

коммуникации определяются её измеряемые цели и критерии, позволяющие судить об эффективности мероприятий.

Одновременно с проведением PR-компания производится отслеживание обратной реакции целевых аудиторий, что позволяет сразу же корректировать компанию в зависимости от полученных результатов. К сожалению оценка эффективности является наиболее уязвимым местом. Часто за достигнутые результаты выдаются средства коммуникаций (количество мероприятий, количество публикаций и т.д.)

В то же время при планировании и реализации PR-компаний следует избегать коммуникационных разрывов, а так же необходимо стремиться к тому, чтобы мероприятия по PR следовали одни за другими. Следует также помнить, что в условиях развитой конкуренции 1 рубль вложенный в PR-технологии равен 3 рублям вложенным в маркетинг.

Таким образом важность и актуальность публик рилейшнз в сфере малого бизнеса нашей республики очевидна. Борьба за потребителя сегодня заставляет многих задуматься как

приобрести союзников, как уберечь общественность и т.д. Без профессионального отношения и сфере деловых коммуникаций это сделать невозможно.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз для коммерсантов. Изд.дом «Демков и К», М.: 2000.
2. Королько В.Г. Основы публик рилейшнз. «Рефл –бук» Киев.: 2000.
3. Конык Д.А. Деловые комуникации предприятия (паблик рилейшнз) Украинская консалтинговая сеть.
4. Доти Д. Паблисити и паблик рилейшнз. «Филинтъ», М.: 1998
5. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. «Феникс», Ростов-на Дону, 1998
6. Котлип, Скотт М.,Сентер. Паблик рилейшнз. Теория и практика. «Вильямс», М.: 2000.

УДК 338.246.027.7

Кивачук В.С., Глушук Н.В., Драган Т.М.

ТИПОЛОГИЯ КРИЗИСОВ И ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ САНАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В ДЕЛАХ О БАНКРОТСТВЕ

До проведения санации на предприятии и для повышения ее эффективности, в мировой практике принято предварительно изучать тип кризиса, поразившего предприятие. Для этого на основе разработанной типологии кризисов проводят идентификацию кризиса. Наиболее полно данная проблема была разработана в Германии в 90-х годах. В этот период в качестве объекта для разработки теории и практики санации выступало целое государство – бывшая ГДР. При этом метод санации явился главным инструментом для спасения предприятий в условиях рыночной конкуренции.

Дополнительно к общепринятому понятию кризиса существуют и другие аспекты. Наряду с явными признаками неплатежеспособности существуют факторы, ограничивающие производственно-экономическую деятельность, являющиеся скрытыми признаками несостоятельности предприятия. Продолжая деятельность в прежнем режиме, предприятие фактически является банкротом, не подозревая об этом. Опасность такой ситуации состоит в том, что специалисты предприятия знают о надвигающейся опасности, однако внешние пользователи информации не в состоянии выявить скрытые признаки расчетных методами. Одним из проявлений наличия скрытых (глубинных) факторов кризиса является увольнение из предприятия квалифицированных специалистов.

Для выявления и классификации подозреваемого кризиса существуют этапы исследования, основными из них является выявление причин кризиса, области поражения (разновидность кризиса) и стадии развития [1].

При проведении типологии кризиса значение имеют все три признака. Причем первые два признака подлежат более глубокой градации (рисунок 1) [1].

1. Рассмотрим первый признак кризиса. Причина кризиса показывает, откуда появился кризис. При этом выделяют **эндогенный** кризис, самостоятельно возникающий на предпри-

ятии, и **экзогенный** кризис, возникший по внешним причинам. При более глубоком изучении эндогенного кризиса выясняют, находится ли причина кризиса в сфере производства, маркетинга и т.д. (например, ошибочная калькуляция, низкое качество, искаженный финансовый отчет). Примерами экзогенных причин могут служить крайне высокие проценты, недостаток рабочей силы, перебои в снабжении сырьем, забастовки. В данной ситуации необходимо отраслевое исследование рынков ссудного капитала, рабочей силы и др.

Информация о признаках кризиса помогает целенаправленно проводить идентификацию кризисного явления и диагностировать развитие предприятия.

2. Область кризиса показывает, идет ли речь о **стратегическом кризисе**, **кризисе успеха** или **кризисе ликвидности**.

Под областью кризиса понимается выявление процессов, угрожающих определенным целям предприятия. Каждое предприятие разрабатывает свою стратегию, определяет цели своей деятельности. Цели подразделяются на стратегические и внутренние. Внутри этой целевой системы выделяются две цели, достижение которых является необходимой предпосылкой существования предприятия: поддержание платежеспособности и избежание чрезмерной задолженности. При недостижении первой цели все предприятия, независимо от своей правовой формы, обязаны возбудить дело об экономической несостоятельности. Если не достигается вторая цель, данное обязательство возлагается только на предприятия, несущие ответственность перед акционерами.

Исчезновение факторов успешного функционирования неминуемо вызывает стратегический кризис на предприятии. (Например, высокие производственные издержки, вызванные ежегодным снижением инвестиций, стареющий и теряющий квалификацию персонал).

Кризис успеха возникает, если предприятие понесло

Кивачук Василий Сазонович. К.э.н., доцент, зав. каф. бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета.

Глушук Наталья Васильевна. Аспирантка БГЭУ, ассистент каф. бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета.

Драган Татьяна Михайловна. Аспирантка каф. бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

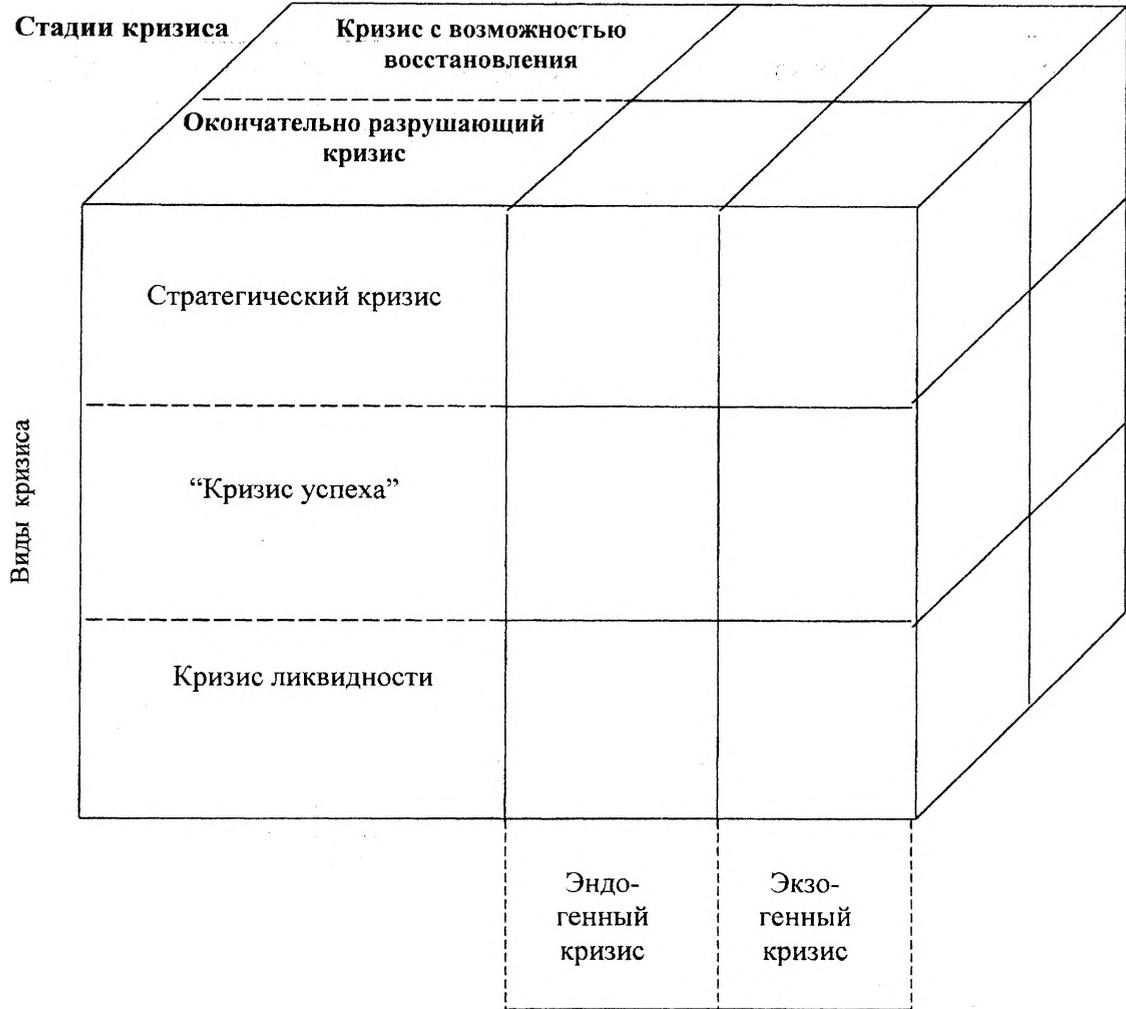


Рисунок 1 – Признаки кризиса.

убытки, которые ведут к истощению собственного капитала, в связи с чем возникает чрезмерная задолженность. (Например, длительные убытки из-за снижения оборота, роста издержек и падения цен). Последний характерен для отдельных предприятий РБ, когда для поддержания видимости успешной деятельности производится выпуск убыточной продукции или не пользующейся спросом.

Возникновение кризиса ликвидности означает наличие скрытой угрозы для платежеспособности предприятия и может привести к неплатежеспособности. (Например, необходимость привлечения дополнительного кредита под пополнение оборотного капитала).

Каждому из перечисленных видов кризиса соответствует определенный временной интервал. Долгосрочный период соответствует стратегическому кризису, среднесрочный период – кризису успеха, а краткосрочный период характерен для кризиса ликвидности [2].

3. Под стадией кризиса понимается степень угрозы функционированию предприятия. Выявление стадии кризиса является обязательной предпосылкой для правильной реакции на кризис.

Существенными являются две стадии: наличие угрозы существования предприятия, при которой еще возможно сохранение предприятия с помощью проведения неотложных мероприятий (обратимый кризис) и разрушение предприятия, когда невозможен возврат к прежней форме деятельности (необратимый кризис).

Например, обратимый кризис возникает при угрозе неплатежеспособности. В данной ситуации возможен выход в быстрой продаже имущества и поддержке партнеров.

В случае необратимого кризиса предприятие не в силах удовлетворить требования акционеров из-за чрезмерной задолженности перед кредиторами.

Изучение типа кризиса на предприятии осуществляется специалистами на основе собранной ими информации.

Самым доступным источником информации для идентификации кризиса на предприятии является бухгалтерская отчетность. Однако, данной информации, как правило, недостаточно, поэтому используют другие источники информации.

1. Мнение работников предприятия.

Информация, полученная от сотрудников предприятия, основанная на личных впечатлениях, зависит от опыта и знаний коллектива. Часто руководство недооценивает данный источник. Это является ошибкой, так как сотрудники непосредственно соприкасаются с производством. Например, работники сбыта видят реакцию клиента на плохое качество продукции задолго до того, как происходит спад оборота.

2. Переговоры руководства предприятия с профсоюзными.

Это один из самых ценных источников, так как здесь совмещаются интересы рабочих и работодателей. Информация, полученная таким образом, является более достоверной, так как соединяет в себе несколько источников.

3. Информация, полученная от клиентов.

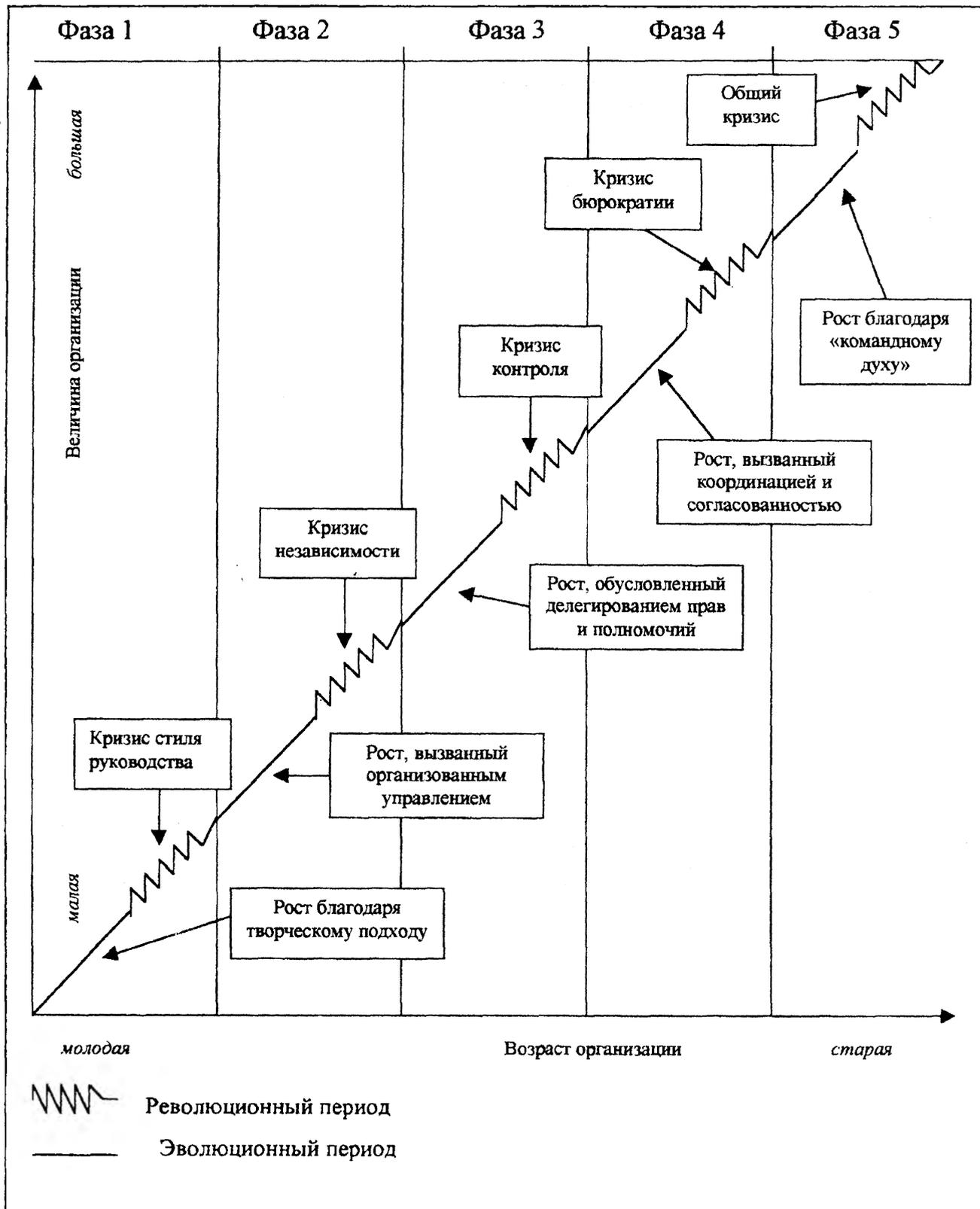


Рисунок 2 – Фазы кризиса организации.

Отзывы клиентов важно знать не только для повышения качества и увеличения объемов продаж, но и для идентификации кризиса. Клиенту доступна информация не только о вашем предприятии, но и о делах конкурентов. Он гибко реагирует на изменения на рынке и мгновенно узнает о том, что

конкурент стал более сильным. Клиенту доступна информация об активности конкурентов, их преимуществах в сбыте, качестве, цене. Однако данную информацию не следует использовать обособленно. Наибольший эффект она даст в совокупности с другими источниками информации.

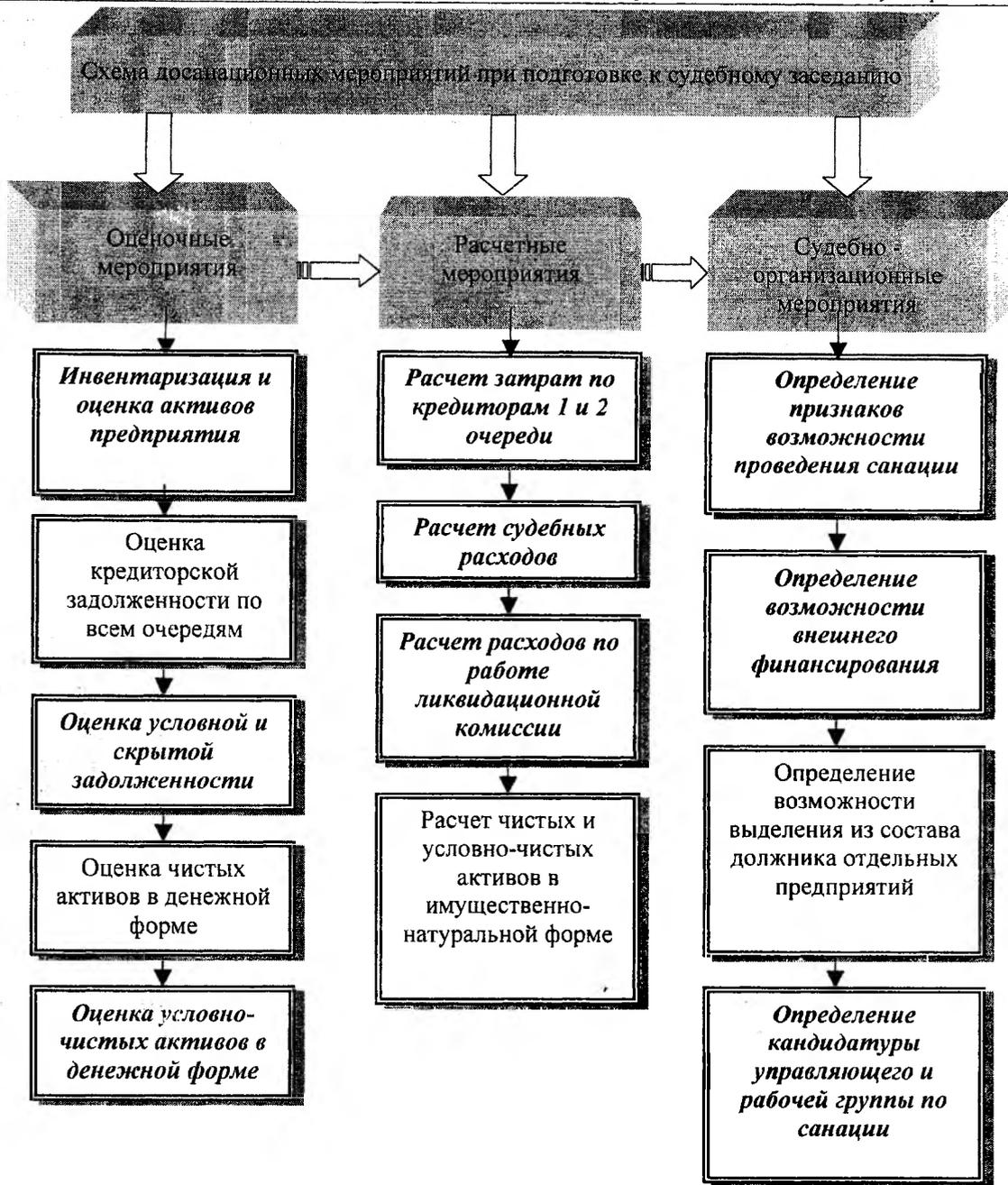


Рисунок 3 – Схема досанационных мероприятий.

4. Публичная информация об отраслевом кризисе.

Тревожным сигналом для предприятия является информация об отраслевом кризисе. Особенно важной является информация о кризисе, поразившем кредитные учреждения и банковскую систему. Вовремя полученные сведения являются предпосылкой для подготовки предприятия к трудностям и разработки антикризисных мероприятий. Обычно такой информацией являются официальные (публикуемые) отчеты правительства, независимых аналитических центров, сведения прессы, телевидения.

5. Аудиторское заключение.

В практике зарубежных стран большое внимание уделяется выводам независимого аудитора об экономическом состоянии предприятия. Это предполагает высокую квалификацию аудитора. В Республике Беларусь этот источник информации до настоящего времени не используется в связи с низким уровнем развития аудита.

Наряду с перечисленными источниками информации немаловажную роль при идентификации кризиса и определении его степени играет возраст предприятия и его величина (рисунок 2) [1].

Проведя анализ контрольных индексов и изучив другие источники информации временный управляющий должен определить возможность и целесообразность проведения санации.

Общество не может себе позволить сохранять в качестве действующего предприятие, которое не производит продукцию или производит продукцию с убыточным результатом. Главной причиной этого является ограниченность ресурсов – земли, капитала, труда. Поэтому каждое государство устанавливает определенные ограничения (пределы) после которых предприятие может быть признано не действующим, независимо от имущественных отношений с другими субъектами.

Рассматривая ситуацию банкротства предприятия, мы должны оценить предприятие как действующее исходя из указанных критериев. Это особенно важно при определении признаков возможности проведения санации предприятия, предусматривающей инвестиции. Выделим три направления оценки.

Первое – нормативные признаки, установленные действующими законодательными актами Республики Беларусь. К ним можно отнести: не осуществление предпринимательской деятельности более 6 месяцев; не ведение бухгалтерского учета; осуществление деятельности, противоречащей уставным целям коммерческой организации или без лицензии; нарушения сроков и порядка формирования минимального размера уставного фонда в соответствии с законодательством и др.

Второе направление оценки действующего предприятия связано с анализом рынка товаров и услуг, производимых предприятием должником. Рынок товаров и услуг – это сфера обращения конкретных товаров, необходимых покупателю. Признание товаров необходимыми для покупателей, а также готовность покупателей уплатить за товары определенную цену, является главным мотивом для предприятий при производстве продукции. Независимо от результатов деятельности предприятия, если его продукция не признается покупателем общественно необходимой и не покупается, такое предприятие обречено на ликвидацию.

На стадии защитного периода анализ рынка товаров и услуг, производимых предприятием должником, позволяет определить жизнедеятельность предприятия. Если продукция предприятия покупается, то общество согласно с тем, чтобы данный субъект хозяйствования продолжал работать. С другой стороны, если имеется устойчивая тенденция к снижению доли рынка предприятия, снижению абсолютных показателей выпуска продукции, то такие данные свидетельствуют о высокой вероятности банкротства.

Анализ рынка товаров и услуг в процессе банкротства направлен на изучение тенденций в развитии рыночных процессов в предыдущие годы. На этой основе необходимо сделать вывод – сохранило ли предприятие должник свои рынки реализации продукции. Если рынки реальны и они предприятием не утрачены, то можно вести речь о спасении предприятия как субъекта хозяйствования. При утере рынков, особенно если рынки в результате конкуренции захвачены другими производителями, существование предприятия как производителя ранее выпускаемой продукции весьма проблематичны.

УДК 658.168.3

Кивачук В.С., Галашко С.И.

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ И РАСЧЕТ ЧИСТЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ СМЕНЕ СОБСТВЕННИКА

Проблема оценки капитала коммерческой организации имеет достаточно большую историю. Заемные средства в активах предприятия с одной стороны и собственные средства с другой в своей основе имеют различную оценку. Собственные средства, согласно международным концепциям финансового учета, оцениваются по фактической стоимости на дату приобретения. Заемные средства оцениваются с условием реальной стоимости на дату отражения в учете. Для многих пользователей финансовой отчетности коммерческой организации важно знать, чему равна стоимость собственного

капитала. К ним относятся кредитные учреждения, собственники, поставщики, покупатели, общественность.

Для решения этой проблемы в Республике Беларусь была введена категория «чистые активы». Она введена Постановлением Совета Министра Республики Беларусь от 22 ноября 1999 г. №1825. При этом было определено, что чистые активы – это величина, определяемая путем вычитания из суммы активов юридического лица, принимаемых к расчету, суммы его пассивов, принимаемых к расчету (Примечание: Аналогичная трактовка была принята в Российской Федерации в

В защитный период при утере рынков делается вывод, что предприятие вероятнее всего подлежит ликвидации.

Третье направление оценки предприятия как действующего основано на мнении собственника и трудового коллектива. Мнение (решение) собственниками предприятия и представителей трудового коллектива о целесообразности сохранения предприятия как объекта бизнеса и как возможного рабочего места также формируют итоговые выводы.

Для принятия решения о предприятии как действующем необходимы положительные выводы по каждому из трех направлений анализа. Принятие решения о не функционирующем предприятии может быть принято в случае невыполнения одного из условий.

Санация, как процедура банкротства, не допускает повторения. После ее завершения предприятие или восстанавливает платежеспособность или ликвидируется. Ошибочное или необоснованное проведение санации приведет к значительным финансовым потерям инвесторов, поверивших в возможность оздоровления предприятия должника. Особенность этих кредиторов состоит в том, что они не входят в реестр кредиторов на дату рассмотрения дела о банкротстве, они могут претендовать на возврат своих средств после удовлетворения претензий конкурсных кредиторов. Кроме этого будет потеряно время.

На схеме приведена последовательность и этапы проведения оценочных, расчетных и судебно-организационных мероприятий, необходимых для подготовки судебного заседания по принятию решения о возможности проведения санации. Учитывая, что санация в РБ может проводиться только в рамках судебного рассмотрения дела о банкротстве, каждому из этапов отводится роль. В зависимости от специфики деятельности предприятия проводятся дополнительные подготовительные мероприятия. Они характерны для предприятий сельскохозяйственной отрасли, градообразующих и других.

Анализ признаков кризиса и расчетные данные в рамках досанационных мероприятий позволяют суду принять обоснованное решение о возможности и целесообразности проведения оздоровления предприятия и введении санационных процедур.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Harald Hess, Dietrich Fechner. Sanierungshandbuch. Neu-wied. Luchterhand, 1991 – С. 584.
2. Müller R. Krisenmanagement in der Unternehmung. Frankfurt und Bern. 1986 – С. 26.

Галашко Светлана Ивановна. Старший преподаватель каф. бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета. Беларусь, БГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.