных спусков полос на устройство СТР для изготовления печатных форм;
- изготовление печатных форм для печатного оборудования для последующей печати изделия.

Для получения предсказуемого результата печати изделия, необходимо на стадии изготовления дизайна изделия и допечатной подготовки представлять полную информацию о конечном продукте: размер (обрезной формат), красочность, профиль печатного оборудования, на котором будет

производиться печать изделия. Кроме того необходимо описать всю цепочку послепечатной обработки изделия [17].

1.2 Печатный процесс – процесс переноса исходного изображения на запечатываемый материал

После подготовки макет отправляется на типографию, где операторы печатных станков переносят все задумки, установленные в предыдущих процессах на бумагу. Печать – достаточно долгий и трудный технологический процесс многократного получения оттисков на листы-носители [16]. Этот способ переноса изображения на запечатываемый материал зачастую предполагает наличие промежуточного носителя изображения, передающего последнее на материал в процессе репродуцирования. Подготовка его зависит от типа печатного процесса.

К этапам печатного процесса относятся:

- нанесение краски на печатную форму;
- подача к печатной форме бумаги или иного носителя;
- перенесение с печатной формы краски на бумагу (давлением, струйной, лазерной печатью);
- прием готового оттиска.

В зависимости от технологии к этапам могут относиться также: изготовление печатных форм, нарезка носителя из единого рулона и другие. Сегодня современные печатные машины достигли того уровня усовершенствования, на котором вполне способны выполнять весь печатный процесс и даже некоторые послепечатные операции практически без участия специалиста. Для получения более качественной печатной продукции высокое значение имеет осознанный выбор как основных, так и вспомогательных

материалов, исходя из этого, важно решить вопрос о том, как именно необходимо печатать конкретное издание перед началом процесса [13].

Различные способы переноса краски на бумагу развивались в течение долгих лет, позже — выделились в различные виды печати. Отличия механических принципов различных систем настолько сильны, что обусловили их применение в совершенно разных сферах производства. В период раннего становления книгопечатания печатная форма была основой производственного процесса, поэтому именно от нее в большей степени зависело качество печати, а все усилия первоначально были направлены на изобретение новых и улучшение прежних способов исполнения формных технологий и материалов. Традиционно в полиграфии различают пять основных видов печати:

- высокая печать;
- плоская печать;
- глубокая печать;
- трафаретная печать;
- цифровая печать.

Примечательно, что в современности все более широко используется цифровая печать, работой и коррективами в которой при каждом цикле управляет компьютер [5]. Это удобно при выпуске коммерческих или малотиражных рекламных изданий, содержание которых часто изменяется до выхода в печать. Более того, некоторые машины предоставляют возможность внесения изменений в содержание после печатания всего одного экземпляра. Цифровая печать является последней печатной тенденцией, что обуславливается развитием информационных технологий: увеличивается оперативность передачи информации, облегчается ее поиск и доступ к ней.

1.3 Послепечатная обработка – технологическая отделка готовой полиграфической продукции

Долгое время основным направлением развития полиграфического производства было совершенствование допечатных и печатных процессов. На сегодняшний день существенные изменения касаются непосредственно внедрения новых систем управления послепечатным оборудованием и их интеграции в цифровой рабочий поток, повышения производительности и растущей специализации техники. Послепечатная обработка отпечатков, полученных на цифровых печатных машинах, не должна снижать производительность процесса в целом, что может быть достигнуто за счёт правильного планирования организации работы, а также в максимальной степени автоматизации и технологической гибкости оборудования.

Трудно переоценить важность послепечатной отделки полиграфической продукции. Практика работы показывает, что мало просто отпечатать листы – важно получить готовый продукт. Финишная обработка отличается большим разнообразием и требует использования множества различных видов оборудования и технологий [4]. Она включает в себя четыре основных технологических процесса:

- резка тиража (необходимо при исполнении каждого заказа, задействованы одноножевые бумагорезальные машины.);
- фальцовка (сгиб листов бумаги с соблюдением последовательного расположения страниц при производстве буклетов и тетрадей);
- биговка (предварительное нанесение на материал линий сгибов при помощи тупых дисковых ножей, которые вдавливают и уплотняют материал для улучшения сгибаемость бумаги в нужных местах и правильному изготовлению конструкций из картона.);
- сборка, сшивка листов (один из заключительных этапов).

Кроме того, существует большое количество второстепенных операций: нумерация, ламинирование, перфорация, кругление углов, листоподборка, тиснение, высечка и другие [7]. Процессы, которые выполняются после печатания, также называются брошюровочно-переплетными или отделочными. Большую сложность представляют брошюровочно-переплётные процессы, которые применяются в изготовлении книг и журналов. Печатная продукция частично проходит все эти этапы, в зависимости от своего вида и макета конечного издания. При грамотном выборе вида послепечатной обработки, издание приобретет полноценный внешний вид и будет выгодно отличаться от иной конкурентной печатной продукции.

2 Анализ положительных и отрицательных сторон организационных структур издательств в зависимости от объема и характера исполняемых полиграфических процессов

2.1 Классификация типов издательств и функции основных структурных подразделений

За последние годы российский медиаландшафт радикально изменился. Важнейшим фактором преобразования стал переход предприятий СМИ, а также издательств и книжных домов на рыночные принципы деятельности. В связи с выходом из сферы, ранее подчиненной партийному руководству и централизованному планированию, предприятия планомерно начали превращаться в самостоятельную отрасль экономики, живущую по законам конъюнктуры рынка. Исходя из вышеперечисленного, издательства столкнулись с новой, неизвестной доселе для них проблемой – проблемой организации работы.

Общность функций различных типов издательств специалисты видят в передаче и хранении социально значимой информации, особо подчеркивая значение книги в этом процессе. Современные информационные технологии воедино связали все средства информации, что способствовало рождению принципиально новых типов изданий, в том числе электронной книги [15]. При этом концепция «свёртывания» книгоиздания и постепенного вытеснения традиционной книги электронной не без основания считается весьма противоречивой и надуманной. По сей день книга, так или иначе, остается уникальным и универсальным средством фиксации, хранения и передачи информации, наиболее приспособленным к природным особенностям человеческого восприятия. Книгоиздание является важной сферой культуры и производства, хотя в современных условиях уже невозможно не считаться с

тем, что на повестке дня стоит вопрос о новой содержательной и материальной конструкции книги двадцать первого века.

Для различных подразделений одного издательства традиционно выбираются различные критерии оценки эффективности их работы. Выбор критериев зависит от того, что находится в компетенции этих подразделений, за достижение каких показателей они могут нести ответственность. Обычно помимо основного критерия к подразделению применяются также и дополнительные критерии оценки его эффективности. В каждой организации могут быть выделены:

- основные функции;
- функции обеспечения;
- функции обслуживания.

Основные функции прямо связаны с выполнением целей, которые, с точки зрения клиента, в конечном счете обеспечивают конкурентоспособность и без которых не может быть никакой корпорации [2]. Обычно каждое из издательств обладает сравнительно универсальным набором общих функций:

- исследование книжного рынка и разработка тематического плана-перспективы издательства;
- производство, что в конечном итоге определяет стоимость продукции;
- маркетинг и сбыт.

Функции обеспечения зачастую тесно переплетены с основными функциями, без существования которых все бы попросту остановилось. Однако тот факт, на каком уровне осуществляются функции обеспечения, не имеет значения для потребителя, когда он решает осуществить покупку привлекательного ему продукта полиграфического производства. Если функции обеспечения выполняются неэффективно, что отражается на цене, хотя потребитель этого не осознает, так как чаще всего важна степень окончательной готовности товара. В функции обеспечения входят:

- компьютерное и информационное обеспечение;

- логистика;
- контроль качества и сервисные услуги.

Функции обслуживания по-своему универсальны не только для каждого из издательств, но и для предприятий в целом, так как именно они позволяют грамотно функционировать любой организации. В каждой организации эти функции выполняют:

- отдел кадров;
- отдел организации и развития менеджмента;
- финансовый отдел;
- администрация, хозяйственный отдел и внутренние службы.

На книжном рынке сложилась своеобразная ситуация. Ранее условия деятельности издательств в стране позволяли устанавливать сравнительно низкие цены на книги, однако часть регламентированной тематическим планированием литературы, соответствующей строгим идеологическим установкам, имела отсутствие покупательского спроса, вызывая смещение читательских приоритетов в сторону художественной тематики изданий. Читатель имел возможность приобрести книгу в государственных магазинах по вполне доступной цене. Существовавшая система книгораспространения позволяла оформить предварительный заказ на печатающееся издание, а тематические планы издательств публиковались заблаговременно с той целью, чтобы читателю легко можно было найти необходимое издание или оформить на него подписку. Однако на отдельные названия изданий постепенно формировался книжный дефицит, что привело к существованию «черного рынка» литературы [14].

Издательское дело в России постепенно начало приспосабливаться к условиям рыночной экономики, наметились положительные тенденции в развитии. Тематическое планирование и ценообразование теперь стали базироваться в основном на прибыльности издания. Таким образом, главными факторами для достижения желаемой цели стали: выбор подходящей организационной структуры для улучшения производительности работы и

повышения качества и скорости полиграфических процессов издательства. Научная и производственная тематика постепенно становилась уделом периодических и узкоспециализированных изданий, откуда последовало интенсивное разделение специализированных издательств и универсальных, что обусловлено различием организации работы и отдельных операций полиграфических процессов.

Издательство – это сложная структура, основной целью которой является редакция и выпуск полиграфической продукции. На сегодняшний момент не установлена единая универсальная система классификации издательств, однако существует условное деление по ряду различных признаков. Ниже перечислены эвентуальные критерии отбора по необходимым возможностям.

А) По масштабу деятельности:

- крупные – более 100 названий в год;
- средние – 50-100 названий в год;
- малые – от нескольких названий в год.

Б) По административно-территориальному признаку:

- местные;
- национальные;
- транснациональные.

В) По знаковой природе информации:

- текстовые книги;
- нотные издательства;
- картографическую продукцию;
- литература для слепых и слабовидящих;
- электронные издания.

Г) По видам издаваемой литературы и её читательскому назначению:

- универсальные;
- специализированные.

В современных условиях монополизации книжного рынка издатели стремятся оптимизировать затраты на подготовку произведений к выпуску. В условиях жесткой конкуренции важно сформировать концепцию издания, которая заинтересовала бы читателя не только идеей, но также и ценой, что напрямую зависит способов художественно-технического оформления и полиграфии издательства в целом. Книга должна удовлетворять конкретным потребностям клиента и приносить прибыль предприятию, а следовательно, одной из важных задач организации работы является разработка концепции, в расчете на успех и последовательная ее реализация на всех дальнейших этапах редакционно-издательской подготовки.

2.2 Сравнительный анализ проблем и факторов выбора структуры для организации работы издательства

Издательство – это государственное, общественное, кооперативное или частное предприятие которое работает в области литературы, искусства, музыки или науки, и продукция которого может воспроизводиться и распространяться [2]. Распространение издательской продукции обычно осуществляется через каналы торговли, интернет, а также непосредственно самим издателем. Руководствуясь своим опытом, издательство приобретает исключительное право автора на произведение, организует его воспроизведение и распространение. В современной, более сложной и разветвленной экономике, когда предложение товаров и услуг практически неограниченно, динамично и поступательно развивающаяся книжная индустрия ощутила необходимость в новой форме информации – рекламе.

Период основания и развития печати характеризуется сосредоточением всех процессов книгопечатания в одних руках. Издатель был гравером и

литейщиком, изготовителем краски и печатником, занимался переплетом, был распространителем продукции. Печатный пресс состоял из двух плоских плит, на одну из которых устанавливалась печатная форма. Все процессы: накат краски, размещение бумаги и ее выравнивание, создание давления печати, снятие давления и удаление оттиска – выполнялись вручную [1].

В настоящее время зачастую уделяется большее внимание организационной стороне дела, полагая, что экономический механизм в условиях рыночной экономики действует сам по себе. Однако без введения системы экономической ответственности в организации в целом, в частности, без создания системы управления затратами, невозможно повысить эффективность и рентабельность производства, размеры получаемой прибыли. Управление затратами на производстве в условиях рынка – стержневое направление всей системы управления предприятием, так как именно здесь собирается вся информация о фактических затратах, а значит, закладываются основы для получения фактической прибыли.

Организация работы издательства должна соответствовать характеру полиграфических процессов, тем самым обеспечивая выпуск качественной продукции. Выбор организационной структуры – неотъемлемая часть издательского дела в целом, потому как именно верное руководство обеспечивает наибольшую продуктивность. Зачастую менеджеры предприятия склоняются к выбору традиционной формы организационной структуры, как более ясной и привычной. Кроме того на ее формирование значительное влияние оказывают расположение и отношение к работе, характерное для сотрудников организации. Высококвалифицированные работники, а также работники творческой направленности, предпочитают структуры с большей самостоятельностью и свободой действий.

Организационная структура должна соответствовать размеру организации, не быть более сложной, чем это необходимо. Обычно рост структуры проявляется в виде увеличения уровней иерархии управления организацией. Если же количество персонала увеличивается настолько, что

ими уже трудно управлять одному руководителю, то появляется промежуточный уровень в управлении, начинает применяться функциональная структура.

Дальнейший рост организации зачастую вызывает возникновение специализированных отделов в управленческой иерархии. Исходя из этого, может быть применена дивизиональная структура, отражающая создание стратегических единиц бизнеса. Впоследствии, возникновение в организации комплексных проектов приводит к тому, что начинает применяться матричная структура.

Однако же главным в организации работы любого издательства является учет специфики самого издательского процесса, его стадий, к числу которых относятся: планирование выпуска; работа с автором и рукописью; полиграфические процессы; реализация готового тиража [12]. Таким образом, можно выделить три основные составляющие издательства: редакционную, производственную и службу реализации. Наряду с ними существуют вспомогательные отделы: бухгалтерия, юридическая служба, наборные участки, разноцелевые компьютерные службы, отделы художественного оформления и другие.

Динамизм внешней среды является очень сильным фактором, определяющим выбор организационной структуры. При определенной стабильности, когда наблюдаются лишь незначительные изменения, организация может с успехом применять механистические организационные структуры, обладающие малой гибкостью и требующие больших усилий для их изменения. В противном случае высокая динамичность внешней среды подразумевает наличие органичной, гибкой и способной быстро реагировать на внешние изменения структуры. В частности, подобный вид организационных структур предполагает высокий уровень децентрализации, наличие у структурных подразделений больших прав в принятии решений.

2.3 Формирование рациональной организационной структуры как основополагающий аспект организации работы издательства в условиях современного книжного рынка

В настоящее время существуют такие типы организационных структур управления как иерархические и адаптивные. К иерархическим структурам относят линейную, функциональную и дивизиональную структуры. К адаптивным или органическим – проектную и матричную [21]. Каждая из этих организационных структур управления имеют свои достоинства и недостатки, которые важно учитывать при выборе.

Основным критерием выбора организационной структуры для того или иного издательства является верное определение его типа по выпуску издаваемой продукции. Специализированное издательство отличается сосредоточенностью на литературе определенной тематики, качественно ориентированной на свою целевую аудиторию. Полиграфические процессы организаций специализированного типа «заточены» по одной схеме, не требующей отклонений и гибкости по отношению к динамизму внешней среды. Конъюнктура рынка не является целеполагающим фактором, определяющим план-перспективу работы издательства, в целом оказывая влияние лишь на полиграфические процессы в материальном отношении и определяя дальнейшую себестоимость книги.

Примером подобной организации является издательство «Финансы и статистика». Мы не можем однозначно определить организационную структуру данного предприятия, однако же, оперируя имеющимися у нас фактами и характером исполняемых задач издательства, можно предположить несколько видов организации работы издательства, в зависимости от выполняемого им набора полиграфических процессов. Например, линейная структура организации управления, характерна руководителем во главе каждого из структурных подразделений, наделенного полномочиями

единоличного руководства и правом принятия организационно-производственных вопросов высокой степени важности. Таким образом, по одному единовременному каналу проходят все команды управления, где управленческие звенья несут ответственность за результаты всей деятельности управляемых объектов. Формируется принцип единоначалия, суть которого состоит в том, что подчиненные выполняют распоряжения только руководителя, сосредоточившего в своих руках все функции управления.

Кроме того организация работы данного издательства может строиться при помощи функциональной структуры управления, нацеленной на выполнение часто повторяющихся операций и задач и не требующей принятия оперативных решений в отношении продукции. Функциональная структура подразумевает деление издательства на отдельные функциональные блоки, имеющие свои конкретные задачи и обязанности: редакционный, производственный, маркетинговый, финансово-экономический, кадровый [15]. Возглавляет такую структуру директор, а отдельные блоки – менеджеры, управляющие или начальники. Подобная структура эффективна как раз для издательств малого и среднего масштаба, имеющих небольшой объем выпуска и однородный характер выпускаемой литературы. «Финансы и статистика» выпускает книги как отечественных, так и зарубежных авторов по актуальным вопросам экономики в области финансово-кредитных отношений, туризма, бухгалтерского учета и аудита, статистики, информационных технологий. Также известно, что за последние годы целевая аудитория издательства расширилась, читательский адрес дополнился преподавателями и студентами области экономики, а издательство открыло новые направления выпускаемых книг, такие как индустрия туризма, оценка собственности, экономика культуры, экология, эконометрика [22].

Исходя из вышеперечисленных данных, мы можем предположить, что данной организации так же подходит функциональная структура управления, характеризующаяся выполнением указаний каждого функционального органа в пределах его компетенции. Эффективность подобной структуры заключена в

коллегияльном принятии решений по важным организационным вопросам, а также возможностью привлечения высококвалифицированных специалистов со стороны, исключением дублирования управленческих функций, а следовательно – универсальным менеджментом. Однако серьёзным недостатком может оказаться сложность контроля вышестоящим руководителем отдельных процессов, из чего зачастую вытекает снижение персональной ответственности, либо чрезмерная заинтересованность сотрудников одного проекта выполнением своей задачи в ущерб общему ходу работы издательства.

Следующим этапом рассмотрим организацию работы универсального издательства, характеризующегося высоким объёмом разноплановых полиграфических процессов, отличающихся сложностью и оригинальностью, что зависит от широкой целевой аудитории и широкого спектра выпускаемой продукции. Для подобных предприятий наиболее закономерным и логичным станет выбор дивизиональной структуры управления. Он основан на выявлении крупных, по большей степени автономных производственно-хозяйственных подразделений и соответствующих им уровней управления с предоставлением значительной доли оперативно-производственной самостоятельности. Таким образом, ключевыми фигурами в управлении становятся менеджеры, возглавляющие производственные подразделения, хотя за общей администрацией остается право жесткого контроля по основополагающим вопросам стратегического развития, научно-исследовательских разработок, инвестиций [6].

Структуризация организации по отделениям производится по выпускаемой продукции, ориентации на потребителя и регионально. Руководители вторичных функциональных служб отвечают перед управляющим производственного подразделения, в то время как помощники руководителя производственного отделения контролируют деятельность функциональных служб по всем заводам отделения, координируя их деятельность по горизонтали. Ярким примером на фоне рынка книжной

индустрии является небезызвестное издательство «Эксмо», держащее на сегодняшний день статус первого в России. В 2005 году организация перешла на дивизиональную структуру управления, так как выпускаемая продукция заняла все сегменты книжного рынка, за исключением учебной литературы.

Критерии структурного деления характеризуются развитой сетью дистрибуции, охватывающей 9 региональных центров, а также четырьмя дивизионами – отделами, соответствующими личным и профессиональным качествам читателя. Таким образом, сформированы отделы: художественной литературы, детской и подростковой литературы, научно-популярной и прикладной литературы, а также канцелярских товаров. В состав каждого дивизиона входит несколько редакций-импринтов [19]. По сути, дивизионы являются специализированными издательствами, имеющими собственный орган управления, так как они наделены вариативностью полномочий и контролируют весь процесс создания книг. Однако все подразделы объединены: одним общим брендом, генеральным директором, осуществляющим организацию основополагающих процессов и решение ключевых вопросов, а также дивизиональной структурой. Взаимосвязь вышеперечисленного определяет качество, количество и характер полиграфических процессов, имеющих широкий спектр возможностей полиграфического исполнения продукции.

Для того, чтобы организация оказалась работоспособной, необходимо перейти на новые принципы отношений ее структурных подразделений между собой. Так как полномочия передаются в процессе децентрализации сверху вниз, то таким же путем должна быть перераспределена и ответственность за результаты деятельности. Если подразделения имеют право принимать принципиальные решения, касательно рынка сбыта продукции, именно это должно в конечном счете стать главным мерилом эффективности их деятельности. Продажи и прибыль – главные ориентиры в их работе.

Однако все подразделы так или иначе функционируют в рамках единой структуры, используют общие ресурсы, основной и оборотный капитал

компании, следовательно, каждый из них должен отвечать и перед корпоративным центром, равно как и перед друг другом.

Ниже перечислены внешние факторы влияния на организацию работы издательства:

- Высокая степень динамизма и дифференциации рынка.

Это явление требует прозорливой интегральной политики менеджеров, возглавляющих продуктовую группу, в которую входят разработки, производство и маркетинг [9]. Все это благоприятствует развитию системы управления хозяйственными подразделениями, что в свою очередь, способствует определенной целевой ориентации.

- Высокая степень функционального динамизма и функциональной синергии – эффекта совместной деятельности.

Следующее явление подразумевает наличие порядка, в котором функциональная сторона деятельности всех продуктовых групп согласована с функциональными отделами. Между тем это способствует усилению функциональной организации, отличающейся высокой степенью эффективности отдельных функций и оптимальным использованием возможностей, связанных с осуществлением этих функций, для дальнейшего развития компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что если наблюдается низкая степень динамизма или дифференциации продукта и рынка или, наоборот, высокая функциональная синергия и динамизм, то правильным будет считаться выбор более гибкой функциональной организации. Если же имеется слишком слабая степень синергии или недостаточное развитие функций, но сильны продуктовый и рыночный динамизм и дифференциация, то предпочтение нужно отдать организации с системой независимых подразделений, например, дивизиональной.

Заключение

Известно, что прибыль предприятия считается наиважнейшим смыслом его создания и дальнейшего существования. В связи с этим проблемы организации работы издательства, выбора подходящей организационной структуры, определение типа издательства в зависимости от выпускаемой продукции и полиграфических процессов не теряют своей актуальности на протяжении времени и на современном рынке книжной индустрии.

В ходе нашего исследования были рассмотрены задачи, связанные с анализом влияния организации работы издательства на полиграфические процессы, а также определением грамотного и планомерного формирования организационных структур в зависимости от типов издательств. В процессе изучения полиграфических процессов, как движущей силы производства полиграфической продукции, была дана классификация издательств в зависимости от выпускаемой продукции.

В результате анализа положительных и отрицательных факторов различных видов организационных структур в контексте современной конъюнктуры рынка нами были предложены оптимальные варианты выбора организации работы для конкретных издательств, исходя из имеющихся данных относительно их внутренней структуры. Тем не менее окончательный выбор организационно структуры должен быть связан с поиском организационного компромисса, поскольку в любом предприятии большую роль играют две противоположные силы, между которыми необходимо найти равновесие.

С приходом рыночных отношений в Россию изменились требования не только к взаимодействующим в этих отношениях лицам, но также и к основному объекту – товарам. Наряду с исследованиями, посвященными изучению проблем воздействия на читателя, читательского восприятия, маркетинга, в книжном деле становятся всё более востребованными исследования в области грамотного и удобного для читателя оформления книг

в рамках полиграфических процессов, а также наиболее эффективной организации работы издательства, как движущей силы производства в целом.

Главной общественной и социально-культурной задачей является повышение эффективности книги. Этим обусловлен процесс расширения и дифференциации высшего образования с целью обеспечения всех отраслей книжного дела высококвалифицированными специалистами. Грамотный подход к выбору организационной структуры издательства, минимизирование материальных и физических затрат на полиграфические процессы в конечном итоге приведут к желаемому результату – динамичному и поступательному развитию как конкретного издательства, так и издательского дела в конъюнктуре современного книжного рынка массмедиа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, М. И. Книгоиздание в современной России. М. : Мысль, 2000. – 318 с.
2. Антонова, С. Г. Редакторская подготовка изданий / С. Г. Антонова, В. И. Васильев, И. А. Жарков и др. – М. : МГУП, 2002. – 468 с.
3. Баренбаум, И. Е. О соотношении теории, истории, методики и практики книжного дела // Историко-прогностический обзор. – М. : Книга, 1994.
4. Добкин, С. Ф. Оформление книги. Редактору и автору. М. : Книга, 1985. – 208 с.
5. Запекина, Н. М. Основы производственных процессов. – Челябинск: ФГОУ ВПО «ЧГАКИ», 2008. – 74 с.
6. Зимина, Л. В. Современные издательские стратегии. – М. : Наука, 2004 - 274 с.
7. Кнабе, Г. А. Оперативная полиграфия. Организация бизнеса и эффективное управление цифровой мини-типографией. – М. : Изд. дом Вильямс, 2007. – 240 с. : ил.
8. Козлова, Е. Б. История печатных средств информации : учеб. пособие / Е. Б. Козлова. – М. : МГУП, 2008. – 202 с.
9. Лобин, А. М. Проектирование и анализ концепции книжного издания : учебное пособие для студентов специальности 030901 «Издательское дело и редактирование» / А. М. Лобин, М. В. Миронова. – Ульяновск : УлГТУ, 2009. – 110 с.
10. Майсурадзе, Ю. Ф. Энциклопедия книжного дела / Ю. Ф. Майсурадзе, А. Э. Мильчин и др. – М. : Юристъ, 1998. – 528 с.
11. Мильчин, А. Э. Справочник издателя и автора / А. Э. Мильчин, Л. К. Чельцова. – М. : Олма-Пресс, 2003. – 800 с.
12. Пикок, Джон. Издательское дело. М. : Эком, 1998. – 400 с.
13. Полянский, Н. Н. Основы полиграфического производства. – М. : Книга, 1991. – С. 352

14. Средства массовой информации России : Учеб. пособие для студентов вузов / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова и др. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

Список электронных источников:

15. Беловицкая, А. А. Общее книговедение: Учебное пособие. [Электронный ресурс] URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook011/01/part-001.htm> (обращение к источнику 20.05.2017)
16. Жарков, И. А. Технология редакционно-издательского дела: Конспект лекций. [Электронный ресурс] URL: <http://hi-edu.ru/e-books/xbook077/01/part-013.htm> (обращение к источнику 20.05.2017)
17. Козлова, Е. Б. Технология допечатных процессов: учебное пособие. [Электронный ресурс] URL: <http://hi-edu.ru/e-books/xbook784/01/part-002.htm> (обращение к источнику 8.05.2017)
18. Национальная ассоциация полиграфистов России. Допечатная подготовка. [Электронный ресурс] URL: <http://www.nrap.ru/> (обращение к источнику 8.05.2017)
19. Официальный сайт книжного издательского дома Эксмо. [Электронный ресурс] URL: <https://eksmo.ru/> (обращение к источнику 1.05.2017)
20. Полиграфический словарь. Автор-составитель Николай Дубина. [Электронный ресурс] URL: <http://www.i-type.ru/enc.html> (обращение к источнику: 7.05.2017)
21. Рожков, К. Л. / Организационная структура предприятий. [Электронный ресурс] URL: <http://www.aup.ru/books/m48/3.htm> (обращение к источнику 20.05.2017)
22. ФГУП Издательство "Финансы и статистика". [Электронный ресурс] URL: <http://www.finstat.ru/> (обращение к источнику 1.05.2017)