

УДК 339.9

*Моргунова В. А., студентка ФГБОУ ВО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А. А. Леонова»*

*Научный руководитель: Петрушко Е.Н., к.э.н., доцент,  
доцент кафедры Управления*

*ФГБОУ ВО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова»*

*Российская Федерация, Московская область, г. Королёв*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ – УЧАСТНИКОВ ВЭД**

*Аннотация: Цель данной статьи показать основные направления повышения эффективности деятельности предприятий ВЭД. В статье рассмотрено понятие внешнеэкономической деятельности и его роль на мировом рынке, основные показатели, которые могут влиять на эффективность деятельности предприятия, а также критерии, на которые стоит обратить внимание предприятиям перед выходом на мировой рынок.*

*Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, предприятия, эффективность, мировой рынок.*

*Morgunova V. A., student of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Technological University named after twice Hero of the Soviet Union, Cosmonaut A. A. Leonov"*

*Scientific supervisor: Petrushko E.N., Ph.D., Associate Professor,  
Associate Professor, Department of Management*

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
«Technological University named after twice Hero of the Soviet Union, pilot-cosmonaut A.A. Leonov»*

## **THE MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES PARTICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY**

*Annotation: The purpose of this article is to show the main directions for improving the efficiency of foreign economic activity enterprises. The article examines the concept of foreign economic activity and its role in the world market, the main indicators that can affect the efficiency of an enterprise, as well as criteria that enterprises should pay attention to before entering the world market.*

*Keywords: foreign economic activity, enterprises, efficiency, world market.*

Внешнеэкономическая деятельность является частью хозяйственной деятельности предприятий, которые тесно связаны с импортом и экспортом продукции и международной производственной кооперацией. Сутью внешнеэкономической деятельности является выход предприятия на внешний рынок.

Внешнеэкономическая деятельность является неотъемлемой частью глобальной мировой экономики. Для каждого предприятия ВЭД необходимо проанализировать внешний мировой рынок перед тем, как осуществлять внешнеэкономическую деятельность. Соответственно, здесь ключевым становится анализ деятельности предприятия, его способы и методы повышения эффективности. В условиях быстроразвивающегося мирового рынка и информационных технологий предприятиям ВЭД необходимо наличие конкурентных преимуществ, оперативная адаптация к изменяющимся требованиям рынка. Следует рассмотреть различные направления и методы, которые могут быть использованы предприятиями для достижения высокой эффективности в сфере внешнеэкономической деятельности.

Повышение направления эффективности деятельности предприятий ВЭД для каждой страны имеет огромное значение, так как позволяет расширить экономические возможности, привлечь иностранные ресурсы и рынки сбыта, улучшить уровень жизни населения и развить экономику страны в целом.

Развитие и глобализация мировой экономики приводит к ряду последствиям для предприятий ВЭД, такие как:

- увеличение конкуренции;
- большие риски и неопределенность;
- развитие технологий и инноваций;
- экономия на издержках.

Стоит рассмотреть каждое последствие как можно подробнее. То есть увеличению конкуренции предшествует глобализация рынка, в которую входит возможность конкурировать с предприятиями других стран. Такое может привести к усиленной конкуренции, так как участнику ВЭД необходимо будет суметь удержать и расширить свою долю рынка.

Также глобализация тесно связана с рисками, которые зависят от нестабильности мировой экономики. Эта нестабильность может быть сопряжена с политическими ситуациями в разных странах, изменениями курса валют и различных тарифных барьеров. Существует проблема выхода предприятия на мировой рынок из-за конвертации валюты, которая могла до выхода на мировой рынок предприятие не затрагивать, благодаря мерами тарифного и нетарифного регулирования, коррупцией и пиратством. Соответственно, участники ВЭД должны быть готовы к оперативной адаптации к изменениям и развитию долгосрочной стратегии для управления такими рисками [3, с. 56].

Изменения технологий и внедрение инноваций также значительно влияет на мировой рынок, так как предприятия внешнеэкономической деятельности нуждаются в регулярном совершенствовании своей продукции и услуг для конкурентоспособности на внешнем рынке.

Из-за глобализации предприятие ВЭД может позволить использовать дешевую рабочую силу и ресурсы из других стран. Это поможет значительно снизить издержки производства и повысить конкурентоспособность.

Очевидно, что перед выходом на мировой рынок предприятию следует провести значительный анализ. А именно в первую очередь исследовать рынок, чтобы понять его потенциал, потребности потребителей, конкурентную среду. Допустим, чтобы разработать стратегию экспортной деятельности предприятию необходимо провести подробный анализ внешней и внутренней среды предприятия. В этом могут помочь методики анализа внешней среды, в которых лежит принцип соотнесения факторов внешней и внутренней среды предприятия. Существует SWOT-анализ и TOWS-анализ, с помощью этих инструментов можно произвести анализ внешних и внутренних факторов, которые влияют на предприятие. SWOT-анализ дает возможность идентифицировать потенциальные преимущества и недостатки организации. Благодаря SWOT-анализу можно определить возможности для роста и угрозы, которые могут возникнуть во внешней среде.

TOWS-анализ является продолжением и дополнением SWOT-анализа. Этот анализ помогает спроектировать стратегию и план действий предприятия, чтобы их использовать для управления с угрозами [4].

Эти два способа анализа помогают предприятию проанализировать внутренний и внешний рынок, а также разработать эффективную стратегию и план действий для достижения успеха на мировом рынке.

Как уже известно, что внешнеэкономическая деятельность представляет собой экспорт и импорт хозяйственной деятельности, в ходе которой происходит процесс заключения внешнеторговых контрактов с зарубежными участниками сделки. Основной целью экспортной деятельности можно в первую очередь выявить получение и увеличение прибыли, а также захват новых рынков с помощью сбыта товара, экономия на производственных издержках за счет масштабирования производства. А целями импортной деятельности является в основном расширение производства за счет изучения

новых внутренних рынков, усовершенствование и развитие внутреннего производства, увеличение ассортимента товара на внутреннем рынке. Также импорт помогает стимулировать развитие технологий на внутреннем рынке за счет появления зарубежных конкурентов.

Соответственно, перед выходом на мировой рынок предприятию ВЭД стоит позаботиться о повышении эффективности деятельности. Есть много методов для анализа эффективности, такие как факторные, расчетные, экспертные. Факторный метод заключается в том, что производится анализ из различных факторов, которые влияют на эффективность предприятия в целом.

Выделяют основных два фактора, которые могут влиять на эффективность деятельности: контролируемые и неконтролируемые факторы.

Чтобы предприятию ВЭД удержаться на мировом рынке, следует воздействовать на контролируемые факторы, такие как:

- доля на рынке;
- условия сделок с контрагентами;
- качество товара и адаптация к потребностям и конъюнктуре внешнего рынка;
- ассортимент продукции;
- ценовая политика.

Рассматривая неконтролируемые факторы предприятие может столкнуться с серьезными проблемами. Основные важные неконтролируемые факторы:

- динамика валютных курсов;
- внешнеторговая политика стран;
- условия транспортных тарифов и таможенных пошлин;
- состояние экономики стран импортеров;
- конъюнктура рынков сбыта.

В случае развития неконтролируемых факторов участники предприятий ВЭД повлиять на сами факторы не могут, но могут подстроиться под данные факторы и создать план действий [2].

Существует такое понятие как «кризис», которое всегда меняла мировую экономику, а также значительно меняла жизнь людей. У возникновения кризиса всегда есть весомая причина, которая может быть связана с катастрофами и катаклизмами.

Рассматривать понятие «кризис» можно с разных сторон. Кто-то считает это огромной проблемой, которую стоит незамедлительно решать и исправлять, а кто-то как «возможностью» улучшить некоторые процессы.

Например, Владимир Иванович Даль считает кризис опасной ситуацией, которая несет угрозу и требует немедленного решения. Большинство авторов считает, что данное понятие является глубоким нарушением целостности системы, которое подвергает опасности предшествующее устойчивое функционирование.

Е. М. Михайлова считает, что кризис стоит воспринимать как что-то позитивное и стимулирующее предприятия развивать свой потенциал, реализовывать скрытые силы. Это как возможность последующего роста организации. Выявляя в процессе кризиса слабые места и недостатки, для организации появляется возможность исправить их и усилить свои позиции и получить в дальнейшем большой результат.

В целом, кризис может негативно сказываться на предприятия ВЭД. Некоторые самые основные проблемы, которые могут настичь предприятие внешнеэкономической деятельности это:

- увеличение стоимости кредитования и сложность доступа к финансовым ресурсам, такой случай может значительно затруднять деятельность предприятия;
- валютный риск, колебание валюты может спровоцировать убытки в случае ее нестабильного состояния;

– снижение спроса на экспортные товары и услуги из-за сокращения возможности покупателей приобретать товар в других странах, такая ситуация может привести к уменьшению выручки и объема производства предприятия.

Таким образом, в случае кризиса предприятиям ВЭД стоит адаптироваться к изменяющимся условиям и находить новые возможности для развития бизнеса.

Чтобы определить основные направления повышения эффективности деятельности предприятий ВЭД стоит использовать системный подход, с помощью которого можно проанализировать разные виды внешнеэкономической деятельности [1].

В процессе анализа показателей эффективности предприятия ВЭД можно вычислить проблемы, которые требуют своевременного решения.

Для расчета показателей эффективности следует проанализировать ключевые показатели:

- импортные и экспортные показатели за определенный период времени;
- баланс внешней торговли, высчитывается разница в объеме продаж между экспортом и импортом;
- объем товарооборота, который показывает общий объем товара, проданных на внешнем рынке;
- производительность труда, где высчитывается отношение объема производства к численности работников [3, с. 86].

В целом, чтобы улучшить показатели эффективности предприятия следует улучшить использование действующего капитала производственных мощностей. А также следует экономить потребляемые ресурсы и следить за их расходом. Конечно, каждое предприятие должно использовать классические оценки эффективности, такие как эффективность производства, продажи и капитала. И должно предприятие высчитывать маржинальную прибыль, рассчитанную в виде экспортной выручки и переменными издержками в составе экспортных затрат.

В большинстве случаев зарубежные рынки предоставляют огромные требования к произведенным товарам, сервису и все предприятия ВЭД нуждаются в обработке большого количества информации, которая влияет на объем издержек.

Как уже было выше сказано, что импортные и экспортные показатели важные для предприятия ВЭД, которые могут указывать на эффективность организации. К примеру, осуществление экспорта можно считать результатом достижения конкурентоспособности товара на внешнем рынке. Большое количество экспортируемого товара влияет на эффективность предприятия.

Для определения влияния развития экспортного потенциала следует определить величину каждой его составляющей. Нужно произвести оценку достигнутого экспортного потенциала и произвести оценку нереализованного экспортного потенциала по трем показателям: объему товарной продукции, которая конкурирует на мировом рынке, но не поставляется на него; объему валютной выручки от экспорта по данным прошлых лет, которая не была востребована по различным причинам на рынках; объем рекламаций, где включен полный и неполный возврат брака.

Следует оценивать результаты деятельности эффективности предприятия с помощью прямых и частных показателей.

Прямыми показателями являются: прирост объемов продукции по рынкам сбыта; прирост чистой прибыли; увеличение коэффициента эффективности деятельности предприятия.

К частным показателям относится: прирост доли инновационной продукции; прирост стоимости бренда; повышение доли конкурентоспособной продукции, улучшение деловой репутации предприятия.

Таким образом, устойчивое положение предприятия на внешнем рынке базируется с помощью анализа показателей эффективности деятельности предприятия ВЭД. С помощью которых появляется возможность улучшить отрицательные показатели и определить основные направления повышения эффективности деятельности предприятий ВЭД.



### **Использованные источники:**

1. Бабаш Л.П. Методика анализа эффективности внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования // Бухгалтерский учет и анализ. – 2003. – № 1. – С. 3-17. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/lib/8152> (дата обращения 15.02.2024);

2. Мерзликина Е.М. Оценка эффективности деятельности организации, монография. – М.: МГУП, 2004. – 93 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: (дата обращения 15.02.2024);

3. Кельчевская Н.Р., Оценка внешнеэкономической деятельности промышленного предприятия в условиях финансового кризиса// магистерская диссертация – 2017, с. 3-103 [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/50419/1/m\\_th\\_a.a.panachev%20\\_2017.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/50419/1/m_th_a.a.panachev%20_2017.pdf) (дата обращения: 18.02.2024);

4. Тулина О. И., ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ// Электронный научный журнал «Вектор экономики» – 2020 – № 12 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2020/12/marketingandmanagement/Tulina.pdf> (дата обращения: 19.02.2024).