

Создание СЭЗ ориентировано на привлечение преимущественно иностранного капитала. При этом налоговые и иные льготы предоставляются в белорусских СЭЗ как иностранным, так и отечественным инвесторам практически без какой-либо дифференциации по сфере деятельности. Необходимо развитие индивидуального подхода к резидентам СЭЗ.

Относительно небольшой срок предоставления налоговых льгот резидентам СЭЗ становится проблемой для процесса создания крупных конкурентоспособных предприятий. Необходимо выработать приоритетные направления деятельности резидентов СЭЗ в соответствии с экономической политикой государства.

Для резидентов СЭЗ во многих странах характерен полный запрет или жесткая ограниченность на торговлю произведенной продукцией на внутреннем рынке. На сегодняшний день в Республике Беларусь более 60 % продукции СЭЗ идет на внутренний рынок. Это представляет собой угрозу создания конкуренции за счет льгот резидентов СЭЗ отечественным производителям. Следует разработать механизм защиты национальных производителей (специальный сбор, налог, режим).

Вопрос о развитии инфраструктуры СЭЗ – вопрос о градостроительстве, требующий значительных капиталовложений. Инвесторов должен привлекать не только специальный правовой режим, но и освоенность территории СЭЗ. СЭЗ в Республике Беларусь – явление новое и малоизученное, поэтому для воплощения данной идеи в жизнь необходима государственная поддержка. Она реализуется в форме государственных гарантий инвесторам, разработки государственных программ, финансовой поддержки, периодических семинаров по проблемам СЭЗ и т.д.

СЭЗ должны создать будущее экономики Беларуси, и поэтому нельзя требовать сиюминутных выгод, надо создать условия для того, чтобы они реально работали.

<http://edoc.bseu.by>

*Н.В. Боярова,*  
студентка БГЭУ (Минск)

## **БАНКРОТСТВО КАК МЕРА САНАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Еще десять лет назад понятие “банкротство” в Беларуси не было в употреблении. Лишь в 1991 г. был принят Закон “Об экономической несостоятельности и банкротстве”, в процессе работы которого выяснилось его отсталость и недейственность. Единичные слу-

чай его применения были зафиксированы в период с 1991 по 1994 гг. около 30 заявлений от кредиторов, в 1994—1997 гг. — около двух десятков дел. В настоящее время в суде дела о банкротстве из незаурядных превратились в повседневные.

Согласно статистике, в Беларуси число убыточных предприятий возросло во всех отраслях экономики. Например, в промышленности их количество увеличилось с 8,8 % в 1999 г. до 18,8 % в 2000 г. Число неплатежеспособных предприятий в белорусской экономике уже превысило, по официальным данным, 50 %, а по неофициальным — 80 %. Возможно недавно вступивший в силу 11 февраля 2001 г. Закон “О банкротстве” поможет нашим хозяйственникам найти разумный выход из кризиса. В отличие от Закона “Об экономической несостоятельности и банкротстве” от 1991 г., ориентированного, главным образом, на ликвидацию неплатежеспособных субъектов хозяйствования, основной целью нового белорусского закона о банкротстве является применение максимально возможного количества мер, направленных на сохранение и оздоровление проблемных предприятий. Они будут ликвидироваться лишь после того, как все принятые меры не принесут положительного результата.

Рассматривая процедуру банкротства юридического лица по новому законодательству, можно выделить следующие этапы:

- 1) досудебная подготовка;
- 2) защитный период;
- 3) конкурсное производство включает следующие процедуры: санацию; ликвидационное производство;
- 4) мировое соглашение.

Следовательно, процедура банкротства как мера санации выглядит следующим образом:

досудебная подготовка — защитный период — санация.

Введение в действие такой процедуры, как санирующее банкротство, позволит решить ряд проблем экономического характера. Во-первых, это привлечение инвестиций в белорусские предприятия в период их оздоровления с целью извлечения из этого в будущем прибыли. Во-вторых, произойдет активизация процесса приватизации.

Безусловно, государство намерено активно участвовать в процессах банкротства, в первую очередь, не административными, а экономическими методами. В новом указе президента предусмотрено освобождение предприятия от всех налогов в период конкурсно-

го производства. Таким образом, это весьма привлекательный режим для инвесторов.

С другой стороны, закон о банкротстве – “приватизационный”. В ходе реструктуризации предприятия происходит смена собственника, как результат – изменение стратегии.

Учитывая, что белорусский закон о банкротстве прошел экспертизу в Германии, известной своими образцовыми законами, и является по мнению одного из ведущих американских специалистов лучшим в мире, он будет способствовать решению многих назревших экономических и финансовых проблем субъектов хозяйствования и экономики страны в целом.

<http://edoc.bseu.by>

*Ю.Н. Винокур,*  
студентка БГЭУ (Минск)

### **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ: ОЦЕНКА И СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ**

В условиях высокой насыщенности рынков, превышение на них предложения над спросом каждый товар вынужден вести жесткую борьбу за предпочтение потребителя. Множество изделий одновременно предлагают одинаковые или различные способы удовлетворения одной и той же потребности покупателя на равных или незначительно варьирующих ценовых условиях. В этой ситуации потребитель выбирает товар, который в маркетинге определяется как конкурентоспособный.

Конкурентоспособностью называется степень притягательности данного продукта для совершающего покупку потребителя.

В масштабе общества наибольшее признание среди товаров, предназначенных для удовлетворения данной общественной потребности, получает тот, который более полно ей соответствует по сравнению с товарами-конкурентами. Отсюда следует, что, во-первых, конкурентоспособность может быть выявлена только в результате сравнения товаров и является относительной характеристикой; во-вторых, она выражает различие сравниваемых товаров-конкурентов соответствия требованиям, существующим на рынке. В силу этого целесообразно прежде всего выявить те параметры товара, которым покупатель отдает предпочтение.

Исследование конкурентоспособности продукции ОАО “Камволь” позволило сделать следующие выводы: 1) предприятие ориентирует производство на выпуск продукции, максимально отвечающей требованиям и изменениям потребительского рынка Республики Беларусь