

Для успешного противодействия имеющемуся или предстоящему кризису на предприятиях целесообразно заранее формировать своеобразный «иммунитет» предприятия к действиям внешней среды. Он включает:

- гибкость и адаптивность в управлении;
- диверсификация управления и производства;
- снижение централизации и повышение ранга центров ответственности;
- мобильность и динамичность в использовании ресурсов и труда;
- агрессивный маркетинг;
- повышенная чувствительность к фактору времени;
- четкую мотивацию на каждом временном интервале;
- решительность при принятии решения о ликвидации фирмы.

Наличие у руководства фирмы права на реализацию указанных принципов позволяет им сохранить имущество, а в ряде случаев и бизнес. К сожалению, на предприятиях с государственной формой собственности у руководителей нет реальной возможности противодействовать кризису. Это приводит к ситуации, когда стадия экономической несостоятельности в связи с потерей времени и вызванные этим финансовые убытки приводят предприятие к банкротству.

ЭФЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ ЛИЗИНГА.

С.М.Яровенко, Д.М.Селькин,

*Московский Государственный Строительный Университет,
Российская Федерация*

Резюме В статье отражены вопросы, связанные с применением лизинга на малых и средних предприятиях. Изложены преимущественные стороны лизинга, как финансового инструмента, позволяющего приобретать высокоэффективное оборудование для производственной деятельности, не прибегая к кредиту. Также уделено внимание лизингу, как средству обеспечения реализации продукции производимой предприятиями.

В странах с развитой рыночной экономикой частный сектор состоит в основном из малых и средних предприятий. В экономике стран Европейского сообщества доля средних и малых предприятий, составляет 99,9 % из которых 93 % приходится на микро-предприятия. Внутренний валовой продукт зарубежных стран включает долю малых и средних предприятий в размере, превышающем 50%, когда в России эта величина составляет всего лишь 10 – 11% [1]. В нашей стране малое и среднее предпринимательство должно стать основой частного сектора, оказывающей большое влияние на успешность экономических преобразований в России.

Российское предпринимательство сталкивается с массой проблем, но основные из них - это поиск финансовых ресурсов и техническое переоснащение производства.

Несмотря на увеличение роста малых и средних предприятий, не наблюдается роста экономического потенциала этого сектора экономики. Среди прочих причин отсутствия этого роста одной из главных является отсутствие у малых и средних предприятий собственной производственной базы. Создание этой базы только за счет своих собственных финансовых средств, практически невозможно, следовательно, требуется привлекать заемный капитал, обеспечением возвратности которого в основном служит залог, в качестве которого чаще всего выступают основные фонды, а они, как правило, у малых предприятий в недостаточном объеме. Также помимо этого ситуацию усложняет отсутствие у малых предприятий кредитной истории, подтверждающей добросовестность предприятия, и опыта производственной деятельности.

Одним из приоритетных направлений развития малого и среднего предпринимательства является применение лизинга.

Механизм лизинга предоставляет лизингополучателю возможность приобрести основные фонды для осуществления производственной деятельности. Большую заинтересованность в лизинге проявляют малые предприятия, не имеющие достаточных средств на приобретение высокоэффективного оборудования, не прибегая к кредиту. Приобретая оборудование по лизингу, предприятие получает на него право пользования, но при этом нет необходимости выплачивать всю стоимость оборудования сразу, предприятие проводит оплату в рассрочку. Это преимущество очень важно для малых предприятий, которым зачастую не по силам первоначальные затраты. Оплата производится за счет выручки, полученной от эксплуатации оборудования.

Особенно важными преимуществами для малых предприятий является экономическая эффективность лизинга, проявляющаяся в возможности использования налоговых льгот лизингополучателем. Прежде всего, это возможность включения лизинговых платежей в себестоимость продукции, что уменьшает налог на прибыль, а также применение механизма ускоренной амортизации объекта лизинга, что в свою очередь уменьшает налог на имущество. Использование налоговых льгот ведет к снижению конечной стоимости приобретения оборудования предприятием.

Другим преимуществом лизинга является его доступность по сравнению с банковским кредитом. По мнению лизингополучателей, заключить договор лизинга значительно легче, чем получить банковский кредит. Малые и средние предприятия традиционно являются категорией предприятий связанных с высокой степенью риска для финансовых структур ввиду отсутствия кредитной истории, неспособности предоставлять достаточные гарантии в качестве обеспечения сделок и большого количества неудавшихся проектов. Большой

заинтересованности в кредитовании малых предприятий у банков нет. Объясняется это тем, что суммы кредитов, запрашиваемые такими предприятиями, незначительны и существенного дохода банку не принесут, а риски не возврата средств и объемы работ велики. Большинство банков предоставляют кредиты предприятиям, которые были проверены во времени. Тем не менее, лизинговые компании, успешно работающие с широким кругом клиентов и большим ассортиментом оборудования, смогли достичь очень низкого уровня невыполнения обязательств со стороны предприятий.

Для обеспечения гарантий платежей лизинговые компании кроме государственных норм правового регулирования используют различные механизмы воздействия на лизингополучателя: страховой залоговый платеж; страховка лизинговой сделки и финансового риска; залог имущества и недвижимости; отслеживают финансовое состояние лизингополучателя и его платежи за лизинг, а также в договоре предусматриваются условия, по которым лизинговая компания может вступить во владение имуществом лизингополучателя при невыполнении им принятых на себя соответствующих обязательств. Кроме того, лизинговые компании требуют меньше число гарантий или залога в качестве обеспечения сделки, чем требует банк. Вместо банковских гарантий, лизингодатели в основном требуют от малых и средних предприятий предоставления гарантий третьих сторон, личной ответственности руководства предприятия за выполнение условий лизинговой сделки посредством залога личного имущества, а также прямого списания средств с банковского счета лизингополучателя в случае неисполнения договорных обязательств.

Для успешной работы с малыми и средними предприятиями лизинговой компании крайне важны некоторые принципы коммерческой деятельности при подборе проектов. Это получение исчерпывающих сведений о лизингополучателе, таких как, отношения с налоговыми органами и региональной администрацией, поставщиками, репутация в среде деловых партнеров, кроме того, ряд лизингодателей принимает участие в процессе планирования бизнеса лизингополучателя. Применение гибкого, возрастающего графика лизинговых платежей, зависящего от производственного цикла лизингополучателя, для того, чтобы предоставить возможность ему наладить производство на начальном этапе.

Также большинство лизинговых компаний требует, чтобы лизингополучатель принял участие в финансировании проекта путем внесения авансового платежа. Если передаваемое в лизинг оборудование легко изъять из помещения лизингополучателя и если оно может быть реализовано на вторичном рынке, лизингодатель может ослабить свои требования в отношении гарантий и дополнительного обеспечения по сделке. Кроме этого, значение конкретного оборудования для производственной деятельности лизингополучателя также является определенным показателем отношения лизингополучателя к выполнению своих обязательств.

Применение лизинга является важным инструментом реализации продукции для малых и средних предприятий-поставщиков оборудования. Лизинговый механизм может рассматриваться поставщиками, как дополнительное средство обеспечения маркетинга для расширения круга потребителей за счет тех, кто не нуждается в постоянном владении оборудованием или не может приобрести оборудование в собственность, и стабилизации рынка сбыта производимой ими продукции. Для поставщиков оборудования механизм лизинга представляет эффективный способ реализации продукции с низким уровнем риска, представляющий большое значение для пользователей, не имеющих средств для приобретения необходимого оборудования.

Продажа оборудования через лизинг является одним из способов, с помощью которого поставщик может закрепить свое положение на рынке, определив потенциальную базу клиентов. Главной целью для поставщика оборудования является завоевание своей доли рынка и реализация продукции и зачастую, лизинг поставщики рассматривают, как один из возможных способов достижения этой цели. Тем не менее, лизинг является одним из наиболее эффективных финансовых инструментов сбыта продукции с учетом существующих условий на российском рынке. Подтверждением этому служит интерес со стороны иностранных поставщиков к ведению самостоятельной лизинговой деятельности в России. За последнее время иностранные компании активно занялись развитием лизинговых операций на российском рынке для реализации своей продукции. Многие иностранные поставщики организуют в России собственные лизинговые компании. Эти лизинговые компании, с которыми поставщики оборудования поддерживают коммерческие отношения по всему миру, дают определенные преимущества, прежде всего возможность клиенту работать с поставщиком оборудования и лизинговой компанией в одном лице. Также поставщики в основном предпочитают работать с лизинговыми компаниями, основанными на иностранном капитале, так как эти компании имеют доступ к более дешевым средствам финансирования лизинговых сделок и могут значительно понизить процентную ставку по договору для лизингополучателя [2].

Лизинговые отношения могут предусматривать возможность предоставления поставщиком своему клиенту дополнительных услуг по ремонту и техническому обслуживанию, что является стимулом для клиента иметь дело именно с этим производителем.

Лизинг становится еще более значительным инструментом продаж на рынках с недостатком свободного капитала, к которым относится Россия, для приобретения оборудования конечными потребителями. Поставщики оборудования, заинтересованные в укреплении своих позиций на российском рынке видят в лизинге одно из основных направлений увеличения объема продаж.

Для развития рынка лизинговых услуг в России необходимо разделить риски поставщикам с лизинговыми компаниями в форме соглашений о последующем

выкупе оборудования, гарантий о повторной реализации, гарантий и соглашений о дальнейшем техническом обслуживании и т. д.

Лизинг на текущий момент является наиболее приемлемой схемой технического оснащения малых и средних предприятий. Этот сектор экономики заинтересован в дальнейшем развитии лизинговых операций, и представляет очень большие перспективы для деятельности российских лизинговых компаний. Лизинг может сыграть важную роль в стимулировании экономического роста в России. Развитие лизинга будет способствовать притоку дополнительного финансирования в производственный сектор экономики, техническому оснащению производства, увеличению объемов внутреннего производства и реализации основных средств в России, а также расширению механизмов финансирования, доступных российским предприятиям.

Литература

1. Силинг С. А. Михайлова Л. А., Тареева Ю. Н., Захарьяшева Е. В. Лизинг в вопросах и ответах (практическое руководство по лизингу) - М, Гиппократ, 1999.
2. Информационный бюллетень Лизинг-курьер (ноябрь-декабрь 1999г. №6).

МАКСИМАРКЕТИНГ – НОВЫЙ ПОДХОД В МЕЖДУНАРОДНОМ УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ

Марцинкевич Цезарий

Ченстоховский политехнический институт, Польша

Резюме Целью настоящей работы является обращение внимания каждого менеджера на проблему применения новых методов современного маркетинга. Одним из таких способов является максимаркетинг, который по существу сводится к максимизации основных маркетинговых инструментов, интегрируя их в общий, единый, эффективный торговый процесс.

Современные фирмы в настоящее время занимаются преимущественно традиционным маркетингом, основной целью которого является реклама, однако все чаще отходят от существовавшего до сих пор способа мышления и стремятся к более осязаемому, интегральному, так называемому максимаркетингу. В основу его заложена идея связи с группами клиентов, а не категория единичной продажи.

Максимаркетинг использует одновременно множество маркетинговых методов, различные дистрибуционные каналы, сети распределения. В сущности он состоит из семи основных элементов таких, как:

- максимизация возможности определения цели, то есть, оптимальный выбор потенциального клиента с точки зрения ликвидации надмерной расточительности средств на установление связей с ним, имея в виду факт,