

МАРКЕТИНГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Переход к рыночным условиям хозяйствования существенно изменил положение и принципы работы белорусских предприятий легкой промышленности. Конкуренция на товарном рынке выявила слабые стороны отечественных предприятий данной отрасли: медленная адаптация к изменениям спроса, отставание по качеству продукции, дизайну, применяемым технологиям и материалам. Последнее явилось основанием для развития новых форм и методов хозяйствования, изменения организационных структур управления предприятиями, введением в них отделов и служб управления маркетингом.

Для предприятий легкой промышленности важным является не сам процесс технического перевооружения, а быстрая и гибкая переналадка производства на товары в соответствии с имеющимися запросами покупателей.

Рынок товаров легкой промышленности имеет свою специфику: разнообразие клиентуры рынка, сложность структуры сегментов рынка, сезонные колебания спроса и влияние факторов моды, острота конкуренции на рынке.

Предприятия отрасли должны постоянно проводить маркетинговые исследования не только рынков готовых товаров, но и рынков новых материалов, красителей, технологий, прогнозировать тенденции развития моды.

Несмотря на то, что предприятия легкой промышленности Республики Беларусь располагают определенным научно-техническим, производственным и кадровым потенциалом, позволяющим выпускать разнообразный ассортимент продукции и наращивать темп ее производства, в отрасли имеются отдельные проблемы, требующие своего решения. На предприятиях отрасли находится в эксплуатации значительная часть морально и физически устаревшего технологического оборудования, которые требуют своей замены.

Практика использования маркетинга на предприятиях легкой промышленности не дает оснований предполагать, что сформировавшуюся в условиях развитого рынка систему управления можно автоматически применить в нашей хозяйственной практике. Это объясняется существенными различиями в характере и условиях деятельности предприятий легкой промышленности Республики Беларусь.

*Русских Л.В.
УО БГЭУ (Минск)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Особое значение для эффективного функционирования лесного комплекса имеет развитая рыночная инфраструктура. Рыночная инфраструктура в целом рассматривается с позиции оценки экономического потенциала ее субъектов – торгово-посреднических, финансово-кредитных, правовых, внешнеэкономических и межрегиональных, ин-

формационных. Ее оценка позволяет определить проблемы в развитии отдельных звеньев инфраструктуры и определить меры по их устранению.

Инфраструктура оказывает большое влияние на результаты деятельности лесных предприятий, обеспечивая высокое качество производимой продукции и эффективную ее реализацию. Существуют различные трактовки содержания инфраструктуры, которые условно можно объединить в две группы. В широком значении под рыночной инфраструктурой понимается вся система обслуживания, – как производства, так и непромышленной сферы: транспорт, связь, торговля, информационное обеспечение, производственная деятельность, технология управления, и все службы, связанные с доставкой продукции до конечного потребителя.

При узком понимании рыночная инфраструктура понимается как совокупность элементов, обслуживающих производство, а именно, – те виды деятельности, назначение которых состоит в создании условий для эффективного развития производства (транспорт, материально-техническое снабжение, связь, отрасли, связанные с обслуживанием процесса производства). В условиях становления и развития рыночных отношений, с одной стороны, рыночная инфраструктура оказывает достаточно существенное влияние на процесс производства, способствуя его адаптации к изменяющемуся спросу, а с другой стороны, создает условия для успешного и эффективного продвижения произведенного товара к потребителю.

Развитие рыночной инфраструктуры в лесном комплексе Республики Беларусь период происходило при следующих условиях:

- достаточно низком уровне функционирования товарных рынков продукции комплекса;
- слабой материально-технической базе рыночной инфраструктуры, функционирующей на основе существующей системы материально-технического снабжения;
- низким уровне правовой обеспеченности сферы рыночной инфраструктуры;
- отсутствие необходимой маркетинговой информационной системы.

Исходным этапом в формировании реальных рыночных отношений в лесном секторе, совершенствовании рыночной инфраструктуры стала реализация древесины через торги Белорусской универсальной товарной биржи. Основная цель создания открытого акционерного общества «Белорусская универсальная товарная биржа» заключается в развитии биржевой торговли, повышении ответственности партнеров за выполнение своих обязательств по заключенным сделкам, усилении гарантии их исполнения. Биржа становится универсальным инструментом, призванным обеспечить рациональное регулирование производства, распределения, перераспределения и обмена, формируя под воздействием спроса и предложения продукции лесного комплекса эффективные пропорции. Биржевая торговля древесиной прямым образом влияет на формирование уровня цен на продукцию лесного комплекса. Традиционно наиболее высоким спросом пользуется крупная и средняя древесина хвойных пород – ель, сосна, а также древесина твердолиственных пород. Мягколиственная древесина не востребована рынком в полном объеме.

По оценкам экспертов, биржевые цены оказываются на 30-50% выше, чем преysкурантные цены Минлесхоза. По результатам биржевых торгов среднегодовая цена на крупную сосну диаметром 26 см и более сложилась на уровне Br95-100 тыс. за куб. м, по средней древесине – Br80-85 тыс. Аналогичная ситуация по древесине твердолиственных пород: цены по фанерному сырью вышли на уровень до Br500 тыс. – на 50% выше преysкурантных цен. Рост цен на лес, в свою очередь способствует повышению доходов лесохозяйственных предприятий, переходу отрасли на самоокупаемость.

Наряду с положительными факторами следует отметить и проблемы в биржевой торговле. В частности, малые объемы древесины, выставленной на продажу, автоматически поднимают цены. Последние торги в ноябре-декабре минувшего года, когда выставлялись минимальные объемы и были зафиксированы пиковые скачки цен, не отражают реальной ситуации на рынке. Прошедшие в 2007 г. первые торги показали, что по мере роста выставляемых объемов на биржу цена выравнивается, приходит к среднему значению 2006 г., приемлемому для всех покупателей. По прогнозным оценкам в 2007 г. через биржу будет реализовано около 30% от общего объема заготовок древесины, и далее объемы продаж древесины на бирже увеличатся.

Важной составной частью эффективного функционирования лесного рынка является его информационная обеспеченность. Сбор и обработка информации должна проводиться по следующим направлениям – в разрезе производственной и непроизводственной деятельности, в разрезе отдельных видов продукции лесного комплекса, в территориальном разрезе, по поставщикам и покупателям.

*Рыбак Т.Н.
УО БГЭУ (Минск)*

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В АНТИКРИЗИСНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Активное использование системы антикризисного менеджмента как на уровне экономики в целом, так и на уровне каждой организации в отдельности позволяет своевременно определять дальнейшие сценарии развития бизнеса и принимать адекватные рыночным условиям решения. Важное значение при этом приобретает эффективная организация информационного обеспечения антикризисного менеджмента и, прежде всего, в части применения учетной информации.

Целью бухгалтерского учета в условиях антикризисного менеджмента является информационное обеспечение принятия управленческих решений на различных стадиях антикризисного менеджмента, направленных на достижение эффективности бизнеса и недопущения его несостоятельности. Задачи бухгалтерского учета конкретизируются в зависимости от этапов антикризисного менеджмента.

При принятии мер по предупреждению банкротства основная задача бухгалтерского учета состоит в правильном документальном оформлении и налогообложении операций по получению досудебной финансовой помощи на возвратной или безвозвратной основе.

На этапе защитного периода бухгалтерский учет позволяет обеспечить контроль за сохранностью имущества должника, установить кредиторов должника, принять меры по обеспечению их требований.

В период проведения конкурсного производства задачами бухгалтерского учета являются: организация и проведение инвентаризации и переоценки имущества должника; своевременное осуществление расчетов с основного счета должника; контроль за соблюдением сметы расходов на проведение конкурсного производства; достоверное отражение в учете операций по восстановлению платежеспособности должника или ликвидации должника; контроль удовлетворения требований кредиторов; составление санационного или ликвидационного баланса и других форм отчетности; представление правдивой отчетной информации соответствующим заинтересованным пользователям.