

УДК 655:334.7:65.03

Е. М. Мерзликina¹, Т. В. Каштелян²

¹ Федеральное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет печати имени Ивана Фёдорова», ул. Прянишникова, 2А, 127550 Москва, Российская Федерация, 8 (499) 976 40 77, mem_gof@@mail.ru

² Учреждение образования «Белорусский государственный технологический университет», Министерство образования Республики Беларусь, ул. Грицевца, 1, 220009 Минск, Республика Беларусь, +375 (29) 332 36 18, taisiya_kascht@mail.ru

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ РОССИИ И БЕЛАРУСИ

Рассмотрены подходы к определению конкурентной устойчивости предприятий. Применительно к издательско-полиграфическому комплексу (далее — ИПК) классифицированы институциональные единицы: выделены корпорации, некорпорированные субъекты, квазикорпорации и др. Разработаны предложения по углублению рыночных и институциональных преобразований в экономике ИПК России и Беларуси посредством инновационных методов менеджмента. Суть их заключается в применении методов системно-структурного анализа с экспертными оценками в виде «дерева целей», формировании эффективной конкурентной среды.

Ключевые слова: внутренняя среда; внешняя среда; корпорации; издательский подкомплекс; координация; эффективность; затраты; цены; прогноз.

Табл. 1. Библиогр.: 4 назв.

Е. М. Merzlikina¹, T. V. Kashtelyan²

¹ Moscow Ivan Fedorov State University of Printing Arts, 2A, Pryanishnikova str., 127550 Moscow, 8 (499) 976 40 77, mem_rof@@mail.ru

² Belarusian State Technological University, Ministry of Education of the Republic of Belarus, 1, Gritsevtsa str., 220009 Minsk, Belarus, +375 (29) 332 36 18, taisiya_kascht@mail.ru

WAYS OF IMPROVING THE COMPETITIVE SUSTAINABILITY OF THE PUBLISHING AND PRINTING COMPLEXES OF RUSSIA AND BELARUS

The article is devoted to the research of the factors which structure the market, thus, forming the system of enterprises of the publishing and printing-complex (PPC); the problems of competitive stability. Institutional units fall into corporations, non-incorporated subjects, etc. The suggestions of deepening the market and institutional transformations in the economies of PPC in Russia and Belarus by means of innovative methods of management are put forward. Their essence lies in the application of methods of the system-structured analysis with expert estimates standing out as the “tree of objectives” with the joint strategic behavior considered as its “branches”.

Key words: internal environment; external environment; corporations; publishing subcomplex; coordination; efficiency; costs; prices; forecasting.

Table 1. Ref.: 4 titles.

Введение. В теории и практике экономическая среда, её свойства, характеристики выступают как особенные результаты общественно-производственной деятельности. Они предстают в различных вариантах благодаря взаимодействиям субъектов, ус-

ловиям, влияющим факторам. Экономическая среда присуща деятельности предприятий и организаций. Она разделяется на внутреннюю и внешнюю, её оценивают как благоприятную и наоборот. Рыночная конкурентная среда относительно организации (изда-

тельства или полиграфического предприятия) является внешним фактором, влияющим на уровень цен на продукцию и потребляемые ресурсы, а также на объём продаж, следовательно, на величину прибыли от продаж, и инновационно-инвестиционное развитие. Финансово-экономическая стабильность хозяйствующих субъектов является залогом его конкурентной устойчивости.

Основная часть. В методологическом плане конкурентная устойчивость ИПК как России, так и Беларуси определяется тем, что носит многоаспектный характер. Указанная категория, как и понятие финансово-экономической устойчивости, связана с реализацией принципов гибкости, оперативности, «субсидиарности» хозяйствования. Первооткрывателем последнего принципа (в смысле управления обществом) был глава Римской католической церкви, который сформулировал следующее: «...никто не должен отбирать у индивидуумов и передавать обществу те возможности, которые они могут реализовывать собственной инициативой и усилиями» [1]. В системе финансово-экономических отношений указанный принцип реализуется через повышение уровня самостоятельности субъектов в определении затрат, цен, потребителей, поставщиков. Трудности, связанные с практическим применением метода «субсидиарности» в ИПК, обычно возникают в связи с особенностями институциональной структуры (наличием сектора госпредприятий), динамизмом элементов внешней и внутренней среды.

Во-первых, существует рынок издательской продукции — рынок монополистической конкуренции, на котором издательства предлагают печатную (и электронную) продукцию, сходную с продукцией других издательств, но не являющуюся её полным (совершенным) заменителем. Дифференциация издательской продукции в первую очередь обусловлена её содержанием и социальной направленностью, но частично она зависит и от рекламы отдельных изданий одного

и того же автора, выпущенных разными издательствами. В такой структуре рынка функционирует большое число фирм, обеспечен свободный вход на рынок и выход из отрасли. Поскольку ни одно издательство не продаёт точно такую же продукцию, издательства имеют определённые возможности контроля цен; в то же время присутствие на издательском рынке близких по характеру изданий ограничивает их возможность повышать цены. При наличии на издательском рынке сходных по содержанию и оформлению изданий потребитель весьма чувствителен к их цене. Во-вторых, функционирует рынок полиграфических работ, который можно было бы назвать рынком полиграфических мощностей. Он гораздо менее монополизирован, чем издательский рынок, в силу того, что на одних и тех же мощностях можно выполнить заказы по изготовлению различных печатных изданий и другой печатной продукции (т. е. практически отсутствует дифференциация продукта). Особенности полиграфических технологий обуславливают формирование цен на отдельные полиграфические процессы, максимизация прибыли достигается в основном не максимизацией цены, а минимизацией издержек. Рынок полиграфических работ востребован как внутри отрасли печати (издательствами и издающими организациями), так и вне её, поскольку поставляет во внешнюю среду различную печатную и другую продукцию производственного и личного назначения. Но существенной особенностью деятельности полиграфических предприятий является выполнение работ по отдельным заказам, тематическим планам. Это предопределяет особенности формирования полиграфических мощностей в отрасли печати. С одной стороны, функционируют отдельные полиграфические предприятия, с другой — полиграфические мощности организовываются в издательстве. Кроме того, предприятия других отраслей, нуждающиеся в большом количестве современной тары, этикеток и упаковки, могут обзавестись печатными машинами, чтобы минимизиро-

вать трансакционные издержки и повысить эффективность своей деятельности.

Конкурентная устойчивость ИПК — достаточно сложная категория. Она определяется способностями выявления, распространения и эффективного использования данных о предпочтениях, ресурсах и технологиях, а также для прорыва в будущее, контуры которого сегодня слабо обозначены. Установление взаимодействий с внешней средой, адаптация к изменяющимся обстоятельствам — основные инструменты, формирующие конкурентную устойчивость любой организации. Проблема применения принципа «субсидиарности» возникает в ИПК из-за того, что формируется несколько систем предприятий, которые из-за желания поставить клиентов на первое место, т. е. в своей ориентации на потребителей, действуют в рамках определённых амплуа либо так называемого определённого стиля или правил экономического поведения. К примеру, издательство «Адукацыя і выхаванне» в системе Министерства образования Республики Беларусь ориентировано на конкретных потребителей.

В современных условиях основными видами институциональных единиц являются корпорации, некорпорированные предприятия, некоммерческие организации, бюджетные учреждения всех уровней управления.

Корпорации — это юридические лица, создаваемые для рыночного производства товаров и услуг в целях получения прибыли или иной финансовой выгоды для владельцев. Они функционируют обособленно от своих владельцев, имеющих ограниченную ответственность по своим обязательствам. К корпорациям обычно относятся коммерческие организации в форме акционерных обществ, а также обществ с ограниченной ответственностью.

Некорпорированные предприятия — это предприятия, не являющиеся отделёнными от своих владельцев хозяйственными единицами. Если такое предприятие действует как корпорация, т. е. ведёт самостоятельный учёт, составляет бухгалтерскую финансовую отчётность, реализует продукцию на рынке по

рыночным ценам, обладает определённой самостоятельностью в отношении управления производством и использования средств, то оно называется квазикорпорацией. Например, в России это федеральные государственные унитарные предприятия (ФГУП), филиалы иностранных фирм, в Беларуси — республиканские унитарные предприятия (РУП). Если некорпорированное предприятие не является квазикорпорацией, оно рассматривается как составная часть соответствующей институциональной единицы. Такие предприятия делятся на две группы: некорпорированные предприятия, собственниками которых являются организации государственного и муниципального управления (например, типография государственного учреждения); некорпорированные предприятия, собственниками которых являются домашние хозяйства (например, индивидуальные предприниматели).

Некоммерческие организации (далее — НКО) — это хозяйствующие субъекты, чей статус не позволяет им быть источником прибыли или другой финансовой выгоды для лиц, которые их учреждают, контролируют или финансируют (физические лица, корпорации, государство). В зависимости от характера финансирования затрат НКО они могут быть рыночными и нерыночными. К рыночным относятся НКО, которые за произведённые товары и оказываемые услуги устанавливают цену и получают выручку, позволяющую им возмещать производственные затраты и иметь в своём распоряжении прибыль. Они могут также использовать доходы от собственности. В частности, к рыночным НКО относятся организации, создаваемые коммерческими предприятиями в целях представления их интересов, торгово-промышленные палаты, биржи, ассоциации предпринимателей. Сюда же относятся организации, целью которых является оказание платных услуг в области здравоохранения, образования и т. п.

К нерыночным НКО относятся организации, предоставляющие товары и услуги

другим институциональным единицам бесплатно или по экономически незначимым ценам. Основными источниками финансирования их деятельности являются взносы участников НКО, пожертвования и т. п. Бюджетные учреждения всех уровней управления — это государственные учреждения, основными функциями которых являются предоставление нерыночных товаров и услуг, перераспределение доходов и богатства и нерыночное производство [2].

ИПК в любой стране — жизненно важное и значимое звено. На наш взгляд, конкурентная устойчивость рассматриваемого комплекса применительно к отдельным государствам проявляется через институциональную эффективность, рациональное сочетание всех вышеуказанных единиц и развитие их экономических механизмов на принципах эффективности, реализации инновационных возможностей.

Учитывая зависимость экономики Беларуси от экономики России, важнейшим фактором адаптационной способности белорусских организаций, умения приспособиваться к конъюнктуре рынка, быстро реагировать на изменения хозяйственной ситуации является использование инновационных методов менеджмента. Конкурентная устойчивость системы ИПК как структуры информационного обеспечения спроса определяется долговременной способностью получать устойчивые доходы, а ещё развивать интеллектуальный потенциал, нерыночное производство. Факторы, определяющие конкурентную устойчивость в отношении рыночного производства, — это содержание, цена, брендинг, мерчендайзинг и др.

Современное информационное пространство Беларуси (как и России) развивается с учётом мировых тенденций — уменьшается тиражность печатной продукции, повышается количество наименований. В 2013 году предприятиями Министерства информации Республики Беларусь и главных управлений идеологической работы облисполкомов выпущено 2502,1 млн краскооттисков печатной продукции, что составило

93,2% по сравнению с 2011—2012 годами [3]. В России, напротив, за указанный период темп прироста полиграфического производства составил 18%. Как свидетельствует опыт передовых стран, издательско-полиграфический комплекс обычно развивается с помощью активной позиции государства. В данном отношении на современном этапе развития в России и Беларуси выявляются правовые и организационно-экономические проблемы формирования конкурентной устойчивости ИПК, связанные с триадой «ценность информации — её открытость, доступность (возможность приобретения) — цена». Одна из проблем — достаточно медленное овладение методами управления запасами информации, включая накопленную научную базу по сельскохозяйственным, техническим, экономическим и другим направлениям. Другая — недостаточность и неразработанность инновационных методов менеджмента (особенно в некорпорированных системах организаций). К примеру, преобразования в системе государственных издательств Беларуси (более десяти издательств, существовавших с начала 90-х годов XX века несколько лет назад объединились в шесть) не обеспечивают стратегический успех развития. Организациями Министерства информации Республики Беларусь производится не более половины издательской продукции. Это свидетельствует, что государственный издательский бизнес адаптируется к условиям рыночной конъюнктуры достаточно медленно. Государственные издательства, по сравнению с частными, имеют возможности покрытия затрат за счёт бюджета, однако этот фактор не оказывает решающего воздействия на эффективность развития. Российское издательство в Беларуси «Харвест» занимает уже не столь прочные позиции, как это было раньше, но относительно организаций Министерства информации Республики Беларусь, несомненно, демонстрирует экономическое благополучие (таблица 1).

Для повышения эффективности деятельности и, соответственно, конкурентоспо-

Т а б л и ц а 1. — Сравнительный анализ деятельности издательств Министерства информации Республики Беларусь и ООО «Харвест»

Показатель	2013 год		Показатели (в сравнении с объёмами ООО «Харвест»)	
	ООО «Харвест»	Министерство информации Республики Беларусь	Удельный вес, %	Соотношение, раз
Выручка от реализации продукции, млн белорус. р.	198 328	77 970	39,3	2,5
Выручка в расчёте на одного среднесписочного работника, млн белорус. р.	2 023,0	364,3	18,0	5,6
Выручка в расчёте на одного среднесписочного работника, дол. США	227,8	41,0	18,0	5,6
Прибыль в расчёте на одного среднесписочного работника, млн белорус. р.	366,9	36,5	9,9	10,1

способности необходимо обеспечить рациональное ценообразование, получение и распределение доходов и прибыли. Применение бухгалтерского счёта «Управление затратами» пока не стало фактором получения положительных экономических эффектов в экономике организаций, это позволяет лишь в режиме «реального» времени отслеживать эффективность деятельности. Из-за искусственно заниженных цен по причине формирования затрат в предыдущие годы (продаж продукции через достаточно длительные промежутки времени) рентабельность многих государственных издательств Беларуси не превышает 10%. Эффективность развития рассматривается через систему экономического обоснования цен, необходимого в связи с покрытием расходов за счёт бюджетных средств. Целостную организационно-экономическую модель повышения конкурентной устойчивости следует основывать на разработке механизма устойчивой доходности и финансово-экономической стабильности, целенаправленных воздействий для уменьшения влияния неблагоприятных факторов среды и усиления воздействия благоприят-

ных. При этом инновационный менеджмент издательско-полиграфического производства надо связать непосредственно с методами системно-структурного анализа с экспертными оценками в виде «дерева целей», генеральной линией должно стать формирование эффективной конкурентной среды.

Важным шагом является анализ внешней среды в каждой организации, как в отраслевом аспекте, так и в институциональном. Следует отметить, что в Беларуси заказы только у государственных издательств являются достаточно «прозрачными», в то время как частные типографии и издательства далеки от того, чтобы полностью уплачивать налоги в бюджет. Поэтому принятие решений по установлению цен с учётом применения метода покрытия затрат за счёт государственных субвенций должно осуществляться в системе прогноза развития спроса, понимания структуры и функций развития рынка печатной продукции.

Проблему «прозрачности» ценообразования в издательствах можно решать не путём генерирования инструкций, а посредством применения опыта развитых стран. Так,

можно было бы применить методы информационной асимметрии, которые позволили бы внедрить практику параллельного ценообразования («сознательного параллелизма») — формирование одинаковых цен на сходную (или даже идентичную) продукцию крупными издательствами (олигополистами) без заключений явных или тайных соглашений [4]. Открытость информационного пространства наших стран способствует координации цен без формального сговора. Особую сложность здесь может приобрести лишь размещение госзаказов. Вопрос о финансовой поддержке отраслей и отдельных проектов в белорусской экономике рассматривается очень серьезно. Адекватность государственной поддержки предлагается оценивать не только с применением качественных критериев, но и с помощью количественного уровня соразмерности субсидирования заявленным целям. Имея верхний предел для конкретных продуктовых позиций, специальная комиссия (состоящая из российских и белорусских специалистов) должна решать данный вопрос исходя из принципа выравнивания конкурентных условий деятельности издательств.

Современный этап развития государственного издательского подкомплекса должен характеризоваться переходом к модели конкурентоспособной экономической среды. В этом отношении целесообразно было бы использовать опыт Канады. Все законодательные акты этой страны исходят из того, что конкуренция не представляет ценности сама по себе и не является конечной целью конкурентной политики. Она служит средством достижения более общих целей, связанных с развитием эффективности и гибкости экономики, повышения благосостояния населения и конкурентоспособности на мировых рынках. Независимым институтом формирования рыночной среды в Канаде — Бюро по конкурентной политике — разработаны руководства в каждой сфере применения политики по регулированию взаимодействия фирм. С точки зрения поддержки конкуренции бюро имеет право вмешивать-

ся в деятельность федеральных и региональных государственных органов по регулированию отдельных отраслей, если это необходимо и целесообразно. Для оценки эффективности рыночной конкурентной среды применяется следующий критерий: если продавец, действующий в качестве одной фирмы, могут навязать и сохранять небольшое, но ощутимое (5% и более) повышение цены в течение годового периода, то такая ситуация подвергается тщательному анализу и, если требуется, урегулированию [5].

Выработка конкурентных правил поведения — одно из важных направлений в системе факторов формирования благоприятной экономической среды. В Канаде за нарушение конкурентных правил фирмы несут серьезные наказания. Этот опыт примечателен и в связи с тем, что в Канаде большая доля госсектора. Еще одной важной характеристикой конкурентной политики Канады является выделение на рынке «энергичного конкурента» — фирмы-инноватора в области товарного предложения, новых каналов сбыта, упаковки, методов стимулирования сбыта и, в целом, организационной культуры и поведения [6]. Любые поступки, которые могут привести к поглощению и устранению «энергичного конкурента», трактуются как действия, ведущие к резкому сокращению конкурентных начал. Таким образом, метод субсидиарности сочетается с централизацией.

Заключение. Применение инновационных методов менеджмента в современных условиях — одна из насущных потребностей. Чтобы решать вопросы адаптации к требованиям клиентов или приспособливаться к быстро меняющимся запросам, стоит обратить внимание на функцию ценообразования. «Дерево целей» — один из способов постановки задач на разных уровнях. Суть его в том, что имеются подзадачи, которые могут решаться отдельно друг от друга. Определение вершины «дерева» — общей цели или конечного результата деятельности субъектов — конкурентная устойчивость, определяемая

соотношением «цена—качество». Экспертные оценки применяются в случаях, когда задача не поддается формализации и не может быть решена математическими методами, а для мозгового штурма отсутствуют соответствующие условия. На наш взгляд, при изучении конкурентной устойчивости менеджерам высшего звена ИПК России и Беларуси следует перейти к реализации общей стратегии финансово-экономической стабилизации за счёт указанных инструментов поддержки принятия решений.

Эффективная координация ИПК России и Беларуси предполагает выработку отраслевых регуляторов и совместных целей. Для стран, желающих иметь эффективные взаимосвязи, они должны обеспечивать баланс интересов и эффективную конкуренцию. Тем самым можно будет существенно сэкономить ресурсы и усилия органов, курирующих развитие издательского бизнеса, повысить конкурентную устойчивость на мировой арене.

Применение «метода сознательного параллелизма» в ценообразовании является достаточно актуальным направлением в системах, обеспечивающих медийное пространство государств.

Список цитируемых источников

1. Принцип субсидиарности [Электронный ресурс] // Liveinternet.ru. URL: <http://www.liveinternet.ru/motolok.ru/princip-subsidiarnosti/> (дата обращения: 15.02.2015).
2. Мерзликина Е. М. Оценка эффективности деятельности организации : моногр. М. : МГУП, 2004.
3. О работе полиграфических предприятий Министерства информации Республики Беларусь в 2013 г. [Электронный ресурс] // Офиц. сайт М-ва информации Респ. Беларусь. URL: www.mininform.gov.by (дата обращения: 15.02.2015).
4. Розанова Н. Промышленная политика и конкуренция в Канаде // Мировая экономика и международные отношения. 2008. № 11. С. 33—37.
5. Там же. С. 33—37.
6. Там же. С. 33—37.

Поступила в редакцию 06.10.2015.