

ОЦЕНКА БАРЬЕРОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. В. Авсянникова, Н. В. Котельникова

*Государственное учреждение высшего профессионального образования
«Белорусско-Российский университет», г. Могилев, Республика Беларусь*

Целью данного исследования является изучение и выявление барьеров во внешнеэкономической деятельности ОАО «Могилевская фабрика мороженого», определение перспективных направлений деятельности предприятия по сглаживанию барьеров.

Внешнеэкономическая деятельность является важнейшей характеристикой социально-экономического развития не только страны в целом, но и отдельно взятого субъекта хозяйствования. Оценить внешнеэкономическую деятельность предприятия возможно через объем экспортируемой им продукции, работ или услуг на внешний рынок.

Оценка барьеров во внешнеэкономической деятельности предприятия является важной частью управления хозяйствующим субъектом. Внешнеэкономическая деятельность реализуется через внешнюю торговлю, которая обеспечивает доход предприятия, получаемый в иностранной валюте, а наличие барьеров в деятельности предприятия, связанной с экспортом продукции, может привести к потере такого дохода и ухудшению финансового положения предприятия.

Барьеры во внешнеэкономической деятельности хозяйствующего субъекта можно разделить на:

– рыночные и конкурентные барьеры – это ограничения для вступления на рынок (законодательные барьеры, технические препятствия к ввозу товаров, недоста-

точная доступность информации, особенности ценообразования, сложившиеся правила конкуренции);

– финансовые барьеры – это колебания валютных курсов, таможенные правила и процедуры «вторых» стран, особенности экономической политики государств;

– барьеры в дистрибуции, связанные с институциональной инфраструктурой, различиями в работе национальных банков, страховых компаний, юридических консультантов, транспортных компаний и прочих институтов [1].

На примере промышленного предприятия Могилевской области Республики Беларусь (РБ) ОАО «Могилевская фабрика мороженого» проведем оценку внешней торговли, а также определим барьеры, влияющие на нее.

В таблице представлены объемы реализации продукции предприятия за пределы РБ в разрезе нескольких товарных групп.

Объемы реализации продукции ОАО «Могилевская фабрика мороженого» за пределы Республики Беларусь в разрезе товарных групп

Период реализации	Реализация продукции по наименованию товарной группы, т			
	Майонез	Сырок глазированный	Полуфабрикаты из теста	Мороженое
За июнь 2017 г.	0,000	0,000	414,000	16449,680
За июнь 2016 г.	32,000	580,325	0,000	917,520
Изменение, т	-32,000	-580,325	414,000	15532,160

Из таблицы следует вывод, что постоянно экспортируемой товарной группой ОАО «Могилевская фабрика мороженого» является мороженое. Это видно по наличию объемов реализации в обоих рассматриваемых периодах. При этом в июне 2017 г. объемы реализации данной товарной группы выросли до 16 449,68 т, что на 15 532,16 т больше, чем в июне 2016 г. Также можно отметить товарную группу рассматриваемого предприятия, которая вышла на внешний рынок только к 2017 г. Так, в июне 2017 г. полуфабрикаты из теста были реализованы в объеме 414 т. Неблагоприятное положение занимают такие группы, как майонез и сырок глазированный. В июне 2017 г. экспорт продукции по данным товарным группам прекратился. Данная ситуация отрицательно влияет на деятельность предприятия с точки зрения неполучения возможного дохода в иностранной валюте.

Исходя из представленного примера, можно выделить барьеры, которые отрицательно влияют на внешнеторговую деятельность ОАО «Могилевская фабрика мороженого»:

1) ограниченные возможности инвестирования на финансирование мероприятий по продвижению товаров на внешние рынки, на реализацию программ поиска торговых, кооперационных и инвестиционных партнеров;

2) наличие недостаточной информации о состоянии международных рынков, о конкурентной ситуации и сложившемся на данный момент потребительском спросе на них;

3) неэффективная деятельность предприятия при разработке конкретных стратегий продвижения товаров на внешние рынки;

4) небольшое количество научно-исследовательских разработок;

5) несовершенство правовой базы в области внешнеэкономической деятельности.

Проблемы, связанные с нехваткой финансовых ресурсов, влекут за собой снижение экономической эффективности деятельности предприятия. Все вышеперечисленные барьеры могут уменьшить или полностью исключить экспорт продукции на внешний рынок.

С учетом выявленных барьеров во внешнеэкономической деятельности предприятия должно разработать направления, которые позволят решить первостепенные проблемы.

Предлагаемыми направлениями деятельности предприятия по сглаживанию барьеров во внешнеэкономической деятельности являются:

- развитие собственной технологической базы, производства продукции, которая являлась бы конкурентоспособной на зарубежном рынке;
- обеспечение информационной подкованности в области существующих для данного предприятия возможностей на внешнем рынке;
- поиск достаточных источников финансирования для выхода на внешние рынки;
- потребность снижения логистических издержек и улучшение логистического сервиса;
- необходимость расширения объема продаж за счет освоения новых рынков, в частности, за рубежом, что требует продуманных логистических стратегий и решений по качеству продукции;
- применение бенчмаркинга, последовательного и непрерывного процесса измерения и сопоставления бизнес-процессов организации с мировыми лидерами для получения информации, которая помогает предпринимать шаги по улучшению показателей своей деятельности [2].

Преодоление барьеров во внешнеэкономической деятельности является важным аспектом в функционировании производственного предприятия в современном мире. Зарубежные страны, защищая интересы собственных производителей, постоянно препятствуют различными способами ввозу импортной продукции. Так как для отечественных предприятий внешняя торговля является важным источником доходов, им необходимо грамотно оценить все имеющиеся барьеры для экспорта продукции и разработать направления для поэтапного решения возникших проблем. В результате хозяйствующий субъект получает возможность увеличить долю занимаемого рынка не только в своей стране, но и за рубежом, что является положительным результатом деятельности предприятия в целом.

Л и т е р а т у р а

1. Жудро, М. К. Внешнеэкономическая деятельность. Практикум : учеб. пособие / М. К. Жудро, М. М. Жудро. – Минск : Выш. шк., 2017. – 160 с.
2. Зорина, Т. Г. Международная логистика. Практикум : учеб. пособие / Т. Г. Зорина, С. В. Дирко. – Минск : БГЭУ, 2018. – 290 с.