

Стоимость зарубежных колеблется от десяти до нескольких сот тысяч долларов, российские и белорусские системы в несколько раз дешевле (в зависимости от сложности и размера предприятия – от 5 до 70 тыс. долл. США и выше). Но при покупке таких программ нужно руководствоваться не только и не столько ценой, сколько функциональностью, надежностью, адаптированностью и наличием поддержки. В соответствии с мировой практикой, при необходимости более тонкого анализа нескольких систем одного или близких классов, этапу выбора придается большое значение.

К внутренним факторам можно отнести управленческий и человеческий факторы.

Эффективная организация управления процессом внедрения КИС позволит сократить риски увеличения как прямых, так и косвенных затрат, а также приведет к повышению производительности труда, а следовательно, увеличит эффективность деятельности предприятия в целом за счет принятия точных, конструктивных решений и своевременного доведения их до исполнителей.

В целях снижения возможности роста прямых затрат сверх запланированных значений уже в процессе внедрения КИС необходимо с высоким уровнем детализации подходить к этапам анализа и проектирования КИС, что исключит недооценку размеров проекта, а следовательно, неоправданное его разрастание в ходе реализации (постоянные доработки, уточнения и изменения требований к проекту). Внедренная информационная система должна представлять собой совокупность интегрированных на высоком уровне информационных технологий и соответствующих программных и аппаратных средств.

Успешность реализации инновации в области совершенствования управления бизнес-процессами во многом зависит от того, приняты ли инновационные идеи в состав рабочего мотива поведения сотрудников или нет. Необходимо отметить, что в строительных организациях государственной собственности данный вопрос открыт, в связи с тем, что для сотрудников зачастую характерны [4]:

- консервативность мышления;
- недостаточный уровень квалификации в области использования информационных технологий, а, следовательно, угроза увольнения;
- недостаточная осведомленность о преимуществах применения КИС;
- возникновение дополнительной нагрузки на трудовые ресурсы в процессе освоения КИС;
- угроза высвобождения части персонала в результате автоматизации ряда возложенных на них функций.

В заключение можно отметить, что на крупных строительных предприятиях есть обоснованный смысл внедрять не только производственные и технологические инновации, но и в области информационного обеспечения. Однако следует помнить, что понятие «инновации» применяется ко всем новшествам, ко всем усовершенствованиям, которые обеспечивают экономию затрат, поэтому, в целях исключения возможности отрицательного эффекта от внедрения КИС необходимо учитывать человеческий фактор, который в итоге и предопределяет результативность данных мероприятий.

Список цитированных источников

1. Гламаздин, Е.С. Управление корпоративными программами: информационные системы и математические модели / Е.С. Гламаздин, Д.А. Новиков, А.В. Цветков.: – М.: ИПУ РАН, 2003. – 159 с.
2. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / под ред. В.В. Трофимова – Спб.: Высшее образование, 2007. – 480 с.
3. Самардак, А.С. Корпоративные информационные системы: уч. пособ. для вузов. – Владивосток: ДВГУ, 2003. – 262 с.
4. Тепляков, А.А. Проектирование информационных систем: пособ. – Мн.: Акад. упр. при Президенте РБ, 2010. – 218 с.

Небелюк В.В., старший преподаватель
УО «Витебский государственный технологический университет»
г. Витебск, Республика Беларусь
E-mail: neviva@rambler.ru

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА С ОТРАСЛЕВЫМИ ВУЗАМИ

Легкая промышленность – многоотраслевой промышленный комплекс. В Республике Беларусь отрасль представлена более 1100 предприятиями и производствами, большинство из которых входит в состав концерна «Беллегпром». Предприятия отрасли РБ выпускают сотни видов продукции, выполняют заказы инофирм из 40 стран мира. На экспорт поставляется около 76% продукции.

В период кризиса (1990-1998) объем производства в отраслях легкой промышленности снизился в 5 раз. Этот период характеризовался общим спадом производства, резким снижением платежеспособного спроса населения. В настоящее время развитие рыночных отношений происходит неравномерно относительно различных отраслей и подотраслей легкой промышленности. Это обусловлено различным характером спроса и предложения, степенью монополизации производства.

Рынок товаров легкой промышленности состоит из рынка сырья и материалов, рынка производственного оборудования и рынка готовой продукции. Отрасль в РБ объединяет более 10 крупных подотраслей и десятки производств, непосредственно участвующих в материальном обеспечении потребностей населения. В ее системе функционируют около 500 предприятий, которые выпускают сотни видов продукции более 5000 наименований. Отличительной чертой легкой промышленности в целом является высокий удельный вес продукции, выпускаемой на негосударственных предприятиях (около 85%).

Проблемы сбыта свойственны большинству предприятий легкой промышленности Республики Беларусь. Факторы, определяющие эти проблемы, кроются во внешней и внутренней среде предприятий:

1. В легкой промышленности по международным стандартам достаточным для развития признается уровень рентабельности в 35%, что в 2–3 раза выше реально наблюдаемого у нас.

2. Рост производства продукции отрасли незначителен. Все жестче конъюнктура рынка, а производство «Беллепрома» больше сориентировано на экспорт. Сложилась следующая структура продаж: 45% – внутренний рынок; 30% – экспорт в Россию; 25% – в ЕС.

3. Дефицит собственных оборотных средств превысил 200 млрд. руб., растут просроченная дебиторская и кредиторская задолженности – на 37% и 45% соответственно. Сегодня предприятия концерна выполняют в основном два из восьми прогнозных показателя.

4. Не выполняются установленные квоты и заказы для государственных нужд по ряду товаров, подлежащих поставке на рынок республики, что вызвано отказами торгующих организаций от выборки заявленных объемов.

5. Запасы готовой продукции на складах значительно возросли на предприятиях швейной, кожевенно-обувной и трикотажной подотраслей. 157% среднемесячного объема производства концерна числится в запасах готовой продукции.

6. Продукция отечественного легпрома оказывается на 20–25% дороже российской (из них 10–12% приходится на долю энергосоставляющей).

7. Среди негативных факторов – последствия введения нового порядка взимания НДС по принципу страны назначения. Значительно уменьшились продажи продукции предприятий «Беллепрома» в России,

особенно за счет мелких потребителей. Из-за ввода НДС было потеряно до 20% российского рынка. Между тем, емкость зарубежного рынка многократно превосходит емкость отечественного. В период с 2005 г.

В отрасли проводится комплекс мероприятий по активизации инновационной деятельности:

1. В рамках отраслевой программы «Качество» на 2007-2010 годы в отрасли проведена большая целенаправленная работа по созданию и сертификации в организациях систем качества в соответствии с требованиями Международных стандартов ИСО 9000. По ИСО 9000 сертифицировано около 60% организаций от общего числа организаций отрасли. Предприятия отрасли продолжают работу по созданию и внедрению систем экологического менеджмента на базе ИСО 14000.

2. С целью удовлетворения и изучения спроса потребителей и более полного насыщения рынка товарами отечественного производства в республике ежегодно проводится Международная выставка-ярмарка «БелТЕКСлегпром» по оптовой продаже товаров легкой промышленности в павильонах НВЦ «Белэкспо».

3. Для продвижения отечественных товаров легкой промышленности в регионы Российской Федерации и увеличения экспорта концерн «Беллепром» выступает коллективным организатором участия белорусских предприятий в Федеральных оптовых выставках-ярмарках легкой промышленности.

4. В отрасли проводится целенаправленная работа по расширению сети фирменных магазинов, фирменных секций и повышению уровня торгового обслуживания. В настоящее время на внутреннем рынке функционируют: около 200 фирменных и ведомственных магазинов, более 700 фирменных секций, из которых 400 работают в системе Белкоопсоюза. Кроме этого созданы представительства, оптовые склады и другие структуры. Особую роль в деятельности отечественных предприятий легкой промышленности может сыграть создаваемый в Беларуси «Центр индустриального инжиниринга легкой промышленности». Ставится задача уменьшить зависимость от импортных поставок сырья и материалов за счет увеличения производства в республике льноволокна, создания новых видов химических волокон и нитей, красителей.

В реализации этих стратегически важных проектов особенно важны отношения сотрудничества с отраслевыми вузами, использующими производственную сферу как базу практик при подготовке специали-

стов. При этом выполняемые курсовые, дипломные работы, научная деятельность должны стать «полем» активного сотрудничества между вузами и предприятиями. Положительный опыт в этой сфере наработан и кафедрой «Экономическая теория и маркетинг» УО «ВГТУ». Силами преподавателей экономического факультета проводится систематическая аналитическая работа. Многие сведения и статистические данные имеют прикладной характер.

Анализ конкурентных преимуществ предприятий легкой промышленности Республики Беларусь с использованием экспертного опроса УО «ВГТУ» позволил выявить следующее:

1. Большинство респондентов (59%) оценивают конкуренцию в легкой промышленности как выше средней и сильную, причем ее жесткость (по цене и качеству) обусловлена действиями конкурентов в отрасли (до 60%) и появлением новых конкурентов. Наиболее сильной конкурентной позицией отечественных предприятий эксперты считают: качество продукции (85% как выше среднего и сильная); цена (60%). Наиболее слабой позицией, по мнению опрошенных экспертов, является стимулирование и обслуживание потребителя – всего 40, 25%, иными словами, здесь самые большие резервы наращивания конкурентных преимуществ (около 60%).

2. Наиболее распространенным методом ценообразования на отраслевом рынке являются методы на основе издержек: «Издержки + прибыль». Однако, например, опыт Польши в развитии рыночных отношений показал, что снятие ограничений на формирование цен, определение их уровня на основе действия законов спроса и предложения в сфере легкой промышленности приводят к резкому росту цен с одновременным снижением спроса на продукцию.

В вопросах сбыта продукции на рынке товаров легкой промышленности при административно-директивной системе приоритет отдавался контактам с вышестоящей организацией. Выбор условий деятельности осуществлялся вышестоящей организацией, которая «прикрепляла» поставщиков и потребителей друг к другу. Широко развиты бартерные сделки в отрасли и сегодня. Большинство из них заключается не на основе изучения реального рынка, спроса и предложения, а на основе старых связей и эпизодического ненаправленного появления новых.

При разработке комплекса маркетинга, например, на предприятиях текстильной промышленности целесообразно учитывать то, что важнейшим потребителем готовой или переработанной продукции является население, а также ряд особенностей текстильного производства:

1. Спрос на текстильную продукцию зависит от емкости рынка, рынок может быть расширен за счет экспорта; динамика развития рынка определяется приростом населения, изменением уровня доходов, появлением новых технологий.

2. Повышенная концентрация производства в текстильной промышленности приводит к монополизации производства и создает предпосылки для формирования монопольно высоких цен.

3. Уровень цен на ресурсы, используемые в текстильном производстве, зависит от уровня предложения. Например, предложение натуральных волокон определяется объемом производства в агропромышленном комплексе. Предложение искусственных и синтетических волокон зависит от работы предприятий химической промышленности.

4. Спрос на финансовые ресурсы в текстильной промышленности определяется необходимостью формирования сезонных и страховых запасов сырья.

5. Преимущественно массовое и крупносерийное текстильное производство требует организации достаточных по мощности товаропроводящих сетей.

6. В условиях сочетания директивного и рыночного регулирования деятельности предприятий маркетинговый комплекс как средство комплексного воздействия должен быть направлен на лиц, имеющих право принимать решения (финансирование государственными и вышестоящими организациями), и тех, кто своим одобрением способен повлиять на результат деятельности предприятия в сфере обмена (потребители продукции).

Наиболее перспективны направления по наращиванию конкурентных преимуществ предприятий легкой промышленности, важнейшими из которых являются:

1) разработка мер по повышению маркетинга и рекламной деятельности предприятия, как на отечественном, так и на зарубежном рынках;

2) совершенствование системы обслуживания и стимулирования потребителей продукцией (сервис, кредит, скидки, гарантии, уценка и другие меры по стимулированию продаж).

Список цитированных источников

1. Официальный сайт концерна БелЛегПром [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bellegprom.by>. Дата доступа 10.02.2012