

Магістр 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДИКИ PEST-АНАЛІЗУ

Анотація. Розглянуто основні складові зовнішнього середовища відповідно до PEST-аналізу. Визначено основні фактори впливу зовнішнього середовища на підприємства поліграфічної галузі. Виявлено важливість та характер впливу виділених факторів на стратегію підприємства.

Аннотация. Рассмотрены основные составляющие части внешней среды в соответствии с PEST-анализом. Определены основные факторы влияния внешней среды на предприятия полиграфической отрасли. Выявлены значимость и характер влияния выделенных факторов на стратегию предприятия.

Annotanion. The main components of the environment, in accordance with the PEST-analysis, were considered. The main factors of influence of the environment on the enterprises of the printing industry were identified. The importance and nature of the influence of the selected factors on the strategy of the company were revealed.

Ключові слова: стратегічний аналіз, PEST-аналіз, зовнішнє середовище, поліграфічна галузь.

Кожне підприємство функціонує в умовах зовнішнього та внутрішнього середовища, які визначають можливості та обмеження для його діяльності. У ході функціонування підприємства відбувається безперервний процес обміну із зовнішнім середовищем, що є необхідною умовою підтримки потенціалу та виживання підприємства.

В умовах нестабільності та мінливості економіки дуже важливим для кожного суб'єкта господарювання є своєчасне реагування на зміни у зовнішньому середовищі та швидке пристосування до них. Цьому сприяє заздалегідь проведений стратегічний аналіз середовища існування підприємства. Тому актуальним буде проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища із застосуванням одного з методів, а саме PEST-аналізу для поліграфічної галузі України.

Метою даної роботи є за допомогою PEST-аналізу висвітлити основні загрози та можливості, які зумовлені зовнішнім середовищем, для підприємств поліграфічної галузі, що функціонують в Україні.

Вивченню зовнішнього середовища та взаємовідносин підприємства з ним приділяли увагу в своїх працях такі вчені, як: Дж. Гелбрейт, У. Ділл, А. Томпсон, М. Портер, С. Віханський та ін.

PEST-аналіз базується на вивченні впливу факторів зовнішнього середовища за такими напрямками: політика, економіка, соціально-культурні особливості та технологічне середовище.

Важливість вивчення політичного фактора полягає в необхідності чіткого розуміння намірів органів державної влади стосовно розвитку суспільства та засобів, за допомогою яких держава буде реалізовувати свою політику.

Українська сучасність характеризується нестабільністю правового середовища, регулярними внесеннями змін до законів та інших нормативних документів. У зв'язку з цим, будь-якому суб'єкту господарювання доводиться постійно пристосовуватися до нових законодавчих актів, що потребує додаткових накладних витрат, пов'язаних із приведенням до відповідного стану звітних документів підприємства, проведення семінарів та навчань щодо застосування нових норм законів, користування послугами юристів тощо. Часті зміни в законодавстві спричиняють можливу появу у підприємства штрафних санкцій у зв'язку з неправильним трактуванням нормативного акта, не дотримання термінів виконання зобов'язань з цієї причин та інших порушень, пов'язаних зі сплатою податків та зборів.

Політичним фактором, який впливає на вітчизняні підприємства поліграфічної галузі, є нестабільність уряду. Зміна керуючої політичної сили призводить до перебудови в усіх державних структурах, органах місцевого самоврядування, в податковій та фінансовій системах, тобто відбувається повна зміна політичного середовища функціонування суб'єктів господарювання.



Проте з іншого боку, згідно з Законом України "Про видавничу справу" держава підтримує видавництва, видавничі організації, поліграфічні та книготорговельні підприємства, які випускають або розповсюджують не менше 50 % продукції державною мовою, шляхом надання пільг щодо сплати податків та зборів. Така підтримка надається і при вивезенні видавничої продукції, випущеної в Україні [1, с. 6].

Так, згідно з Податковим кодексом України, тимчасово, до 1 січня 2015 року видавництва, видавничі організації, підприємства поліграфії звільняються від податку на прибуток, отриманого від діяльності з виготовлення на території України книжкової продукції, окрім продукції еротичного характеру [2, с. 18]. Також звільняються від податку на додану вартість операції з виконання робіт та поставки послуг у видавничій діяльності, діяльності з розповсюдження видавництвами, видавничими організаціями, підприємствами поліграфії, розповсюдниками книжкової продукції, виробленої в Україні, операції з виробництва книжкової продукції, учнівських зошитів, підручників та навчальних посібників українського виробництва, а також операції з поставки книжкової продукції, виробленої в Україні, окрім реклами, послуг з розміщення матеріалів рекламного та еротичного характеру та видань рекламного й еротичного характеру [2, с. 6].

Державна підтримка проявляється і в зниженні податку на прибуток з 25 % до 2011 року до 19 % у 2013 році і 16 % з 1 січня 2014 року [2, с. 10].

Іншим важливим фактором для підприємств поліграфічної галузі є членство України в Світовій організації торгівлі (СОТ) з 2008 року, що вимагає від поліграфічних підприємств дотримання міжнародних стандартів і застосування нових методів залучення та утримання клієнтів. Вхідження до СОТ надає для держави певні переваги, проте зростає конкуренція для вітчизняних товарів та послуг. Зокрема, для залучення та утримання клієнтів поліграфічних підприємств їм недостатньо використовувати новітні технології друку, обов'язковим елементом стає розвиток маркетингу, створення систем лояльності, налагодження бізнес-процесів у компанії, міжнародна сертифікація [3].

Проблемою вітчизняної поліграфії є і відсутність імпорتنих обмежень на фоні відсутності мовних бар'єрів із сусідськими державами. Внаслідок цього ринок заповнений імпортними книжками з Росії та Білорусії. Іноземним підприємствам також вигідно відкривати філіали на території України та створювати власні розповсюджувальні мережі, що значно підвищує конкуренцію в галузі та знижує попит на вітчизняну продукцію [4].

Основна причина вивчення економічних факторів під час проведення PEST-аналізу є створення картини розподілу ресурсів, доступ до яких є найважливішою умовою функціонування підприємства.

Одним із визначних економічних факторів зовнішнього середовища для підприємства є діяльність його конкурентів. Станом на 2008 рік в Україні нараховувалося близько 5 тисяч поліграфічних підприємств, які пропонують різні види послуг. Пороги входу на ринок поліграфії є невисокими, тому реальних учасників ринку набагато більше і їх кількість постійно зростає завдяки появі на ринку невеликих суб'єктів господарювання, що надають послуги друку [5].

Іншим економічним фактором, що впливає на розвиток поліграфії в Україні є обсяг інвестицій у галузь, який, за даними Держкомстату, в попередні роки складав лише 0,2 % від загального об'єму інвестицій в економіку країни, що становить близько 3 млн доларів [6]. Такі низькі показники пояснюються нестабільністю політичної та правової ситуації в країні, і як наслідок – неможливістю підприємств гарантувати прибутковість інвестиційного проекту та стабільний дохід на інвестиції.

Для підприємств поліграфічної галузі важливим є наявність на ринку праці кваліфікованої робочої сили. Проте в Україні для даної галузі спеціалістів готують лише два вищі навчальні заклади: Національний технічний університет України "КПІ" в Києві та "Львівська політехніка" у Львові. Тому існує дефіцит кваліфікованих працівників поліграфічної галузі, а послуги спеціалістів галузі експлуатації високотехнологічного поліграфічного обладнання є доволі дорогими [5].

Для успішного функціонування та розвитку підприємству необхідно використовувати не лише власні кошти, а й залучати довгострокові позики. Вартість банківських позик у 2012 році досягала 25 – 30 % річних при дефляції в 0,2 %, що практично загальмувало кредитування економіки та знизило її розвиток до нуля з 5,2 % у 2011 році. На сьогодні вартість кредиту для юридичних осіб становить 18 – 20 % залежно від банку, проте, на думку спеціалістів, ставки, за яких підприємства зможуть нормально працювати та обслуговувати кредиторську заборгованість, складають 15 – 16 % [7].

Ще одним фактором, який впливає на фінансові результати поліграфічних підприємств, є нестабільність валютного курсу. Внаслідок необхідності придбання закордонного поліграфічного обладнання для підтримки конкурентоспроможності, підприємствам доводиться залучати кредити в іноземній валюті. З початком фінансової кризи курс долара США злетів з 5,01 до 7,14 грн за долар, а курс євро з 6,53 до 10,59 грн за євро за півтора місяці [8], що спричинило значні втрати для підприємств, які мали іноземні кредити. На сьогодні курс валют є відносно стабільним, проте підприємства галузі ще й досі оговтуються від кризи.

За допомогою такої компоненти PEST-аналізу, як соціально-культурні тенденції визначаються ціннісна орієнтація населення, ставлення людей до роботи та якості життя, рівень освіченості населення тощо. Саме соціально-культурні тенденції формують споживчі переваги і величину попиту на продукцію підприємства, забезпечуючи йому можливість реалізувати її.

Серед соціально-культурних тенденцій, які впливають на діяльність поліграфічного підприємства, можна виділити рівень моральності та освіченості населення країни. На думку О. Афоніна, президента Української асоціації видавців і розповсюджувачів книг, моральний, духовний та освітній рівень українців падає, про що свідчать статистичні дані: середньостатистичний німець за рік купує книжок на 119 євро, у маленькій п'ятиміській Фінляндії, яка за освіченістю вважається



сьогодні першою країною відповідно до рейтингів ЮНЕСКО, громадянин у середньому купує книжок на 105 євро, у Південній Кореї, яка серед лідерів у технологічному та науковому розвитку, – в межах 95 євро, в Польщі – на 32 євро, а середньостатистичний українець за рік купує книжок на 2,9 євро [9].

Соціологічні дослідження, проведені Research & Branding Group, показують, що 50,9 % українців зовсім не читають книг. Із тих, хто читають, 86,7 % віддають перевагу традиційним паперовим книгам, а інші електронним гаджетам та аудіокнигам [9].

За даними Держкомстату, питома вага витрат домогосподарств на задоволення культурних потреб, у тому числі придбання книг та відпочинок, за останні роки становить 2,4 %.

За результатами соціологічного дослідження, проведеного підприємством "ГФК Юкрейн" за ініціативою Міжнародного фонду "Відродження" в рамках проекту "Дослідження книжкового ринку", 58 % українців протягом останніх трьох місяців не купували книг взагалі, одну книгу купили 42 %, 37 % за декаду придбали одну книгу, 16 % – дві, 14 % – три, по 10 % – чотири та п'ять, 9 % – від шести до десяти, а лише 4 % – більш за десять книг. Основними причинами низького попиту на книги є нестача коштів (19 %), висока вартість необхідних видань (11 %), відсутність потреби в книжковій продукції взагалі (50 %) та те, що книги українською мовою є менш популярними порівняно з російськомовними виданнями (38 % книжок, куплених українцями протягом трьох місяців, видані українською мовою, 60 % – російською, 2 % – іншими мовами) [10].

Попит на друковану продукцію змінюється і від рівня доходів населення. Відповідно до даних Держкомстату України, реальна заробітна плата громадян України щоквартально зростає, а середньомісячний наявний дохід у розрахунку на одну особу становив на кінець 2012 року 1 994,3 грн [6]. Проте реальна ситуація характеризується тим, що велика частка населення отримує заробітну плату на рівні мінімальної – 1 147 грн, яка складає прожитковий мінімум. Зважаючи на вартість книжок, багато українців не можуть собі дозволити придбати книжку чи іншу друковану продукцію: журнали, періодичні видання тощо.

Розвиток людини і надані їй сучасною поліграфією технічні можливості призводять до скорочення тиражів звичайних книг і журналів, проте при збільшенні кількості їхніх назв. Людина очікує від поліграфіста підвищення якості видання, збільшення барвистості, скорочення терміну розширення асортименту видань. Тому підприємства поліграфії повинні постійно регулювати свої стратегічні та оперативні цілі, вирішувати завдання для задоволення потреб споживачів [11].

Аналіз технологічної компоненти дозволяє своєчасно побачити ті можливості, які розвиток науки та техніки здійснює на виробництво та збут продукції.

Розвиток поліграфічної галузі в Україні стимулюється високою вартістю типографічного обладнання, яке, для підтримки конкурентоспроможності, необхідно закуповувати закордоном. Ціна нового устаткування для високоякісного друку складає сьогодні не менше 1 млн доларів, що для багатьох підприємств є непосильним, зважаючи і на високу вартість позикових ресурсів [5].

Постійний розвиток поліграфічного обладнання спрощує та скорочує процес виробництва поліграфічної продукції, максимально автоматизує його, пришвидшує швидкість та якість друку. Сьогодні виробники поліграфічного обладнання спрямовують свої сили на вдосконалення обладнання на замовлення, яке дозволяє використовувати його для друку невеликих обсягів продукції. Іншим напрямом розвитку поліграфічного устаткування є створення цифрових носіїв, цифрового паперу, який започаткує нову еру в електронних засобах читання [11]. Підприємствам галузі, в свою чергу, для успішного функціонування на ринку, необхідно своєчасно реагувати на потреби споживачів та оновлювати технологічну базу відповідно до сучасних тенденцій.

Людство вступає в еру інформаційного суспільства, відбувається масова комп'ютеризація життя людей, поява глобальних інформаційних мереж типу Інтернет, багато іншого, що призводить до зміни інтересів людини, її світогляду і потреби. У результаті з'явилися зовсім нові типи видань – мультимедійні видання, в яких беруть участь не тільки папір і фарби, а й нові носії, серед яких можна назвати CD-ROM, відео- та аудіоносії інформації, анімації [11].

Таким чином, на основі викладеного матеріалу було створено матрицю PEST-аналізу (табл. 1).

Таблиця 1

PEST-аналіз поліграфічної галузі України

Політика	Економіка
1. Нестабільність правового середовища. 2. Нестабільність політичної ситуації. 3. Державна підтримка поліграфії. 4. Членство України в СОТ. 5. Відсутність імпорتنних обмежень на друковану продукцію	1. Зростання конкуренції. 2. Низький рівень інвестицій в галузь. 3. Дефіцит спеціалістів. 4. Висока вартість банківських кредитів. 5. Нестабільність валютного курсу
Соціально-культурні тенденції	Технологічні інновації
1. Зниження рівня моральності й освіченості населення України. 2. Низький рівень платоспроможності населення. 3. Зміна вимог споживачів до поліграфічної продукції	1. Висока вартість типографічного обладнання. 2. Безперервний розвиток технологій друку та устаткування для нього. 3. Масова комп'ютеризація життя



Таким чином, в табл. 1 узагальнені фактори зовнішнього середовища, що впливають на функціонування поліграфічних підприємств у сучасних вітчизняних умовах господарювання.

Деталізація характеру впливу наведених факторів на діяльність підприємств поліграфічної галузі відбувалося з використанням методики, запропонованою консультативною фірмою з Ліверпуля Renewal Associates [12] (табл. 2).

Таблиця 2

Поглиблений PEST-аналіз поліграфічної галузі України

Група факторів	Фактор	Відносна важливість впливу фактора				Вплив на стратегію підприємства
		У часі	За типами	За динамікою	Відносна значущість фактора	
1	2	3	4	5	6	7
Політика	Нестабільність правового середовища	N/F	-	>	Very important	Штрафи, додаткові витрати на юридичні послуги
	Нестабільність політичної ситуації	N/F	-	>	Important	Суворіше дотримання норм закону
	Державна підтримка поліграфії	N/F	+	<	Very important	Максимальне використання переваг від додаткових пільг
	Членство України в СОТ	N/F	+	>	Significant	Дотримання стандартів якості, сертифікація продукції, можливість виходу на нові ринки
	Відсутність імпорتنних обмежень на друковану продукцію	N/F	-	=	Significant	Посилення рекламної кампанії, постійне розширення збутової мережі
Економіка	Зростання конкуренції	N/F	-	>	Significant	Підвищені витрати на утримання та залучення клієнтів, підвищення якості, перегляд цінової політики в бік зниження
	Низький рівень інвестицій у галузь	N	-	>	Significant	Орієнтування на власні джерела фінансування, можлива розробка бізнес-проектів
	Дефіцит спеціалістів	N/F	-	=	Important	Створення центру навчання спеціалістів
	Висока вартість банківських кредитів	N	-	=	Important	Переважне використання фінансового лізингу
	Нестабільність валютного курсу	F	-	>	Significant	Відмова від залучення кредитів в іноземній валюті, страхування валютних ризиків
Соціально-культурні тенденції	Зниження рівня моральності й освіченості населення України	F	-	>	Significant	Проведення соціальних заходів для підвищення інтересу населення до читання
	Низький рівень платоспроможності населення	N/F	-	=	Significant	Пошук шляхів зниження собівартості продукції
	Зміна вимог споживачів до поліграфічної продукції	F	-	>	Important	Моніторинг інтересів споживачів та ринку поліграфічного обладнання

1	2	3	4	5	6	7
Технологічні інновації	Виска вартість типографічного обладнання	N/F	-	>	Significant	Використання фінансового лізингу
	Безперервний розвиток технологій друку та устаткування для нього	F	+	>	Unimportant	Пошук шляхів оновлення устаткування
	Масова комп'ютеризація життя	N/F	-	>	Unimportant	Розробка нової продукції з використанням комп'ютерних технологій

Для цілей аналізу використовувалися такі позначення:

у часі: N – впливає в теперішньому і, скоріше за все, закінчить впливати в найближчі 6 – 12 місяців; N/F – впливає і продовжить впливати більше, ніж за 6 – 12 місяців; F – зараз не впливає, але впливатиме в майбутньому;

за типом: "-" – негативний вплив; "+" – позитивний вплив;

за динамікою: ">" – впливає та збільшує вплив; "=" – впливає з постійною значущістю; "<" – впливає та зменшує вплив;

відносна значущість фактора: critical – фактори, які загрожують існуванню компанії або потребують серйозного перегляду місії компанії та її цілей; very important – фактори, що, найбільш вірогідно, викликають зміни в діяльності підприємства, її операційній структурі, зовнішніх взаємовідносинах, правилах та установках, але без зміни її основних цілей та місії; important – фактори, що тягнуть за собою деякі зміни в діяльності та структурі підприємства; significant – фактори, що впливають на діяльність підприємства, але без вагомих змін в її організаційній структурі; unimportant – фактори, що не здійснюють значного впливу на підприємство [12].

Отже, проведений аналіз зовнішнього середовища показав, що для сучасних поліграфічних підприємств України існує дуже багато загроз, основною причиною яких є нестабільне політичне становище та низький розвиток економіки держави. У зв'язку з цим, основною вимогою для успішної діяльності підприємства стає його гнучкість та здатність швидко та вчасно пристосовуватися до динамічного зовнішнього середовища. Проте відповідно до оцінки значущості факторів, можна зазначити, що жодний з них не загрожує існуванню підприємства, за умови прийняття зважених стратегічних та оперативних рішень на основі постійного моніторингу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Зважаючи на актуальність стратегічного аналізу зовнішнього середовища підприємства для забезпечення ефективності його діяльності гостро зростає необхідність подальшого дослідження даної тематики.

Наук. керівн. Журавльова І. В.

Література: 1. Про видавничу справу : Закон України від 05.06.1997 р. №318/97-ВР (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/318/97%D0%B2%D1%80>. 2. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. 3. Карч Д. Готова ли украинская типография к вступлению в ВТО [Электронный ресурс] / Д. Карч. – Режим доступа : <http://b2blogger.com/articles/review/177.html>. 4. Индутна К. И. Развитие книгоиздательской сферы в Украине [Электронный ресурс] / К. И. Индутна. – Режим доступа : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ep/2010_2/10_Indutna.pdf. 5. Лебеденко М. С. Особенности развития полиграфического рынка Украины / М. С. Лебеденко // Экономический простор. – 2009. – № 3. 6. Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.org/uk>. 7. Заоблачные цены на кредиты в Украине в 2013 году упадут [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://finance.bigmir.net/news/finance/28108_Zaoblachnie_ceni_na_kredit_v_Ukraine_v_2013_gody_upadyt_opros_Reuters. 8. Національний банк України. Офіційне Інтернет-представництво. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>. 9. Німці витрачають на книжки в 40 разів більше за українців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://litakcent.com/2012/12/27/nimci_vytrachajut_na_knyzhky_v_40_raziv_bilshe_za_ukrajinciv/. 10. Про схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми популяризації вітчизняної видавничої продукції та читання на 2014 – 2018 роки : Розпорядження КМУ від 10.04.2013 р. № 257 р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/257_2013_%D1%80. 11. Нові ринки поліграфії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nidat.co.ua/nashi_posluzhy/poligrafija_konsalting/3653_nov_rinki_polgrafyi.html. 12. Renewal Associates, LLC [Electronic resource]. – Access mode : <http://renewalassociates.com/Selecting.html>. 13. Більше половини українців взагалі не читають книг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dt.ua/UKRAINE/bilshe_polovini_ukrayinciv_vzagali_ne_chitayut_knig_119755.html.