

ФРГ, в плане обеспечения ее сырьем и энергетическими ресурсами. Ликвидация этого фонда происходит с 6-го года с шестой части суммы за год. В особых случаях время ликвидации фонда составляет 12 лет. По экономическому назначению данный фонд выполняет не только функцию страхования предпринимательского риска, но и накопления капитала, создает предпосылки для оперативного использования финансовых ресурсов.

Кроме законодательных актов в ФРГ действует ряд специальных программ, финансируемых из различных источников, которые также содействуют инвестированию в развивающиеся страны с повышенным предпринимательским риском. Так, Федеральное министерство сотрудничества с развивающимися странами осуществляет финансовую поддержку частных инвестиций и филиалов в развивающихся странах. Оно поддерживает мелкие и средние предприятия с годовым оборотом не более 100 млн. евро. Крупные предприятия имеют право участвовать в данной программе, если развивающаяся страна имеет важное стратегическое значение. Финансовая поддержка осуществляется в форме выдачи льготных кредитов. Предприятию может быть предоставлен кредит в размере не более 1,7 млн. евро под процент от 2,5 до 3,5% годовых со сроком его погашения в течение 15 лет. Начало погашения кредита может быть отсрочено максимум на 5 лет. Как правило, доля кредитования не должна превышать 50% объемов собственного инвестирования компании. Безусловно, льготное кредитование при прочих равных условиях может выступать дополнительным мотивом для интернационализации деловой активности.

Аналогичную программу имеет Германское финансовое общество содействия развивающимся странам, которое предоставляет ссуды и займы. Это рассматривается как предпосылка для участия в совместном предпринимательстве немецких и местных заграничных партнеров по бизнесу. Однако ссуды выдаются под обычный рыночный процент со сроком погашения до 15 лет. Но при этом предусмотрено освобождение предприятия от уплаты процентов в течение 2-5 лет в зависимости от важности инвестиционного проекта. Такая практика позволяет организовать заграничное производство и начать получать прибыль, из которой и будут выплачиваться проценты.

Германское общество технического сотрудничества осуществляет программу компенсации затрат фирмам на производственное обучение местного персонала за границей. Доплаты за производственное обучение предоставляются преимущественно мелким и средним предприятиям, которые занимаются заграничным бизнесом в развивающихся странах. Размеры доплат могут варьироваться от 120 евро на одного обучаемого за месяц до 50 евро, а в развивающихся странах с низкими доходами размер компенсации может составлять 200 евро.

Важным механизмом стимулирования деловой заграничной активности являются так называемые гарантии от политических рисков. Федеральные гарантии против политических рисков распространяются на экспроприацию собственности, огосударствление и разнообразные вмешательства со стороны принимающей страны, войны и революции, а также предупреждения конвертируемости и финансового трансферта. Срок действия гарантий составляет от 15 до 20 лет и распространяется только на новые инвестиции. Заявка от германской фирмы направляется в Федеральное министерство экономики перед началом зарубежного инвестирования. В обеспечении гарантий принимают участие также министерства иностранных дел, финансов, сотрудничества с развивающимися странами.

Опросы 654-х германских международных компаний позволяют оценить значимость государственных мероприятий по стимулированию интернационализации: на первое место вышел Закон о налогах при образовании резервных фондов, на втором – оказались федеральные гарантии против политических рисков, на третьем – доплаты по производственному обучению.

Эти меры в той или иной форме следует разработать и использовать и в Беларуси.

СОЗДАНИЕ ТОВАРОПРОВОДЯЩИХ СИСТЕМ – ВАЖНАЯ ЗАДАЧА ПРЕДПРИЯТИЙ ЭКСПОРТЕРОВ

Дрозд Р.Н., Белорусский государственный университет

Современный этап развития внешнеэкономической деятельности в нашей стране связан с коренными изменениями форм и методов, которые применялись на протяжении десятилетий предшествующего развития. Десятки тысяч предприятий, независимо от их принадлежности к государственному или частному сектору, организационной формы, размеров имущества, сферы деятельности, состава собственности, получили возможность активно участвовать в международном экономическом сотрудничестве. В связи с этим особую остроту приобрела проблема создания эффективных корпора-

тивных структур, которые позволяют наладить выпуск продукции, отвечающей мировым стандартам, снизить затраты на ее производство и тем самым повысить конкурентоспособность отечественной продукции на мировых рынках. Важное место в этих корпоративных структурах отводится созданию товаропроводящих систем фирм-экспортеров.

Товаропроводящая сеть предприятия является сложным механизмом, не терпящим резких структурных преобразований. При этом структура товаропроводящей сети должна постоянно совершенствоваться и модернизироваться с учетом меняющейся рыночной среды. Произведенная предприятием продукция, прежде чем попасть к непосредственному потребителю, проходит через несколько звеньев, которые и составляют товаропроводящую сеть. Самым оптимальным вариантом продажи считается вариант производитель-потребитель. Но даже в этом варианте почти всегда присутствует посредническое звено или звенья, обеспечивающие транспортировку, перегрузку, экспедирование, страхование, хранение, таможенное оформление, контроль количества и качества принятого к транспортировке груза и т.п. В более сложных схемах продаж задействуются региональные оптовые продавцы, мелкооптовые продавцы, финансовые структуры, обеспечивающие встречные по отношению движения товара финансовые потоки. Для нормальной работы вся система товародвижения должна иметь информационное обеспечение в виде рекламы, маркетинговых исследований, котировок цен на биржевые продукты и т. д. В целях снижения собственных издержек производства и максимализации прибыли фирмам-экспортерам при создании товаропроводящей сети необходимо осуществить следующие маркетинговые мероприятия: во-первых, ликвидировать все лишние звенья; во-вторых, определить, какие функции в товаропроводящей сети может взять на себя сам производитель; в-третьих, осуществлять постоянный мониторинг издержек и прибыльности во всех звеньях товаропроводящей сети и последовательно путем конкретного отбора подобрать более оптимальные варианты привлечения различных субъектов данной сети. Именно с этими проблемами сталкивается концерн «Белнефтехим» на мировом рынке. В настоящее время данный концерн основной формой товаропроводящей сети избрал собственные представительства, которые уже функционируют в Германии, России, Украине, Латвии. Открытие собственных представительств позволило в некоторой степени снизить издержки по реализации продукции и сделать определенные шаги по сокращению посреднических звеньев.

Однако собственные представительства в других странах на первом этапе не могут полноценно решать все проблемы по сбыту продукции. Проблема в том, что их деятельность осуществляется в основном за счет средств концерна, а не за счет собственной коммерческой деятельности как фирмы. Поэтому после сбора достаточной информации о рынке, оценки шансов на успех, проведения иных подготовительных мероприятий обычно принимается решение об учреждении самостоятельной фирмы, которая могла бы заниматься вопросами, связанными со сбытом продукции. Такая схема успешно опробована в России, реализуется в Украине и намечена к реализации в Латвии и Западной Европе. С другой стороны, как показывает опыт некоторых предприятий концерна, учреждение дочерних предприятий сразу, без предварительной проработки через представительство, может оказаться убыточным и бесперспективным.

Существующая товаропроводящая сеть концерна в России и Украине через созданные собственные предприятия подтверждает правильную концепцию концерна «Белнефтехим» по созданию представительств в странах ближнего и дальнего зарубежья. Планирование деятельности данных предприятий за рубежом осуществляется на основе бизнес-плана, который периодически рассматривается в концерне. Постепенно предприятия наращивают оборотные средства с целью возможности собственных закупок сырья для поставок на предприятия республики, а также есть возможность увеличивать количество продукции предприятий концерна, реализуемой через собственную однокавальную товаропроводящую сеть.

Организация собственной товаропроводящей сети концерна в других странах носит многоплановый характер. В этих целях необходима полная реструктуризация существующей сети с целью выбора максимально эффективных схем работы. Ее основными элементами являются: во-первых, работа с дилерами, которая включает разработку договоров купли-продажи и осуществление консигнации. Кроме этого, необходимо определить количество посредников работающих на одном и том же рынке и эффективность работы каждого из них, с учетом выполнения всех показателей по внешне-экономической деятельности, минимизации затрат и т. д.; во-вторых, необходимо оценить работу через уже созданные компании с участием капитала предприятия. В этих целях необходимо определиться в вопросах дальнейшего создания совместных либо собственных предприятий на важнейших рынках реализации товара. Важно также оценить объемы реализации продукции через уже существующие совместные предприятия, а также в случае неэффективности деятельности созданного пред-

приятия, обеспечить безусловный возврат в республику вложенного за рубеж имущества. В-третьих, важно осуществить постепенный переход работы на тех рынках, где созданы представительства и предприятия аппарата концерна «Белнефтехим» через созданную сеть, представляя дочерним предприятиям концерна большую самостоятельность в работе с потребителями.

Важным элементом в развитии товаропроводящей сети является изучение целесообразности открытия представительств в тех регионах, торговля с которыми имеет для предприятий определяющее значение. К ним можно отнести такие страны как Литва, Латвия, Польша и страны стратегически мирового рынка сырья и рынка реализации продукции, а также перспективные регионы (Страны Юго-Восточной Азии – Китай), Балканский регион (Югославия).

Создание товаропроизводящих предприятий концерна «Белнефтехим» за пределами республики позволит не только ускорить процессы оборачиваемости фондов и снизить издержки, но и закрепиться на сырьевом и товарных мировых рынках, не только собственным филиалам, но и другим предприятиям-экспортерам Республики Беларусь.

ВОЗМОЖНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ТЕКСТИЛЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Дроздович А.Л., Белорусский государственный университет

Республика Беларусь – эта одна из стран с переходной экономикой. 5% ВВП в республике занимают предприятия текстильного сектора экономики. В условиях трансформационных процессов, текстильные предприятия испытывают серьезные трудности в области реализации своей продукции. Для решения задачи реализации необходимо на базе существующей системы цен, конъюнктуры рынка, международной конкуренции, нормативных документов выработать программу действий, которая позволила бы предприятиям находить рынки сбыта для своей продукции.

В современном мире, текстильный рынок поделен на два составляющих: западный и азиатский.

На первом следует отметить Португалию, где текстильный рынок – это один из важнейших секторов португальской промышленности. В 2001 г. экспортная прибыль в этой отрасли составила почти 3671 миллионов евро. 60% продукции направляется в страны Евросоюза – основной рынок сбыта для португальских текстильных фирм. На импорт особенно ориентированы Германия, Франция, Великобритания и Испания. Благодаря модернизации, внедрению новых технологий, португальский текстиль привел свое производство в соответствие с потребностями европейского текстильного рынка.

Главным образом экспортируются:

- шерстяные ткани (в Великобританию, Испанию, Италию и Францию);
- хлопчатобумажные ткани (рост экспорта в Испанию на 31%, 27% – в Германию, 21% – в Италию);
- синтетические ткани – (38% в Францию и 25% в Испанию);
- технические ткани (во Францию и Испанию);
- трикотаж (в Великобританию и Италию).

На азиатском рынке доминирует Индия, где текстильная промышленность составляет 5% ВВП и более 1/3 всего экспорта. Благодаря благоприятной государственной экспортной политике и позитивным усилиям экспортеров, вывоз текстильной продукции увеличился значительно: с 5,07 миллиардов долларов США в 1991–1992 годах до 12,10 миллиардов долларов США в 2000–2001 годах. Экспорт изделий из хлопка продолжает доминировать, учитывая конкурентное превосходство Индии в производстве хлопка.

Доля Индии в мировой текстильной торговле возросла до 3,1% в 1999–2000 годах по сравнению с 1,80% в начале 90-х годов. Экспорт возрастал в среднем на 11% ежегодно в течение последних нескольких лет, в то время как рост мировой текстильной торговли составлял в эти же годы лишь 5,4% ежегодно.

Какое же место на мировом текстильном рынке может занять Республика Беларусь и с какими проблемами может столкнуться?

Главными проблемами для предприятий текстильного сектора экономики, сдерживающими сбыт продукции, являются следующие:

- на внутреннем рынке:
- низкий покупательский спрос ввиду нестабильной платежеспособности населения;
- высокое качество импортируемой текстильной продукции;