

- ответственности;
6. Определение источников покрытия транзакционных издержек (за счет прибыли или включения в себестоимость);
 7. Принятие административных или педагогических мер;

Кроме выше перечисленного в современных условиях функционирования предприятия можно рекомендовать анализ контрактов как одной из наиболее важных составляющих транзакционных издержек, на основе учета главных предпосылок поведения основных участников сделки. Такой анализ целесообразно проводить с учетом предпосылок "оппортунизма после заключения контракта", "ограниченной рациональности" и специфики активов. Изучение и практическая реализация концепции транзакционных издержек позволит повысить конкурентоспособность предприятия за счет снижения доли таких издержек в себестоимости продукции и увеличения размера прибыли, а также выявить «узкие» места в управлении.

ПОВЫШЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ: ОРГАНИЗАЦИОННО-ФИНАНСОВЫЙ АСПЕКТ

Д.Б. Шиманский

Научный руководитель – д.э.н., профессор *Н.А. Дубровский*

Полоцкий государственный университет

В условиях административно-командной системы управления решения о внедрении инноваций в производство оставались в ведении административных бюрократических органов и не были связаны с международными параметрами эффективности. Разрушение политизированной системы внедрения достижений научно-технического прогресса усугубились проблемами, связанными с рыночным реформированием экономики и кризисным состоянием производственной и социальной сфер, что фактически привело к свертыванию инновационной деятельности в стране. Поэтому наиболее актуальными становятся проблемы, связанные с формированием на предприятиях систем, обеспечивающих эффективное внедрение инноваций, а также вопросы финансирования инновационных проектов.

На большинстве отечественных предприятий нет четкого организационно-экономического механизма осуществления инновационного процесса. Так в частности на ОАО «Нафтан», ОАО «Полимир», ОАО «ПолоцкСтекловолокно» существует ряд подразделений, которые участвуют в инновационном процессе, но они выполняют свои функции разрозненно, отсутствует комплексный подход к решаемым проблемам. Инновации часто носят характер простых модификаций, незначительных, так называемых, рациональных предложений, уже давно взятых на вооружение конкурентами. Решения об использовании таких инноваций принимаются медленно, несвоевременно, «блуждая в коридорах власти».

Важнейшую роль в функционировании финансового обеспечения инновационной сферы в нашей стране играют инновационные фонды, формируемые как на общегосударственном уровне, так и на отдельных предприятиях. К их основным функциям относятся финансовая, материальная и информационная поддержка инициативных изобретательско-инновационных проектов.[1] На анализируемых предприятиях существуют такие фонды, однако они в полной мере не решают проблему финансирования дорогостоящих программ по реконструкции и модернизации производства.

Заслуживает внимания также проект Национального банка по созданию фонда поддержки инновационных технологий за счет средств, полученных от приватизации объектов государственности, в первую очередь нефтехимического комплекса, куда входят и рассматриваемые предприятия. Средства фонда планируется использовать на финансирование инновационного развития практически того же самого перечня предприятий. То есть образуется система централизованного финансирования инновационной деятельности предприятий, регулирование которой осуществляют государственные органы. К основным преимуществам такой схемы можно отнести то, что государство в случае продажи меньше половины акций оставляет право контроля за столь стратегически важными для экономики страны предприятиями, осуществление процесса акционирования проводится под тщательным

контролем государства. К основным недостаткам относятся: задержка процесса реализации акций из-за «жестких» условий выдвигаемых государством; вероятность нецелевого использования средств от продажи; пассивная роль самих предприятий.

Одним из альтернативных путей решения поставленной проблемы может стать создание на базе рассматриваемых предприятий финансово-промышленных групп (ФПГ). В Республике Беларусь уже имеется негативный опыт создания подобных структур (например, слияние банков с убыточными предприятиями), что свидетельствует о недостаточной проработке методических основ их формирования и функционирования в отечественных условиях. Поэтому особенно интересным представляется рассмотрение ФПГ как варианта реформирования анализируемых предприятий.

Литература

1. М.В.Романова. Финансово-промышленные группы как организационное обеспечение инновационной активности // Финансы и кредит.- 2000. - №3. – С. 22-29.

ОЦЕНКА РОЛИ ПОСТАВЩИКОВ И КЛИЕНТОВ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ОАО "ЧАУССКИЙ МАСЛОСЫРЗАВОД"

И.А. Пуцято

Научный руководитель – *Т.В. Воронцова*

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Выбор поставщика – одно из наиболее ответственных решений в процессе оптовых закупок. Ведь конечный успех товара на рынке, прибыльность целой линии, своевременность поставки товаров предприятиям розничной торговли во многом зависят от обоснованности этого решения. В то же время, исследование покупателей, выявление основных мотивов приобретения товаров и анализ покупательского поведения вооружает руководителей и специалистов фирмы мощным оружием, без которого невозможна успешная деятельность на современном рынке, а именно – знанием своего клиента.

Объектом исследования является перерабатывающее предприятие – ОАО «Чаусский маслосырзавод», на основе которого и был сделан детальный анализ существующей на предприятии системы маркетинга (сырьевой зоны перерабатывающего предприятия, охарактеризована система работы с поставщиками сырья, ассортимент выпускаемой продукции и каналы их реализации).

За счет совершенствования экономического механизма взаимоотношений с колхозами и совхозами предполагается увеличить объемы заготавливаемого сырья по сравнению с фактическим уровнем. Для этого необходимо провести коммерческую оценку, которая должна включать анализ таких факторов, как цена поставляемого сырья и материалов, условия поставки, предполагаемое время начала поставок, возможности соблюдения технических условий и графика поставок. Анализ указанных, а также других факторов позволяет оценить эффективность поставки с точки зрения удовлетворения потребностей предприятия в товарах при наименьших затратах на их закупку. После проведения социологического опроса клиентов было выявлено, что наибольшее число респондентов отдает предпочтение среди молочных продуктов молоку - 84%. Причем 53% опрошенных удовлетворены количеством предлагаемой продукции. А это значит, что в дальнейшей деятельности предприятие, учитывая нынешние желания потребителей, может опираться на данные предпочтения для совершенствования сбытовой деятельности.

В конечном итоге более эффективным оказывается торговая деятельность, ориентированная на нужды рынка, а не на увеличение сбыта, поэтому предприятие должно заниматься удовлетворением запросов заказчика и одновременно обеспечивать прибыль.

Данные предложения, при их применении, по совершенствованию взаимоотношений предприятия с поставщиками и клиентами должны значительно помочь предприятию в дальнейшей деятельности, принести ему ожидаемый успех и авторитетность, по сравнению с конкурентами.