

Список использованных источников

1. Гридюшко, А.Н. Маркетинг и ценообразование: курс лекций / А.Н. Гридюшко, В.Н. Редько, З. А. Тоболич. – Горки : БГСХА, – 2018. – 163 с. ISBN 978-985-467-815-3.
2. Чибугаева, С.Г. Ценовая политика предприятия / С. Г. Чибугаева, Н.В. Андрианова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 12 (92). – С. 521-523.
3. Печенкина, А.А. Формирование ценовой политики торгового предприятия / А.А. Печенкина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 41 (227). – С. 137-143.

Д.А.Шпанькова
Е.В.Трейтьякова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О.Сухого»

ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современном мире международная торговля товарами находится на новом эволюционном витке, который выражается в процессах всеобщей информатизации, слияния компаний в транснациональные хозяйствующие единицы, интенсивного инновационного развития, упрощения торговых и таможенных процедур. На сегодняшний день экономическая политика Республики Беларусь направлена на представление государства на мировом рынке как независимого участника, ориентированного на рыночные отношения и стремящегося к интеграции в мировое хозяйство. Поэтому исследование и анализ внешнеторговой деятельности является особенно актуальным сейчас в период её становления и развития. Изучение внешнеторговой деятельности страны в целом основывается на исследовании внешнеторгового оборота предприятий. Внешнеторговый оборот предприятия – это сумма стоимостей экспорта и импорта того или иного предприятия за определенный период времени, например, за год, квартал, месяц [1, с.424].

В настоящее время наиболее актуальной проблемой внешнеэкономической деятельности является необходимость принятия долгосрочной внешнеэкономической стратегии РБ. Причиной этого является относительно новая ситуация в долгосрочной перспективе в сфере внешнеэкономических отношений Республики Беларусь по сравнению с предшествующим периодом. В первую очередь это обусловлено необходимостью перехода белорусской экономики на инновационный путь развития. Стратегия определяет ключевые приоритеты и параметры внешнеэкономической политики РБ в увязке с долгосрочными целями и задачами ее внутренней политики на этапе перехода к инновационному типу социально-экономического развития.

Действующая в настоящее время система внешнеэкономических институтов не обеспечивает в должной мере ни эффективной защиты внутренних рынков, ни поддержания конкурентоспособности белорусских товаров за рубежом.

Рассмотрим проблемы внешнеэкономической деятельности предприятий РБ на примере ОАО "Гомельский химический завод".

Химическая и нефтехимическая промышленность является одной из стратегически важных для эффективного экономического развития отраслей промышленности Беларуси. Отрасль насчитывает 75 предприятий, характеризующихся высоким уровнем рентабельности. Открытое акционерное общество "Гомельский химический завод" является одним из крупнейших предприятий химической отрасли Беларуси и единственным в стране выпускающим фосфорсодержащие минеральные удобрения [3]. Основными направлениями деятельности Гомельского химического завода являются:

- производство минеральных удобрений, серной кислоты, сульфита натрия, фторалюминия, гранулированного фосфогипса и другой химической продукции, необходимой для удовлетворения потребностей народного хозяйства;

- разработка, внедрение в производство новых технологий и видов продукции;

- производство и реализация товаров народного потребления, продуктов питания, оказание платных услуг населению:

- торгово-производственная деятельность, оптовая и розничная торговля продукцией производственно-технического назначения и товарами народного потребления;

строительство, строительные-монтажные работы, реконструкция, проектирование, капитальный ремонт различных объектов;

- операции на рынке ценных бумаг, на рынке недвижимости, товарно-материальных ресурсов;

- образование целевых инвестиционных фондов и инвестирование проектов путем финансовых операций;

- внешнеэкономическая деятельность в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Рассматривая аспекты проблемы расширения рынков сбыта продукции ОАО "Гомельский химический завод" необходимо ориентироваться на интеграционные процессы Гомельского региона и на внешнеэкономическую политику Республики Беларусь в целом.

Одним из приоритетных направлений внешней политики Беларуси остается взаимодействие с Европейским союзом. Беларусь стремится к построению взаимовыгодных отношений с европейскими государствами в сфере торгово-экономического оборота. Среди основных торговых партнеров Беларуси по объему товарооборота среди государств – членов ЕС можно выделить такие страны, как Польша, Великобритания, Италия, Литва, Латвия, Франция, Бельгия и Чехия. В том числе Республика Беларусь проводит активную торгово-экономическую политику со странами Латинской Америки. Важным

направлением внешней политики в этом регионе является углубление всестороннего сотрудничества с Венесуэлой. Из приоритетных стран-партнеров следует выделить Китай. Китай – один из самых крупнейших производителей сельскохозяйственной продукции в мире. Около 7% мировых пахотных земель приходится на КНР, что составляет порядка 110 млн. гектаров. Количество жителей страны, занятых в сельском хозяйстве, составляет около 313 миллионов человек, а учитывая членов семьи – порядка 850 миллионов. За последние годы объем товарооборота между Республикой Беларусь и Турецкой Республикой увеличился в шесть раз.

В качестве еще одного из перспективных направлений внешней политики Беларуси выступает африканский вектор. Потенциальными рынками сбыта для ОАО "Гомельский химический завод" могут выступить рынки Сенегала и Нигерии. В конечном счете ситуация дальнейшего расширения рынков сбыта ОАО "Гомельский химический завод" остается перспективной из-за растущего спроса на минеральные удобрения со стороны стран Африки и Латинской Америки.

Для эффективного продвижения товара на рынках Европы применяются элементы диверсификации, расширения существующей рыночной ниши за счет предложения на тех же сегментах новой продукции. В основном это касается интенсификации продвижения комплексных удобрений НРК, жизненный цикл которых успешно прошел фазу внедрения и находится либо в фазе роста, либо зрелости (в зависимости от региона).

Исходя из проведенных нами исследований ценовая политика на каждом рынке сбыта продукции ОАО "Гомельский химический завод" разнится. Наиболее высокие цены на все виды представленной продукции сложились на рынке Польши. Экспорт АФК удобрений на польский рынок осуществляется по цене 332,22 долл./т, фтористого алюминия – 936,89 долл./т, сульфата натрия – 602,00 долл./т. Это позволяет сделать вывод, что польский рынок является максимально привлекательным для дальнейших поставок продукции и в перспективе оборот удобрений должен максимально увеличиваться, возможно, в ущерб другим рынкам [4].

Подводя общий итог, следует отметить, что рост экспорта основных видов продукции на ОАО "Гомельский химический завод" будет возможен главным образом за счет:

- увеличения взаимодействия с зарубежными рынками сбыта, а также освоение новых, ранее не известных для предприятия;
- расширения ассортимента продукции, предоставляемой предприятием, за счет разработки новых модификаций уже существующих видов продукции, расширения товаропроводящей сети;
- ежемесячного и ежеквартального анализа колебания курсов валют и планирования сбытовой деятельности в соответствии с наиболее благоприятными прогнозами;
- реконструкции цеха НРК удобрений и увеличении производственной мощности по их выпуску;
- продвижение сайта и расширения рекламной компании в Интернете.

Список использованных источников

1. Внешнеторговая деятельность: учеб. пособие / под ред. Дектярева О.И. – М.: Дело, – 2012. – 424 с.
2. Проблемы и перспективы социально экономического развития РБ / С.С. Полоник, Я.М. Александрович, А.Б. Богданович // Белорусский экономический журнал. – 2019. – №1. – С. 23-25.
3. Официальный сайт ОАО "Гомельский химический завод". 2016. – Режим доступа: <http://belfert.by/>. – Дата доступа: 08.11.2020.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – Режим доступа: #"justify">.Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности: учеб. пособие / под ред. Р.А Питонова [и др.]. / М.: Дека, – 2019. – 800 с.

Е.А.Алексахин
Е.В.Трейтьякова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»

ЭФФЕКТ НЕПРИЯТИЕ ПОТЕРЬ КАК ПРОБЛЕМА ВЫБОРА В ЭКОНОМИКЕ

Неприятие потерь – это понятие, которое ввел в научный оборот Даниэль Канеман (американо-израильский психолог, лауреат Нобелевской премии по экономике) и которое сегодня продолжает активно использоваться в поведенческой экономике в качестве объяснительного принципа.

С помощью неприятия потерь Канеман обозначает и обобщает специфические решения. В исследованиях Канемана люди:

- отвергали риск в ситуации, которая описана в терминах выигрышей и приобретений, но шли на риск в ситуации, описанной в терминах проигрышей и потерь;
- соглашались на игру, в которой выигрыш и проигрыш равновероятны, только если выигрыш был примерно в два раза больше проигрыша.

К тому же с помощью неприятия потерь Канеман объясняет эти решения: люди огорчаются из-за потерь сильнее, чем радуются приобретениям.

Формулируя это объяснение, Канеман переходит от описания поведения (люди выбирают тот или иной вариант ответа), которое можно наблюдать и объективно фиксировать, к описанию эмоций, переживаний (люди испытывают те или чувства, причем отрицательные чувства сильнее положительных), которые наблюдать и фиксировать невозможно.

В качестве примера мы рассмотрим две задачи, которые Канеман и Тверски предлагали участникам экспериментов, слегка переработанные для лучшего понимания.