

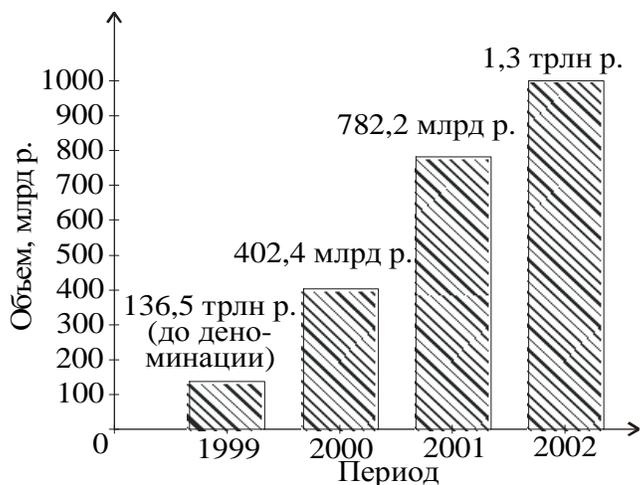
*В.Т. Пыко*

## ***Рынок и реальный сектор экономики***

Развитие материального производства республики на протяжении всей современной истории было связано с директивным планированием. Объемы, номенклатура, ассортимент, темпы роста – все определялось планом. Как итог – почти полное игнорирование нужд потребительского рынка, отсутствие конкуренции (фонды на реализацию обеспечивали сбыт любой продукции), падение эффективности и в конечном счете падение конкурентоспособности товара. Не была создана экономическая система стимулирования производства, что привело к тяжелым последствиям: промышленный комплекс, являясь в то же время основным в формировании ВВП и развитии других отраслей народного хозяйства, оказался не готов к работе в рыночных условиях. Его возможности в значительной мере не достигли жестких требований рынка, большинство предприятий даже через 10 лет реформирования не сумело освоиться с принципами рыночной экономики.

Из года в год росли запасы нерезализованной продукции: только за последние 3 года объем невостребованного рынком товара увеличился в 2,5 раза (рис. 1).

От 47 до 77 % законченных производством изделий каждый месяц оставались на предприятиях.



*Рис. 1.* Нарастивание запасов готовой продукции

Непроданные запасы резко ухудшили результативность хозяйствования, стало расти число убыточно работающих предприятий — с 10,8 до 47,7 % в исследуемом периоде (для сравнения: в годы застоя этот показатель не превышал 13 %). Уровень рентабельности

продукции, характеризующий соотношение прибыли и затрат предприятия на выпуск и реализацию продукции, достиг в 2002 г. критически низкой отметки — 5,9 % при необходимом для расширенного воспроизводства 30—35 % (рис. 2).

Стремительно ухудшается финансовое состояние предприятий. Кредиторская задолженность в промышленности увеличилась в 2001 г. по отношению к 2000 г. на 57,9 %, превысила дебиторскую на 37,9 %, или на 2,2 трлн р.

Исследование действовавшей системы организации производства и ее эффективность приводят к однозначному выводу: необходимо радикальное изменение устройства материального производства – производственная программа должна полностью



Рис. 2. Рентабельность промышленного производства

диктоваться рынком. Ни одно изделие не может ставиться на поток, если на него не определен спрос. Невостребованная в условиях централизованной экономики емкость рынка, как экономический императив, в условиях формирования рыночных отношений должна стать основой материального производства. Только зная нужное рынку количество продукта, платежеспособность потребителей, предприятие обеспечит собственную выживаемость. Проблема актуальна не только для отдельных субъектов хозяйствования, но и в целом для государства: при полной загрузке производственных мощностей реализация выпуска на внутреннем рынке по ряду изделий может составить 8—10 %. Экспорт переходит в объективную необходимость.

Безальтернативная ориентация на рынок диктуется и спецификой структуры промышленного производства. На протяжении всех лет коренной экономической реформы

ведущие позиции занимают материало- и энергоемкие производства, на которые почти полностью отсутствует сырье: машиностроение и металлообработка, химическая и нефтехимическая промышленность, топливная, а также достигшие за 2001 г. наибольшего удельного веса в производстве (24,4; 14,3 и 7,5 % соответственно). Именно эти отрасли выросли в объемах с 1990 по 2001 гг. (не считая машиностроения, где мощности загружены на 14—30 %). Однако производство наращивалось безотносительно к рыночной востребованности. Изменения запасов продукции к среднемесячному объему здесь наибольшие:

	на 01.01. 2000 г.	на 01.01. 2001 г.	на 01.01. 2002 г.
Машиностроение и металлообработка	90,4	86,1	109,4
Топливная промышленность	56,5	11,1	61,3
Химическая и нефтехимическая промышленность	52,3	48,8	60,6

Созданные для нужд огромной страны производственные структуры в одночасье лишились единого экономического пространства, хозяйственная результативность стала зависеть от внешней экономической среды.

Квинтэссенция производственной деятельности с учетом действенных изменений должна включать следующие факторы:

а) изучение конъюнктуры рынка и его тенденций — начальный этап (имущественный и качественный состав производства, его планомерность определяется рынком, а не иными административными органами);

б) организация в случае действующего производства — его перестройка, динамичное развитие в соответствии с нуждами рынка (рис. 3).

Основная экономическая идея рыночной стратегии и тактики состоит в производстве только востребованной продукции, качественной, с заданными параметрами. Должна получить решение основная задача — соединение рыночной и производственной деятельности.

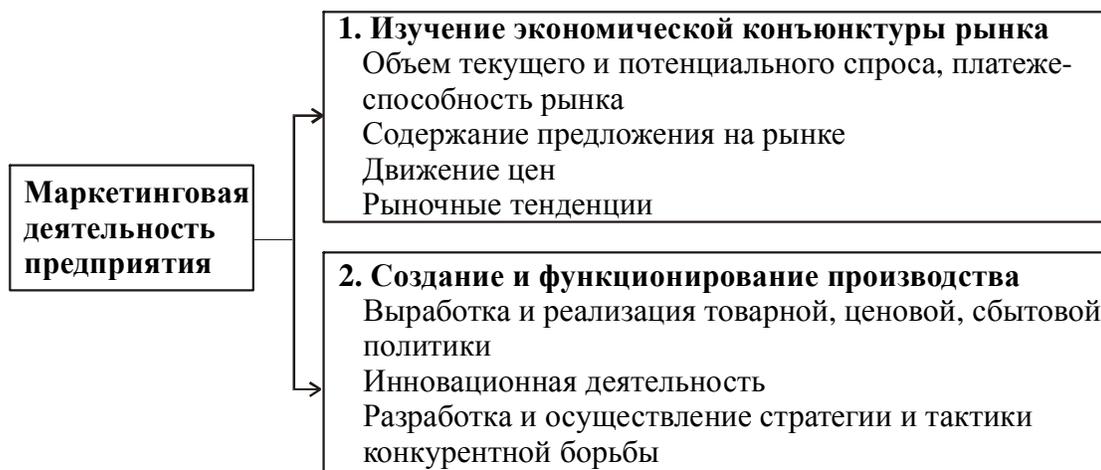


Рис. 3. Сущность рыночной стратегии и тактики предприятия

Первоочередной заботой фирмы с любой формой собственности становится, таким образом, изучение емкости рынка. Представляется целесообразным в этой работе использовать способы, представленные на рис. 4.

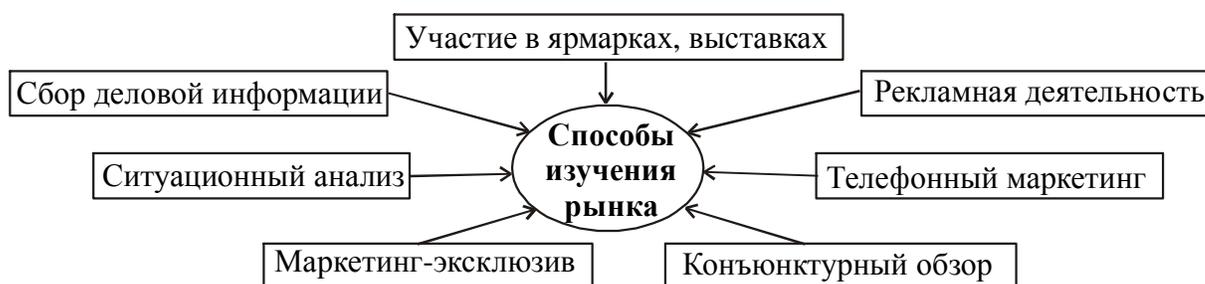


Рис. 4. Основные направления тактики маркетинга предприятия

Совокупность усилий производителя на рынке приводит к достижению основной начальной цели: определению номенклатуры и ассортимента нужной потребителям продукции. Только эти параметры формируют производственную программу, причем не только в вещественном плане (что выпускать?), но и в объемных показателях (сколько выпускать?), временных параметрах (когда выпускать?). Тем самым практически гарантируется реализация продукта.

Коренным образом меняется менеджмент предприятия. Его идеология строится на обеспечении сбыта произведенной продукции, создании системы зависимости оплаты труда всех работающих исходя из конечного результата, определении доли участия каждого работника в максимизации прибыли. Выстраивается иерархия управления со службой маркетинга во главе, которой подотчетны все производственные и экономические отделы и управления.

Рыночные факторы, естественно, не являются постоянными; хозяйствующий субъект их непрерывно уточняет (сбор деловой информации, ярмарки, конъюнктурный обзор), проверяет (маркетинг-эксклюзив, ситуационный анализ, телефонный маркетинг), вводит материальное стимулирование для маркетологов.

Обеспечивается ряд качественных характеристик. Конъюнктурные исследования должны быть:

оперативными (учитывать хозяйственный период, на который составляется стратегия);

реальными (именно на них будет базироваться производство);

перспективными (потенциальный спрос в долгосрочном периоде).

Объем производственной программы ( $Q_{пр}$ ) в случае оптовых поставок можно рассчитать как произведение величины заключенных договоров ( $Q_d$ ), коэффициента страхования ( $K$ ) и суммы объема рыночного спроса ( $Q_p$ ) за вычетом объемов поставки другими фирмами ( $Q_{\phi}$ ):

$$Q_{пр} = \sum_1^n Q_d \cdot K + (Q_p - Q_{\phi}).$$

При рыночной торговле  $Q_{пр}$  исключает заключение договора:

$$Q_{пр} = \sum_1^n (Q_p - Q_{\phi})K.$$

Определяя емкость рынка, предприятие прогнозирует поведение других поставщиков-конкурентов, уровень рыночного ценообразования, рыночные тенденции. Вырабатывается система рыночной деятельности субъекта, которая позволит знать экономическую конъюнктуру внутреннего и внешнего рынков и даже делать опережающий экономический прогноз. От результативности ее функционирования будет зависеть эффективность хозяйствования всего предприятия, его выживаемость.

И все же рыночный аспект, несмотря на его исключительную значимость, не обеспечит сам по себе коммерческую стабильность. За рыночной деятельностью должна последовать рациональная организация производства и его развитие: стратегия реализуется решением ряда тактических проблем.

Основополагающей из них является максимально результативное *комбинирование*

*факторов производства:*

разработка и реализация товарной и ценовой политики (что, сколько, когда и как выпускать, каким образом — самостоятельно или через посредников реализовывать продукцию);

создание системы поставок сырьевых и материальных ресурсов (рыночные, централизованные, смешанные виды поставок);

реорганизация производственного (стратегического и текущего) менеджмента, системы маркетингового планирования;

обеспечение постоянной связи производственной деятельности с рыночной, ведение конкурентной борьбы.

Таким образом, в основу всей системы материального производства закладываются рыночные принципы, решается актуальнейшая задача создания (реорганизации) структуры в полном соответствии с экономической конъюнктурой рынка, обеспечивается ее рыночная направленность.

Непременным условием решения этой задачи, как и многих других, является активная *инновационная политика*. С целью обеспечения смены поколений техники, технологии предприятию потребуется заемный капитал. Актуальность новаций обуславливается рядом накопившихся неотложных проблем:

а) продолжающееся падение конкурентоспособности многих изделий;

б) серьезное техническое отставание материального производства; средний срок службы производственных мощностей 27,5 года, при 5—7 в экономически развитых государствах; еще в 1985 г. промышленность отставала в технологии от европейского уровня на 20 лет;

в) за последние 5 лет инновационный фонд сократился в 8 раз;

г) наукоемкость ВВП поддерживается на уровне всего лишь 0,8—0,9 %, в ближайшие 2—3 года возможно будет доведена до 1,8 %.

В то же время капиталовложения в производство неуклонно снижаются: в 1995 г. доля инвестиций в ВВП была равна 18,4 %, в 2001 г. — 17,4 %. Возможности кредитования ограничены. Рентабельность банковского капитала в 2001 г. составила только 2,6 %. Собственные средства предприятия по истечении I кв. равны лишь 11 % просроченной

кредиторской задолженности. В этих условиях даже завоеванные рыночные позиции могут быть тут же утеряны.

При внушительной нехватке средств выходом мог бы стать лизинг оборудования. Названная форма взаимоотношений субъектов хозяйствования по разным причинам не находит широкого распространения. Материальное производство получило бы нужное технологическое оборудование под полную потребность. Постепенно, на договорных началах, оплачивало бы стоимость лизинга. В настоящее время имеются базовые условия лизинговой деятельности в республике. Созданы и действуют около пятидесяти компаний лизинговых услуг, разработана основная нормативная база, есть квалифицированный персонал. Потенциал роста у белорусского лизинга огромный, по стоимости заключенных договоров лизинга (около 60 млн дол. в 2000 г. и по прогнозам в 1,5—2 раза меньше в 2002 г.) просматривается значительное отставание от большинства стран: Россия — 1,3 млрд р. (28 место в мировом рейтинге); ФРГ — 35,7 млрд дол.; США — 226 млрд дол. Требуется инициатива и настойчивость производителей и государства — доработка условий лизинговых сделок.

Кроме совершенствования элементов микросреды хозяйствующему субъекту потребуется приложить немало усилий в сфере *макросреды*.

Вследствие почти полного отсутствия сырьевых ресурсов значительно снижается эффективность хозяйствования. На 96 % промышленность комплектуется поставками извне по ценам поставщиков, которые нередко выше мировых. В конечном итоге резко увеличивается себестоимость и, естественно, падает конкурентоспособность. Улучшению ситуации способствовали бы совместные с поставщиками подразделения, финансово-промышленные группы, концерны, холдинги. Можно констатировать, что работа пока находится в начальной стадии, требует активизации.

К интеграции понуждает и высокий уровень концентрации в промышленности; по этому критерию республика многократно выше европейской, американской и японской промышленности вместе взятых. Наиболее приемлемый путь — не дробить, а объединять предприятия совместно с российскими, координировать их действия в обоих союзных государствах.

В конечном итоге производитель создает максимально результативный рыночный

способ хозяйствования посредством:

профессионального изучения рынка;

экономически обоснованной производственной стратегии;

постоянной корректировки хозяйственной политики в соответствии с рыночными тенденциями.

Навязывание воли потребителю невозможно. Продукция, услуги просто не будут проданы, тандем рынок — материальное производство должен действовать непрерывно, причем заглавным является рынок.

---