

все чаще звучит идея рыночного социализма, объединяющего, казалось бы, несовместимые идеи: рынок и социализм, маркетинг и план.

Невысокий уровень развития производительных сил не позволяет отказать от рыночного механизма управления экономикой и просто заставляет нас использовать мировой опыт рыночных преобразований, роль маркетинга в которых доминирующая.

Современная концепция маркетинга утверждает, что маркетинг превратился в идеологию производителя, субкультуру общества, ориентирующую его на удовлетворение все возрастающих потребностей.

Специфика рыночного социализма заключается именно в акцентировании внимания производителя на стимулы развития производства, при сущие рыночной экономике, с учетом принципов социальной справедливости, ориентированных тоже на удовлетворение потребностей общества. В условиях социально-ориентированной смешанной экономики, в которой расширяющиеся рыночные отношения регулируются государством и опираются на общественный спрос, маркетинг может решить главную проблему национальной экономики — ориентация производителя на нужды потребителя.

Учитывая, что маркетинг все же является идеологией (философией) бизнеса, а ее трудно, но все же можно навязать даже народу, следует использовать этот шанс для выхода из экономического кризиса.

Все обстоятельства характеризующие национальную экономику благоприятствуют использованию концепции маркетинга в качестве официальной политики. Более того, условия для развития национальной концепции маркетинга складываются как нельзя лучше:

Республика имеет высокий потенциал для технического и технологического перевооружения отраслей народного хозяйства;

— в наличии мощная научная база и система подготовки кадров;

— достаточно развитая минерально-сырьевая база и топливно-энергетическая система;

достаточный уровень культуры народа.

Небольшой опыт маркетинговой деятельности отечественных производителей подтверждает возможность его эффективного использования в условиях социально-ориентированной рыночной экономики.

И.П. Рахуба, аспирантка

Белорусский государственный экономический университет

К вопросу проблем реформирования, конкурентоспособности и банкротства предприятий Республики Беларусь

Чтобы конкуренция способствовала развитию экономики, необходимо три условия. Во-первых, на рынке должны присутствовать как минимум три, а желательно и более производителей. Во-вторых, конкуренция должна заинтересовывать товаропроизводителей в увеличении своих доходов в результате соперничества. В-третьих, конкуренция должна подвергаться государственному и общественному регулированию с целью подчинения действий конкурентов интересам граждан и общества.

На основании сопоставления практических и теоретических факторов оценки деятельности предприятий, определен ряд взаимосвязанных системных факторов, которые интегрируют неспособность к конкурентной борьбе и вместе с тем низкую эффективность белорусских предприятий:

1. *предприятия*, созданные как чисто производственные узлы, не обладают достаточно развитой системой сбыта, то есть они, условно говоря, не имеют органов зрения, слуха, обоняния, осязания на рынке; За-

надная система так называемых дистрибьюторов, находящихся между производителем и потребителем, у нас крайне не развита. По существу отсутствует крупная оптовая торговля белорусскими товарами с необходимой для этого инфраструктурой, связанной с широкой сетью клиентуры (мелкооптовой и розничной торговлей). Создание же собственной сбытовой сети (например, сети дистрибьюторов в странах дальнего и ближнего зарубежья) возможно, по сопряжено с большими капиталовложениями. Кроме того, функциональная специализация в рамках разделения труда на собственно производство, оптовую и розничную торговлю более рациональна и экономически оправдана.

2. постсоциалистические *предприятия*, в сложившихся условиях перехода к рыночной системе хозяйствования, *должны научиться эффективно управлять своими финансовыми потоками*, поступлениями денег от реализации товаров и расходами, структурой активных и пассивных операций. Общий смысл финансового управления состоит в том, чтобы на счетах предприятий всегда был остаток средств для необходимых хозяйственных операций, но при этом не был бы излишним, так как это ведет к убыткам упущенной выгоды, когда деньги не работают.

3. *на предприятиях* в ряде случаев *отсутствует надлежащий регулярный контроль над издержками* и практически *не разрабатываются программы по их сокращению*. На предприятиях совершенно необходимо вести ежедневный анализ, как систему контроля над издержками и финансовыми потоками, поступлениями и расходованиями средств.

4. *низкая оборачиваемость оборотных средств*, связанная с неэффективной системой снабжения и сбыта готовой продукции. Склады наших предприятий очень часто переполнены неиспользуемым сырьем, материалами, комплектующими, а также готовой продукцией. Причина — недостаточная разработка комплекса маркетинговых исследований и отсутствие планомерности во взаимоотношениях с контрагентами.

5. *чрезвычайно высокая налоговая нагрузка*, существенно ограничивающая финансовые возможности хозяйственных субъектов. Модернизируя налоговую систему государство никогда не должно забывать, что налоговые сборы всегда были и останутся экспроприацией части собственности граждан, предприятий и фирм. Власти должны осознавать деликатность социального компромисса между интересами государства и общества, по которому общество отторгает часть своих доходов на удовлетворение государством важнейших потребностей в безопасности, порядке, стабильности, гарантий социальной обеспеченности нетрудоспособной части населения и др. Забирая все, что возможно и даже больше, государство создает предпосылки для функционирования теневой экономики и процветания мафиозных структур. Между тем налоги обладают большой властью, в их силах создать основу для благополучия страны.

6. *государственная поддержка нерентабельных предприятий*. Государственная поддержка предприятий является как раз не поддержкой конкурентоспособности предприятий (поскольку они, по большому счету, неконкурентоспособны), а искусственным поддержанием их на плаву. Создание таких инкубационных условий в долгосрочном периоде ни к чему хорошему не приведет. Хотя в ряде случаев это является действительно необходимым шагом для того, чтобы поддержать и сохранить предприятия, без которых народному хозяйству Республики просто не обойтись.

Государству в процессе реформирования отводится немаловажная, но тем не менее ограниченная роль. Для успешного функционирования рыночной экономики нужны только три фактора, за которые отвечает государство — гарантия права частной собственности, конкуренция и свободный обмен

товаров и услуг и третий фактор — возможность банкротств. Без возможности банкротств экономика не может быть эластичной. Предприятие, не способное к конкуренции, теряющее деньги, не имеющее собственных сил осуществить реструктуризацию, должно в конце концов стать банкротом.

Банкротство, несостоятельность, и, как следствие, ликвидацию предприятия нужно трактовать как неизбежное условие эффективности рыночной экономики. Известно, что каждый год даже в развитых рыночных государствах, оказывается несостоятельными в среднем от 2 до 6 % всевозможных предприятий. Так, например, средний возраст всех предприятий в области малого и среднего бизнеса в США около 7 лет; только 54 % фирм существует дольше, чем 18 месяцев; а 25 % — дольше, чем 6 лет.

Главная непосредственная причина банкротств, несостоятельности и ликвидации предприятия — это его недостаточность в финансовых ресурсах и, как следствие, неспособность рассчитаться по долгам (см. таблицу). Более глубокую причину нужно искать в неспособности долгосрочного прогнозирования всей финансово-хозяйственной деятельности.

Проводимые в РБ рыночные реформы показали недееспособность принятого в 1991 году, впервые в бывшем СССР, Закона “Об экономической несостоятельности и банкротстве”: закон носит упрощенный характер и предусматривает, в основном, процедуру ликвидации субъектов хозяйствования при их банкротстве без достаточной регламентации с процессуальной и материальной сторон; имеет ряд существенных недостатков и не в состоянии в современных условиях должным образом обеспечить производство по делам о банкротстве; за годы, прошедшие со времени принятия этого закона, приняты новая Конституция, ряд других законодательных и подзаконодательных актов, направленных на создание рыночной экономики, в соответствии с которыми необходимо привести законодательство, касающееся вопросов банкротства субъектов хозяйствования. Поэтому был разработан проект нового Закона “О банкротстве”, принятый Верховным Советом страны в октябре 1996 года, и до сих пор находящийся на доработке в Парламенте.

Сопоставив эти два закона можно выделить несколько основных отличий и преимуществ предложенного Проекта:

- новый проект вкладывает в понятие “банкротство” не ликвидацию, а экономическую несостоятельность, неплатежеспособность предприятия. А цель производства по делу о банкротстве — это урегулирование взаимоотношений продолжающего деятельность субъекта хозяйствования и его кредиторов.

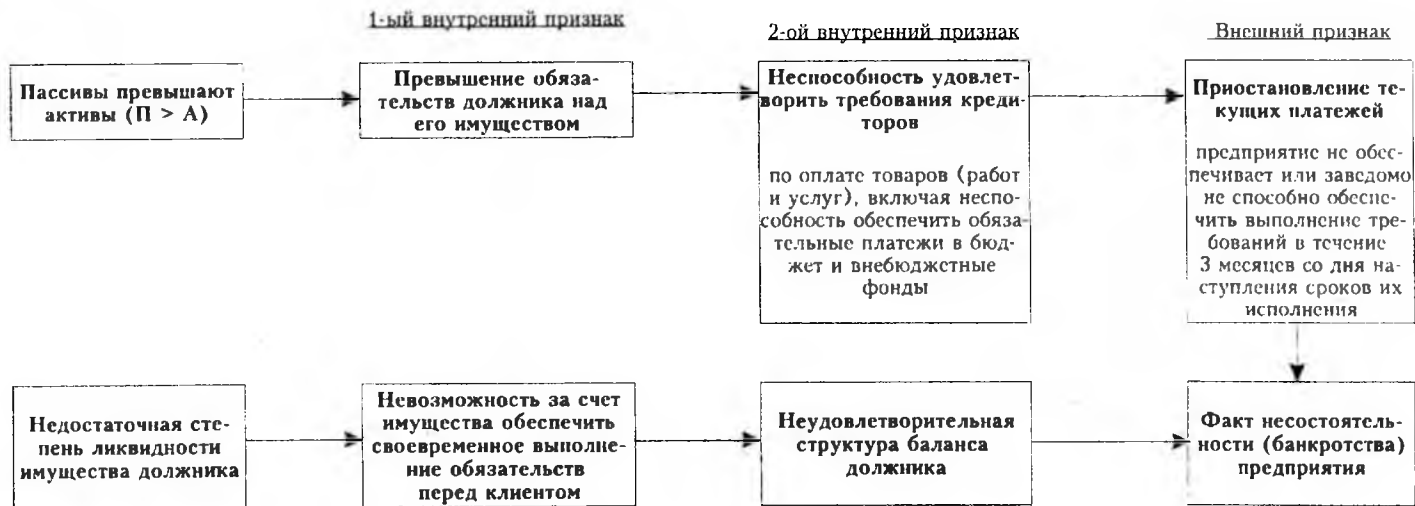
В проекте предлагается логически разработанный механизм реализации процедуры банкротства. Проект устанавливает три возможных варианта:

- санация;

Если экономическое положение должника безнадёжно, и замена руководства, переориентация производства, минимизация производственных затрат, маркетинговые исследования позволят восстановить неплатежеспособность предприятия, то суд принимает решение о проведении санации.

Суд активно руководит и контролирует эту процедуру. Согласно статье 58 проекта, санация — процедура реструктуризации, изменения прав собственности, финансовой поддержки должника со стороны его собственника или уполномоченного им органа кредитора или иных лиц, осуществляемая с целью сохранения этого должника как хозяйствующего субъекта.

По сути, санация — финансовая помощь предприятию-должнику со стороны санаторов: собственника, иных лиц (в том числе кредиторов), которая направлена на поддержание его финансово-хозяйственной деятельности и предотвращение ликвидации.

Таблица. *Понятие и признаки несостоятельности (банкротства) предприятия*

имеет место при скоплении на складах неконкурентной продукции, которая заведомо не будет реализована.

1-ый внутренний признак

← причинно-следственная связь альтернативные внутренние признаки несостоятельности (банкротства)

Инициатива проведения санации может исходить как от должника, которому удастся убедить кредиторов помочь ему, так и от кредиторов, решивших, что выгоднее произвести реструктуризацию, чем немедленно получить определенную сумму от продажи имущества должника, но сумму значительно меньшую, чем размер требований кредиторов, либо вообще ничего не получить.

Изменение структуры, санацию управляющий может начать сразу же после объявления банкротства. Должник, которому оказывается помощь в рамках санации, избавляется от долгов и имеет возможность продолжать хозяйственную деятельность. Заключая соглашение, должник обязуется выполнять предлагаемые санатором и устраивающие его самого условия.

Если это предприятие действительно необходимо стране, то целый ряд институтов и структур, включая коллектив, обязаны найти выход из сложившейся тяжелой ситуации. Это может быть простая смена руководства, а может — реструктуризация предприятия.

— ликвидация;

— мировое соглашение (Закон от 30.05.91г. не содержит этого понятия). Оно может быть заключено на любом этапе производства по делу о банкротстве. Мировое соглашение — это процедура достижения договоренности между должником и кредитором относительно отсрочки или расщепки причитающихся кредиторам платежей или уменьшение долгов, в результате которого производство по делу о банкротстве прекращается и должнику возвращается право управления имуществом.

— предполагается, что все споры, связанные с имуществом банкрота и с ним сами, будут рассматриваться в одном делопроизводстве.

и еще одно новшество — введение внешнего управления, в результате которого отстраняется прежняя администрация и назначается управляющий, который формирует имущество предприятия, занимается реорганизацией производства и управления, работает с кредиторами и т.д.

Принятие данного законопроекта будет еще одним шагом к улучшению и стабилизации проводимых рыночных реформ, ликвидации неплатежных стране убыточных предприятий и поддержке действительно необходимых, а также упорядочению расчетов между субъектами хозяйствования и уменьшению массы неплатежей.

С.А. Кречко, преподаватель
Гродненского государственного университета

Актуальное направление реструктуризации — формирование и развитие маркетинговой службы предприятия

Рыночная экономика требует четкого разделения функций сбыта и маркетинга, что приводит к необходимости перестройки всей структуры предприятия. В настоящее время предприятия выбирают для себя модели маркетинга, которые они способны реализовать, учитывая всю систему ограничений, включающую финансовые, кадровые, технологические и другие. Наиболее приемлемой в данных условиях оказывается модель, близкая к модели интенсификации коммерческих усилий. Ввиду отсутствия специально подготовленных кадров и кажущейся близости функций маркетинга и сбыта стало обычным формирование отделов маркетинга на основе бывших отделов сбыта, что приводит к смешению их функций.

Маркетинг является своеобразной “оболочкой”, объединяющей и интегрирующей все виды деятельности, которые основываются на выявлении