

региона для финансирования, поддержки и "выживания" малых предприятий в обмен на уплату ими региональных взносов. Франчайзинг дает предпринимателю возможность начать собственное дело, пользуясь поддержкой того, кто представляет эту услугу.

Важным направлением развития инфраструктуры и сети малых предприятий применительно к регионам является и создание бизнес-центров - как инструментов помощи обратившемуся предпринимателю. Бизнес-центры могут стать региональными центрами, оказывающие помощь финансовую, консультативную, учебно-методическую, в подготовке и реализации проектов по созданию малых предприятий.

Важную роль в развитии малого предпринимательства в регионах играют соответствующие агентства, ассоциации и торгово-промышленные палаты. Кроме того, сильные регионы, не дожидаясь Федеральной помощи, создают собственные консультационные и информационные центры.

Региональные фонды поддержки предпринимательства должны носить инвестиционный характер и мобилизуемые ими средства должны быть устойчивыми по источникам поступлений. Лишь в этом случае, их использование будет разнообразным: от прямого кредитования и финансирования предпринимательства, предоставления гарантий по кредитам, получаемым у коммерческих банков до организации подготовки кадров для предпринимательской деятельности.

Для России и ее субъектов, составляющей роста экономики является внутренний рынок, где необходимо поддержать отечественных товаропроизводителей в конкуренции с иностранными фирмами. На сегодняшний день не менее важной проблемой, является отсутствие инвестиционных проектов, имеющих законченный цикл: деньги - научные разработки - производство - деньги, что приводит к нежеланию инвесторов вкладывать средства в предлагаемые проекты.

Для решения этих проблем необходимо:

- создать благоприятные условия для развития конкуренции между предприятиями независимо от форм собственности;
- совершенствовать нормативную базу, регламентирующую деятельность субъектов малого предпринимательства;
- создать и обновлять информационную сеть, содержащую информацию о законах, конкурентах, состоянии рынка;
- совершенствовать кредитно-финансовый механизм поддержки малого бизнеса и т.п.

Такая комплексная поддержка малого бизнеса позволит развивать малое предпринимательство в различных регионах, с учетом их особенностей.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СНАБЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Хартман Е.А., Кулешова В.Л.
БГЭУ, г.Бобруйск*

При выпуске запланированного ассортимента продукции предприятию нужно учитывать возможности обеспечения необходимой для производства номенклатурой материальных ресурсов и комплектующих узлов, деталей и агрегатов. Это позволит предприятию максимально использовать свои рыночные возможности и достичь целей удовлетворения предъявленного спроса на выпускаемую продукцию. При разработке производственной программы, рынок необходимо рассматривать как дифференцированную структуру в зависимости от групп потребителей и потребительских свойств товара, а ассортимент выпускаемой продукции рассчитывать только на реальные доходы населения. Для успешной реализации товарной стратегии, предприятию необходимы организационные изменения в деятельности службы маркетинга, которые

должны быть направлены, прежде всего, на совершенствование работы с поставщиками сырья, материалов, комплектующих деталей, узлов и агрегатов, используемых при выпуске продукции.

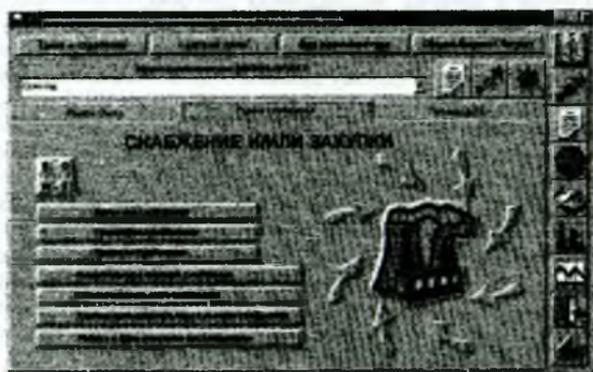
Производство продукции является этапом, на котором проектные разработки получают свое материальное воплощение. Важнейшими составляющими конкурентоспособности продукта, закладываемыми на данном этапе, являются степень соответствия выпускаемого изделия требованиям потребителей; уровень качества продукта по сравнению с аналогом; качество технологического процесса и уровень издержек производства. При этом качество технологического процесса измеряется с помощью различных индексов или относительных показателей. При оценке качества технологических процессов с использованием показателя цены качества, включаются расходы на обеспечение цены соответствия и издержки, связанные с неудовлетворительным качеством и потерями; затраты на ремонт, осуществляемый в гарантийный период, а также затраты на дополнительные запасы деталей и комплектующих материалов. Крупные предприятия располагают значительными производственными мощностями, охватывающими многие технологические процессы, но ни одно из них не производит весь ассортимент узлов и деталей, необходимых для обеспечения массового производства технически сложных изделий конечного потребления. Поэтому усилия производителей по повышению конкурентоспособности своей продукции значительно зависят от действий их поставщиков. Поэтому важным стратегическим направлением деятельности промышленных предприятий становится развитие сотрудничества с поставщиками, обеспечивающими предприятию ряд преимуществ. Партнерские отношения позволяют снизить издержки, сократить время поставки изделия на рынок, повысить качество, снизить капиталовложения, себестоимость продукции и ускорить реакцию на изменения жизненного цикла изделия. Экономия на приобретении комплектующих деталей по низким ценам у большого числа конкурирующих поставщиков ведет к снижению качества продукции и удлинению сроков сборки изделий. Поэтому более эффективными являются отношения на долгосрочной партнерской основе с небольшим кругом поставщиков, удовлетворяющих требованиям предприятия не только по уровню цен, но и по возможности обеспечения необходимого качества и надежности поставляемых комплектующих деталей.

Партнерские отношения обеспечивают преимущества поставщикам по дополнительным объемам работ и гарантии сбыта своей продукции в будущем. Система оценки производителя комплектующих деталей и материалов может устанавливаться рейтингом в баллах. И поэтому поставщики, с которыми предприятие вступает в партнерские отношения, должны иметь определенный уровень по таким критериям как финансовая стабильность, размеры капитальных вложений в оборудование и технологии, готовность удовлетворить внезапно возникшие потребности покупателя, наличие реальной системы управления качеством. В работе с поставщиками комплектующих деталей необходимо иметь систему постоянной обратной связи относительно качества их продукции; сотрудничать со специалистами предприятия-поставщика при разработке и создании новых видов продукции и привлекать их к совместному обслуживанию потребителей реализованной продукции. Работа с партнерами по снабжению должна строиться в соответствии с целями производителя готовой продукции по цепочке снабжение – производство – сбыт – обслуживание. Реализация такой цели достаточно сложна и поэтому для ее достижения важное значение имеет использование технологий сквозного управления процессами, информационными и материальными потоками в совместной деятельности. Это необходимо по той причине, что политика снабжения включает целый круг вопросов, от которых зависит устойчивое положение предприятия на рынке. Разрабатывая политику снабжения, предприятию необходимо учитывать такие факторы как процедуры снабжения, правила снабжения, номенклатуру позиций снабжения для каждого вида производимой продукции, сегментацию рынков снабжения и их привлекательность для обеспечения предприятия необходимыми комплектующими узлами и деталями. После анализа факторов, влияющих на снабже-

ние предприятия, выбираются конкретные предприятия–поставщики, удовлетворяющие всем требованиям производителя. Разработку политики снабжения необходимо осуществлять одновременно по альтернативным поставщикам и по временным периодам с учетом стратегических целей предприятия. Использование стратегий снабжения в соответствии с целями предприятия обеспечивает управление материальными потоками в соответствии с меняющимися требованиями внешней среды.

Для повышения эффективности управления процессами снабжения целесообразно использовать информационные технологии, позволяющие оптимизировать информационные и материальные потоки, транспортные и коммуникационные системы, сокращающие время на достижение поставленной цели. Для этих целей можно использовать системы поддержки принятия решений. Примером такой системы служит программный комплекс «Касатка». Одним из модулей данной программы является «Комплекс маркетинга», в котором выделяется блок СНАБЖЕНИЕ И ЗАКУПКИ (рис. 1).

Рис. 1. Зкладка «Рынки снабжения».



Он позволяет специалистам предприятия не только разрабатывать цели и стратегии снабжения предприятия, но и вести оперативный учет и контроль всей номенклатуры поступающих комплектующих изделий, сырья и материалов для производства в соответствии с заключенными договорами. Если аналогичная система вводится и на предприятии поставщика, то есть возможность взаимного контроля выполнения поставок.

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ

*Черный В. П., аспирант
УО "Витебский государственный
технологический университет"*

В условиях глобализации мирового хозяйства наиболее безболезненным и в то же время эффективным способом вхождения в международные экономические отношения для стран с переходной экономикой является регионализация сходных по уровню и структуре экономик. В этой ситуации возникает необходимость пересмотра сложившейся структуры экономики РБ с позиций новых требований, что позволит оценить ее потенциал, эффективность сложившейся территориально-отраслевой структуры производства и наметить первоочередные задачи по активизации участия Беларуси в международном разделении и кооперации труда.