

выработки и качества, выбор наилучших поставщиков и следование наилучшим примерам конкуренции.

Литература

1. Foreign Direct Investment. Costs and Benefits, Ed. by Richard D. Robinson, Praeger Publishers 1987
2. Ozawa T.: Foreign Direct Investment and Economic Development. Transnational Corporations 1992, Vol. 1, No 1.
3. Porter M.E.: The Competitive Advantage of Nations, Free Press, New York 1990
4. Sitek E.: Determinanty bezpośrednich inwestycji zagranicznych przedsiębiorstw, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej 1997

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Анатолий Радчук, Юрий Павлючук

Брестский государственный технический университет, Республика Беларусь

Резюме

В статье "Проблемы выбора стратегии инвестирования для предприятий РБ" рассмотрены вопросы влияния различных факторов на выбор стратегии инвестирования в современных условиях, даются предложения по выбору путей выхода на внешний рынок.

На современном этапе экономического развития характерны тенденции, для многих предприятий, по развитию новых форм международного сотрудничества. Установление деловых и коммерческих отношений, выход на рынки других стран это одно из важнейших условий, выполнение которого позволит быстрее преодолеть кризисные явления характерные для многих предприятий нашей республики, обеспечить их конкурентность. Данная задача очень актуальна для предприятий малого и среднего бизнеса. В то же время в республике складывается тревожная тенденция в области развития и поддержки именно этих предприятий. Статистические данные показывают, что в республике численность малых предприятий за последние годы сократилась (что не характерно для других стран с переходной экономикой). На начало прошлого года было зарегистрировано менее 25 тыс. таких предприятий, численность работающих на них составила 5,3% от общей численности работающего населения. В некоторой степени снизилась численность совместных и иностранных предприятий. В прошлом году количество совместных предприятий было менее 1,5 тыс, соответственно иностранных около 700. В условиях переходной экономики в Республике Беларусь малые и средние предприятия сталкиваются с такой трудностью, как отсутствие собственного капитала. Если в

развитых странах есть возможности оказания прямой помощи, то для Беларуси это неприемлемо, прежде всего из-за отсутствия бюджетных средств. Также сложности возникают с привлечением заемного капитала. За прошлый год кредитную поддержку получило только около 200 малых предприятий.

По мнению многих экспертов, емкость белорусского рынка составила до 10% от ее производственного капитала. Для того чтобы реализовать экспортные возможности, необходимо обеспечить конкурентоспособность своей продукции. Но для многих видов товаров до этого пока далеко.

Например, материалоемкость, энергоемкость отечественной продукции в 2-3 раза выше, чем в развитых странах. Трудно ждать улучшения, когда износ основных фондов по Республике Беларусь составляет 70%. В наиболее сложных условиях оказались предприятия малого бизнеса. При столь высоком износе основных фондов невелика доля инвестиций за счет амортизации. Из-за отсутствия гарантий правительства и нестабильности банковской системы не используются для этих целей средства населения.

Для выхода на внешний рынок нужна конкурентоспособная продукция, в большей степени не та которую могут произвести наши предприятия, а та, которую за рубежом могут и хотят получить. А без современного оборудования и новейших технологий здесь не обойтись. В сложившихся условиях необходим экспорт технологий и дополнительные инвестиции. Далекое не всегда макроэкономические условия являются основными факторами сдерживающими приток иностранных инвестиций. Для успешного проведения инвестиционной политики необходимо проведение маркетинговых исследований, которые связаны со стратегией выхода на международный рынок, а также выбор каналов сбыта. Причем могут быть различные стратегии, одна из основных это стратегия направленная на привлечение международных инвестиций. Наша республика не является достаточно привлекательной для зарубежных инвесторов из-за нестабильной законодательной базы, высокого уровня инфляции и соответственно высоких рисков. В то же время в последние годы в республике принято несколько важных решений, которые в некоторой степени могут повысить инвестиционную привлекательность. Например принятая в начале этого года программа развития экспорта, а также реализуемая программа импортозамещения. Однако необходимо, и это в первую очередь, разработать и реализовать программу по привлечению иностранных инвестиций.

При выборе стратегии необходима помощь предприятиям и прежде всего при организации прямого и непрямого экспорта. В первом случае предприятие самостоятельно должно заниматься экспортом продукции, исследованием зарубежных рынков, товародвижением. При такой стратегии фирма использует своих зарубежных представителей. При другом варианте продукция предприятий не участвует непосредственно в международной торговле и зарубежные поставки поручаются другим посредническим структурам. Организация сбыта продукции через экспортно-импортную компанию своей республики достаточно удобна. В свою очередь торгующие организации, а это в основном малые фирмы, получают комиссионные за проданную продукцию за рубежом.

В настоящее время инвестиции в экономику Беларуси поступают из 67 стран мира. Наиболее широко представлены Германия(25,3%), Нидерланды (23,7%), США (15,6%). В настоящее время реализуются проекты с участием ряда крупных компаний, таких как "Кока-кола", "Форд", "Мак Дональдс", "Сименс" и др. В то же время масштабы вложений незначительны. Большинство компаний выбирают очень осторожную стратегию. Объясняется это тем, что в экономике Беларуси продолжается кризис, который последние два года усугубился. В республике нет единой концепции, которая не делила инвесторов на иностранных и национальных. По прежнему вложение средств сопряжено с большим риском из-за нестабильной валютной, налоговой и таможенной политики.

Верную оценку своим экспортным возможностям можно дать только при хорошем знании зарубежного рынка. В то же время изучение и оценка предприятия своих экспортных возможностей связаны с дополнительными расходами на маркетинговые исследования. Однако эти расходы несоизмеримы с огромными потерями, которые может понести предприятие при плохом знании рынка. Поэтому эти исследования следует проводить систематически, регулярно.

В настоящее время в Беларуси на правительственном уровне осуществляется поддержка за счет финансовых "инъекций" предприятий, продукция которых пользуется повышенным спросом за рубежом. Но, на наш взгляд, такая стратегия носит временный характер, хотя бы из-за того, что конъюнктура рынка постоянно меняется. В существующих условиях желательно создание условий для массового привлечения инвестиций (особенно прямых), за счет которых можно быстрее провести техническое перевооружение предприятий, внедрения передовых технологий, переподготовку работников и тем самым повысить конкурентоспособность продукции. Реализовать такую стратегию было бы возможно проводя планомерно приватизацию, разгосударствление и реструктуризацию предприятия. Без этих мероприятий поток инвестиций не движется. Только точечная поддержка отдельных крупных предприятий может в конечном итоге сослужить им плохую службу.

Литература

1. Международный маркетинг. Под ред. Г.А.Васильева. М., ЮНИТИ – 1999.
2. Теория и практика антикризисного управления. Под ред. С.Г. Беляева, М., ЮНИТИ – 1996.
3. Национальная экономическая газета №16 - 2000.