3. Хотина Г. Анализ финансово-хозяйственной деятельности убыточных и низкорентабельных предприятий // Финансы, учет, аудит. 1995. №2.

УДК 339.92:655

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СТРУКТУРАХ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОГО КОМПЛЕКСУ

І.І. Малярчук

Аналізуються результати експортної діяльності підприємств поліграфічної галузі, вказуються причини її низької ефективності. Визначені й охарактеризовані основні напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності в структурах видавничо-поліграфічного комплексу України.

Анализируются результаты экспортной деятельности предприятий полиграфической отрасли, указываются причины ее низкой эффективности. Определены и охарактеризированы основные направления повышения эффективности внешнеэкономической деятельности в структурах издательско-полиграфического комплекса Украины.

В умовах функціонування ринку, коли зруйновано структури державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, характерні для командно-адміністративної системи, а нові перебувають у процесі формування, цілі та завдання управління зовнішньоекономічною діяльністю значно змінилися. У сучасних умовах надзвичайно важливим завданням є розробка раціональної стратегії зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД).

Ринкові перетворення ЗЕД в Україні, які відбуваються без наявної чітко відпрацьованої і послідовної стратегії, що враховує світовий досвід трансформування господарського процесу, відобразилися в необгрунтованому послабленні державного контролю за зовнішньоекономічними зв'язками різних організаційно-правових структур, недосконалій лібералізації ЗЕД, спричинили відтік капіталу з України, негативно позначились на діях як окремих підприємств, так і цілих галузей, що створило реальну загрозу національному виробництву. Не став винятком щодо цього і видавничо-поліграфічний комплекс (ВПК).

В умовах економічного спаду на більшості провідних поліграфічних підприємств України постало питання реалізації продукції. Одним з шляхів розв'язання проблеми збуту, як і завдань технічного переозброєння виробництва, придбання сучасних технологій та устаткування, традиційно вважається розвиток ЗЕД, зокрема, підвищення експортного потенціалу. Саме використання експорту продукції слід вважати прискорювачем розвитку виробничої діяльності поліграфічних підприємств, інструментом їх виходу на світовий господарський ринок.

Треба зазначити, що результати експортної діяльності підприємств видавничо-поліграфічного комплексу Львівщини за останні роки є невтішними. Обсяги імпорту в зовнішньоторговельному обороті галузі значно перевищують суми експорту: у 1996 р. у 8,3 раза, а в 1998 р. у 14,4 раза. Усього на початок 1999 р. підприємствами видавничо-поліграфічного комплексу Львівської області експортовано продукції на 507,76 тис. доларів США при імпорті на 7332,96 тис. доларів США. Основними причинами низької ефективності експортної діяльності поліграфічних підприємств є:

недостатня конкурентоздатність поліграфічної продукції та відсутність тенденцій її розвитку;

відсутність необхідних стимулюючих макроекономічних факторів для реформування ЗЕД суб'єктів підприємництва;

недостатнє використання найпрогресивніших форм ЗЕД (наприклад, міжнародної промислової кооперації).

Безсумнівним стає те, що конкурентоздатність друкованої продукції значною мірою визначається станом основного технологічного устаткування поліграфічних підприємств. Рівень технологічного парку провідних книжково-журнальних підприємств України можна

охарактеризувати як незадовільний. Наприклад, на головному підприємстві ВО "Поліграфкнига" практично четверта частина основного технологічного устаткування працює більш як 20 років; рівень спрацювання машин і обладнання на кінець 1998 р. складав 86%. Коефіцієнт вибуття основних засобів коливався протягом останніх років у межах 7–19% при оновленні 0,5–1,2%. Виробничі потужності головного підприємства використовувались також недостатньо – менш як наполовину, рівень механізації праці в цехах основного виробництва складав 45 – 60%, а допоміжного – 25–30%. Такий стан основного технологічного устаткування спостерігається на більшості поліграфічних підприємств України, спеціалізованих на випуску книжково-журнальної продукції. Ступінь зношення основних фондів АТ "Київська книжкова фабрика" досягнув 70%, майже на 60% зношені основні фонди Харківської книжкової фабрики "Глобус". У середньому по виробничому об'єднанню "Поліграфкнига" питома вага основного технологічного устаткування, яке експлуатується понад десять років, становить 70–80 %.

Очевидними стали труднощі у здійсненні технічного переозброєння. Уже впродовж багатьох років спостерігається тенденція до скорочення обсягів оновлення машин і устаткування. На більшості підприємств об'єднання коефіцієнт оновлення основних виробничих фондів знизився більш як у 10 разів [див.: Друкарство. 1999. Березень–квітень. С.39]. Це свідчить про невисокі можливості виготовлення друкованих видань належних якісних характеристик та їх реалізації іноземним покупцям.

Результати діяльності підприємств ВПК на зовнішньому ринку за останні роки свідчать про необхідність формування нової зовнішньоекономічної стратегії, яку доцільно здійснювати з врахуванням таких моментів, як: інтенсифікація ЗЕД, зокрема, розширення експортного потенціалу, що сприятиме акумулюванню коштів для подальшого розвитку поліграфічних підприємств, і технічне переозброєння підприємств як важливий фактор зростання конкурентоздатності видавничої продукції та успішної діяльності структур ВПК на зовнішньому ринку.

У сучасних економічних умовах практично єдиним реальним джерелом оновлення технологічної бази поліграфічних підприємств стала її експортна орієнтація. Важливим при цьому є раціональне використання валютних надходжень, оскільки на перших етапах експортної діяльності їх може бути недостатньо для проведення повної реконструкції виробництва. Тому необхідно виявити найбільш пріоритетні ланки виробничого процесу виготовлення поліграфічної продукції та першочергово оновити їх з метою одержання певної віддачі в цілому. Такою ланкою може виступати друкарське устаткування або те, термін експлуатації чи технічний стан якого мають значні відхилення від нормативних показників. Звідси випливає необхідність в аналізі конкурентних можливостей друкованої продукції та розробці напрямів підвищення її конкурентоздатності для успішного розвитку експортної діяльності структур ВПК.

Оцінка конкурентоздатності поліграфічної продукції, яку заплановано реалізувати за кордоном, включає такі етапи: аналіз ринку і вибір найбільш конкурентоздатної продукції-зразка як бази для порівняння; визначення набору порівняльних параметрів вітчизняної продукції та продукції-зразка; розрахунок інтегрального показника конкурентоздатності поліграфічної продукції. Для цього на практиці використовують параметричні та групові показники, які дають змогу оцінити споживчі, економічні і технічні властивості продукції, у кількісній формі виражають відмінності між пропозицією і попитом на неї по окремих групах параметрів, комплексно характеризують відповідність вітчизняного товару іноземним зразкам та вимогам споживачів.

Спираючись на системний підхід до прийняття рішень та вироблення стратегії управління, враховуючи вплив умов, що забезпечують їй якість і конкурентоспроможність, можна накреслити схему підвищення ефективності управління ЗЕД видавничо-поліграфічного комплексу. Цьому підвищенню сприяють основні фактори, що базуються на наукових принципах маркетингу.

На початкових етапах маркетингових досліджень визначаються параметри "виходу" продукції: який вид продукції виготовляти, з якими витратами та якісними характеристиками, на яких ринках, кому і за якою ціною реалізувати. Наступним кроком є виявлення "вхідних"

параметрів, тобто стану галузі, наявності необхідних ресурсів та можливостей забезпечення конкурентоздатного "виходу".

Для успішної експортної діяльності стає обов'язковим зворотний зв'язок від споживачів системи до виробників друкованої продукції. У випадку зміни вимог покупців чи появи на зовнішньому ринку організаційно-технічних новинок "вхідні" параметри системи управління і саму систему необхідно удосконалити.

У процесі проведення маркетингових досліджень в Україні виникає проблема доступу до інформаційної технології. На перший план виходить завдання створення загальнодоступної системи інформаційного забезпечення суб'єктів ЗЕД. Незважаючи на всі досягнення національної економіки, країна, що не володіє доступом до міжнародних інформаційних мереж, не має жодних шансів виграти боротьбу за споживача у конкурентному середовищі, зайняти будь-які "ніші" на світових ринках. Крім того, управлінські рішення не будуть раціональними за відсутності інформації про поточні й перспективні потреби зарубіжних ринків, умови діяльності та державне регулювання на них, про наявні резерви в Україні для задоволення іноземного попиту, про фірми-конкуренти та потенційні фірми-партнери.

Конкурентоспроможність економіки України, як і окремих її галузей, залежить не лише від некерованих ринкових сил, але й від державного впливу на процеси розвитку конкуренції. Першочергово постає завдання створити такий національний господарський механізм, який би заохочував виробників активно боротися за набуття конкурентних переваг. На передній план виходять стимулюючі й скеровуючі фінансові та фіскальні фактори.

Сьогодні зовнішньоторговельний режим України має явно "антиекспортну" орієнтацію через складну систему експортних квот, ліцензій, податків і митних зборів. Відсутність стимулів експорту перешкоджає становленню зовнішньоекономічних зв'язків, стримує іноземне інвестування. Тому для уникнення проблем в експортній діяльності підприємств доцільно відмовитися від експортного ліцензування й квотування, знизити рівень експортних тарифів і податків. При цьому скорочення надходжень до бюджету компенсується зростанням обсягів легального експорту.

Випуск конкурентоздатної друкованої продукції потребує нової прогресивної поліграфічної техніки та високоякісних матеріалів, які можна придбати лише на зовнішньому ринку. У таких умовах при відсутності сучасних вітчизняних зразків поліграфічного устаткування, паперу, картону, друкарських фарб, якість яких відповідала б міжнародним стандартам, необхідно запровадити пріоритет імпорту для тих поліграфічних підприємств, які в майбутньому забезпечать формування і зростання експортного потенціалу та формування експортної спеціалізації. Одночасно доцільно проводити таку політику щодо імпорту, яка б стимулювала розвиток тісно пов'язаних з поліграфією виробництв (підприємств целюлозно-паперової промисловості, поліграфічного машинобудування, хімічної галузі).

Важливим елементом лібералізації зовнішньої торгівлі в Україні є оптимізація системи тарифного регулювання, яка може бути виражена в систематичній диференціації ставок імпортного мита з метою посилення його протекціоністської функції, у створенні механізму захисту економічних інтересів вітчизняних виробників, що передбачає введення антидемпінгових, компенсаційних та спеціальних ставок мита.

Одним з небагатьох важелів підвищення ефективності ЗЕД структур ВПК є вдосконалення системи оподаткування. Зважаючи на світову практику та вітчизняний досвід оподаткування суб'єктів ЗЕД і застосування щодо них пільгового режиму, реформування національної податкової системи доцільно провести беручи до уваги: введення однакових для всіх суб'єктів ЗЕД та однотипної продукції ставок податків; встановлення рівня оподаткування з врахуванням самоокупності та самофінансування експортоорієнтованих підприємств ВПК з метою бездефіцитності платіжного балансу поліграфічної галузі.

Виникає потреба у створенні такого режиму державного стимулювання, при якому податкова, банківська, фінансово-кредитна системи страхування працювали б в одному напрямі, були б експортно орієнтованими і виключали б будь-яку дискримінацію вітчизняних виробників. Удосконалення управління ЗЕД у тих і вищезгаданих напрямах призведе до підвищення експортного потенціалу структур ВПК, створить необхідні передумови для успішного розвитку поліграфічного виробництва в Україні.