УДК 339.56

ПОВЫШЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Халтобин А.В., Поспелова К.С., Громов К.А.

«Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса», Владивосток, e-mail: haltobin97@mail.ru

Российская Федерация испытывает период развития новейших способов хозяйствования и ведения экономики. Перемены и реформы затрагивают практически абсолютно всех областей жизнедеятельности: производства и науки, образования и коммерции, а также экономики. В связи с этим внешнеэкономическая деятельность предприятия становиться более значимой и актуальной, приковывающая внимание со стороны большинства отраслевых ведомств, отдельных предприятий и объединений. А значит, что ВЭД предприятия должна быть эффективной и высокой. Целью работы является определение направления эффективности ВЭД, базируемое на анализе факторов-повышения внешнеэкономической деятельности предприятия.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, эффективность.

INCREASE OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Haltobin A., Pospelova K., Gromov K.

«Vladivostok State University of Economics and Service», Vladivostok, e-mail: haltobin97@mail.ru

The Russian Federation is experiencing a period of development of new ways of managing and managing the economy. Changes and reforms affect almost all areas of life: production and science, education and commerce, as well as the economy. In this regard, the foreign economic activity of the enterprise becomes more significant and relevant, attracting attention from most industry departments, individual enterprises and associations. This means that the company's foreign economic activity must be effective and high. The purpose of the work is to determine the direction of efficiency of foreign economic activity, based on the analysis of factors increasing the external economic activity of the enterprise.

Keywords: foreign economic activity, export, import, efficiency.

Экономика становится всемирной и информативной, и для того чтобы быть успешным в сформировавшихся обстоятельствах собственнику бизнеса требуется стратегия ВЭД с целью развития своей компании. Необходимо инфраструктура, которая даст возможность незамедлительно определять рынки, выстраивать логистику, сопровождать сделку, если необходимо создавать инструменты торгового финансирования.

Принципы предпринимательства являются основой для осуществления внешнеэкономической деятельности. Главными особенностями внешнеэкономической деятельности являются: правовая автономность, экономическая и юридическая независимость

от отраслевой ведомственной опеки. ВЭД не может быть предметом деятельности органов государственной власти и управления, т. к. она относится к рыночной сфере.

Предприятия малого и среднего бизнеса, также, как и крупные организации являются активными субъектами внешнеэкономической деятельности в большинстве развитых и развивающихся странах. Мировой опыт показывает, что страны, поддерживающий развитие малых и средних предприятий (МСП) легче пережили последствия кризиса, нежели страны, в которых из развития уделялось недостаточное внимание[4].

Российские предприятия получили право выхода на зарубежный рынок благодаря либерализации внешнеэкономической деятельности и переходу на рыночные отношения.

Множество компаний испытывали проблемы, связанные с внешнеэкономическими факторами, в период с 2009-2014 год.

Во-первых, сказались последствия Мирового экономического кризиса в 2008 году. В этот период произошли значительные сокращения рабочей силы по всей Российской Федерации. Предприятиям пришлось сократить количество своих работников, что по итогу привело к снижению объема работы.

Во-вторых – это введение санкционного списка на ряд продукции импорта на территорию Российской Федерации, из-за чего на внутреннем рынке произошел дефицит мясных продуктов, молочных изделий, фруктов, табачных изделий и т.д. Отсутствие некоторых видов товара привело к тому, что компании потеряли долю своих покупателей, что, соответственно, отрицательно сказалось на прибыли в третьей четверти 2014 года по сравнению с 2013 годом [3].

Также, помимо дефицита некоторых продуктов, из-за введения санкционных мер, несмотря на уменьшение спроса на товар, произошел подъем цен на продукцию всех видов, в результате чего прибыль на предприятии возросла.

Адаптированная под условия работы структура управления необходима для эффективного повышения уровня внешнеэкономической деятельности на предприятии. Цели и задачи, которые стоят перед внешнеэкономической деятельностью, определяют организационную структуру управления предприятия.

Предприятие, выходя на внешний рынок, оказывается в условиях жесткой международной конкуренции. Чтобы успешно работать в подобных условиях нужно использовать современные методы управления, в том числе и маркетинг. Маркетинг – это система внутрифирменного управления, которая направлена на изучение и учет рыночного

спроса, потребностей и требований конкретных потребителей к продукту для ориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности компании на выпуск конкурентоспособного продукта, с целью получения планируемого размера прибыли. Концепция маркетинга состоит в том, что вся деятельность предприятия, включая программы научно-технических исследований, производства, капиталовложений, финансы, использование рабочей силы, а также программы сбыта, технического обслуживания и т.д., основывается на современном состоянии потребительского спроса и прогнозировании его изменений в перспективе. На внутреннем и внешнем рынке используются разнообразные методы, средства, приемы и принципы маркетинговой деятельности, поэтому принципиальных различий между маркетингом для внутреннего и внешнего рынков нет. Однако сохраняется необходимость учитывать особенности зарубежных рынков при управлении предприятием.

При выполнении заказа маркетингово-сбытовой службы предприятия имеют нестабильный финансовый результат по результатам месяца. За месяц наблюдается и положительный, и отрицательный финансовый результат [5].

Требует совершенствования и система разработки методов выхода предприятия на зарубежные рынки, куда входят качество товаров и услуг (в связи с новыми требованиями к международной торговле и с ускорением проникновения процессов глобализации в мировую экономику).

Снижение затрат и издержек и/или увеличение отдачи от процесса является путем повышения эффективности любого процесса. Эффективность внешнеэкономической деятельности повышается при увеличении объема и прибыльности импортных или экспортных поставок и снижении издержек на их организацию[1].

Развитие и рост компании, которая ведет внешнеторговую деятельность, влечет за собой увеличение объема импортных или экспортных операций, а также это означает, что непосредственно международные поставки являются прибыльными и перспективными для предприятия.

Об эффективной работе предприятия, с точки зрения его контрагентов и внешнего окружения свидетельствует осуществление экспорта, как результата достижения конкурентоспособности товара на внешнем рынке. Именно в этом заключается двойственность экспорта с позиций его участия в обеспечении эффективной деятельности предприятия: экспорт одновременно выступает как фактор и как результат эффективной работы предприятия.

Эта роль экспорта свидетельствует о том, что в настоящее время интенсификация внешнеэкономической деятельности отечественных предприятий и ориентация на зарубежные рынки сбыта продукции, должны выступать ключевым направлением программы посткризисных мероприятий, которые реализуются на промышленных предприятиях.

Хорошо подготовленная база необходима для благоприятного развития импортных поставок и повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. В первую очередь, востребованный продукт и правильно выбранный зарубежный партнер, продуманная стратегия развития отношений с этим партнером, оптимальная схема доставки грузов и легальное таможенное оформление.

При выборе иностранного партнера следует обратить внимание на необходимость структурного подхода. Во-первых, следует выделить набор критериев наиболее важных для длительного и эффективного сотрудничества: широта поставляемого иностранным партнером ассортимента, цены, условия оплаты и сроки изготовления заказа, надежность иностранного поставщика и стабильность качества выпускаемой им продукции. Для каждой компании, собирающейся начать международную торговую деятельность, выбор этих параметров будет разный. Только после этого происходит поиск иностранного партнера, составление списков поставщиков, запрос информации, проведение переговоров, получение образцов продукции.

Системный подход к выбору поставщика – основа эффективной и прибыльной внешнеэкономической деятельности, и этому этапу следует уделить достаточное количество сил и времени.

Итак, иностранный поставщик выбран, условия сотрудничества зафиксированы в международном контракте, а перспективы развития международных торговых отношений понятны всем заинтересованным сторонам.

С целью повышения эффективности внешнеэкономической деятельности компании, нужно определиться со статьями затрат на организацию импортных или экспортных операций.

В первую очередь, платежи за импортируемый товар поставщику. Партнерские отношения между компаниями возникают при длительном сотрудничестве, полном взаимопонимании и открытости отношений. Основой таких отношений служит международный контракт, где будут зафиксированы все возможные варианты развития отношений, и каждая сторона международного контракта будет видеть перспективу сотрудничества, поэтому снижение этих платежей возможно при развитии хороших партнерских отношений и увеличении объема импортных поставок. Смена иностранного поставщика также является вариантом снижения стоимости товара, но для этого следует

регулярно исследовать международный рынок на предмет появления новых потенциальных партнеров[2].

Доставка груза и его страховка. Доставка и страховка – весьма важная статья расходов при импорте или экспорте продукции. Для того, чтобы снизить издержки на доставку груза, нужно разработать оптимальную схему доставки, рассмотрев все возможные варианты, а также получить лучшую цену от перевозчика, экспедитора и страховой компании.

Специалист любую работу сделает лучше, поэтому разработку транспортной схемы следует предоставить надежному специалисту, и международная логистика, в этом случае, не исключение, тем более, что организация международной доставки имеет ряд особенностей, на освоение которых уйдет масса времени.

Таможенное оформление или таможенная очистка. Этот этап наводит страх и трепет на абсолютно каждого, кто только начинает или хочет начать внешнеторговую деятельность. И в самом деле, российское таможенное законодательство - система довольно сложная и тяжелая, но это система, а значит с ней можно работать. Как уже было упомянуто в вышеизложенном материале, полностью легальное таможенное оформление - один из элементов повышения эффективности внешнеэкономической деятельности. Не исключено, что есть схемы импорта экономичнее, но и риски потерять время, деньги и груз заметно снижают эффективность подобных внешнеэкономических поставок. Основными моментами в работе по таможенному оформлению, которым необходимо уделять особое внимание, если вы хотите повысить эффективность внешнеэкономической деятельности, будет тщательная предварительная подготовка всех необходимых документов, которые сопровождают международную сделку. Чтобы обеспечить быстрое, а значит экономное таможенное оформление, необходимо заранее правильно и грамотно подготовить отгрузочные документы. Тогда ваш груз не будет задержан на таможне и не будет стоять на СВХ дольше льготного периода и не подвергнется дополнительному досмотру, следовательно, в этом случае таможенное оформление будет наиболее экономным.

Расходы на отдел ВЭД. В число этих расходов входит: заработная плата специалистов по внешнеэкономической деятельности и бухгалтеров, аренда офиса, подготовка и повышение квалификации работников, расходы на международные телефонные переговоры, канцелярию и прочее. Передавать ли вам организацию импортных или экспортных операций компании, которая специализируется на этой деятельности, или сохранить в составе компании собственный отдел? Вы сможете ответить на этот вопрос, подсчитав все расходы на содержание собственного отдела внешнеэкономической деятельности.

Таким образом, ВЭД это та сфера хозяйственной деятельности организации, где не профессионализм и отсутствие опыта могут стать причиной серьезных затруднений на пути к поставленным целям и задачам. Следовательно, организации должны тщательно продумать план и стратегию развития своей внешнеэкономической деятельности, чтобы эффективно работать в данном сегменте.

Список литературы:

1. Бабак Л.М., Веретеникова О.А., Осипов В.А. Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 7-6. – С. 1011-1015;

2. Барышева Е.А. Определение направлений повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий // Российское предпринимательство. — 2013. — № 12 (234). — с. 32-38

3. Снетков С.В., Глупак А.С. РОЛЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКТОРА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ /Снетков С.В., Глупак А.С.//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2016. -№ 7-4. -С. 652-655

4. Удовенко К.И., Глупак А.С. ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОТРАСЛЕВОЙ КОНКУРЕНЦИИ /Удовенко К.И., Глупак А.С.//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2016. -№ 7-4. -С. 661-663

5. Кузьмичева И.А, Ворожбит О.Ю., Левкина Е.В. Методический подход к управлению себестоимостью продукции в целях повышения конкурентоспособности предпринимательских структур (на примере рыбоперерабатывающих предприятий Приморского края) // СИСП. 2013. №10(30)