

УДК 339

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Бухматов Р. В.

«Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса», Владивосток, ул. Гоголя 41, e-mail: skalapender75@gmail.com

В данной статье рассмотрены основные проблемы выхода предприятия на внешний рынок. а также возможные пути повышения внешнеэкономической деятельности компании. Любая компания, успешно действующая на рынке, в конце концов, приходит к тому, что ей необходимо развиваться и выходить на новые рынки путем расширения присутствия в других регионах. Но подобная тенденция несёт за собой ряд проблем, решение которых будет затронуто в данной статье. Актуальность данной темы имеет важное значение в современных условиях и сложившейся ситуации, так как обширный слой малого и среднего бизнеса всё чаще переходит к международным отношениям для повышения своей прибыли и поэтому важно знать, с какими проблемами они могут столкнуться. Наша страна занимает выгодное геополитическое положение на мировом рынке, что при соблюдении всех перечисленных в статье проблем и их решений, может обеспечить дополнительную прибыль.

Ключевые слова: экономика, внешнеэкономическая деятельность, бизнес, внешняя торговля.

WAYS OF IMPROVING THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES

Bukhmatov R.V

«Vladivostok state university of economy and service», Vladivostok, Gogol St. 41, e-mail: skalapender75@gmail.com

In this article the main problems of output on a foreign market. as well as possible ways of improving the foreign economic activities of the company. Any company which is successfully operating in the market, in the end, comes to the conclusion that she needs to develop and enter new markets by expanding its presence in other regions. But this trend carries a number of issues that will be addressed in this article. The relevance of this topic is important in modern conditions and the current situation, as the broad layer of small and medium business is increasingly moving to international relations to increase its profit and therefore it is important to know what problems they may face. Our country occupies a favourable geopolitical position in the world market, in compliance with all listed in the article problems and their solutions, can provide additional profit.

Key words: economy, foreign economic activity, business, foreign trade, improving the efficiency.

Любая компания, успешно действующая на рынке, в конце концов, приходит к тому, что ей необходимо развиваться и выходить на новые рынки путем расширения присутствия в других регионах. Но подобная тенденция несёт за собой ряд проблем, решение которых будет затронуто в данной статье.

Проблем затрудняющих развитие внешнеэкономической деятельности на предприятии существует множество, но все их можно разбить на две категории:

- проблемы, порождённые внутренней средой предприятия;
- проблемы, связанные с внешней средой.

Начнём с проблем, которые связаны непосредственно с самой компанией, а именно внутренние, сдерживающие развитие внешнеэкономической деятельности на предприятии.[1]

Важнейшей проблемой во внешней торговле можно назвать качество продукции. Даже если качество продукции на предприятии соответствует всем российским стандартам, для внешней торговли необходимо придерживаться дополнительных требований к товару и его качеству. Выполнение этих требований непосредственно связано с проблемами технического и человеческого характера.

Помимо дефицита некоторых продуктов, из-за введения санкционных мер, произошло увеличение цен на продукцию всех видов, в результате чего прибыль на предприятии возросла, даже с учетом фактора, уменьшения спроса на товар.

Проблемами технического характера можно назвать устаревание оборудования и производственных мощностей в частности. Для ремонта или полной замены оборудования и мощностей необходимы крупные капитальные вложения. Наиболее благоприятно для предприятия реконструкцию оборудования проводить каждый год поэтапно.

К проблемам человеческого характера, возможно, отнести нынешнюю высокую текучесть кадров, недостаток молодого персонала (зачастую больший удельный вес в структуре работников занимают люди свыше тридцати лет и пред пенсионного возраста), а также нехватка квалифицированных по специальности кадров. Непостоянность кадров и недостаток рабочих связанна, прежде всего, с невысокой оплатой труда в нашей стране в целом, так и на предприятии в частности. В России от этих проблем чаще всего страдают предприятия производства и машиностроительной отрасли, так как подобные последствия являются следствием экономического спада в период развала СССР и формирования рыночных отношений в Российской Федерации. Сложная ситуация в этом секторе не способствует привлечению новых молодых кадров.

Недостаток квалифицированной рабочей силы является основной проблемой ещё и потому, что способствует устареванию технологий. Уровень технологий можно понимать, как качество производственного процесса, так и основные свойства товара или продукции. Невысокая технологичность изделий, недостаток принципиально новейших идей и исследований порождает невысокую конкурентоспособность продукта.

Помимо этого, из внутренних проблем можно выделить неправильное или неудачное географическое положения для ведения внешнеэкономической деятельности. Предприятие может находиться в районах отдалённых от границ государства, что вызывает высокие расходы на логистику доставки продукции, как до внутреннего потребителя, так и для потребителя за рубежом. Из этого следует повышение стоимости товара, а так же сложности в таможенном оформлении поставок. Удалённость от границ государства также затрудняет работу по заключению внешнеторговых соглашений и контрактов. [2]

В свою очередь, нахождение на приграничной территории или в зонах достаточной близости к ней, появляется проблема энергообеспечения и высоких затрат на обеспечение предприятия энергетическими ресурсами.

Подобные затраты увеличивают себестоимость продукции, в следствии чего снижается её конкурентоспособность.

В ходе дальнейшей работы выявим внешние проблемы, сдерживающие успешное формирование внешнеэкономической деятельности на предприятии.

На российских предприятиях, которые занимаются производством существуют категории продукции, которые делятся на два типа:

- продукция стратегического назначения;
- народно-хозяйственного назначения.

Первая группа товаров обладает высокой степенью автоматизации и контролируется с помощью удалённого управления и не подлежит внешней торговли. Это может быть связано с определённой политикой государства, а также безопасностью его граждан. Одним из примеров может быть ограничение экспорта со стороны Министерства Обороны.

Помимо этого, препятствует развитие внешнеторговой деятельности на предприятиях частое изменение законодательных актов Российской Федерации. Вследствие этого, компании могут быть вынуждены расторгать контракты с заграничными партнёрами, менять значительные условия контрактов, возвращать вывезенную за границу продукцию (реимпорт) и т. п., в следствии этого компании могут нести катастрофические расходы и убытки.

Ещё одной возможной проблемой может быть нарушение кооперации между предприятиями смежных отраслей, как их ещё называют, отраслевых кластеров. Это наблюдается в отсутствии устойчивых кооперативных связей между поставщиками и потребителями.

Кроме того, существует наиболее распространённый фактор, препятствующий развитию внешнеэкономической деятельности в условиях рыночной экономики, им является высокая конкуренция.

Для того чтобы повысить конкурентоспособность продукции, в первую очередь необходимо достичь того, чтобы качество товаров соответствовало международным стандартам. Как уже говорилось в данной работе что, одним из лучших вариантов может быть обновление оборудования участвующего в

деятельности предприятия. Тем самым, снижается пагубное действие одного из факторов, действующих на качество продукции. [3]

Ещё одним путём повышения эффективности внешнеторговой деятельности можно упомянуть возможность вложения средств в повышение квалификации собственных кадров, но главным аспектом будет являться неотрывное от работы обучение.

Так же, для наращивания эффективности внешнеэкономической деятельности, предприятия могут использовать стратегию диверсификации производства. Предприятиям нужно не забывать о важности такого торгового аспекта как маркетинг и реклама в частности. Компаниям следует проводить маркетинговые исследования перспективных рынков и перспективных продуктов, а так же мощным рекламным кампаниям на внутренних и внешних рынках. Существует известное выражение американского социального психолога Стюарта Хендерсона Бритта, ставшая афоризмом «Вести бизнес без рекламы – все равно, что подмигивать девушке в темноте».

К маркетинговым методам регулирования конкурентоспособности можно отнести применение методов ценовой конкуренции, а именно лимитирование торговых надбавок дистрибьюторов, получение скидок на большие поставки, а так же разные способы стимулирования сбыта (рекламные акции, премиумы, экспозиции).

Во время рассмотрения вышеизложенных предложений по наращиванию объёмов внешнеэкономической деятельности, предприятие обязательно должно провести экономическое подтверждение принимаемых решений. Экономическое подтверждение принимаемых решений по ведению внешнеэкономической деятельности предприятий осуществляется путём расчёта разных экономических показателей эффективности. Систему экономических показателей эффективности для удобства, можно разделить на две группы:

- показатели, характеризующиеся на основе отношения итогов к расходам, они как правило условны и выражаются в условных единицах (% , руб/руб, \$/\$);

- показатели эффекта, характеризующиеся как абсолютные величины, определяемые в определённых денежных единицах как разница между итогами и расходами.

Подводя итог работе, было выявлено, что организация внешнеэкономической деятельности должна полностью соответствовать техническим и финансовым возможностям предприятия, его конкурентоспособности в данном международном рынке сбыта. В настоящее время без проведения грамотного маркетингового исследования внешнеэкономической деятельности, трудно предсказать будущее определённой компании, но имея на вооружении все ранее перечисленные методы увеличения эффективности внешнеэкономической деятельности, предприятие сможет решать проблемы, сдерживающие ВЭД, заняться поиском иных резервов по наращиванию объёмов внешнеторговых операций, а так же изменить организационную структуру управления службы маркетинга и сбыта в соответствии с перспективными направлениями, указанными здесь для улучшения эффективности ВЭД.

Список используемых источников:

1) 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; URL: www.applied-research.ru/ru/article/view?id=9894

2) 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; URL: www.applied-research.ru/ru/article/view?id=9896

3) 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). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskiy-podhod-k-upravleniyu-sebestoimostyu-produktsii-v-tselyah-povysheniya-konkurentosposobnosti-predprinimatelskih>