

Одним выпуском периодического издания могут воспользоваться несколько человек. Таким образом, трудно судить о числе потребителей-читателей по количеству проданных экземпляров (оплаченный тираж), что имеет большое значение для рекламодателей. Т. е. емкость рынка оценивается по количеству читателей, готовых совершить покупку. В то же время любой покупатель или семья довольствуются однократной покупкой одного выпуска печатных СМИ.

В числе конкурентов печатных СМИ с точки зрения представления свежей информации можно указать телевидение, интернет, радио, телетекст; с точки зрения занятия свободного времени – телевидение, спорт, радио, кино, видео, театр и прочее.

Еще одна особенность рынка периодических печатных изданий – существует основных канала распространения, которыми в той или иной степени вынуждены пользоваться все издатели. Это система почтовой подписки и система розничного распространения через распространителей и торговых посредников.

Печатные СМИ выполняют важную миссию – донесение до читателей актуальной информации. Эта роль периодики настолько велика, что зачастую забывается о том, что это еще и товар. Такой же товар, как и все остальные. И для того чтобы повысить спрос на этот товар, недостаточно более детальной проработки оформления и содержания (хотя и это немаловажно). Можно смело применять к этому товару почти все известные методы продвижения и стимулирования сбыта. Печатные СМИ не являются предметом жизненной необходимости, и поэтому они подвержены всем рыночным процессам. Разумно внедрение всех этапов маркетингового подхода к изданию газеты или журнала, начиная с анализа рынка и конечных потребителей и заканчивая анализом собранной информации после распространения. К примеру, численность читательской аудитории напрямую зависит от затрат на ее исследование [5].

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., 1995. – 702 с.
2. Книжный маркетинг: Руководство к действию: Сб. статей / Пер. с англ. – М.: Терра, 1996. – 432 с.
3. Реклама в газетах сегодня // Рекламные технологии. – 1999. – №4 (17). – С. 2–3.
4. Жарина О.А. Структура рынка белорусских журналов // Труды БГТУ. Сер. эконом. и управления. – 2001. – Вып. IX. – С. 68–72.
5. Читательская аудитория хочет, чтобы ее исследовали // Газетные технологии. – 2001. – №12. – С.44.

УДК 338.375

М.В. Коротков, ассистент; В.А.Усевич, ассистент

ПРОЦЕДУРЫ ВОЗВРАТА ДОЛГА ПРИ РЕФОРМИРОВАНИИ И РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕСОХИМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Up today problems concerning debt return and enterprise restructuring were highlighted in this article. Russian experience in this field is widely used.

В экономике страны крайне необходимы соответствующее законодательное обеспечение и работающие на практике процедуры возврата долга. Эта потребность связана с тем, что без эффективной системы возврата долга заемщики теряют финансовую дис-

циплину, поток кредита ограничивается и кредиторы вынуждены, для того чтобы выживать, покрывать свои убытки за счет удорожания кредита остальным заемщикам, что негативно отражается на состоянии предприятий, особенно лесохимического комплекса, а в конечном итоге – и банков.

На теневых кредитных рынках эффективность возврата долга зависит от нелегальных или полуполюгальных санкций. Например, угроза дебиторского ostrакизма деловым обществом или, в экстремальных случаях, «помощь» криминального мира. Формальные рынки кредита зависят от юридических процедур, которые включают гарантию, санацию или реорганизацию кредитором предприятия-должника, а также банкротство (ликвидацию). Хорошо разработанные и реально действующие правила обеспечивают быстрый и дешевый возврат долга в случаях невыполнения обязательств, уменьшая, таким образом, риски предоставления кредита и увеличивая доступность кредита для потенциальных заемщиков. Слабо разработанные и применяемые правила делают кредитование более дорогим и подавляют поток кредита.

Первым этапом процесса возврата долга является реализация залога. Как свидетельствует практика, при реализации права залога возникает ряд трудностей. Это длительная и трудоемкая процедура. Для ее реализации требуется судебное решение, а затем – действия судебного исполнителя. Наконец, даже если кредитору удастся осуществлять право реализации залога, то в данной ситуации в Республике Беларусь большинство объектов залога трудно реализовать на рынке и таким образом возместить сумму долга, так как они не сформированы. Для производственной недвижимости, особенно предприятий лесохимического комплекса, очень трудно найти покупателей, тем более если они фрагментные.

Второй этап возврата кредита – возможность добровольного объединения усилий банка и предприятия для санации предприятия при наступлении кризиса с целью выработки стратегии выхода из него либо формальная реорганизация через суд (добровольная или принудительная санация).

Проблемный должник может использовать санацию при попытке провести переговоры об уменьшении своих текущих издержек обслуживания долга, чтобы продолжать деятельность. Взамен на согласие на такие процедуры, кредиторы могут настоять на частичных выплатах долга или на коренных изменениях размера фирмы или функционирования для увеличения шансов возмещения остального долга. Эти процедуры позволяют провести реорганизацию предприятий, величина стоимости которых после реорганизации превысит ликвидационную стоимость. Предприятия, пошедшие на реорганизацию, могут, например, иметь уникальные активы: специализированное оборудование или уникальные торговые марки, которые потеряют значительную часть стоимости при альтернативном использовании, либо иметь социальную или политическую значимость для региона или страны, особую остроту эти проблемы приобретают на предприятиях лесохимического комплекса.

Окончательным этапом процесса возврата кредита, но и крайней мерой, является ликвидация. Право кредитора на ликвидацию предприятия возникает при дефолте последнего, хотя действующее законодательство, касающееся ликвидации, предоставляет кредиторам небольшой объем полномочий.

При внедрении подобных процедур в Республике Беларусь необходимо обязательно учитывать российский печальный опыт в этой области. Зачем был написан в России закон о банкротстве? Официальная версия ответа известна. Старое законода-

тельное пространство не позволяло регулировать отношения, связанные с банкротством, нужно было в максимальной степени защитить интересы кредиторов и в то же время создать предпосылки для финансового оздоровления должников. Но истинные цели закона были совершенно другими.

Закон о банкротстве был написан летом 1995 г. и 3 декабря того же года принят в первом чтении. А после этого он лежал в Думе мертвым грузом. Более того, делались попытки внести альтернативные законы. И вдруг с лета 1997 года этот закон без каких-либо серьезных изменений начинает бурными темпами проходить через Государственную думу. Он получает такую серьезную поддержку, что 300 депутатов проголосовали «за». Разработчики этого закона считали его лучшим, гордились им. Так как же сформировалась поддержка депутатов? Из чего она сформировалась?

Совершенно очевидно, что сформировалась она на той истинной цели, которую видели в законе заинтересованные лица. А истинная цель была связана с тем, что приватизация в тот период уже завершилась, бесплатного доступа к государственному пирогу так просто, как в предыдущие пять лет, получить не удавалось. И была предпринята удачная попытка через механизм банкротства создать новый инструмент передела собственности: была сформирована соответствующая ситуация в Госдуме и проведен закон, который, декларируя одни цели, на самом деле был направлен на решение других целей. И все, что мы сейчас имеем, как раз предусматривалось в качестве истинной цели этого закона.

Как все это было сформировано? Понятно, что основными лицами, которые хотели делать на банкротстве бизнес, были те олигархические структуры, которые считали себя неудовлетворенными при приватизации. Были сформированы партнеры по бизнесу, которые должны были сосредоточить в своих руках максимум прав, но, с другой стороны, снять с себя любую ответственность за результаты этой деятельности. Арбитражные управляющие в числе партнеров не предусматривались. А предусматривались «обиженные» олигархи и арбитражный суд. Например, один из олигархов сказал: «Нарядо все полномочия срочно передать арбитражному суду, благо он у нас ни за что не отвечает. А уж с судом мы разберемся. Но чтобы государства здесь близко не было».

Таким образом, были сформированы действующие лица. И вот здесь уже появляются арбитражные управляющие, которым разрешили мелко приворовывать, потому что, если олигархи хотели воровать по-крупному, нужно было закрывать глаза на то, что кто-то еще по ходу дела будет воровать по-мелкому.

Потом нужно было выбрать субъекта, которого обворуют. Им стал собственник имущества предприятия, которое попадало в будущую сферу влияния соответствующего олигарха. И нужно было придумать лицо, на которое можно было бы свалить всю ответственность, минимизировав при этом его полномочия. Таким лицом стало государство.

Следует обратить внимание на то, что в России государство оказалось исключенным из участия в голосовании, несмотря на то, что задолженность перед государством бывает равна 30–450% всей задолженности предприятия, а вся полнота ответственности лежит на нем. И это напрямую следует из той дискуссии, которая развернулась в 1998–1999 гг. на страницах весьма авторитетных изданий, когда авторы Закона «О банкротстве» публиковали научные статьи и говорили: «Закон хороший, там все правильно написано, но вот страдает применение: правительство плохо учит арбитражных управляющих, оно не подготовило нужного количества арбитражных управляющих, с одной

стороны, а с другой – допускает на рынок совершенно непрофессиональных арбитражных управляющих, которые ничего не умеют делать, кроме как воровать мелочь по карманам. Правительство придумало какое-то несусветное положение о лицензировании, вместо того чтобы заниматься финансовым оздоровлением, оно занимается постоянным инициированием дел о банкротстве через налоговые органы и т. д. и т. п.».

То есть правительство во всем виновато. Это шло красной нитью всю вторую половину 1998 г. и весь 1999. И только когда масштабы катастрофы стало невозможно замалчивать, тогда стали говорить: возможно, сам закон неправильно построен, возможно, что-то в конструкции недосмотрели, что-то – в правовых нормах.

Ясно, что в условиях Беларуси, когда растет доля плохих кредитов в портфелях банков и растет число убыточных предприятий, особенно в лесохимическом комплексе, наиболее эффективным элементом процедуры возврата долга должна стать добровольная или принудительная санация предприятий. Но это будет возможно только при активизации процесса приватизации, разгосударствления и стимулирования развития предпринимательства в лесохимическом комплексе.

УДК 330.332

В.А. Усевич, ассистент

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

In this article are presented the innovation potential of the wood-working complex's enterprises.

Под инновациями (нововведениями) понимают конечный результат творческой деятельности, реализованный в виде нового или усовершенствованного товара, работы, услуги. Инновационная деятельность – это деятельность по разработке и внедрению инноваций. Она включает в себя научно-исследовательские, опытно-конструкторские работы, подготовку кадров, организацию производства, проведение маркетинговых исследований и организацию рынков сбыта, посредническую и иную деятельность, направленную на создание и улучшение товаров (работ, услуг). Целью инновационной деятельности является повышение эффективности производства, получение преимуществ в конкурентной борьбе и как результат – получение дополнительной прибыли. Вариант инновационной деятельности – инновационно-инвестиционный процесс, отличающийся параллельным, взаимосвязанным решением вопросов осуществления инноваций и организации инвестиций за счет объединения управления этими процессами.

В зависимости от инновационной сферы, то есть сферы деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, выделяют инновации в промышленности и в отраслях сферы услуг.

В промышленности различают два вида инноваций:

– **продуктовые**, то есть реализованные в виде технологически нового или усовершенствованного продукта, чьи характеристики (функциональные признаки, конструктивное выполнение, дополнительные операции, использованные материалы и компоненты) или предполагаемое использование принципиально новые или существенно отличаются от аналогичных ранее производимых продуктов;

– **процессные**, то есть реализованные в виде технологически нового или усовершенствованного метода организации производственного процесса. В сфере услуг инно-