

УДК 331.461:334.72:070

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/34.7>**Мірзосва Т.В.**доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри економіки

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0034-6138>**Старенький М.О.**

аспірант

Національний університет біоресурсів і природокористування України

## ДО ПИТАННЯ РИЗИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

У статті акцентовано, що діяльність українських медіа в останні десятиліття здійснюється в умовах перманентних криз, які стабільно зумовлюють ризик зниження доходів для підприємств галузі друкованих ЗМІ. Представлено класифікацію ризику зниження доходів. Виявлено, що зазначені види ризику виникають через широкую сукупність зовнішніх ризик-факторів прямого і непрямого впливу по відношенню до підприємств. Виділили два основні ризик-фактори прямого впливу – поширення онлайн видань у мережі Інтернет і монополія єдиного національного поштового оператора доставки друкованих ЗМІ – АТ «Укрпошта». Дійшли висновку, що мінімізація ризиків підприємств галузі друкованих медіа можлива за умови спільних зусиль держави, суспільства, а також самих підприємств, яким варто застосовувати максимум нестандартних підходів до управління ризиками.

**Ключові слова:** ризики, ризик-фактори, друковані засоби масової інформації, медіа, підприємство, галузь.

**Постановка проблеми.** Сучасні підприємства, незалежно від країної й галузевої приналежності, стикаються зі значною кількістю ризиків. До найбільш відомих відносяться ризики операційні, фінансові, юридичні, репутаційні, технологічні, екологічні, логістичні, кадрові тощо. У свою чергу рівень ризику також може бути різний – від нормального до катастрофічного. В умовах воєнного стану українські підприємства більшою мірою стикаються з багатьма ризиками, рівень яких часто наближається до катастрофічного. Однак, із ризиками різного рівня підприємства різних галузей стикалися й стикаються також і зважаючи на те, що світ постійно змінюється. Зокрема, це стосується підприємств галузі друкованих засобів масової інформації (ЗМІ), які функціонують в умовах сучасного цифрового світу. Друкованим медіа складно функціонувати поряд із електронними виданнями, які більш функціональні в користуванні й швидше доносять інформацію до читачів. Відповідно підприємства галузі друкованих ЗМІ в усьому світі в останні десятиліття часто потрапляли у скрутне фінансове становище, багато з них станом на 2024 р. перебувало на межі виживання. Часті випадки, коли відомі світові видання повідомляють про скорочення тиражів періодичних видань, або й навіть узагалі припиняють виходити друком і віддають перевагу онлайн-формату. Наприклад, «відомий американський журнал з 80-річною історією Newsweek повністю перейшов в Інтернет. Американська газета The New York Times з появою сайту «Нью-Йорк Таймс» змінила слоган газети з фрази: «У нас всі новини, які можна надрукувати» (All the News that's Fit to Print) на – «У нас новини, на які ви клікаєте» (All the News that's Fit to Click)» [17].

Разом із тим, значення друкованих ЗМІ переоцінити неможливо навіть у сучасному цифровому світі. У той час, як Інтернет зайняв центральне місце в інформацій-

ному середовищі, друковані ЗМІ пропонують свої унікальні продукти. Наприклад, друковані засоби масової інформації, включаючи газети, журнали, брошури та листівки, в сучасному світі все ж таки залишаються потужним інструментом для просування продуктів і послуг широкій аудиторії. Тому узагальнення й аналіз на постійній основі ризиків підприємств галузі друкованих ЗМІ є необхідною передумовою їх мінімізації та складовою стратегії виживання підприємств галузі та їх трансформації в умовах цифрового світу. Особливо, зважаючи на те, що розуміння ризику є першим кроком до його мінімізації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науковці та практики приділяють значну увагу окремим видам ризиків, які впливають на діяльність підприємств різних галузей. Наприклад, Скриньковський Р. і Тиркало Ю. [18] розкрили сутність, види і методи оцінки загалом підприємницьких ризиків і пропонували шляхи їх зниження; Насипайко Д. і Подплетній В. [15] досліджували основні ризики зовнішньоекономічної діяльності підприємств в контексті розвитку глобалізаційних процесів; Гривківська О. та Гейжа Є. [5] у своїх дослідженнях приділяли увагу ризикам аграрного підприємництва, акцентуючи увагу на їх прояв в умовах війни; Діброва А. та ін. [6] представили підхід до формування системи управління ризиками аграрних підприємств; Шепиленко В. [23] досліджувала інвестиційні ризики в діяльності підприємств; Капелюшна Т. [12] та ін. тема зробили спробу розкрити тему управління інноваційними ризиками підприємств; Величко Я. [2] представив класифікацію кадрових ризиків підприємств; Янковська Л. та ін. аналізували поняття фінансового ризику, а також висвітлювали можливі шляхи зменшення його впливу на діяльність підприємств [24].

У свою чергу, проблематику ризиків різних видів підприємницької діяльності та напрямки їх мініміза-

ції у складних умовах сучасності також досліджували численні науковці. Так, Швець Ю., Тітов В. і Ідобаєва А. [22, 20, 11] розглядали ризики в діяльності промислових підприємств; Красношарпа В. і Бузинник Ю. [13] зосереджували свою увагу на ризиках діяльності підприємств текстильної галузі; Михайлова Н. і Карцева В. [14] за різними класифікаційними ознаками систематизували ризики туристичних підприємств; Євстахевич В. та ін. [8] досліджували ключові ризики, які чинять вплив на функціонування підприємств харчової промисловості в умовах війни; Воробйова С. [3] зосереджувала свою увагу на ключових ризиках, які впливають на функціонування комерційних підприємств в умовах воєнного стану в Україні, та визначенні можливих сценаріїв їх мінімізації; Нікіфоров М. [16] розкрив сутність і особливості ризиків, які притаманні телекомунікаційним підприємствам; Білоус С. і Власенко А. [1] приділяли увагу ризикам, із якими стикаються підприємства фінансового сектору й ті, що працюють в ІТ секторі та в мережі Інтернет; Терент'єва Н. та ін. [19] досліджували ризики використання цифрових медіа і соціальних мереж у маркетингових кампаніях.

Разом із тим, не дивлячись на наявність численних наукових напрацювань щодо сутності тих або інших ризиків у діяльності підприємств різних галузей і підходів до управління ними, у змінних умовах сьогодення необхідними також є поглиблені дослідження ризиків із якими стикаються у своїй діяльності підприємства галузі друкованих ЗМІ. Актуальність даного питання зумовлюється трансформаційними процесами, що мають місце в галузі, зважаючи на провідну роль мережі Інтернет у сучасному інформаційному середовищі.

**Метою статті** є розкрити сутність і особливості ключових ризиків, з якими стикаються у своїй діяльності підприємства галузі друкованих ЗМІ в Україні в умовах сучасного цифрового світу, зважаючи на потребу в дієвих способах їх мінімізації з урахуванням змінних умов сьогодення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Насамперед, зазначимо, що згідно чинного законодавства в Україні під друкованими засобами масової інформації розуміється «друковане медіа – медіа, що здійснює поширення інформації у текстовій чи візуальній формі на друкованих носіях, однотипно оформлене, виходить у світ через певні проміжки часу упродовж року – у міру настання відповідного періоду або накопичення матеріалу» [10]. Не дивлячись на те, що друковані ЗМІ в Україні перейменовані в «медіа» і їх діяльність регламентується оновленим законодавством, тим не менше ні для кого не секрет, а особливо для фахівців даної сфери, що з початком нового тисячоліття й активним розвитком цифрових медіа і технологій, український ринок друкованої преси, які і загалом у світі, переживає чи не найважчі часи. І досить часто медіа-експерти говорять про друковану пресу, як «приречену» [7]. І такі думки не безпідставні.

Діяльність українських підприємств галузі друкованих ЗМІ в останні десятиліття здійснюється в умовах перманентних криз. Так, у 2008 р. через світову економічну кризу видання, що випускали газети й журнали, скоротили свої бюджети, а багато взагалі не втрималися на ринку), у 2013–2014 рр. під час другої економічної

кризи відмічалось скорочення редакційних бюджетів і закриття видань, в 2019–2021 рр. на діяльність підприємств зазначеної галузі вплинула пандемія COVID-19. Із початком повномасштабного вторгнення РФ в 2022 р. в Україну почався черговий кризовий період через руйнацію логістики друку й розповсюдження друкованих медіа [4]. Відповідно, підприємства галузі друкованих ЗМІ в Україні на постійній основі значною мірою зазнають впливу ризиків, які спричинені такими зовнішніми чинниками, як зміни в економічній ситуації країни. Окрім того, підприємства зазначеної галузі знаходяться під дією таких ризикових факторів, як підвищення цін на сировину і відтік рекламодавців. Як наслідок – виникає ризик зниження доходів і загалом дефіциту грошових коштів. Що, у свою чергу, спричиняє ризики скорочення штату в медіа та скорочення фінансової винагороди журналістів [4].

Загалом, ризик зниження доходів для підприємств галузі друкованих ЗМІ в Україні можна охарактеризувати, як такий, що має високий рівень і значною мірою впливає як на поточну діяльність суб'єктів господарювання, так і на її перспективи. У свою чергу, це є наслідком того, що зазначений ризик виникає через широку сукупність специфічних ризикових факторів, які виокремлюють експерти медіа ринку (табл. 1).

У практичній діяльності зазвичай доречним є класифікувати ризики в окремі групи для ефективного управління ними. У ході дослідження виявили, що, беручи до уваги основні напрямки грошових надходжень, ризик зниження доходів для підприємств галузі друкованих медіа (тобто періодичних газет і журналів) можна класифікувати за такими видами: ризик зменшення доходів від реклами, ризик зменшення доходів від роздрібного продажу, ризик зменшення доходів від передплати. Значна кількість ризик-факторів, які спричиняють кожен із виокремлених видів зазначеного ризику, є ще одним підтвердженням того, що, як згадувалося вище, українська галузь друкованих медіа переживає черговий кризовий період.

Аналіз виявлених ключових ризик-факторів, які спричиняють ризик зниження доходів для підприємств галузі друкованих медіа в Україні дозволяє їх охарактеризувати як зовнішні прямого і непрямого впливу по відношенню до підприємств. І серед них, на доповнення до згаданих уже змін в економіці держави, можна виділити два основні ризик-фактори прямого впливу – це поширення онлайн видань у мережі Інтернет і монополія єдиного національного поштового оператора доставки друкованих ЗМІ – АТ «Укрпошта». Дійсно, поширення діджиталізації на рівні держави, поряд із низкою позитивних наслідків, для друкованих медіа спричинило ризики конкуренції з електронними ресурсами і знищення культури споживання передплатної інформації, так як з'явилася безкоштовна альтернатива, а ризик-фактори, пов'язані зі співпрацею українських друкованих видань з АТ «Укрпошта», є надзвичайно загрозливими.

Переважає чиним виокремлені два основні ризик-фактори призвели до того, що значна кількість підприємств галузі друкованих медіа потрапили в область високого ризику, а багато – в область катастрофічного ризику. При тому, що мають місце, як і в діяльності підприємств інших галузей, і внутрішні ризики, насампе-

**Таблиця 1 – Ризики зниження доходів для підприємств галузі друкованих медіа в Україні й основні фактори, що їх спричиняють**

Ризик	Ризик-фактори
Ризик зменшення доходів від реклами	<ul style="list-style-type: none"> <li>– скорочення малого та середнього бізнесу у зв'язку з виїздом людей за кордон;</li> <li>– відсутність сертифікації накладу – підтвердження відповідності друку накладу та реалізації накладу видання за передплатою та вроздріб. Як наслідок, неефективність для рекламодавців частини рекламних кампаній;</li> <li>– значні ресурсні витрати клієнтів і рекламних агенцій при розміщенні реклами в регіональній пресі. За меншої вартості контакту з цільовою аудиторією, ніж у інших медіа, обсяг праці на розміщення реклами більший;</li> <li>– слабкий піар галузі серед рекламодавців і відсутність кампаній щодо просування друкованих медіа як ефективного рекламоносія;</li> <li>– перерозподіл рекламних бюджетів на користь онлайнних видань і телеграм каналів.</li> </ul>
Ризик зменшення доходів від роздрібного продажу	<ul style="list-style-type: none"> <li>– скорочення кількості місць продажу преси: станом на 2024 р., порівняно з 2010 р., вона зменшилася майже на 70%. Переважно кіоски, де донедавна продавалася преса, викуповують фірми, що займаються реалізацією тютюнових виробів;</li> <li>– збільшення торгової націнки на газети і журнали, що впливає на вартість у продажу. Якщо у 2010 р. така націнка становила 40–60%, то в 2024 р. понад 100%;</li> <li>– зменшення торгівлі місцевою і національною пресою в мережах супермаркетів;</li> <li>– скорочення читачкої аудиторії через демографічну ситуацію;</li> <li>– зменшення кількості стаціонарних поштових відділень АТ «Укрпошта», які реалізовували пресу.</li> </ul>
Ризик зменшення доходів від передплати	<ul style="list-style-type: none"> <li>– системне зниження якості доставки преси в 2017–2024 рр. з боку єдиного національного поштового оператора доставки друкованих ЗМІ за передплатою (Укрпошта);</li> <li>– збільшення термінів доставки щоденних і щотижневих газет;</li> <li>– значне скорочення кількості поштових відділень, де була можливість передплатити газету: Якщо в 2018 р. кількість стаціонарних поштових відділень Укрпошти становила 10,475 тисяч, то в 2023-му – лише 4,698 тис. Окрім того, внаслідок змін у роботі Укрпошти станом на 2024 р. більшість відділень у сільській місцевості працювали 1–2 дні на тиждень;</li> <li>– недотримання графіків доставки пересувними поштовими відділеннями;</li> <li>– скорочення кількості листонош і операторів поштового зв'язку – майже на 75% впродовж семи років. Якщо, за даними Укрпошти, в 2017 р. кількість листонош становила 31,2 тис., то в першому кварталі 2024 року – 7974;</li> <li>– відсутність штрафних санкцій у договорах із видавцями за несвоєчасну доставку видань Укрпоштою до поштової адреси передплатника;</li> <li>– скорочення кількості людей, які звикли передплачувати газети та журнали, що пов'язано з еміграцією за кордон у 2022 через повномасштабне вторгнення рф;</li> <li>– збільшення користувачів інтернету в аудиторії 60+;</li> <li>– падіння доходів читачкої аудиторії (переважно пенсіонерів);</li> <li>– зростання передплатної вартості газет і журналів через збільшення Укрпоштою тарифів на доставку й оформлення передплати;</li> <li>– відсутність знижок від Укрпошти на оформлення передплати через редакцію чи на сайті Укрпошти і припинення Укрпоштою прийому пільгової передплати для пенсіонерів і учасників бойових дій.</li> </ul>

Джерело: [21]

ред виробничі і фінансові. Як наслідок – в Україні відбулося стрімке зменшення кількості друкованих медіа впродовж 2008-2024 рр. (табл. 2). Зокрема, протягом зазначеного періоду кількість газет, які випускалися в Україні скоротилася на 67%, а кількість журналів – на 79%.

Загалом, ризик зникнення українських паперових журналів і газет розглядаємо як високого рівня з наближенням до катастрофічного. Одним із підтверджень цього є й те, що ще в 2023 р. Національна спілка журналістів України зверталася до президента з проханням урегулювати ситуацію з доставкою друкованих медіа.

При цьому журналісти акцентували увагу на тому, що основний ризик – це реформа «Укрпошти», внаслідок якої скорочується кількість листонош, закриваються передплатні відділи обласних дирекцій, ста-

ціонарні й пересувні відділення, місяцями газетарі не можуть підписати контракти на розповсюдження своїх газет через бюрократичні та штучні перепони для підписання договорів. «При цьому вартість доставки газети, що сплачується «Укрпошті», може коливатися на рівні 30% від всього бюджету, який має редакція» [9]. Тобто монополія АТ «Укрпошта» та її політика стосовно співпраці з друкованими виданнями напевно дійсно є одним із найбільш загрозливих зовнішніх ризик-факторів, які зумовлюють ризик зниження прибутку для підприємств галузі друкованих медіа в Україні та, відповідно, ризик банкрутства.

Між тим, як згадувалося вище, друковані видання все ще заслуговують на увагу. Навіть в умовах цифрового світу друковані газети й журнали все ще залишаються цінним інформаційним ресурсом. Окрім

**Таблиця 2 – Друковані медіа в Україні, 2008–2024 рр.**

Друковані медіа	01.01.2008 р.	01.01.2020 р.	01.01.2022 р.	01.01.2024 р.
газети	2448	1580	1354	809
журнали	1739	889	662	365
Всього	4187	2469	2016	1174

Джерело: [21]

того, що друкowana продукція залишається потужним інструментом маркетингу, друковані видання також усе ще залишаються найбажанішими інформаційними джерелами для науковців і журналістів, якщо вони хочуть знайти надійну та послідовну інформацію. Ці видання витратили десятиліття, створюючи репутацію серед своєї аудиторії, і вони дотримуються високого рівня вмісту. Також друковані газети, разом із онлайн-аналогами, залишаються, принаймні в сучасному демократичному світі, охоронцями демократії та верховенства права. Вони надають інформацію громадянам, мобілізують групи навколо проблем і служать «сторожовими псами» проти правопорушень або перевищення влади [25].

А, наприклад, локальні друковані медіа є цінними для держави тим, що вони представляють можливість доносити інформаційну політику на конкретних прикладах, важливих для мешканців громад. Зокрема, локальні друковані видання доступною мовою можуть пояснити процеси, що відбуваються в державі, а також продемонструвати їхнє побутове значення. Тому влада має бути зацікавленою у сталій і ефективній роботі як локальних медіа, так і загалом в ефективному функціонуванні медіа ринку. До того ж, варто відмітити, що має місце тенденція нового етапу розвитку видавничої справи, так як у соціумі все частіше з'являються запити на якісні й креативні друковані ЗМІ, не дивлячись на існування загальнодоступних Інтернет-ресурсів.

Зважаючи на те, що основні ризики в діяльності підприємств галузі друкованих медіа виникають через зовнішні фактори прямого і непрямого впливу, їх мінімізація залежить не тільки від суб'єктів господарювання і потребує комплексного підходу з залученням представників суспільства і влади. Підприємствам же, що функціонують в галузі медіа, не маючи можливості контролювати всі ризик-фактори зовнішнього середовища чи впливати на них, важливо максимально ефективно враховувати їх при плануванні виробничо-господарської діяльності, щоб мінімізувати їхній вплив. Сучасний світ вимагає максимум нестандартних підходів до управління ризиками і це особливо стосується підприємств галузі друкованих ЗМІ, багато з яких перебуває на межі банкрутства. У цьому контексті важливо відмітити тренд, який набирає обертів у сучасному суспільстві – повернення до читання паперових книг. Прикладом є столиця нашої держави, де за останні роки практично сформувалася мода на читання книжок у спеціалізованих закладах – книгарнях-кав'ярнях і де все частіше можна побачити молодь із паперовими

виданнями в руках. Цей факт також розглядаємо як один із аргументів на користь друкованих медіа у контексті можливостей диверсифікації видавничої діяльності з метою мінімізації ризиків. Зважаючи на те, що розвиток суспільства є циклічним, можна припустити, що після повернення моди на читання паперових книжок, може відбутися поступове повернення до читання друкованих газет і журналів.

**Висновки.** В епоху Інтернету та стрімкого поширення соціальних онлайн мереж друковані медіа зазнають впливу високого рівня ризиків, серед яких до основних можна віднести ризик конкуренції з альтернативними моделями реклами й комунікації, ризик зменшення інтересу читачів і загалом ризик зниження доходів. Зростання рівня останнього в кінцевому результаті призводить до банкрутства. У свою чергу, ті чи інші ризики виникають через низку специфічних і неспецифічних ризик-факторів – як внутрішніх, так і зовнішніх по відношенню до підприємства. Для українських підприємств у галузі друкованих ЗМІ ризики зниження доходів, насамперед, виникають через зовнішні ризик-фактори прямого і непрямого впливу. Серед них як найбільш загрозливі визначені такі фактори, як поширення онлайн видань у мережі Інтернет і монополія єдиного національного поштового оператора доставки друкованих ЗМІ – АТ «Укрпошта». Тобто такі фактори, усунути які підприємства не в змозі та які спричиняють ризики, через які вони потрапляють в область високого і навіть катастрофічного ризику. Окрім того, ризик-фактори, що спричиняють ризик зниження доходів для підприємств галузі друкованих медіа певним чином пов'язані. Це ускладнює прийняття рішень щодо мінімізації ризиків і вимагає від суб'єктів господарювання галузі друкованих ЗМІ глибокого системного аналізу різних типів небезпек на постійній основі. Варто виконувати як систематичний аналіз, так і оцінку ступеню впливу розглянутих вище та інших ризик-факторів, експериментувати з різними напрямками диверсифікації та складати максимально гнучкі стратегічні та оперативні плани для того, щоб адаптуватися до змін, які відбуваються в зовнішньому середовищі. Безумовно необхідно є й розуміння влади на всіх рівнях і представників суспільства щодо того, що питання виживання друкованих медіа значною мірою від них не залежить і варто шукати ефективні шляхи, які дозволять мінімізувати ризики підприємств зазначеної галузі та, відповідно, зберегти для суспільства такий унікальний продукт як друковані газети і журнали.

#### Список використаних джерел:

1. Білоус С.П., Власенко А.Ю. Управління ризиками на підприємстві. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 8 (08). С. 17–21.
2. Величко Я.І. Класифікація кадрових ризиків підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2019. Вип. 33. С. 119–137.
3. Воробійова С.І. Ризики, що впливають на функціонування комерційних підприємств під час військового стану в Україні, та сценарії їх мінімізації. *Економічний простір*. 2022. № 180. С. 98–104.
4. Гоцур О., Попіль Д. Кризові періоди ринку друкованих медіа України (2000–2022 рр.). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*. 2022. № 2 (4). С. 38–45.
5. Гривківська О.В., Гейжа С.О. Ризики господарської діяльності аграрних підприємств та їх нейтралізація в умовах активних бойових дій. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. № 4. С. 43–48.
6. Діброва А.Д. та ін. Формування системи управління ризиками аграрних підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. № 7 (277). С. 188–202.
7. Дризицька Н., Верстюк І. Майбутнє друкованих ЗМІ – продавати читачам сенси. 2019. URL: <https://www.thelede.media/vsi-materialy/2019/12/01/347/>

8. Євстахевич В.Л. та ін. Ключові ризики функціонування підприємств харчової промисловості в умовах війни. *Академічні візії*. 2024. Випуск 27. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13481699>
9. Загибель друкованих видань: журналісти звернулися по допомогу до Президента України. 2023. URL: <https://opentv.media/ua/zagibel-drukovanih-vidan-zhurnalisti-zvernulisya-po-dopomogu-do-prezidenta-ukrayini>
10. Закон України «Про медіа». Верховна рада України. Офіційний веб сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
11. Ідобаєва А.Л. Сутність та ризики в діяльності промислових підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 1. С. 71–76.
12. Капельюшна Т.В. та ін. Місце інноваційних ризиків у системі економічної безпеки підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021. № 4 (38). С. 61–68. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2021.046167>
13. Красношапка В.В., Бузинник Ю.С. Аналіз ризикованості діяльності підприємств текстильної галузі у розрізі напрямів розвитку їхньої діяльності на прикладі ТОВ «Валтекс-маркетинг плюс». *Приазовський економічний вісник*. 2020. Випуск 2 (19). С. 110–117. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-19>
14. Михайлова Н.В., Карцева В.В. Класифікація ризиків туристичного підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 3 (75). С. 182–187.
15. Насипайко Д.С., Подплетний В.В. Основні ризики зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах розвитку глобалізаційних процесів. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 11. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156-2020.11.35>
16. Нікіфоров М.М. Особливості управління ризиками телекомунікаційних підприємств. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 6 (117). С. 67–69.
17. Сікора В. Друковані ЗМІ XXI століття. 2020. URL: <https://www.slipenchuk.partners/drukovani-zmi-xxi-stolittya/>
18. Скриньковський Р., Тиркало Ю. Підприємницькі ризики: сутність, види, методи оцінки та шляхи їх зниження. *Traektorія Nauki = Path of Science*. 2021. Vol. 7. No. 12. С. 2015–2023. DOI: <https://doi.org/10.22178/pos.77-11>
19. Терент'єва Н., Савчук Я., Мільман Л. Використання цифрових медіа та соціальних мереж у маркетингових кампаніях: ефективність і ризики. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-43>
20. Тітов В. Економічні ризики: поняття, сутність, підходи до управління ними у промисловому маркетингу. *Сталій розвиток економіки*. 2024. № 3 (50). С. 378–381. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-56>
21. Чернявський С. Медіа ландшафт друкованих медіа в Україні – 2024. *Медіа в Україні та світі – 2024*. URL: <https://teletype.in/@pressua/BU1-Mc4ecvp>
22. Швець Ю.О. Ризики в діяльності промислових підприємств: види, методи оцінки та заходи подолання ризику. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Випуск 17. Частина 2. С. 131–135.
23. Шепиленко В. Інвестиційні ризики в діяльності підприємств. *Вісник ШНАУ. Економіка і менеджмент*. 2022. № 2 (92). С. 24–29.
24. Янковська Л.А. та ін. Управління фінансовими ризиками підприємств в умовах війни. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2023. Випуск 37. С. 307–314.
25. The Survival of Print News in a Digital Age. *Foreign press USA*. 2024. URL: <https://foreignpress.org/journalism-resources/the-survival-of-print-news-in-a-digital-age>

#### References:

1. Bilous S. P., Vlasenko A. Iu. (2023). Upravlinnia ryzykamy na pidpriemstvi [Risk management at the enterprise]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*, no. 8 (08), pp. 17–21.
2. Velychko Ya. I. (2019). Klyasyfikatsiia kadrovyykh ryzykiv pidpriemstva [Classification of personnel risks of the enterprise]. *Ekonomika transportnoho kompleksu*, no. 33, pp. 119–137.
3. Vorobiova S. I. (2022). Ryzyky, sheho vplyvaiut na funktsionuvannia komertsiiinykh pidriemstv pid chas viiskovoho stanu v Ukraini, ta stsenarii yikh minimizatsii [Risks affecting the functioning of commercial enterprises during martial law in Ukraine and scenarios for minimising them]. *Ekonomichnyi prostrir*, no. 180, pp. 98–104.
4. Hotsur O., Popil D. (2022). Kryzovi periody rynku drukovanykh media Ukrainy (2000–2022 rr.) [Crisis periods of the print media market of Ukraine (2000–2022)]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika": zhurnalistyka*, no. 2 (4), pp. 38–45.
5. Hryvkivska O. V., Heizha Ye. O. (2024). Ryzyky hospodarskoi diialnosti ahrarnykh pidpriemstv ta yikh neutralizatsiia v umovakh aktyvnykh boiovykh dii [Risks of economic activity of agrarian enterprises and their neutralization in conditions of active hostilities]. *Kyivskiy ekonomichnyi naukovyi zhurnal*, no. 4, pp. 43–48.
6. Dibrova A. D. et al. (2024). Formuvannia systemy upravlinnia ryzykamy ahrarnykh pidpriemstv [Formation of the risk management system of agricultural enterprises]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 7 (277), pp. 188–202.
7. Dryzyska N., Verstiuk I. (2019). Maibutnie drukovanykh ZMI – prodavaty chytacham sensy [The future of print media is to sell meaning to readers]. Available at: <https://www.thelede.media/vsi-materialy/2019/12/01/347/>
8. Yevstakhevych V. L. et al. (2024). Kliuchovi ryzyky funktsionuvannia pidpriemstv kharchovoi promyslovosti v umovakh viiny [Key risks of the functioning of food industry enterprises in war conditions]. *Akademichni vizii*, no. 27. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13481699>
9. Zahybel drukovanykh vydan: zhurnalisti zvernulisya po dopomogu do Prezydenta Ukrainy [Death of printed publications: journalists turned to the President of Ukraine for help]. (2023). Available at: <https://opentv.media/ua/zagibel-drukovanih-vidan-zhurnalisti-zvernulisya-po-dopomogu-do-prezidenta-ukrayini>
10. Zakon Ukrainy «Pro media» [Law of Ukraine “On Media”]. *Verkhovna rada Ukrainy. Ofitsiyniy veb sait*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
11. Idobaieva A. L. (2021). Sutnist ta ryzyky v diialnosti promyslovykh pidpriemstv [The essence and risks in the activity of industrial enterprises]. *Investitsii: praktyka ta dosvid*, no. 1, pp. 71–76.
12. Kapeliushna T. V. et al. (2021). Mistse innovatsiinykh ryzykiv u systemi ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [The place of innovative risks in the system of economic security of the enterprise]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, no. 4 (38), pp. 61–68. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2021.046167>

13. Krasnoshapka V. V., Buzynnyk Yu. S. (2020). Analiz ryzykovanosti diialnosti pidpriemstv tekstylnoi haluzi u rozrizi napriamiv rozvytku yikhnoi diialnosti na prykladi TOV "Valteks-marketynh plus" [Analysis of the riskiness of the activities of enterprises in the textile industry in terms of the directions of development of their activities on the example of Valtex-marketing plus LLC.]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk*, no. 2(19), pp. 110–117. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-19>
14. Mykhailova N. V., Kartseva V. V. (2016). Klasyfikatsiia ryzykiv turystychnoho pidpriemstva [Klasyfikatsiia ryzykiv turystychnoho pidpriemstva]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, no. 3 (75), pp. 182–187.
15. Nasypaiko D. S., Podprietni V. V. (2020). Osnovni ryzyky zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstv v umovakh rozvytku hlobalizatsiinykh protsesiv [The main risks of foreign economic activity of enterprises in the conditions of the development of globalization processes]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, no. 11. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156-2020.11.35>
16. Nikiforov M. M. (2020). Osoblyvosti upravlinnia ryzykamy telekomunikatsiinykh pidpriemstv [Peculiarities of risk management of telecommunications enterprises]. *Derzhava ta rehiony. Seria: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 6 (117), pp. 67–69.
17. Sikora V. (2020). Drukovani ZMI KhKhI stolittia [Print mass media of the 21st century]. Available at: <https://www.slipenchuk.partners/drukovani-zmi-xxi-stolittia/>
18. Skrynkovskiy R., Tyrkalo Yu. (2021). Pidpriemnytski ryzyky: sutnist, vydy, metody otsinky ta shliakhy yikh znyzhennia [Business risks: essence, types, assessment methods and ways of reducing them]. *Traektorii Nauki – Path of Science*, no. 7 (12), pp. 2015–2023. DOI: <https://doi.org/10.22178/pos.77-11>
19. Terentieva N., Savchuk Ya., Milman L. (2024). Vykorystannia tsyfrovyykh media ta sotsialnykh merezh u marketynhovyykh kampaniiakh: efektyvnist i ryzyky [Using digital media and social networks in marketing campaigns: effectiveness and risks]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-43>
20. Titov V. (2024). Ekonomichni ryzyky: poniattia, sutnist, pidkhody do upravlinnia nymy u promyslovomu marketynhu [Economic risks: concept, essence, approaches to their management in industrial marketing]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 3 (50), pp. 378–381. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-56>
21. Cherniavskiy S. Media landshaft drukovanykh media v Ukraini – 2024 [Media landscape of print media in Ukraine – 2024]. *Media v Ukraini ta sviti – 2024*. Available at: <https://teletype.in/@pressua/BUI-Mc4ecvp>
22. Shvets Yu. O. (2018). Ryzyky v diialnosti promyslovykh pidpriemstv: vydy, metody otsinky ta zakhody podolannia ryzyku [Risks in the activity of industrial enterprises: types, assessment methods and risk mitigation measures.]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. Seria: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, no. 17 (2), pp. 131–135.
23. Shepylenko V. (2022). Investytsiini ryzyky v diialnosti pidpriemstv [Investment risks in the activities of enterprises]. *Visnyk SNAU. Ekonomika i menedzhment*, no. 2 (92), pp. 24–29. DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2022.2.3>
24. Yankovska L. A. et al. (2023). Upravlinnia finansovymy ryzykamy pidpriemstv v umovakh viiny [Management of financial risks of enterprises in conditions of war.]. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. Seria ekonomichna. Seria yurydychna*, no. 37, pp. 307–314.
25. The Survival of Print News in a Digital Age. Foreign press USA. (2024). Available at: <https://foreignpress.org/journalism-resources/the-survival-of-print-news-in-a-digital-age>

**Mirzoieva Tetiana, Starenkyi Mykola**

*National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

## ON THE ISSUE OF RISKS IN THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE INDUSTRY OF PRINT MEDIA

*The article briefly describes the conditions of functioning of print mass media at the current stage of the development of society, in particular in Ukraine. It is emphasized that a new law "On Media" has been put into effect in Ukraine. It is noted that the activity of the Ukrainian media in recent decades has been carried out in the conditions of permanent crises, which consistently lead to the risk of a decrease in income for print media companies. Taking as a basis the main directions of cash receipts of companies in the print media industry, a classification of the risk of a decrease in income was presented: the risk of a decrease in income from advertising, the risk of a decrease in income from retail sales, the risk of a decrease in income from subscriptions. The risk of a decrease in income for enterprises in the print media industry in Ukraine was characterized as having a high level. It was found that the specified types of risk arise due to a wide set of risk factors, which were defined as external direct and indirect impact on enterprises (among them – the reduction of small and medium-sized businesses due to the departure of people abroad during the war, the redistribution of advertising budgets in favor of online publications and Telegram channels and etc.). Two main risk factors of direct influence were identified – the spread of online publications on the Internet and the monopoly of the only national postal operator for the delivery of printed media – JSC "Ukrposhta". The dynamics of the decrease in the number of printed media in the section of newspapers and magazines during 2008–2024 were presented. and found that it has a negative character. Emphasis is placed on the value of printed publications as information resources and the positive prospects of their publication even in conditions of digitization. We came to the conclusion that minimizing the risks of enterprises in the field of print media is possible under the condition of joint efforts of the state, society, as well as the enterprises themselves, which should apply a maximum of non-standard approaches to risk management, one of which may be the diversification of activities.*

**Keywords:** risks, risk factors, printed mass media, media, enterprise, industry.

**JEL classification:** L00, L19, L82