

ководителей потерять контроль над самостоятельными структурными подразделениями; стремление руководителей дочерних предприятий оторваться от материнской компании, работать самостоятельно в ущерб основным заказам; риск банкротства.

Таким образом, в качестве одного из наиболее приоритетных направлений реструктуризации предприятий в условиях перехода к социально ориентированной рыночной экономики можно выделить организационную реструктуризацию.

Д.А. Степаненко, ассистент

БТЭУ ПК (Гомель)

НЕОБХОДИМОСТЬ РЫНОЧНОГО РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

На современном этапе развития рыночных отношений в Республике Беларусь в сфере закупок сельскохозяйственной продукции и сырья наблюдается повышение уровня конкуренции в отношении к заготовительным организациям потребительской кооперации со стороны государственного и частного секторов экономики. Это характеризуется не только изменением структуры источников поступления и каналов реализации, но и уменьшением доли, занимаемой заготовительными организациями потребительской кооперации на рынке закупок.

Данные тенденции вызывают вопрос “Благоприятные ли ниши занимают заготовительные организации потребительской кооперации?”. Убыточность многих заготовительных организаций подчеркивает существование проблемы выбора неприоритетных источников поступления и каналов реализации закупаемой сельскохозяйственной продукции и сырья.

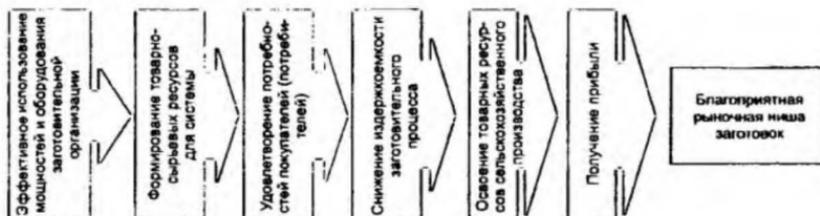
При проведении выборочного анкетирования среди заготовительных работников аппарата управления было выявлено, что основным направлением работы заготовительных предприятия является стратегия “стабильности”. Это значит, что 62,5 % респондентов полагают, что усилия заготовителей сосредоточиваются на существующих сегментах рынка, объемы их деятельности условно постоянны в динамике. Другая часть экспертов (20,8 %) считают, что работа заготовительных предприятий строится исходя из стратегии “сокращения”, когда выживание организации находится под угрозой (происходит отказ от нерентабельных продуктов, излишней рабочей силы, уменьшение объемов закупок, реорганизация и

т.п.). И лишь незначительное количество мнений (16,7 %) свидетельствует о развитии заготовительной отрасли по стратегии “роста” (увеличение размеров предприятия и объемов деятельности через проникновение и захват новых рыночных позиций).

Таким образом, по мнению большинства экспертов, основной стратегической целью заготовительной деятельности на совершенном этапе развития рыночных отношений должно стать репозиционирование, которое подразумевает активизацию работы на целевых сегментах (группах) рынка сельскохозяйственной продукции путем вытеснения конкурентов.

Большинство респондентов (31,1 % общей численности) считают, что на современном этапе развития заготовительной отрасли процесс планирования и прогнозирования заготовительного оборота направлен в первую очередь на получение максимально возможной прибыли. При этом при формировании объемов деятельности эксперты исходят из необходимости повышения степени освоения товарных ресурсов сельскохозяйственного производства (24,4 %) и снижения издержкостности заготовительного процесса (20,0 %). Менее важными стратегическими задачами репозиционирования 13,3 % опрошенных заготовительных работников считают удовлетворение потребностей покупателя, 6,7 — направление своих усилий на формирование сырьевых ресурсов для других отраслей деятельности, а 4,4 % — на эффективное использование мощностей и оборудования своего заготовительного предприятия.

На основании мнения экспертов была составлена ценностная цель задач репозиционирования (см. рисунок).



Задачи репозиционирования заготовительной деятельности потребительской кооперации на современном этапе развития

Предлагаемая структура задач позиционирования при внедрении в практику планирования заготовительной деятельности характеризуется не только определенным составом, но и четкой иерархией по степени важности, что позволит при последовательном их решении достигать оптимального результата по определению положения на рынке сельскохозяйственной продукции и сырья.

Д.М. Степаненко, аспирант

БГЭУ (Минск)

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Интенсивность осуществления инновационной деятельности в стране в существенной степени определяется возможностями ее финансового обеспечения. Данное обстоятельство касается всех этапов инновационного процесса, начиная от проведения научных исследований и заканчивая внедрением новых технологий, производством и реализацией инновационной продукции.

В настоящее время среди источников финансирования самую значительную часть занимают собственные средства белорусских предприятий. В 2002 г. их доля среди всех источников финансирования составила 77,18 %, в 2003 г. — 63,84, а в 2004 г. — 74,88 %. При этом в 2004 г. 1146 субъектов хозяйствования из числа представивших в Министерство статистики и анализа Республики Беларусь данные по форме № 1 — инновация определили недостаток собственных средств как основной фактор, препятствующий инновациям, 436 — как значительный.

Статистика свидетельствует о том, что, помимо собственных средств предприятий, в Беларуси в качестве источников финансирования инновационной деятельности выступают средства республиканского, местных бюджетов, бюджета Союзного государства России и Беларуси, внебюджетных фондов, иностранных инвесторов, а также прочие источники.

Результаты исследований позволяют говорить о незначительности доли бюджетного финансирования в общем объеме финансирования инновационной деятельности в Беларуси. Например, удельный вес средств республиканского бюджета в общем объеме соответствующего финансирования составил в 2002 г. 0,46 %, в 2003 г. — 1,26, а в 2004 г. — 0,82 %. В то же время в 2004 г. 449 предприятий республики определили недостаток финансовой поддержки со стороны государства.