

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Взаимодействие субъектов хозяйствования является объективной необходимостью в современной экономике, поскольку способствует повышению эффективности их функционирования и всей экономической системы в целом. Анализ развития такого взаимодействия имеет важное значение как для ориентации предприятий на эффективные способы ведения бизнеса, так и при формировании соответствующей государственной политики. В 2003 г. в семи странах ЕС было проведено исследование состояния межфирменного взаимодействия субъектов хозяйствования методом опроса [1]. В результате было выявлено, что одними из наиболее распространенных и развитых форм взаимодействия являются аутсорсинг и субконтрактация, а также франчайзинг.

В Республике Беларусь также было проведено исследование состояния взаимодействия субъектов хозяйствования на основе аутсорсинга, субконтрактации и франчайзинга. Для сбора необходимой информации была разработана и разослана анкета на 1110 из 2124 исследуемых промышленных предприятий.

При формировании целевой выборки фактически учитывались два аспекта: количество предприятий, что характерно и приемлемо для социологических исследований, и объем произведенной продукции, что в большей степени отвечает целям экономического анализа.

В выборочную совокупность были включены 335 крупных промышленных предприятий, значительная часть которых относится к отрасле- и валообразующим, а также меньшая часть небольших однотипных предприятий, дающих небольшой стоимостной объем производства. В выборке наибольшую долю составили предприятия отрасли машиностроения и металлообработки 34% всех предприятий в выборке; пищевая, легкая и деревообрабатывающая заняли по 17,3%, 15,5% и 12,2% соответственно. Меньший удельный вес получили промышленность строительных материалов - 8,7%, химическая и нефтехимическая - 7,2%, топливная - 3,6%.

Фактическое распределение предприятий по размеру представлено, главным образом, более крупными предприятиями: 49% предприятий с численностью работников от 100 до 499 человек и 43% более 500 человек. Доля малых предприятий (с численностью работников до 100 человек) составила 8%.

Структура фактически полученной совокупности получилась достаточно близкой к структуре выборочной совокупности, что позволяет проводить дальнейший анализ результатов полученного распределения предприятий.

В целом предприятия знакомы с такими формами взаимодействия субъектов хозяйствования, как аутсорсинг и субконтрактация. Менее распространена такая форма взаимодействия как франчайзинг.

Более половины исследуемых предприятий (52,8%) хотя бы один раз применяли на практике аутсорсинг. Постоянно используют аутсорсинг в своей деятельности 40,6% респондентов. О том, что данная форма будет развиваться достаточно низкими темпами, говорит тот факт, что только 6,6% руководителей планируют ее использование.

Особенностью предприятий, активно или хотя бы один раз применявших аутсорсинг, является то, что они представляют собой в основном заказчиков аутсорсинг,

говых услуг (количество предприятий-заказчиков превышает число исполнителей более, чем в 3 раза).

Среди постоянно использующих аутсорсинг предприятий наибольшая их часть функционирует в машиностроении и металлообработке (53,8%), легкой (20,5%) и пищевой (10,3%) отраслях промышленности.

Предприятия, которые хотя бы один раз использовали аутсорсинг в своей деятельности, представлены, главным образом, этими же тремя отраслями, а также незначительным их количеством в отрасли строительных материалов (9,6%), химической и нефтехимической (7,7%).

Таким образом, предприятия практически всех основных отраслей промышленности (кроме металлургии), в большей или меньшей степени, проявляют заинтересованность в применении аутсорсинговой формы делового сотрудничества с другими субъектами хозяйствования.

Среди предприятий, использующих аутсорсинг, наибольший удельный вес занимают те, на которых работает свыше 500 человек (53,3%), а также от 101 до 499 (38,9%). Несмотря на небольшую долю малых предприятий (7,8%), они также заинтересованы в использовании аутсорсинга, т.к. их удельный вес составил 26% всех субъектов хозяйствования в фактически полученной совокупности. В отраслевом разрезе половина таких малых предприятий занята в отрасли машиностроения и металлообработки.

Предприятия, использующие в своей деятельности аутсорсинг, соответствующих партнеров выбирают, главным образом, на территории Республики Беларусь. При выборе зарубежных партнеров предприятия ограничиваются, в основном, Российской Федерацией (17%), на другие страны СНГ приходится около 8%, что в значительной степени обусловлено географической, социокультурной, экономической и другой близостью этих стран. Незначительная доля предприятий имеет партнеров из Европы и других стран мира – 4,5% и 3,4% соответственно.

Промышленные предприятия Республики Беларусь чаще всего передают своим партнерам по аутсорсингу такие процессы как разработка и сопровождение проектной, технической или иной документации (21,4%). Не менее важным является сервисное обслуживание информационной системы (программное обеспечение, компьютеры, сеть и т.п.) – 17,1%, а также сервисное обслуживание технологического оборудования – 15%.

Незначительное число предприятий передает своим партнерам производство полуфабрикатов, узлов, деталей, швейных изделий, а также маркетинг (по 10,7%). В то же время еще менее значительна передача функций логистики (7,1%), юридических услуг (2,9%) и управления персоналом (0,7%).

Состояние развития субконтрактации в Республике Беларусь имеет общие черты с аутсорсингом. Сходство заключается в том, что субконтрактацию, как и аутсорсинг:

- больше половины предприятий использовали хотя бы один раз в своей деятельности, а треть – постоянно;

- активно или хотя бы один раз применяют предприятия, представляющие собой заказчиков услуг, хотя в этом случае число заказчиков превышает число исполнителей в меньшей степени, чем при аутсорсинге (примерно в 1,5 раза);

- используют в большей или меньшей степени предприятия практически всех основных отраслей промышленности, однако наиболее активно – в отрасли машиностроения и металлообработки и легкой промышленности. В отличие от третьей по

значимости в использовании аутсорсинга пищевой отрасли, в ней функционирует самая малая доля предприятий, хотя бы один раз применявших в своей деятельности субконтрактацию (2,7%);

- заинтересованы использовать не только крупные и средние предприятия, но и малые, большая часть которых занята не только в отрасли машиностроения и металлообработки, но и в промышленности стройматериалов;

- применяет наибольшая часть промышленных предприятий с партнерами из республики (93%), а также из Российской Федерации (18,4%);

- предприятия используют, прежде всего, при передаче сторонним компаниям функций разработки и сопровождения проектной, технической и иной документации, а также сервисного обслуживания информационной системы, технологического оборудования и др. В отличие от аутсорсинга большее число предприятий (15,2%) передают выполнение производственных функций и вдвое меньшее (5,8%) – функций маркетинга.

Выявленные сходства в состоянии развития аутсорсинга и субконтрактации позволяют предположить, что респонденты трактуют субконтрактацию и аутсорсинг как синонимы.

Следует отметить, что среди отечественных предприятий промышленности франчайзинговые отношения с другими субъектами хозяйствования не распространены.

Основными препятствиями для развития взаимодействия среди предприятий промышленности Республики Беларусь являются, во-первых, сложившаяся структура производства, при которой предприятие обеспечено всеми необходимыми собственными ресурсами (40,6%), а во-вторых, – отсутствие опыта подобного сотрудничества (34,5%) и высокая стоимость предоставляемых услуг сторонними субъектами хозяйствования (31%).

В числе других, не менее важных препятствий являются:

- отсутствие видимого экономического эффекта (28,5% предприятий),
- недостаток знаний об этих формах сотрудничества (24,2%),
- пробелы в законодательной базе (17,4%),
- недостаток информации о потенциальных партнерах (16,4%),
- риск потери контроля над передаваемым процессом (16%),
- риск утечки конфиденциальной информации (11,4%),
- низкий уровень качества услуг, предоставляемых партнером (6,8%),
- инертность в принятии соответствующих управленческих решений и существующие ограничения.

Анализируя состояние взаимодействия между предприятиями промышленности Республики Беларусь, можно сделать следующие выводы:

- в целом предприятия заинтересованы в использовании таких форм взаимодействия с другими субъектами хозяйствования, как аутсорсинг и субконтрактация;

- респонденты не всегда четко разделяют понятия аутсорсинга и субконтрактации, о чем свидетельствует схожая картина развития этих двух форм взаимодействия; также привязывают франчайзинг к краткосрочным, единичным сделкам, что противоречит самой сути длительных франчайзинговых отношений;

- интерес во взаимодействии на основе аутсорсинга субконтрактации и субконтрактации проявляется у предприятий разного размера во всех отраслях промышленности, но в наибольшей степени – в отрасли машиностроения и металлообработки и легкой;

* предприятия при выборе партнеров для взаимодействия ограничивают, главным образом, на белорусских предприятиях и в меньшей степени – на российских.

Литература

1. Key figures on European business with a special feature section on SMEs Data 1995-2005 // European Communities. European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2006. - 131 p.
2. Колесников, В. Построение франчайзингового бизнеса. Курс для правообладателей и пользователей франшиз / В. Колесников. – СПб.: Питер, 2008. – 288 с.

Демченко Е. В., канд. экон. наук, БГЭУ (г. Минск)

ДЕТЕРМИНАНТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ УСЛУГ

Количество видов услуг на мировом рынке превышает 600. Наибольшее значение в мировой торговле услугами имеют туризм, транспорт, информационно-коммуникационные и страховые услуги. Расширяется и доля сектора финансовых услуг, в том числе экспортного кредитования. Оно охватывает от 12 до 29% всего объема экспорта развитых стран. На сектор информационных услуг приходится около 20% акционерного капитала США, 18% - Великобритании, 14% - Швеции, 11% - Германии, 8% акционерного капитала Японии.

Социально-экономический, кадровый потенциал, географическое расположение Республики Беларусь являются серьезными предпосылками для развития рынка услуг. Рынок услуг неоднороден: некоторые виды услуг развиваются более высокими темпами. Сфера услуг очень динамично реагирует на систему ее регулирования. Наиболее развиты транспортные, туристические услуги, строительные, информационные, услуги по переработке нефти из давальческого сырья.

Рынок услуг имеет специфические черты, которые обуславливают особенности маркетинговой деятельности в сфере услуг.

Многие положения в маркетинге и управлении одинаково применимы как для производственной сферы, так и для сферы услуг, однако есть определенная специфика, которая вытекает из особенностей рынка услуг. Сфера услуг имеет ряд важных характеристик:

- потребитель обычно присутствует в производственном процессе, то есть имеется более тесный контакт с потребителем, чем в сфере промышленности;
- в сфере услуг более высокая степень индивидуализации продукта в соответствии с требованиями клиента. Причем, чем выше степень взаимодействия с потребителем, тем более высокая степень индивидуализации продукта;
- работа в сфере услуг более трудоемка, чем в промышленности. Чем выше степень индивидуализации продукта, тем больше трудоемкость;
- услуга не существует до ее предоставления, то есть продукт создается в процессе предоставления услуги;
- услугам присуща высокая степень неопределенности, которая ставит клиента в невыгодное положение, может вызвать чувство обиды, подозрения;
- часто клиент стремится работать с одним и тем же «продавцом услуг»;
- услуги не подлежат хранению, производятся и потребляются одновременно;

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>