

Литература

1. Бирман В.Ф. и др. Инновационный менеджмент в АПК. - Ростов н/Д: ООО "Терра-Принт", 2007. - 480 с.
2. Пошкус, В. Внутренние резервы АПК РК // Экономика, управление. - 2007. - N 3
3. Аналитическая справка к коллегии Министерства сельского хозяйства «Об итогах работы в 2008 году и задачах по реализации основных направлений устойчивого развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2009 год» //www.minagri.kz 2009

АГРОӨНЕРКӘСІПТІК КЕШЕНІН ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ МЕХАНИЗМДЕРІ ЖӘНЕ СТРАТЕГИЯСЫ

Е.М. Беріков

Мақалада агроөнеркәсіптік кешенін инновациялық қамтамасыз ету механизмдері және стратегиясы туралы жазылған

STRATEGIES AND MECHANISMS FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT AGROINDUSTRIAL COMPLEX

E.M. Berikov

This paper reveals the strategies and mechanisms for innovative development agroindustrial complex

УДК 339.3

Э.М. Бодрова

*Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»
г. Минск, Республика Беларусь*

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОПТОВЫХ СТРУКТУР В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ БЕЛАРУСИ

Аннотация В статье дана авторская трактовка понятия «оптовый рынок товаров легкой промышленности», отражена его значимость на развитие предприятий концерна «Беллегпром». Представлен анализ состояния выпуска товаров легкой промышленности в республике, представлена классификация хозяйственных связей предприятий концерна «Беллегпром». Отражен авторский подход к вопросу развития стратегии создания двухуровневой системы оптовых структур для реализации товаров легкой промышленности в Беларуси. На основе теории статистических игр и дерева целей изложена авторская методика определения вариантного снижения цен для оптовых покупателей товаров легкой промышленности в республике.

Ключевые слова: оптовый рынок товаров; импортные поставки; конкурентоспособность; управление инновациями; товарооборот; товаропроводящая сеть.

Введение Проблемы организации оптовых рынков товаров легкой промышленности остается в нашей республике по-прежнему нерешенными и значительно снижают

эффективность хозяйственной деятельности товаропроизводителей. В настоящее время возникает объективная необходимость разработки новых подходов к формированию и развитию инфраструктуры рынка товаров легкой промышленности в областях, включая организацию оптовых рынков.

Взяв на вооружение опыт западных стран, следует учитывать важный момент: формирование оптовых рынков товаров легкой промышленности должно быть связано, прежде всего, с решением проблем товаропроизводителя.

Легкая промышленность - это комплексная отрасль, обеспечивающая население республики тканями, одеждой, обувью, предметами личного потребления и являющаяся важнейшим источником дохода и занятости населения.

Импортные поставки исследуемых товаров из стран СНГ, Польши, Китая и других стран, реализация их на внутреннем рынке нашей республики не дают развиваться отечественному производителю, инвестируя при этом иностранного поставщика. Эта стратегия не представляет национального интереса для Республики Беларусь.

Достижение конкурентоспособности и обеспечение устойчивого экономического роста предприятий неразрывно связаны с развитием и совершенствованием системы управления. Переход Беларуси на инновационное развитие требует создания системы управления инновациями, позволяющей решать задачи повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования в соответствии с целями адаптации.

Особо значимыми являются вопросы, связанные с анализом форм адаптации предприятий, раскрытия направлений необходимых изменений в их деятельности и взаимосвязей. Важным представляется анализ результативности адаптации предприятий, определение глубины качественных сдвигов в их производственной и организационной структуре.

Специфика современного этапа развития легкой промышленности Беларуси заключается в том, что устойчивый экономический рост не может быть достигнут на основе традиционных подходов к решению вопросов совершенствования управления и организации. Необходимы новые теоретические и методологические решения, которые учитывали бы специфику развития отечественных промышленных предприятий в условиях рыночных отношений.

Не соответствующая развитость товаропроводящей сети делает отечественные товары легкой промышленности невостребованными покупателем, ненужными, а их товаропроизводителей - неплатежеспособными. В данный момент назрела необходимость создания и развития такой товаропроводящей сети, которая бы учитывала интересы и финансовое состояние производителей товаров легкой промышленности, с одной стороны, а с другой, могла бы учитывать платежеспособный спрос населения нашей республики на отечественные товары легкой промышленности по отдельным областям.

На наш взгляд, стратегическим направлением развития рынка товаров легкой промышленности должно стать создание эффективной рыночной системы распределения производимых товаров, переход к организованным оптовым рынкам товаров легкой промышленности.

Целью проведения данного исследования явилась необходимость формирования методологии построения каналов товародвижения для крупных отечественных производителей товаров легкой промышленности, создания благоприятных условий сбыта их товаров на рынке.

Основная часть

В настоящее время в силу многоаспектности оптовых рынков товаров легкой промышленности в отечественной и зарубежной экономической литературе сложились различные определения понятия «оптовый рынок товаров легкой промышленности».

По нашему мнению, если делать подход к этому вопросу с макроэкономической стороны, оптовый рынок товаров легкой промышленности - это система рационального распределения исследуемых товаров на уровне республики в целом и по областям.

С точки зрения микроэкономического уровня, оптовый рынок товаров легкой промышленности - это коммерческое предприятие, осуществляемое организацию проведения операций по купле-продаже товаров легкой промышленности в определенных местах и по установленным правилам. Оно должно представлять собой помещение и торговое оборудование для проведения торгов на разных условиях, способствовать установлению хозяйственных связей между товаропроизводителем и оптовым покупателем, а также оказывать содействие товаропроизводителям в реализации поставленных на рынок товаров легкой промышленности.

Мировой опыт показывает, что в рыночных условиях через оптовые структуры происходит исследование спроса и предложения, в связи с чем у производителей и продавцов товаров легкой промышленности появляется возможность планирования и прогнозирования своей деятельности.

В нашей республике создание системы оптовых структур товаров легкой промышленности должно стать одним из приоритетных направлений развития отрасли.

Целью создания системы оптовых рынков товаров легкой промышленности в нашей республике является стимулирование исследуемого производства на основе формирования эффективного механизма заинтересованности товаропроизводителя, оптовика и покупателя путем установления хозяйственных связей, регулирования производства и сбыта товаров с учетом удовлетворения текущего и потенциального спроса покупателей нашей республики и внешних покупателей.

На рынке товаров легкой промышленности Республики Беларусь теоретически может формироваться четыре канала сбыта:

1. Канал прямого сбыта в товаропроводящей цепочке -товаропроизводитель, потребитель, т.е. без участия посредника);
2. Канал, состоящий из трех участников- товаропроизводителя, продавца розничной торговли, покупателя;
3. Канал, состоящий из четырех действующих лиц; товаропроизводителя, оптовика, розничного продавца и покупателя;
4. Канал функционирования товаропроводящей сети, состоящий из следующих участников: товаропроизводителя, крупного оптовика, мелкого оптовика, розничного продавца и покупателя.

Участие в цепи товародвижения товаров легкой промышленности, определения количества посредников мы предлагаем рассчитывать с помощью коэффициента участия оптовиков в цепи товародвижения ($K_{уч.}$), рассчитываемого следующим образом:

$$K_{уч.}=(TO_{опт}+TO_{розн.}):TO_{розн.} \quad (1),$$

где $TO_{опт}$, $TO_{розн.}$ - оптовый розничный товарооборот соответственно.

Исследования показывают, что каждый вид товара легкой промышленности по отдельно взятым исследуемым предприятиям характеризуется своим показателем участия оптовиков в цепи товародвижения и гласит о наличии посреднической связи. Значение «0» означает работу предприятий легкой промышленности без посредников, а посредством собственной торговой сети, состоящей из сети магазинов.

Выбор каналов сбыта выпускаемых товаров легкой промышленности принадлежит к стратегическим решениям предприятия, так как их смена требует продолжительного времени и связана с конкретными продавцами.

Хозяйственные связи, складывающиеся на рынке товаров легкой промышленности целесообразно классифицировать по следующим признакам:

1. По числу участников и степени участия посреднических организаций: а) прямые; б) опосредованные;
2. По насыщенности товарных потоков: а) с насыщенным товарным потоком; б) с ненасыщенным товарным потоком;
3. По срокам действия: а) длительные; б) кратковременные;
4. По территориальному распределению: а) внутриреспубликанские; б) межреспубликанские;
5. По отраслевой структуре: а) внутриотраслевые; б) межотраслевые;
6. По форме организации поставок: а) транзитная форма; б) форма складских поставок.

Организацию построения оптовых структур в Беларуси целесообразно рассматривать в двухуровневой системе:

1. На уровне республиканского масштаба;
2. На уровне областного масштаба.

Схематично это можно представить следующим образом (рис.1).

ОПТОВЫЕ СТРУКТУРЫ

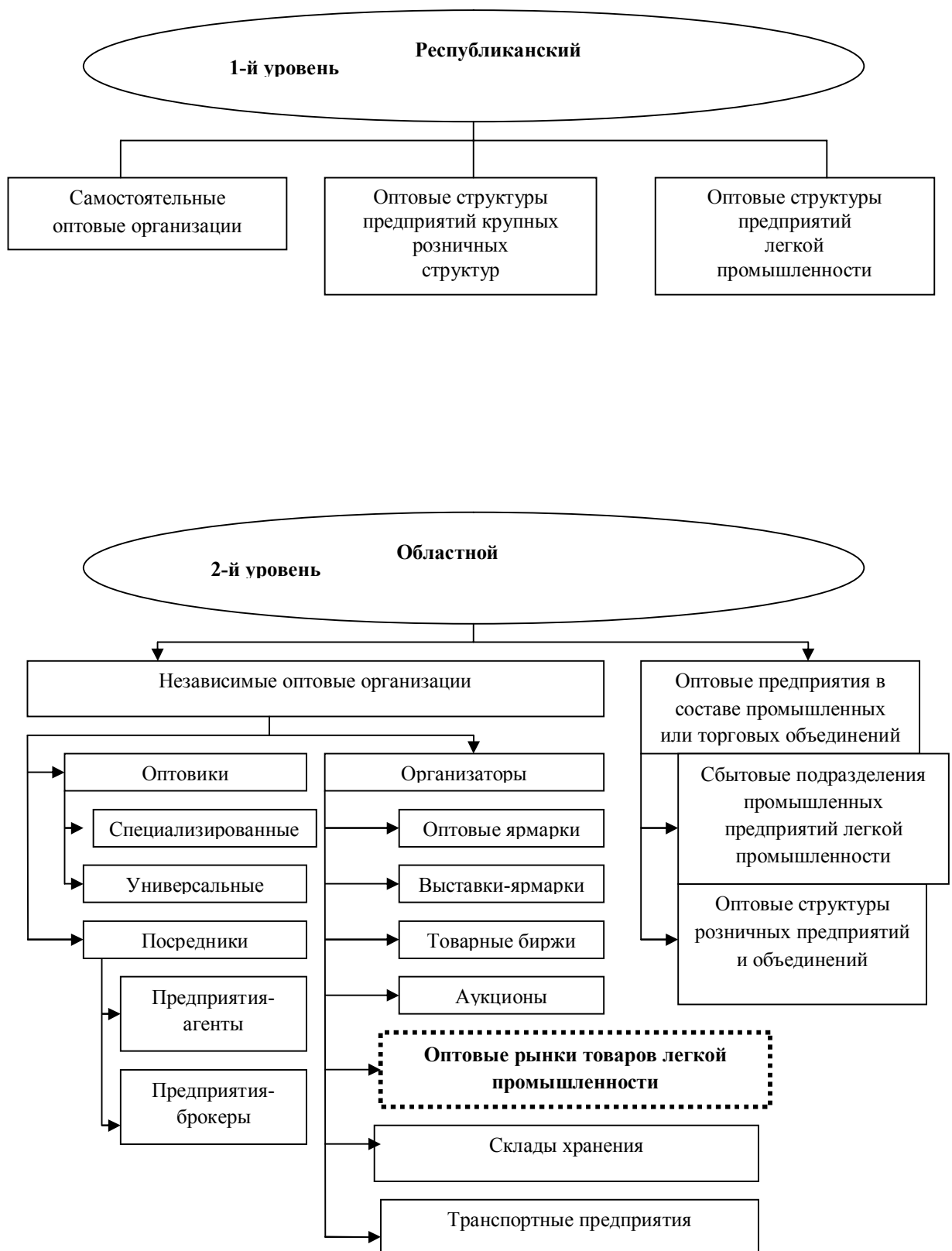


Рисунок 1 - Организационное построение оптовых структур легкой промышленности

Организацию системы оптовых рынков товаров легкой промышленности в нашей республике целесообразно осуществлять в три этапа.

На первом этапе необходима подготовка нормативно-правовой базы формирования и функционирования оптового рынка, в которой важно:

а) определить вид рынка, его характеристику, механизм государственной поддержки и экономического регулирования его деятельности;

б) разработать организационно-экономические проекты оптовых структур товаров легкой промышленности;

в) рассмотреть оптимальные схемы и выделить площади для размещения оптовых рынков;

г) разработать положения о стимулировании производителей товаров легкой промышленности.

На втором этапе необходимо обеспечить дальнейшее развитие оптовых структур и укрепление их материально-технической базы, подготовить проекты оптовых рынков товаров легкой промышленности, провести мероприятия по совершенствованию информационно-правового, финансово-кредитного, кадрового и консультационного обеспечения их функционирования.

На третьем этапе предполагается завершение формирования оптовых структур в областях.

Выводы

Сущность рынка товаров легкой промышленности состоит в воплощении законов стоимости и товарно-денежных отношений, функционирующих на основе обеспечения соответствия спроса и предложения, возможности выбора взаимовыгодного партнера по сделке, свободном определении каналов реализации товара и установлении договорной цены, обеспечивающей уровень рентабельности, достаточный для воспроизводственного процесса.

METHODOLOGY OF THE ORGANIZATION OF WHOLESALE STRUCTURES IN LIGHT INDUSTRY OF BELARUS

E.M. Badrova

In article the author's treatment of concept «a wholesale commodity market of light industry» is given, its importance on development of the enterprises of concern "Bellegprom" is reflected. The analysis of a condition of release of the goods of light industry in republic is presented, classification of economic communications of the enterprises of concern "Bellegprom" is presented. The author's approach to a question of development of strategy of creation of two-level system of wholesale structures for realisation of the goods of light industry in Belarus is reflected. On the basis of the theory of statistical games and a tree of the purposes the author's technique of definition of alternative reduction of prices for wholesale buyers of the goods of light industry in republic is stated.