

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

**С. А. Ничипорович**, Первый заместитель Министра информации Республики Беларусь, кандидат экономических наук

Долгосрочная Концепция и Программа развития промышленного комплекса Республики Беларусь на 1998–2015 гг. предусматривает два этапа в решении поставленных на этот период задач. В период до 2005 г. должна быть решена задача коренной модернизации и технического перевооружения предприятий в целях укрепления производственного потенциала отечественной промышленности. На втором этапе — 2006–2015 гг. — ставится задача перехода к эффективному функционированию промышленного комплекса, созданию базы для формирования постиндустриальной экономики [1].

В условиях транзитивной экономики особую значимость приобретает проблема вывода промышленности на конкурентоспособный уровень на мировых рынках. Достичь успехов на этих рынках при стремлении сохранить многоотраслевой характер промышленного производства, который сложился в Беларуси, практически невозможно.

Как свидетельствует мировой опыт, одним из факторов повышения конкурентоспособности является усиление вертикальной интеграции отраслей промышленности [1]. В промышленно развитых странах формирование конкурентоспособной промышленности осуществлялось в отдельных кластерах, представляющих комбинации взаимосвязанных отраслей. Так, в Швеции конкурентоспособность целлюлозно-бумажной промышленности обеспечивается высоким уровнем машиностроения для производства бумаги, наличием отраслей-потребителей соответствующего уровня.

Таким образом, решение проблемы обеспечения конкурентоспособности промышленности Беларуси состоит в системном формировании кластеров вокруг ключевых отраслей. Такие кластеры могут формироваться по отраслевому или технологическому принципу, на региональной основе, при наличии проектов, представляющих интерес для потенциальных инвесторов.

Наличие эффективных межотраслевых комплексов также может значительно ускорить про-

цесс формирования кластеров, обеспечивающих конкурентоспособность продукции на мировых рынках. Главное преимущество здесь — это сформированная система межотраслевых связей и отработанные механизмы функционирования комплексов.

В настоящее время идея отраслевых и межотраслевых комплексов в народном хозяйстве получила широкое распространение и практическое применение. В отраслевые и межотраслевые комплексы включаются отрасли, находящиеся между собой в тесной производственной взаимосвязи. В комплексах обычно представлены все производства и отрасли от воспроизводства ресурсов, их заготовки до глубокой переработки и реализации продукции. Как правило комплекс строится на основе либо общности используемого исходного сырья, либо общности вырабатываемой продукции и услуг, либо общности применяемых технологических процессов и техники.

Наиболее известным является агропромышленный комплекс, включающий комплекс взаимосвязанных производств, интегрированных на основе воспроизводства и переработки продукции сельского хозяйства, а также его обслуживания. Топливо-энергетический комплекс составляют отрасли, добывающие топливо и производящие из него различные виды энергии. Выделяют также машиностроительный комплекс на основе общности технологических процессов и назначения конечной продукции, нефтехимический, основой которого является исходное природное сырье, строительный, лесопромышленный и некоторые другие.

К числу межотраслевых комплексов относится издательско-полиграфический комплекс Беларуси (ИПК). Здесь необходимо отметить, что само понятие «издательско-полиграфический комплекс» уже широко используется в отраслевой экономической литературе. Однако оно нуждается в строгом научном обосновании и тщательном анализе. В некоторых случаях термином «издательско-полиграфический комплекс» обозначают комплексное предприятие, объединяющее в своем составе издательство и типографию или редакцию районной газеты и типографию.

В бывшем СССР использовался термин «отрасль печати». Этим термином обозначались все предприятия и организации, подчиненные Государственному комитету по делам издательств, полиграфии и книжной торговли СССР (Госкомпечати СССР). Соответствующий республиканский комитет существовал и в БССР. С функциональной точки зрения отрасль печати охватывала издательско-полиграфический комплекс в том виде, в котором он сложился в СССР. Естественно, что для современного издательско-полиграфического комплекса Беларуси характерны более сложная структура и многообразие форм собственности.

Структурная схема ИПК Беларуси приведена на рис. 1. Он представляет собой совокупность предприятий, занятых издательской деятельностью, полиграфией и торговлей печатной продукцией. Издательско-полиграфический комплекс является вертикально интегрированным, объединяющим отрасли и предприятия на основе последовательных стадий обработки исходного материала.

Как видно на рис. 1, в ИПК можно выделить три организационно-структурных уровня [2–6]. Самый верхний, или первый уровень, это — уровень комплекса в целом. Далее следует второй уровень — уровень подотраслей: издательская подотрасль, полиграфическая промышленность, торговля печатной продукцией. Уровень отдельных предприятий можно считать третьим структурным уровнем.

Органом государственного управления издательско-полиграфическим комплексом в Республике Беларусь является Министерство информации, которое в рамках своей компетенции формирует и реализует государственную политику в сфере книгоиздания, полиграфии, книгораспространения и средств массовой информации. На Министерство информации возложена функция государственного регулирования в области передачи и распространения информации в Республике Беларусь. В систему министерства входят управления информации областных исполнительных комитетов Республики Беларусь, а также подчиненные ему учреждения и предприятия.

Интегрированные вертикально подотрасли ИПК и входящие в них совокупности предприятий образуют его отраслевую структуру. Необходимо отметить наличие тесных внутренних взаимосвязей между подотраслями ИПК. Сущность их заключается в том, что уровень развития издательского дела влияет на масштабы производства в полиграфии и наоборот, в свою очередь, полиграфическое производство и торговля

книжной, газетной и журнальной продукцией также тесно взаимосвязаны. В таких условиях для поддержания устойчивости структура ИПК должна строиться на балансе мощностей входящих в него производств.

Каждая из подотраслей ИПК имеет свою внутреннюю структуру. Более подробно эти вопросы будут рассмотрены в последующих публикациях. Здесь же отметим, что помимо отраслевой организационной структуры ИПК имеет производственную структуру, которая включает совокупность производств, обеспечивающих выпуск и распространение конкретных видов печатной продукции. В соответствии с производственной структурой осуществляется формирование производственных подкомплексов ИПК. Деятельность таких подкомплексов прослеживается на каждом из трех структурных уровней (см. рис. 1).

Выпуск основных видов продукции ИПК обеспечивают следующие производственные подкомплексы: книжный, красочно-изобразительной продукции, журнальный, газетный, бланочной и представительской продукции. Производственные подкомплексы являются целереализующими системами в ИПК и могут рассматриваться как объекты управления.

На основе отраслевой и производственной структуры формируется производственная структура ИПК. Совокупность отраслей и видов производств в территориальном разрезе в стране формирует территориальную структуру ИПК. В свою очередь, производственная и территориальная структуры составляют организационную структуру ИПК, которая представляет собой совокупность организационно оформленных структурных элементов (предприятий, органов управления и т. д.). Схема структурной организации ИПК Беларуси в общем виде представлена на рис. 2. Вертикальная интеграция и комбинирование производства в издательско-полиграфическом комплексе приводят к тесной взаимозависимости всех входящих в него элементов. Эта взаимозависимость требует учета интересов и возможностей, в первую очередь, каждого производства при планировании развития комплекса и обеспечения сбалансированности в его развитии и функционировании. Следовательно, необходимо уделять особое внимание анализу и совершенствованию всей иерархии структур издательско-полиграфического комплекса, так как нарушение функционирования какого-либо одного звена может сказаться на функционировании всего комплекса в целом.

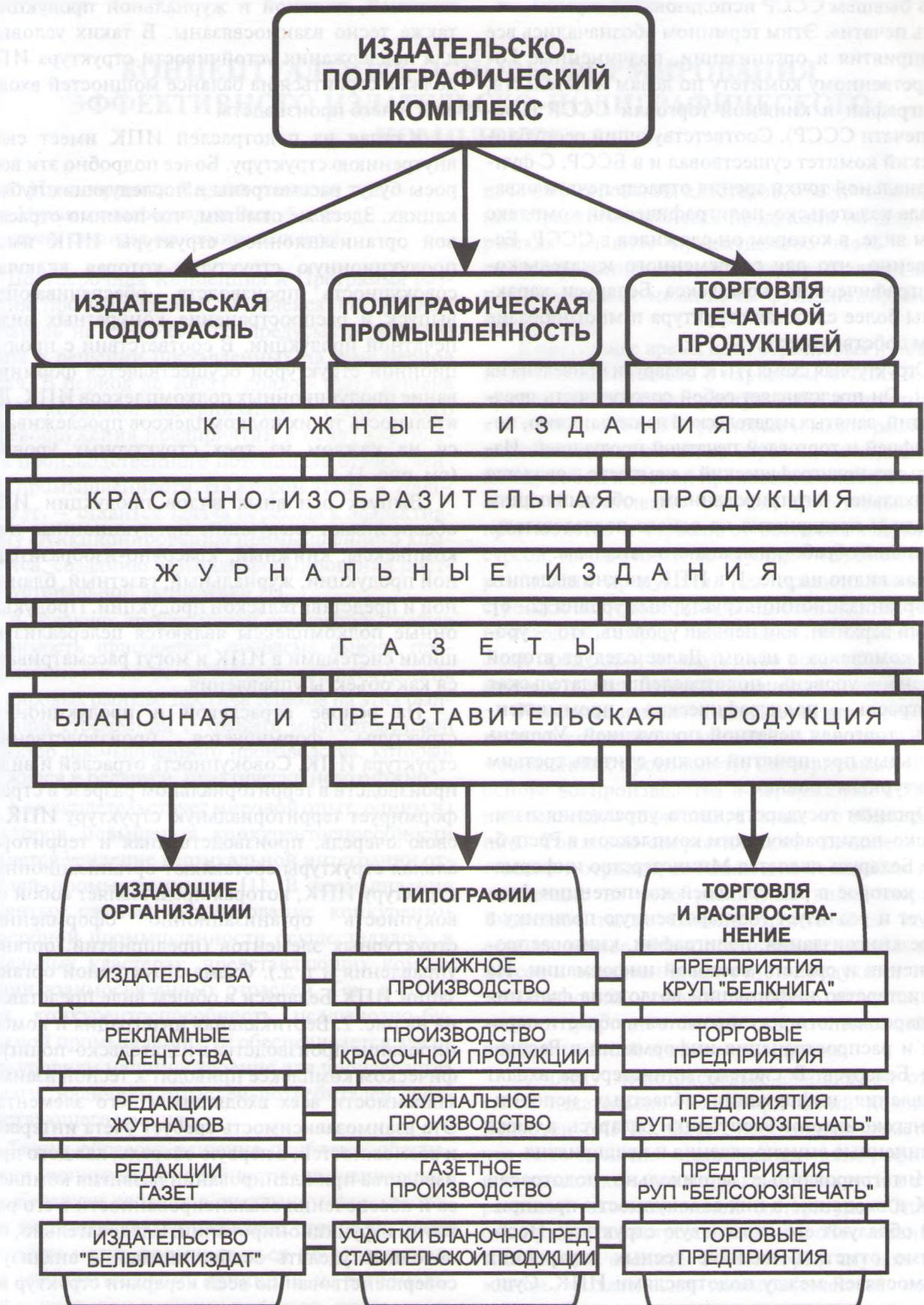


Рис. 1. Структурная схема ИПК Беларуси



Рис. 2. Схема структурной организации ИПК Беларуси

Кроме внутренних взаимосвязей издательско-полиграфический комплекс имеет взаимосвязи и взаимозависимость с другими отраслями народного хозяйства и промышленности. Эти взаимосвязи могут быть поделены на два различающихся вида: взаимосвязи по обеспечению нормального функционирования и развития ИПК и взаимосвязи ИПК с потребителями продукции и услуг.

Так, по обеспечению элементами основных средств издательско-полиграфический комплекс тесным образом связан с такой отраслью промышленности, как машиностроение. Это поставки различного оборудования для типографий, а также издательств и торговых организаций.

Элементами оборотных средств издательско-полиграфический комплекс обеспечивают: лесной комплекс, в связи с поставками бумажной продукции; химическая промышленность, в связи с поставками типографских красок и других расходных материалов; топливно-энергетический комплекс по поставкам электроэнергии, теплоэнергии для нужд предприятий ИПК. Издательско-полиграфический комплекс связан также с такими отраслями, как строительство, транспорт, связь и др.

В свою очередь, ИПК производит продукцию и услуги, которые потребляются практически всеми другими отраслями народного хозяйства и промышленности. Наиболее тесные взаимосвязи по обслуживанию и поставкам своей продукции издательско-полиграфический комплекс имеет с отраслями сферы обслуживания.

Основными потребителями продукции ИПК Беларуси (по тиражам издаваемых книг) являются: культура – 50,0%; образование – 25,2%; наука – 15,4% (по состоянию на 01.01.2001).

Для ИПК страны, интегрированной в мировое экономическое пространство, вовсе необязательно быть полностью внутренне сбалансированным. Каждая из трех подотраслей ИПК может взаимодействовать с подотраслями ИПК других стран. Если в стране хорошо развита издательская деятельность, то ИПК может пользоваться услугами полиграфической промышленности других стран и наоборот, если имеется развитая полиграфическая база, то она имеет возможность получать заказы и оказывать услуги различным зарубежным предприятиям и организациям. Это касается и торговли книгами, газетами и журналами, особенно если нет языковых преград. Таким образом, ИПК играет определенную роль во внешнеэкономической деятельности государства.

Главной задачей экономической стратегии в настоящее время является повышение темпов и эффективности развития экономики на базе ускорения научно-технического прогресса, технического перевооружения и реконструкции производства, интенсивного использования производственного потенциала, совершенствования системы управления, хозяйственного механизма.

Одним из направлений решения этой задачи в ИПК является изучение конкретных форм проявления экономических законов на его пред-

приятнях, путей и методов выполнения ими производственной программы по выпуску печатной продукции.

Процессы управления, организации и планирования являются формами производственных отношений и отражают конкретную социально-экономическую обстановку в обществе, поэтому их следует рассматривать в конкретных исторических условиях. Вместе с развитием общества и изменением политических и экономических задач изменяются методы и формы управления. Поэтому конкретный исторический подход является одной из методологических предпосылок при исследовании управления, организации и планирования ИПК.

В течение длительного периода в СССР создавалась мощная индустрия печати [7]. На рубеже 70–80-х годов страну называли самой читающей в мире. Это достигалось тем, что в полной мере использовались преимущества планово-распределительной системы и в развитии полиграфической промышленности. Именно в этот период была укреплена сеть государственных издательств, которые специализировались по отраслям знаний, построены мощные полиграфические предприятия, в том числе и в БССР.

Несмотря на широкое использование экономических методов управления в отрасли (отрасль печати в СССР была одной из передовых отраслей), господствовавшая в тот момент система управления, ориентированная на эффективное использование мощностей полиграфических комбинатов, не могла не ограничить возможности отрасли по номенклатуре издаваемых книг и их тиражей. Определенные ограничения возникали и в результате монополизированной торговли книгами. Все это вместе создавало через государственный план жесткий механизм регулирования книгоиздательской деятельности.

Начало 90-х годов ознаменовалось изменением общей ситуации в экономике и общественной жизни государства, в это время произошел отказ от государственного плана, получили приоритет товарно-денежные отношения, появились негосударственные издательства, были частично приватизированы полиграфические предприятия, получила развитие негосударственная торговля. Все это вместе изменило внешнюю среду деятельности предприятий ИПК, в первую очередь государственных, и предопределило необходимость кардинальной перестройки всей их работы с ориентацией на интересы потребителей. Прежде всего это означало, что в принятии решений по книгоиздательской политике необ-

ходимо было исходить из пожеланий самих потребителей; более того, оказалось важным предвидеть изменение их запросов.

Книга — достаточно специфический продукт. Издание одной книги происходит импульсами (тиражами), после чего требуется или продолжать издание подобной литературы, перекрывая весь спектр интересов покупателя, или издавать книги по новой проблематике. В отличие от производства издательство не может долго выпускать одну и ту же книгу, поэтому в издательской подотрасли, как ни в одной другой, быстро идет процесс специализации и дифференциации.

В настоящее время уже практически нет ни одного издательства, которое бралось бы издавать литературу по всему (или очень широкому) спектру тематических направлений. Как показывает практика, в издательствах выкристаллизовываются одно-два или несколько основных тематических направлений, на которых базируется его деятельность, и несколько вспомогательных (перспективных), которые при определенных условиях могут стать лидирующими. Таким образом, даже крупные издательства ограничивают себя определенной тематикой, например экономической, юридической, по информатике, медицине, литературе и т. д. или еще более узкой проблематикой экономической направленности по маркетингу, менеджменту, бухгалтерскому учету и аудиту.

Период «всеядности» издательств, когда они брались за издание любой рентабельной и ходовой литературы, характерный для начального этапа рыночных преобразований, завершается, и в настоящее время отчетливо просматриваются характерные процессы их специализации и завоевания «своего» постоянного покупателя. Вследствие этого процесса большинство издательств перешло от спонтанного выпуска книг, подчиненного конъюнктуре рынка, к долговременным программам формирования спроса покупателей и соответственно к программам издания пользующихся спросом книг.

Прогнозы показывают, что при существующем в настоящее время количестве издательств и широком, но все же ограниченном числе проблематик на рынке будет обостряться конкуренция. В противовес распылению сил следует развивать и процесс концентрации за счет расширения одних, ликвидации других или объединения издательств по различным организационно-правовым формам (акционерные общества, холдинги). Но эти процессы требуют значительно боль-

шего времени, чем создание небольших фирм. Поэтому жесткая конкуренция на рынке между издательствами за покупателя будет реально-стью и необходимо научиться правильно оценивать ситуацию и позиционировать свою продукцию на рынке.

Вторая особенность современного книгоиздательского процесса — это ограниченная и неразвитая издательская деятельность по регионам. Процесс регионализации сбыта продукции является одной из мировых тенденций, обусловлен небольшими тиражами книг и экономическими условиями их распространения, а также все той же конкуренцией. Времена, когда центральные издательства обеспечивали распространение книг по всей стране, уйдут в прошлое. Поэтому издательствам необходимо готовиться к таким процессам, как выход на новые рынки, где уже есть традиционные (местные) продавцы книжной продукции, и ведению конкурентной борьбы за читателей.

Исследования рынка стали обычным делом в самых различных областях производства. Изучение позиций и поведения людей по отношению к существующим на рынке товарам и предполагаемым услугам помогает лучше понять мотивацию решений о покупке, а результаты исследований могут быть учтены при разработке планов на будущее. Цель исследования рынка — помочь управленческому звену в выработке решений, касающихся создания новой печатной продукции, формирования стратегии маркетинга, организации рекламы.

Материалы рыночных исследований составляют лишь один из факторов, влияющих на окончательное решение. Среди других факторов — финансовые расчеты, цели, поставленные предприятием, и, наконец, просто здравый смысл.

Полиграфическая промышленность на протяжении всего развития сталкивается с множеством проблем. Технический прогресс, развитие новых технологий требуют непрерывной модернизации производства [7]. В настоящее время перед отраслью стоят следующие первоочередные проблемы, требующие решения:

1. Законодательно-правовые проблемы. Необходимо добиться принятия законодательных актов, создающих благоприятные условия для отечественной полиграфии и книгоиздания в целом. Важной задачей является получение налоговых льгот, принятие закона «О государственной поддержке СМИ и книгоиздания» и закона «Об издательской деятельности».

2. Проблема повышения конкурентоспособности. Никакие законодательные защитительные меры не смогут принести существенной пользы, если отечественные полиграфические предприятия не будут удовлетворять постоянно растущим требованиям заказчиков к качеству и срокам изготовления печатной продукции.

3. Техническая модернизация производства. Без решения этой проблемы невозможно повышение конкурентоспособности. Особое значение для полиграфической промышленности имеет привлечение инвестиционных ресурсов.

4. Совершенствование ценовой политики. Анализ ценовой политики полиграфических предприятий и издательств, уровня оптовых и рыночных цен на печатную продукцию показывает, что процесс ценообразования в ИПК практически слабо управляем. Необходимо объективно оценивать допустимые пределы цен на продукцию в зависимости от потребительского спроса, затрат и других факторов и ввести твердые цены на книги и систему скидок для торговли.

5. Защита внутреннего рынка полиграфических услуг от натиска зарубежных полиграфических предприятий. Актуальность проблемы может быть подтверждена анализом динамики объемов заказов, выполненных зарубежными полиграфическими предприятиями. Для России, например, эти цифры составляют: в 1994 г. объем заказов составил 156,1 млн. долл. США, в 1995 г. — 244, в 1996 г. — 423 млн. долл.

6. Адаптация руководящих кадров к условиям переходной и рыночной экономики и подготовка специалистов высшего и среднего звена.

В ИПК должна быть организована целенаправленная работа по сохранению действующего производственного потенциала, адаптации его к новым, повышенным требованиям со стороны заказчиков полиграфических услуг, поддержанию стабильности функционирования важнейших его участков, занятых выпуском учебников, периодики и социально значимой литературы.

Общее состояние экономики, инфляционные процессы влияют на деятельность предприятий книжной торговли, вызывая дополнительные трудности. Представляют интерес приведенные в [7] результаты анализа работы книготорговых предприятий России, поскольку на белорусском книжном рынке наблюдаются те же тенденции.

Переход к рынку и общий экономический спад в начале 90-х годов вызвал кризис в издательском деле. Уровень книгоиздания по числу выпускаемых книг и брошюр в 1992 году упал до уровня 1930-х годов, что послужило основой для

организации и проведения Конгресса в защиту книги, состоявшегося весной 1993 г. На этом Конгрессе было принято обращение к главам государств СНГ о поддержке книгоиздания и книгораспространения в странах Содружества.

Безусловно, формирование рыночных отношений в издательской среде объективно потребовало пересмотра подходов к издательским программам и ориентации на читателя-покупателя. В условиях рынка никто не станет издавать книгу, на которую нет спроса. Положительные последствия рынка очевидны. Но география потребления печатных изданий свидетельствует о неблагоприятных тенденциях на книжном рынке. Практически и выпуск и продажа книг сосредоточены в центральных регионах России, а в отдаленных регионах, странах ближнего зарубежья книг, выпускаемыми центральными издательствами, крайне мало. Главная причина — высокие тарифы на перевозку книг, которые становятся недоступными издательским и книготорговым организациям.

Спад тиражей выпускаемых книг происходит на фоне ухудшения структуры выпуска. Прежде всего, это касается выпуска естественной и научно-технической книги, доля которой в 1996 г. сократилась почти в три раза по сравнению с 1987 г. Оставляет желать лучшего и ассортимент выпускаемой литературы, в котором, несмотря на кажущееся изобилие, в ряде случаев преобладают низкохудожественные, бездуховные книги.

Другой внешний фактор, существенно влияющий на успех или неудачу книготоргового предприятия, в том числе и на его финансовые результаты, — потребители.

Снижение платежеспособного спроса населения, общего культурного уровня, нравственная деградация общества негативно влияют на деятельность издательских и книготорговых предприятий, призванных выполнять культурно-просветительскую и учебно-воспитательную миссию. Проводимые Российским институтом книги и социальных программ исследования по изучению читательских запросов свидетельствуют о снижении возможностей приобретать книги широкой читающей аудиторией. Результаты исследований 1997 г. показали, что 40% населения фактически лишены возможности покупать книги.

К факторам внутреннего характера, влияющим на успех деятельности книготорговой фирмы, следует отнести управление ею. Согласно многочисленным исследованиям факторов, обуславливающих банкротство мелких фирм, 98% неудач объясняется плохим управлением.

Два процента — проходят по причинам, не зависящим от фирм.

Оценку экономической эффективности функционирования и развития издательско-полиграфического комплекса Республики Беларусь можно получить, сформировав систему показателей экономической эффективности ИПК в условиях перехода к рыночным отношениям. Система показателей, в свою очередь, позволяет построить регрессионные экономико-математические модели зависимости эффективности ИПК от организационно-экономических управленческих решений [9].

Наиболее разработанными в отраслевой экономике являются методы оценки экономической эффективности деятельности полиграфических предприятий. Методы оценки эффективности на уровне подотраслей ИПК разработаны уже в меньшей степени. Работы по оценке экономической эффективности ИПК в целом или же по переходной экономике комплекса в настоящее время отсутствуют [2–6].

В целом для оценки эффективности ИПК можно использовать комплекс показателей, объединенных в семь групп: 1) структура ИПК; 2) имущественное положение; 3) объемы хозяйственной деятельности; 4) ликвидность; 5) финансовая устойчивость; 6) деловая активность; 7) рентабельность. Всего указанные группы объединяют 32 показателя.

Вскрыть и исследовать связи между показателями позволяет система математических моделей, которая объединяет их на функциональном уровне. Для этих целей в работе использовались регрессионные уравнения.

Построение моделей начиналось с простейшего уравнения — уравнения линейной регрессии от одного параметра. Для оценки силы линейной связи предварительно вычислялся коэффициент корреляции. Если линейная связь оказывалась слабой либо отсутствовала, то в этом случае использовалось уравнение параболической регрессии. Для построения моделей с большим количеством переменных (факторов) в работе использовался метод множественной корреляции.

При построении регрессионных моделей первыми были составлены модели, связывающие показатели структуры между собой. Далее строились модели для показателей остальных групп в приведенном выше списке. В этих моделях показатели остальных групп, начиная со второй, выражались через показатели структуры

ИПК. Полученная система уравнений позволяет связать показатели любых групп между собой.

Общей слабой чертой в практике работы ИПК является отсутствие четкой, проработанной и документально закреплённой стратегии. Управление осуществляется в основном на тактическом уровне. При этом практически един-

ственной целью тактического управления является выживание.

Расчеты по моделям позволяют установить оптимальные значения для всех групп показателей. Рекомендуемые значения основных показателей приведены в табл. 1.

Таблица 1

Рекомендуемые значения основных показателей  
производственно-хозяйственной деятельности ИПК Беларуси

Наименование показателей	Средние значения за 1996–2000 гг.	Рекомендуемые значения	Изменение показателей, %
Общее число предприятий ИПК	576 ± 24	569	-1,2
Количество издательств	190 ± 10	181	-4,7
Количество типографий	258 ± 39	252	-2,3
Количество предприятий торговли	129 ± 5	136	+5,4
Доля негос. издательств, %	42,3 ± 2,3	47,5	+12,3
Доля негос. типографий, %	43,9 ± 1,4	43,5	-0,9
Доля негос. предпр. торговли, %	38,7 ± 1,4	36,8	-4,9
Выпуск продукции, млрд. руб.	28,905 ± 1,779	31,375	+8,5
Кол-во изданных книг и брошюр	5319 ± 1044	5577	+4,8
Тираж книг и брошюр, тыс. экз.	62500 ± 3773	81810	+31,0
Прибыль от реализации, млрд. руб.	3,415 ± 0,211	3,910	+14,5

Если рассматривать группу показателей структуры ИПК, то такой показатель, как общее число предприятий ИПК, имеет оптимальное значение, равное 569 предприятиям, что несколько меньше установившегося за последние годы общего количества государственных и негосударственных предприятий ИПК Беларуси.

Построенные модели позволяют установить оптимальное соотношение между подотраслями ИПК. Сектор торговли должен занимать практически четверть ИПК – 25%, издательский – 33 и полиграфический – 42%.

Рассмотрим оптимальную среднесписочную численность работающих: для государственных издательств она составляет 44 работника и для государственных типографий – соответственно 27 работников. Государственные типографии в ИПК Беларуси – это преимущественно крупные и средние предприятия. В настоящее время по оценкам число занятых на одном предприятии в полиграфии США оценивается в 19 чело-

век, в странах Западной Европы – 32, в России – 12.

Анализ оптимальных показателей группы оценки имущественного положения, рассчитанных по моделям для оптимальных значений показателей структуры ИПК, показывает, что они соответствуют средним значениям, известным для полиграфических предприятий России.

Оптимальные значения показателей объемов хозяйственной деятельности с целью получения достоверной оценки рассчитывались через различные значения показателей структуры. Рассчитанные оптимальные значения практически близки к показателям, достигнутым в настоящее время в условиях относительной стабилизации предприятиями ИПК Беларуси.

Сопоставление оптимальных показателей группы деловой активности с достигнутыми в настоящее время в ИПК Беларуси позволяет заключить, что необходимо проводить дальнейшую работу по повышению эффективности деятельности комплекса в этом направлении. Осо-

бо обращает на себя внимание низкая фондоотдача полиграфической промышленности, даже с учетом действия всех объективных факторов.

Показатели групп ликвидности и финансовой устойчивости близки к рекомендуемым граничным значениям. Наблюдаемые существенные различия этих показателей по подотраслям частично могут быть объяснены различиями в характере их деятельности. Вторая причина различий кроется в разной степени адаптации к работе в рыночных условиях.

Как указывалось выше, решение многих проблем обеспечения функционирования промышленности Беларуси в условиях переходной экономики состоит в формировании кластеров вокруг ключевых отраслей. При определенных условиях в качестве таковой может выступить ИПК.

В качестве примера формирования кластера с участием ИПК Беларуси можно привести рассматриваемое в качестве приоритетного направления для развития белорусской экономики решение об организации собственного бумажного производства.

В плане реализации этого решения Президентом страны поставлена задача — в ближайшие годы осуществить инвестиционные проекты по производству газетной бумаги и целлюлозы на сумму около 300–500 миллионов долларов США. В течение двух ближайших лет планируется построить в г. Светлогорске завод по выпуску белой целлюлозы, а в г. Шклове — фабрику по производству газетной бумаги высокого качества.

Несомненно, данные проекты, задуманные с учетом мировой практики опережающего разви-

тия конкурентоспособных отраслей, позволят повысить эффективность не только ИПК, но и ряда смежных отраслей, что даст им возможность взять на себя функции локомотивов для экономики Беларуси в целом.

#### Литература

1. Прогнозирование социально-экономического развития Республики Беларусь: вопросы теории и методики / Под общей ред. В. Н. Шимова, Я. М. Александровича, А. В. Богдановича, С. П. Ткачева. Мн.: НИ-ЭИ Минэкономки РБ, 2001. 336 с.
2. Аникина К. А. Организация полиграфического производства. М: Книга, 1981. 319 с.
3. Зельдович Б. З., Сафонова Н. И., Павлова М. А. Организация и планирование полиграфического производства. Управление предприятием. М: Книга, 1990. 400 с.
4. Лукин В. Б., Делятицкая А. В. Экономика издательского дела. М: Мир книги, 1994. 80 с.
5. Иванова Е. Н. Экономика книготоргового предприятия. М: Мир книги, 1998. 80 с.
6. Кондрашова В. К., Исаева О. Г. Экономика полиграфического предприятия. М: Изд-во МГУП, 2000. 320 с.
7. Перлов В. И. Маркетинг на предприятии отрасли печати. М: Изд-во МГУП, 2000. 284 с.
8. Ничипорович С. А. Развитие издательско-полиграфического комплекса Беларуси в условиях становления рыночных отношений. Минск: Харвест, 2001. 176 с.
9. Ничипорович С. А., Кулак М. И., Неверов А. В. Управление издательско-полиграфическим комплексом: организационно-экономические аспекты. М.: Финансы и статистика, 2003. 300 с.