

Повышению сбалансированности предложения туристских услуг и спроса на них иностранных туристов в условиях рыночной экономики способствует ценовой механизм. Рыночная цена выравнивает количество товаров и услуг, которое потребители желают приобрести, с тем количеством, которое производители стремятся продать. На практике установление рыночного равновесия - очень сложный процесс в силу действия ряда факторов: монополистические образования, ограничивающие свободу торговли, государственное регулирование туристического сектора, отсутствие полной и достоверной информации о ценах, как у производителей, так и у потребителей национального туристского продукта. Несмотря на всю сложность определения равновесного состояния на рынке туристских услуг, это должно стать заметным фактором повышения привлекательности страны и туристического региона для иностранных туристов. В данном случае имеются в виду адекватные цены на национальный туристический продукт, которые должны соответствовать качеству предоставляемых туристских услуг, то есть завышенная стоимость туристских услуг может негативно повлиять на привлекательность дестинации в той же степени, как и заниженная стоимость туристских услуг.

Поэтому, на наш взгляд, утверждение, что чем ниже уровень цен в стране, тем привлекательнее страна для иностранных туристов, не совсем верно. Ценовое преимущество страны не должно выходить за определенные рамки, так как слишком высокие цены могут снизить приток иностранных туристов, а слишком низкие - создать впечатление о невысоком качестве национального туристического продукта. Исходя из проведенного анализа международного туризма, модель функционирования рынка туристских услуг необходимо трансформировать в модель привлекательности национального туристского продукта.

Список использованных источников

1. Formica, S. Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction: diss. +doctor of philosophy: 11.2007 / S. Formica. - Blacksburg, 2000. - 194 p.
2. Интернет-ресурс: www.tio.by.
3. Кипцевич, Е.В. Пути повышения привлекательности стран и регионов для иностранных туристов / Е.В. Кипцевич // Экономический бюллетень. - 2007. - 3 (117). - С. 58-67.

УДК 658. 5

**УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ УГРОЗЫ И
СОСТОЯНИЯ БАНКРОТСТВА**

Л. И. Китаёва

*УО «Витебский государственный технологический
университет», г. Витебск, РБ*

Неустойчивое финансовое состояние организации является отражением управленческих действий, прямо или опосредованно связанных с принятием решений ее менеджерами по адаптации организации к динамично меняющейся внешней и внутренней среде. В результате может возникнуть неплатежеспособность, которая, при приобретении ею устойчивого характера, подводит организацию к банкротству. Реализация механизма и процедуры банкротства, в свою очередь, реализуется в двух кардинально противоположных направлениях: ликвидация или возобновление работы.

Согласно имеющимся статистическим данным, в настоящее время около 19% белорусских промышленных предприятий убыточны, т.е. устойчиво

неплатежеспособны и 60% - неплатежеспособны; в 2006 году удельный вес убыточных предприятий в общей их численности составлял 8,5%; их количество соответствовало 926. Кроме того, в республике 93,4% дел о банкротстве приходится на организации, основанных на частной собственности. То есть в ситуацию банкротства попадают, как правило, организации малого и среднего бизнеса. Они возникают и функционируют на рынке непродолжительное время, не имеют управленческого опыта, достаточного объема финансовых средств для развития, доступа к государственным программам их поддержки и помощи, информации.

Заметим, что система поддержки малого бизнеса в некоторых государствах, в частности в Японии, направлена на сокращение числа банкротов и обладает высокой результативностью. Так, в течение года разоряется не более 5% возникающих малых предприятий, в то время как в США - около 30%. Государственная поддержка японского малого бизнеса включает его кооперирование, особый порядок амортизации, гарантирование займов, льготное налогообложение. Значительная часть консультаций, получаемых малыми фирмами, касается вопросов бухгалтерского учета, финансирования, уплаты налогов, менеджмента.

В малом и среднем бизнесе в Беларуси, основанном на частной собственности, численность занятого населения составляет около 50% (в 2005 году – 46,6%). Это говорит о том, что с развитием малого предпринимательства решаются вопросы занятости и самозанятости населения, появляется возможность, при прочих равных условиях, прироста доходов государственного бюджета. Поэтому состояние и развитие малого бизнеса, недопущение его банкротства должно стать одной из задач государственной поддержки предпринимательства в этой сфере. Для этого должны быть детализированы и теоретические и практические основы выявления признаков банкротства (законодательство к ним относит коэффициенты текущей ликвидности, обеспеченности собственными оборотными средствами и обеспеченности финансовых обязательств активами), то есть появления угрозы банкротства, с одной стороны, и – самое важное – механизм помощи и предотвращения данной угрозы на ранних стадиях ее выявления или, в случае невозможности принятия определенных мер, обеспечение интересов кредиторов различными мерами.

Как показывает практика, в современных условиях, банкротство становится не только «выгодной» процедурой для должника, но и нормальным явлением экономической жизни. Основная обязанность хозяйствующего субъекта – отвечать всеми имеющимися средствами, в том числе и имуществом, по своим обязательствам перед кредиторами – не «работает» не только с экономической, но и правовой точек зрения.

В этом отношении следует обратить внимание на опыт антикризисного управления, существующий в Италии, когда в отношении процедуры банкротства выделяют такие правовые нормы как соглашение с кредиторами (при угрозе банкротства), контролируемое управление (в случае первых признаков банкротства) и принудительную ликвидацию еще действующих организаций-должников.

В целях защиты интересов кредиторов и получении ими платежей по расчетам, последнее – особенно актуально. Процедура банкротства в отношении организаций, не осуществляющих свою деятельность более года – уже проблематична, если у нее на момент возбуждения конкурсного производства или открытия защитного периода отсутствуют внеоборотные и оборотные активы, денежные средства на расчетном счете в банке. В этом случае контролирующие органы в лице, в первую очередь, местных инспекций по налогам и сборам Республики Беларусь, таможенных органов и других организаций, при первых признаках угрозы банкротства, например, изменении определенных коэффициентов ниже (выше) установленных норм, должны решать вопрос о приостановлении движения средств на расчетном счете, а не после их (денег) полного отсутствия.

При возникновении кризисов платежей более активно, с нашей точки зрения, следует применять уступку прав требований или вексельные формы расчетов, но

только для организаций, которым угрожает банкротство или в случае, если они находятся под контролируемым управлением.

Контролируемая форма антикризисного управления вводится в нашей практике только в защитный период, то есть тогда, когда Хозяйственным судом возбуждено производство по делу о банкротстве. К этому времени некоторые организации уже не осуществляют свою деятельность, соответственно у них отсутствует имущество и денежные средства, на которые можно обратить взыскание для погашения кредиторской задолженности.

Поскольку основной задачей антикризисного управляющего является удовлетворение интересов кредиторов, то с нашей точки зрения, антикризисное управление необходимо вводить не в процедуру банкротства, а по первым признакам его возникновения. Для этого следует совершенствовать законодательство о банкротстве, изменить его направленность.

УДК

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ БЕЛАРУСИ И ПРОБЛЕМЫ ИХ СТАНДАРТИЗАЦИИ

Л.С. Климченя

*УО «Белорусский государственный экономический
университет», г. Минск, РБ*

Торговля является одной из важнейших отраслей экономики и одним из основных источников поступления денежных средств для формирования основ финансовой стабильности государства. В последние годы наметился рост доли организаций торговли и общественного питания в валовом внутреннем продукте. В связи с этим заинтересованность государства в увеличении масштабов торговой деятельности объективно обусловлена и находит отражение в Программе развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006-2010гг, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь 27.07.2006 № 941.

Относительно новым направлением в развитии торговли, которое нашло отражение в программе развития, является строительство крупных торговых центров. Торговые центры все активнее привлекают население не только широким ассортиментом товаров, комплексом услуг, но и развлекательной инфраструктурой. Согласно прогнозам, к 2010 г. количество торговых центров составит 250 единиц (против 216 в 2006г.) с торговой площадью 269,2 тыс. м² [1, с.16].

В государственном стандарте Республики Беларусь СТБ 1393-2003 "Торговля. Термины и определения" (пункт 3.2.24) определено, что торговый центр (ТЦ) — совокупность розничных торговых объектов, в которых реализуется универсальный ассортимент товаров и оказывается широкий набор услуг, расположенный на определенной территории, спланированных как единое целое и (или) централизующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности [2, с. 5].

Исходя из определения, любое количество сгруппированных на одном пространстве магазинов без заранее предусмотренного плана, не может быть определено как ТЦ. Таким образом, обязательным критерием для ТЦ является единое управление имущественным комплексом, включающим здание, сооружение, коммуникации, окружающую территорию.

В тоже время в отечественной практике остался без внимания такой важный критерий оценки торговых объектов как торговая площадь ТЦ. Причем, для всех других типов торговых объектов Номенклатурой типов магазинов для городских поселений, утвержденная Министерством торговли Республики Беларусь 09.01.2002г., четко