

фактивными, грамотному руководителю необходимо иметь представление о динамике кризисных явлений, вовремя принять соответствующую программу действий и сохранить имидж компании.

Руководителям, осуществляющим антикризисную политику, для разработки соответствующей маркетинговой стратегии важно учитывать значимость стадий развития кризиса и уметь оценить их потенциальное влияние на деятельность компании. Стадия «зарождения кризиса» или «стадия стратегического планирования» являются наиболее важными для PR-отдела, и главная задача на этих стадиях – предугадать возможные угрозы, определить слабые стороны фирмы, а также составить перечень превентивных мероприятий.

Подчеркнув актуальность антикризисной маркетинговой политики и сделав серьезный акцент на возрастающей роли PR в борьбе с кризисными явлениями, нельзя не остановиться на рассмотрении некоторых особых подходов и инструментов антикризисного маркетинга.

К ним относится так называемый «партизанский маркетинг», который представляет собой комплекс маркетинговых мероприятий, выходящие за рамки общепринятых способов продвижения товаров и услуг – всевозможные акции провокационного, а иногда и скандального характера, которые позволяют максимально эффективно представить товар потенциальному клиенту¹. Целью таких мероприятий является создание у потребителей иных, чем обычно, мотивов для совершения покупки, что и является одним из основных преимуществ партизанского маркетинга. В отличие от прямой рекламы ничего не навязывается покупателю открыто и поэтому не вызывает сопротивление, следовательно, позволяет воздействовать более эффективно. «Партизаны» не используют рациональные аргументы, они заставляют потребителя испытать сильные эмоции, и под их влиянием спонтанно совершить покупку.

В период кризисных явлений, когда компания не располагает большим количеством финансовых ресурсов для усиления или даже поддержания рекламы, но при этом в ней работают неординарные профессионалы – маркетологи, генерирующие замечательные рекламные идеи, партизанский маркетинг как инструмент антикризисного управления находится на пике своей актуальности. Сегодня – в условиях высокой конкуренции и нестабильной экономической ситуации – «партизанские» методы используют многие крупные компаниями: *IBM, Microsoft, Volvo, Adobe, American Express, Procter&Gamble* и др.²

Второй инструмент, активно внедряющийся в управление организацией и служащий отличным рычагом для борьбы с кризисными явлениями в компаниях, имеет музыкальное название. Это – «джаз-маркетинг»³.

В основе данного подхода лежит идеология, основанная на сравнении взаимодействия компании и ее потребителей с взаимообщением музыканта и его публики. Музыка является источником воздействия на зрителей и вызывает обратную связь в виде определенных чувств и эмоций. В мире бизнеса, как и в мире музыки, очень важно не бояться творить, удивлять людей различными способами, общаться с публикой – клиентурой, быть с ней единым целым.

По мнению сторонников джаз-маркетинга, в этом и есть настоящее искусство бизнеса, т.е. предполагается особый, специфический стиль руководства организацией плюс определенный стиль борьбы лидера коллектива с кризисными явлениями. В кризисный период деятельность компании должна быть максимально ориентирована на эксцентричность, неординарность в маркетинге и в целом ведении бизнеса, на поиск нового (но об этических рамках все же забывать не стоит).

Некий скрытый механизм взаимодействия между компанией и потребителем и есть маркетинг, как считают разработчики новых подходов. Как говорят маркетологи: будущее нельзя предсказать, его можно придумать. Это еще раз подчеркивает необходимость своевременной разработки антикризисной маркетинговой политики.

Безусловно, те организации, в которых ранее активно использовались традиционные методы и инструменты антикризисного маркетинга, а также накопились нематериальные маркетинговые активы – большое число лояльных потребителей, хорошая репутация, известная торговая марка, профессионализм маркетологов – имеют большие возможности преодоления кризисных явлений. Осваивая дополнительно новые области применения антикризисных технологий и рационально, без полагания на «авось», но с верой с необходимостью перемен руководство компании снижает неопределенность и риски бизнеса.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ: КЛЮЧЕВЫЕ ПОДХОДЫ, ПРОБЛЕМЫ, АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Успенская Л., Шибанова-Роеенко Е.А.

Российский университет дружбы народов, Москва, e-mail: uspenskaya1@mail.ru

Ни одну страну не обходят стороной кризисные ситуации, которые возникают в силу различных причин. В конечном итоге государство разрабатывает стратегии не только для выхода из кризисов, но и для их предотвращения, а также для защиты предпринимателей и граждан от последствий спадов в экономическом развитии.

Антикризисное регулирование – это политика правительства, которая направлена на защиту от кризисных ситуаций и предотвращение несостоятельности предприятий, а, следовательно, и каждого гражданина страны. Это политика, в рамках которой выстраиваются пути для максимального использования научно-технического потенциала и для внедрения инновационных путей развития во все сферы деятельности. Также антикризисное регулирование должно опираться на предыдущий опыт не только своей страны, но и на мировой. Разрабатывать политику антикризисных мер следует на основе знаний, полученных в прошлом: какие происходили кризисы, какова деловая цикличность, какие именно были вызваны последствия (как негативные, так и положительные). Ведь нередко кризис – это начало нового вектора, смена устаревших технологий на современные. Именно поэтому необходима полная диагностика всех возможных аспектов.

Выделяют две основные формы государственного регулирования:

I. Прямые, подразумевающие под собой непосредственное воздействие государства на совокупные спрос и предложение.

II. Косвенные, предполагающие опосредованное воздействие государства. Примерами прямого воздействия можно назвать создание государственного

¹ От англ. – guerrilla marketing. Источник: Букварь маркетинга. – <http://www.abcmarketing.ru>

² Мастерская партизанского маркетинга. Диверсанты против Наполеона – русские маркет-туру о партизанском маркетинге. – <http://www.m-rm.ru> (дата обращения февраль 2010).

³ Кузнецов К.С. JAZZ-маркетинг: основы искусства импровизации управления компанией. 2006. С.18.

сектора, перераспределение доходов и программирование экономики; примерами косвенного воздействия – соответствующая деятельность кредитно-финансовой и налоговой систем.

Правительство страны несет ответственность за происходящие события, поэтому именно от государственной политики зависит общая ситуация в государстве. Для стабилизации экономической ситуации и укрепления позиций на международной арене государственные органы осуществляют меры защиты по следующим направлениям: правовое (создание правовой основы антикризисного управления, создание специальных органов для контроля и экспертиз предприятий в кризисных ситуациях), методическое (мониторинг и анализ банкротств предприятий), информационное (анализ и учет платежеспособности предприятий), экономическое и административное (методы регулирования экономической деятельности для стабилизации), организационное (создание условий для мирного, цивилизованного разрешения конфликтных ситуаций), социальное (защита работников в случае банкротства предприятия), кадровое (подготовка специалистов в области антикризисного управления), экологическое (защита окружающей среды). Так как политическая и экономическая ситуация в мире в целом и той или иной стране нестабильна, необходимы постоянные изменения в установленной политике: коррекция налоговых ставок, внесение изменений в существующие законы, ужесточение мер по контролю за деятельностью предприятий.

Очень важно понять: на что направлена государственная политика в области антикризисного регулирования? Первое направление – это бюджетно-налоговое регулирование, которое подразумевает под собой установление уровня зависимости предприятия от государства, например: в периоды спада производства государство оказывает финансовую поддержку предприятиям, разрабатывает различные программы для поддержки важнейших секторов экономики; в периоды роста производства государство может уменьшить налоговые ставки для граждан и предприятий, что, в конечном итоге, приведет к оживлению экономики за счет повышения платежеспособного спроса. Второе направление – это денежно-кредитная политика, которая подразумевает государственное регулирование в области банковского кредитования. В рамках этой политики также осуществляется поддержка на безвозмездной основе. Третье направление – научно-техническая политика, направленная на развитие приоритетных направлений в области науки и техники, в инновационной деятельности, в международном сотрудничестве. Четвертое направление – промышленная политика, которая подразумевает поддержку национальной экономики: поддержку отечественных производителей и повышение спроса на данный вид товаров среди населения. Пятое направление – ценовая политика, благодаря которой происходит контроль над уровнем цен на товары первой необходимости. Также, на взгляд авторов статьи, нельзя обойти стороной и различные аспекты внешнеэкономической политики, благодаря которой создаются условия для притока иностранных инвестиций и условия для выхода отечественных производителей на мировой рынок.

При составлении Программ антикризисных мер не стоит обходить вниманием прогнозирование и планирование. Здесь следует отметить ряд сложностей, а именно: эти технологические формы антикризисного управления нередко путают, считая их значение равнозначным. Заметим, прогнозирование – это процесс обоснованного формирования развития, который осу-

ществляется до принятия управленческих решений; а планирование – это координация деятельности с учетом достижения конкретных целей при определенных обстоятельствах и возможностях, и планы разрабатываются после принятия решений о необходимости введения тех или иных антикризисных мероприятий.

Конечно, меры по антикризисному регулированию требуют значительных материальных вложений, но государство может прочувствовать выгоду от эффективной политики, в частности: сохранение предприятий, повышение экспорта, сбережение природных ресурсов, повышение качества жизни, погашение задолженностей, что приведет к увеличению доходов страны, международному сотрудничеству, повышению доверия со стороны населения по отношению к деятельности Правительства.

Во время проведения антикризисной политики государство может столкнуться с рядом проблем. Основной проблемой в РФ остается отсутствие «кризисного» опыта у руководителей, а, как известно, человеческий фактор является основной движущей силой кризисных ситуаций на различных уровнях.

На формирование современной политики экономического развития РФ оказали влияние такие события, как: развал Советского Союза, смена вектора власти с авторитарного на демократический, дефолт 1998 г., глобальный кризис 2007-2010 гг. Нельзя обойти вниманием и такие факторы, как: размер территории нашей страны, специфика мировой интеграции, где РФ отведена роль сырьевого поставщика. При формировании стратегии выхода из кризиса не стоит забывать о феноменальном свойстве кризисных ситуаций – это не только разрушение старого, устоявшегося, но и начало нового; и каким будет это новое, зависит от антикризисного регулирования, потому что благодаря соответствующим антикризисным мерам будут внедряться инновации, современные методики управления, образования, ведения бизнеса.

Чтобы снизить негативные последствия кризисов и укрепить положительную динамику, создаются программы антикризисных мер, которые должны включать в себя не только стратегические, но и средне- и краткосрочные цели. С учетом огромной территории РФ непременно следует увязать общестрановую программу с региональными антикризисными программами и далее – до создания антикризисных планов деятельности крупных, градообразующих и тому подобных предприятий. Такие антикризисные планы – это своеобразные схемы вывода хозяйствующих субъектов из кризисных ситуаций.

Первый шаг в антикризисном регулировании был сделан Правительством РФ под влиянием мирового экономического кризиса, начавшегося в 2007-2008 гг., когда в стране произошло резкое падение производства. Была принята «Антикризисная программа Правительства РФ на 2009 год», которая была направлена на оздоровление финансового и экономического состояния страны.

Данная Программа включала в себя ряд приоритетных направлений:

1. Выполнение социальных обязательств перед населением, что подразумевало оказание поддержки гражданам, наиболее пострадавшим от кризиса: создание временных рабочих мест; выделение средств на переквалификацию и развитие малого бизнеса.
2. Укрепление национальной экономики: активизация внутреннего спроса на отечественные товары; поддержка предприятий, внедряющих инновации.
3. Поддержка инновационных проектов; поддержка энергосберегающих технологий и развитие высокотехнологических отраслей, в том числе авиа- и

судостроение, космическая промышленность, атомная энергетика.

4. Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольного регулирования; сокращение перечня товаров, которые подлежат обязательной сертификации; антикоррупционные мероприятия; поддержка малого и среднего бизнеса за счет снижения налогов и расширения доступа к госзакупкам.

5. Повышение эффективности банковской системы за счет расширения ресурсной базы и повышения ликвидности финансовой системы; за счет повышения доступности банковских кредитов для предприятий реального сектора обеспечения санации банков.

6. Проведение макроэкономической политики Правительства РФ и Банка России, направленной на сохранение устойчивых позиций курса рубля и снижение инфляции, а также на проведение денежной политики.

Итогами антикризисных мероприятий Правительства РФ за 2009 год стали: прирост ВВП; резкое замедление инфляции; снижение уровня безработицы по стране. Также замедлился спад в промышленном производстве, выросли доходы граждан. *«В 2009 году мы не только решали неотложные проблемы, но и не теряли времени для системных преобразований. Всё это позволяет нам, не снижая темпов, перейти от антикризисного управления к устойчивому инновационному развитию»* – так выразил итог антикризисных мер за 2009 г. В.В. Путин.

Несмотря на положительные результаты, нельзя говорить, что ситуация в стране нормализовалась окончательно. Это связано с тем, что наметившиеся положительные тенденции носили непостоянный и неустойчивый характер, в итоге экономические показатели не поднялись до докризисного уровня. Поэтому было принято решение о продолжении антикризисной политики в 2010 г. с целью сохранения и укрепления положительных тенденций и ликвидации «остаточных» негативных последствий. Среди приоритетных направлений упор был сделан на обеспечение социальной стабильности, поддержку оживления экономики и реализацию мер по решению проблем российской экономики, в том числе совершенствование институциональной среды, выстраивание новой модели регулирования, формирование необходимых экономических условий для перехода от антикризисного режима функционирования экономики к решению модернизационных задач.

Таким образом, в 2010 г. было запланировано улучшение общей ситуации в стране за счет повышения качества жизни, снижения уровня безработицы, модернизации предприятий, создания новых рабочих мест и нормализации деятельности банковской системы.

Критика обеих Программ, конечно, имеет место. Наиболее интересна, по мнению авторов статьи, конструктивная и своевременная критика. Так, известный российский экономист и политик, акад. *Глазьев С.* высказал мнение о том, что борьбу с кризисом начали «не с той стороны, и государственное регулирование кризисных ситуаций сегодня направлено в большей мере на поддержку банков, что может подорвать другие сектора экономики». Он выдвинул свою антикризисную программу, которая предполагает в первую очередь поддержку реального сектора, от которого и зависит вся экономика в целом. Цензурный характер оценки базируется на следующих предположениях: российский народ погряз в депрессии из-за череды кризисов, на чем и строили зловонную политику государственного регулирования отдельные политики и экономисты якобы от лица населения; риторический вопрос «почему Россия до сих пор не пере-

няла западный опыт разработки стратегий в условиях кризиса»; обсуждение бездейственности отдельных мер (подчас обоснованное) в отношении отдельных хозяйствующих субъектов, которым помощь не нужна вовсе.

Конечно, можно много спорить о том, насколько действенна или эффективна та или иная программа антикризисных мер. Но уже огромным достижением является то, что правительства многих стран стали задумываться о необходимости планирования в антикризисном режиме. Для РФ также стали уже традиционными планы повышения общего уровня в стране с учетом опыта прошлых периодов.

Никакое новшество не может работать без ошибок первых шагов, страна перенимает опыт развитых стран, строит векторы совершенствования, и далее многое зависит от способов реализации.

Не стоит забывать и о российской специфике. И заявления о том, что в США, либо в Германии, либо во Франции жить намного лучше и проще, чем в России, глупы априори, ибо «везде хорошо, где нас нет». Поэтому стоит сделать так, чтобы жить хорошо стало там, ГДЕ МЫ ЕСТЬ.

ФРАНЦУЗСКАЯ МОДЕЛЬ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ

Филатов А.М., Шибанова-Роечко Е.А.

*Российский университет дружбы народов,
Москва, e-mail: aleksey.filatov@gmail.com*

Во Франции, начиная с XVI века, несостоятельные должники подвергались уголовным преследованиям, а в случае злостного банкротства по конкурсным правилам 1673 г. предусматривалась даже смертная казнь. Принятый 1 января 1808 г. Торговый Кодекс также характеризовался суровостью мер: должника после объявления банкротом заключали в тюрьму или под домашний арест. Наказывались только торговцы. Несостоятельность и банкротство означали одно и то же. Существовало только различие в определениях «простого» («добросовестного») и «злостного» банкротства. В последнем случае наказанием были каторжные работы или пожизненное заключение. Следует отметить, что появление нового Торгового Кодекса не обошлось без влияния взглядов Наполеона I, сравнивавшего несостоятельного должника с покинувшим свой корабль капитаном. Позднее – в законах 1838, 1856 и 1872 гг. – суровые наказания были серьезно смягчены.

Чаще всего в научных источниках фигурирует степень защиты интересов кредиторов или, с другой стороны, должников, так называемые «прокредиторские» и «продолжниковские» позиции систем регулирования несостоятельности. Последняя направленность наиболее характерна для законодательства Франции.

Концепция французской системы правового регулирования несостоятельности базируется на утверждении, что целями законодательства о несостоятельности являются: во-первых, сохранение действующих предприятий; во-вторых, сохранение рабочих мест; в-третьих, удовлетворение требований кредиторов.

Суд может начать процедуру несостоятельности, приняв решение об оздоровлении предприятия. Данное решение открывает период наблюдения в целях составления отчета об экономическом и социальном положении предприятия и выработке решения о продолжении деятельности предприятия или о передаче прав на него. Если ни то, ни другое не представляется возможным, суд в конце наблюдательного периода принимает решение о ликвидации.