

В первой группе – нормативно-правовое регулирование – все функциональные процессы целиком относятся к сфере действия организационно-правового механизма управления полиграфической промышленностью.

Из процессов четвертой группы, составляющих кадровую политику, в сферу действия экономического механизма управления входят: подбор и расстановка кадров высшего звена управления; подготовка, повышение квалификации и переподготовка кадров.

В пятой группе объектов, объединяющей процессы управления инвестициями, к сфере действия экономического механизма управления относится процесс структурных изменений и совершенствования организации управления полиграфической промышленностью.

В заключение необходимо отметить, что рассмотренные структурные схемы экономического и организационно-правового механизмов управления полиграфической промышленностью в ИПК Беларуси могут служить базой для совершенствования методов и практики управления, а это позволит на реальной основе рационализировать управление отраслью и ее звеньями.

ЛИТЕРАТУРА

3. Мельник М. В. Анализ и оценка систем управления на предприятиях. – М.: Финансы и статистика, 1990. – 136 с.
4. Кафаров В. В. Методы кибернетики в химии и химической технологии. – М.: Химия, 1985. – 448 с.
5. Князев С. Н. Управление: искусство, наука, практика. – Мн.: Армита – Маркетинг, Менеджмент, 2002. – 512 с.
6. Ничипорович С. А. Развитие издательско-полиграфического комплекса Беларуси в условиях становления рыночных отношений. – Мн.: Харвест, 2001. – 176 с.
7. Ничипорович С. А., Кулак М. И., Неверов А. В. Управление издательско-полиграфическим комплексом: организационно-экономические аспекты. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.

УДК 338:655

И.П. Воробьев, профессор

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА БЕЛАРУСИ

In article are considered organizing – economic problems of publishing – poly-graphic complex of the Republic of Belarus and are motivated ways of their decision.

Велика социально-экономическая значимость предприятий издательско-полиграфического комплекса (ИПК) в решении задач, стоящих перед страной в ближайшей, среднесрочной и долгосрочной перспективах развития. В системе народнохозяйственного комплекса – это уникальнейший подкомплекс, связь с субъектами хозяйствования которого человек прямо или опосредованно ощущает от рождения до глубокой старости.

Это поставщик хотя и материально не ощущаемых, одних из ценнейших во всех направлениях человеческой деятельности ресурсов – информационных ресурсов (знаний, накопленного человечеством опыта и т. д.), значимость которых постоянно возрастает.

Происходящие во всех сферах народного хозяйства преобразования, связанные, главным образом, с переходом от планово-распределительной системы хозяйствования к рыночной, активно осуществляются и в издательско-полиграфическом подкомплексе. В настоящее время здесь работают предприятия разных форм собственности: государственной, частной и смешанной; по размерам: крупные, средние и мелкие; организационно-правовым формам хозяйствования: унитарные предприятия, акционерные общества, кооперативы, товарищества, холдинги и другие субъекты хозяйствования. Идет процесс формирования многоукладной экономики с постепенным увеличением доли мелких и средних субъектов хозяйствования, различных организационно-правовых форм с преобладанием частной собственности.

В современном виде в ИПК можно выделить три крупных блока, или сегмента, работа которых взаимообусловлена и тесно взаимосвязана. Представлены они соответственно издательской деятельностью, полиграфией и торговлей печатной продукцией. Многоукладность ИПК определяет и многообразие подходов в организационном, экономическом, техническом, технологическом, социальном, экологическом и других направлениях к обеспечению производственно-коммерческой деятельности. Субъекты хозяйствования частной формы собственности работают преимущественно в более дорогих секторах рынка печатной продукции, государственные – в социально значимых. Соответственны и результаты хозяйствования.

Конкурентоспособность, или устойчивое финансовое положение, на рынке печатной продукции любого субъекта хозяйствования и формы собственности обеспечивается системой факторов, которые условно можно разделить на четыре крупных взаимосвязанных блока. Первый – сосредоточенность предприятия на определенном виде деятельности. Это определяет производство тех видов продукции, работ или оказываемых услуг, которые данный субъект хозяйствования в данной экономической среде может осуществить с наименьшими затратами трудовых, материальных и финансовых ресурсов, с лучшими потребительскими свойствами и более приемлемой ценой.

Второй – обеспечение благоприятных условий для высокопроизводительного труда персонала, главным образом, через применение эффективного экономического механизма хозяйствования. Под этими условиями следует понимать систему экономических рычагов и методов, обеспечивающих соответствие производственных отношений характеру развития производительных сил на уровне предприятия, отрасли, региона, республики и межгосударственном. Составными частями, или звеньями, экономического механизма хозяйствования выступают: планирование, ценообразование, финансово-кредитные отношения, мотивация труда, управление, конкуренция, самостоятельность субъектов хозяйствования в распоряжении результатами собственного труда.

Рациональное применение и одновременное использование обозначенных звеньев на практике означает управление, базирующееся на экономических методах хозяйствования.

Третий блок факторов – постоянная инновационная деятельность. Она предполагает внедрение новой техники, технологии, передовых методов организации производства и мотивации труда, высочайшую квалификацию и социально-экономическую ответственность кадров от непосредственных исполнителей до руководителей самого высшего уровня за конечные результаты работы.

Четвертый блок – быстрая адаптируемость субъектов хозяйствования независимо от их организационно-правовой формы к постоянно меняющейся внутренней и внеш-

ней экономической среде деятельности. В современной ситуации это, прежде всего, ориентация на максимально-возможное удовлетворение запросов потребителей в настоящем и прогнозном периодах. Она совпадает с целью маркетинговой деятельности «произвести нужную продукцию, доставить ее нужному потребителю и в нужное время».

При этом обязательно требуется учитывать изменения, которые произошли и происходят на рынке печатной продукции. Основные из них следующие:

- в сфере книжного производства – идет снижение тиражей при сохранении или небольшом уменьшении средних объемов изданий, увеличение красочности, преимущественное применение бесшвейного скрепления, использование целлофанированных цельнобумажных переплетов и др.;

- в сфере журнального производства – расширение спектра многокрасочности и номенклатуры изданий со сложной версткой и высокой насыщенностью иллюстрациями при относительно невысоких тиражах;

- в сфере газетного производства – расширение номенклатуры изданий еженедельной и меньшей периодичности, стабилизация объемных показателей общеполитического характера, увеличение красочности и иллюстративности изданий;

- в сфере рекламно-коммерческой продукции – повышение требований к оперативности и качеству изготавливаемой продукции, ее своевременности и доступности, невысокая тиражность, довольно широкая номенклатура изданий, разнообразие способов оформления и отделки и др.;

- в сфере бланочного производства – сокращение традиционных видов бланочных форм, переход на компьютерные способы их изготовления и заполнения, расширение ассортимента представительской бланочной продукции с многокрасочной печатью и усложненным оформлением и т. д.;

- в сфере производства изобразительной продукции – возрастающие требования к воспроизведению «фирменных цветов» на этикетках, обертках, коробках и т. д., сокращение тиражей при одновременном повышении требований к качеству воспроизведения репродукций, альбомов, каталогов и т. п.;

- в сфере производства беловых товаров – четкое обозначение тенденции увеличения числа названий и видов оформления изделий при уменьшении размеров изготавливаемых партий и др.

Складывающаяся ситуация на рынке печатной продукции обуславливает адекватные требования и структурную перестройку всех субъектов хозяйствования ИПК по следующим основным направлениям:

- обеспечение экономической эффективности использования имеющейся техники и применяемых технологий при малых партиях изготавливаемой печатной продукции;

- применение новой техники и оборудования и на этой основе обеспечение его технологической гибкости;

- постоянное повышение квалификации работающих от рядового исполнителя до высшего руководящего состава;

- постоянное стремление к повышению качества изготавливаемой продукции, снижению затрат и на этой базе повышению конкурентоспособности.

При этом необходимо учитывать большое число проблем, присущих предприятиям ИПК на данном этапе развития. Обозначим основные из них:

- несоответствие потенциала многих полиграфических предприятий возрастающим потребностям рынка печатной продукции;
- техническая и технологическая отсталость большинства предприятий от среднего мирового уровня. Износ основных фондов, особенно активной части, достигает в среднем 75–80%;
- зависимость от импорта материалов и оборудования из государств ближнего и дальнего зарубежья;
- потери от размещения ряда заказов на зарубежной полиграфической базе. Большая зависимость предприятий ИПК Беларуси от потребностей рынка печатной продукции России;
- неблагоприятный инвестиционный климат и низкая инвестиционная активность подавляющего числа государственных предприятий;
- дефицит квалифицированных кадров на предприятиях;
- снижающийся платежеспособный спрос населения и предприятий на все виды продукции, в том числе и на продукцию ИПК;
- отсутствие экономического механизма хозяйствования, обеспечивающего высокопроизводительный труд персонала и рентабельную работу предприятий всех организационно-правовых форм хозяйствования.

Особенность функционирования ИПК Беларуси заключается в том, что мощности полиграфических предприятий на 80% и более используются для обеспечения рынка печатной продукции России и только 10–15% – Беларуси. Во время проведения исследований в марте 2003 г. было выявлено, что ОАО «Полиграфкомбинат им. Я. Коласа» на 98% обеспечивается заказами из России. При этом вся печатная продукция с целью повышения ее конкурентоспособности выполняется на бумаге заказчика. Аналогичная ситуация и на других полиграфических предприятиях. Это свидетельствует о том, что кооперативные структуры необходимо создавать на межгосударственном уровне. Причем очень важно не упустить время, не опоздать. А такая опасность имеется.

Немаловажная проблема – потребность формирования кооперативных структур между предприятиями, занимающимися издательской деятельностью, полиграфическими предприятиями и осуществляющими торговлю печатной продукцией. Здесь в зависимости от цели возможно формирование различного рода кооперативных структур (союзов, ассоциаций, холдингов и др.) на уровне районов, областей, республики, межгосударственном. Главная цель их создания – повышение конкурентоспособности отечественного рынка печатной продукции, состояние которого оставляет желать лучшего.

Суммируя изложенный в данной статье материал, можно заключить, что стратегия предприятий ИПК Беларуси на данном этапе должна проявляться:

- 1) в повсеместном и полном переходе на компьютерные технологии независимо от вида печатной продукции, особенно на допечатной стадии производства;
- 2) в максимальном обеспечении ИПК материалами отечественного производства, использовании нетрадиционных технологий печати;
- 3) в создании отечественного оборудования, способного эффективно обрабатывать малые тиражи;
- 4) в разработке нормативно-регламентной базы, обеспечивающей высокую технологическую культуру производства;

5) в переходе от сосредоточенности на узкособственных проблемах к корпоративному развитию и управлению;

6) в переходе от обособленного развития к активному участию в различного рода объединениях, союзах, холдингах, концернах, корпорациях и т. д.;

7) в переходе от традиционных типографий к универсальным центрам медиа-услуг;

8) в переходе к экономическому механизму хозяйствования, стимулирующему высокопроизводительный труд и постоянное увеличение конкурентоспособной продукции (работ, услуг);

9) в переходе от текущего управления производством к стратегическому менеджменту.

При этом важно осознать разницу между категориями «управление» и «менеджмент». Если система управления построена главным образом на внешнем воздействии на управляемый объект, то система менеджмента предполагает рационально внутреннюю организацию управляемого объекта с использованием преимущественно собственных возможностей и ресурсов.

Менеджмент проявляется прежде всего в самоуправлении, самофинансировании, самоинвестировании и саморазвитии. Централизм, администрирование, внешнее управление не имеют ничего общего с менеджментом. Поэтому творческие коллективы и отдельные личности постоянно сопротивляются внешним факторам воздействия, хотя это и не всегда удается.

В подавляющем большинстве экономически развитых государств эффективный менеджер признается одним из главных составляющих высокорезультативного ведения производства, а менеджмент – главнейшим приоритетом рациональной организации производства. К сожалению, у нас этого в подавляющем большинстве предприятий недооценивают.

УДК 334.746.4

С.В. Григорцевич, доцент

НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

The article tells about following. Development of small-scale enterprises gives a chance to realize everyone's creative potential and thereby to satisfy the highest need in Maslow's hierarchy – the need for self-expression.

Малые предприятия оказывают все большее влияние на динамичность хозяйственного комплекса, интенсивность его структурной перестройки. В рамках малого бизнеса зарождаются новые технологии, которые развиваются в отдельные производства. По свидетельству Дж.К. Гэлбрейта, все крупные корпорации, лидирующие сейчас в той или иной отрасли производства, начинались с малых фирм по созданию и выпуску на рынок новых продуктов. Деятельность малых наукоемких фирм сыграла, например, решающую роль в кардинальном обновлении номенклатуры и повышении качества конторского оборудования и ЭВМ, полупроводников и средств связи.

В развитых странах малый бизнес никогда не останавливался в своем развитии. Его потенциал имеет высокий адаптационный и пусковой эффект.