

номически целесообразно применение таких комплексных удобрений как $N_{28}P_{80}K_{120}$ (АФК) и $N_{14}P_{40}K_{60}$ (АФК), так как при их применении получена наименьшая себестоимость дополнительной продукции (11,1 руб/ц) и наибольшая окупаемость дополнительных затрат 2,7 руб/руб.

Применение всех форм комплексных удобрений в посадках картофеля сорта «Першацвет» экономически целесообразно. Однако, применение комплексных удобрений $N_{28}P_{80}K_{120}$ (АФК) наиболее экономически целесообразно, так как окупаемость дополнительных затрат в этом варианте опыта наибольшая и составила 2,9 руб/руб., себестоимость 1 ц дополнительных затрат наименьшая и равняется 10,3 руб/ц.

Заключение. Как показывают исследования, система удобрения является важнейшим элементом системы земледелия, предусматривающий использование органических и (или) минеральных удобрений для повышения урожая и его качества, а также воспроизводства плодородия почвы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лобанова, И. В. Экономика и организация сельскохозяйственного производства. Курс лекций: учеб.-метод. пособие / И. В. Лобанова, Т. Н. Тищенко. – Горки: БГСХА, 2019. – 324 с.
2. Ионас, Е. Л. Влияние новых форм удобрений и регуляторов роста на продуктивность и качество сортов картофеля на дерново-подзолистой легкосуглинистой почве: автореф. ... канд. с.-х. наук / Е. Л. Ионас. – Минск, 2018. – 25 с.

УДК 339.9

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Метрик Л. В., ст. преподаватель

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Ключевые слова: стратегия, внешнеэкономическая деятельность, внешняя среда.

Аннотация. В статье рассмотрена сущность стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия. Отмечены концептуальные отличительные характеристики построения стратегии ВЭД. Проанализированы факторы, влияющие на выбор стратегии предприятия на внешнем рынке.

STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

Metrik L. V., senior lecturer

Educational institution "Belarusian State Agricultural Academy",

Gorki, Republic of Belarus

Keywords: strategy, foreign economic activity, external environment.

Summary. The article considers the essence of the strategy of the external economic activity of the enterprise. The conceptual distinctive characteristics of the construction of the foreign economic activity strategy are noted. The factors influencing the choice of the company's strategy in the foreign market are analyzed.

Введение. Разработка стратегии организации является неотъемлемой частью ее успешного функционирования. Это сравнительно молодое направление деятельности, но оно имеет огромное значение для любого предприятия. Благодаря созданию определенной стратегии, то есть конкретной модели действий, предприятия могут работать более качественно в условиях постоянно меняющейся внешней среды, подстраиваться под эти изменения, то есть быть более гибкими и получать наибольшую отдачу от своей деятельности.

Основная часть. Для того чтобы предприятие успешно развивалось, необходимо научиться правильно и четко определять линию поведения предприятия в долгосрочной перспективе. Общая стратегия внешнеэкономической деятельности является планом управления, который распространяется на все предприятие, охватывая все направления его деятельности. Стратегию внешнеэкономической деятельности можно определить как долгосрочный план деятельности предприятия на мировом рынке, который включает средства и методы для достижения сформулированной цели. Это часть общей стратегии всего предприятия, обе эти стратегии должны быть согласованы.

Стратегию внешнеэкономической деятельности предприятия также можно охарактеризовать как способ, с помощью которого предприятие может создавать, сформировать и координировать свои действия на любых рынках.

Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия определяет: эффективность деятельности предприятия; положение предприятия на рынке; особенности продукции по сравнению с продукцией

конкурентов; конкурентные преимущества предприятия как следствие согласованности действий; жизненный цикл предприятия как результат эффективности правильно разработанной стратегии [1, с. 36].

Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия может быть конкретизирована следующим образом:

1. Стратегия роста (развития) в рамках: интенсификации; диверсификации; интеграции; технико-технологического развития.

2. Стратегия стабилизации (ограниченного роста) в рамках: экономии расходов и сбора «урожая»; постоянной адаптации к внешней среде; сохранение научно-технического и кадрового потенциала.

3. Стратегия выживания (сокращение) в рамках: организационной санации; экономической и финансовой санации; маркетинговой санации; социальной санации; ликвидации предприятия [2, с. 202].

Формирование стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия является достаточно сложным и длительным процессом, поскольку из множества стратегических альтернатив необходимо выбрать то количество, которое необходимо для выбора.

Исследуя вопрос стратегии внешнеэкономической деятельности, можно сделать вывод, что на предприятиях, участвующих во внешнеэкономической деятельности стратегия сложнее по сравнению с предприятиями, действующими в рамках внутреннего рынка (рис. 1).

В ходе исследования на основе комплексного подхода были структурированы концептуальные отличительные характеристики построения стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия.

Во-первых, совершенно особое значение в процессе стратегического управления внешнеэкономической деятельностью предприятия приобретает анализ внешней среды, специфика которого заключается в необходимости учета и изучения гораздо большего количества факторов, характеризующих внешнюю среду (экономических, политических, правовых, культурных), что требует больших затрат времени, финансовых, трудовых и прочих ресурсов.

Во-вторых, качественно отличается анализ факторов внутренней среды предприятия, занимающегося внешнеэкономической деятельностью, от соответствующего анализа, проводимого для предприятия, работающего только на внутреннем рынке.

В-третьих, свою специфику имеет определение стратегического видения и миссии предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. Это связано с расширением или иным изменением круга потребителей выпускаемой продукции [3, с. 46].



Рис. 1. Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия

Примечание. Источник: [3, с. 46].

В-четвертых, в процессе стратегического управления внешнеэкономической деятельностью у предприятия возникает необходимость постановки специфических целей и задач, которые связаны, с одной стороны, с особыми требованиями к персоналу, обусловленными в первую очередь общекультурными различиями между странами, с другой – с адаптацией выпускаемой продукции к зарубежным стандартам.

В-пятых, спектр возможных стратегических решений во внешнеэкономическом бизнесе значительно более широкий. Это обусловлено наличием дополнительных источников получения конкурентных преимуществ, недоступных для компаний, обслуживающих только внутренний рынок.

В-шестых, ввиду указанных обстоятельств, одна и та же выбранная стратегия может быть реализована совершенно разными способами предприятиями, работающими на внешнем и только внутреннем рынках [4, с. 70].

Перечисленные специфические особенности процесса построения стратегии внешнеэкономической деятельностью вызывают необходимость адаптации существующих техник и методик применительно к предприятиям, вовлеченным в международные экономические отношения, а также диктуют особые требования к построению системы организационно-экономического обеспечения функционирования механизма стратегического менеджмента на рассматриваемых предприятиях [5, с. 246].

Кроме того, рассматривая влияние различных факторов на разработку и выбор экспортной стратегии предприятия, необходимо отметить, что практически все специалисты в области стратегического менеджмента дают свой набор факторов внешней среды (рис. 2).

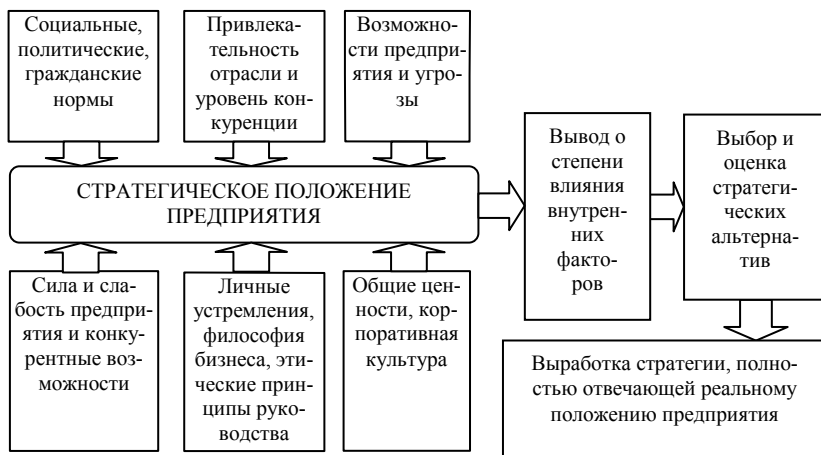


Рис. 2. Факторы, влияющие на выбор стратегии предприятия на внешнем рынке

Примечание. Источник: [6, с. 17].

Таким образом, при формировании экспортной стратегии предприятие может использовать 4-уровневую модель влияния внешних факторов, представленных на рис. 2. Данная модель может быть использована для выявления ключевых факторов при разработке стратегии внешнеэкономической деятельности.

Также стоит отметить, что важнейшая составляющая процесса планирования внешнеэкономической деятельности – разработка программ и бизнес-планов. Программы обычно определяют развитие одного из важных аспектов жизнедеятельности предприятия (программы по модернизации оборудования, совершенствованию технологий, организации контроля качества, учета движения продукции, запасов, ресурсов и другие, связанные с использованием ресурсов мировых рынков и реализацией внешнеэкономических операций). В основе разработки программ внешнеэкономической деятельности – оценка внешнего потенциала предприятия, включающего:

- производство конкурентоспособной на мировом рынке продукции, характеризующейся высоким качеством, относительно низкими производственными затратами, широким ассортиментом, способным удовлетворить самые взыскательные потребности, быстрыми темпами обновления;

- использование современного высокотехнологического оборудования, обеспечивающего сочетание высокой производительности труда и качества работы, непрерывность технологического процесса, использование преимуществ серийного производства с возможностями его гибкой перестройки;

- наличие высококвалифицированных, в том числе в сфере внешнеэкономической деятельности, специалистов, способных в комплексе решать всю совокупность вопросов начиная с разработки, отвечающей требованиям мирового рынка продукции и заканчивая ее реализацией за рубежом и послепродажным обслуживанием зарубежных клиентов;

- привлечение минимального количества надежных поставщиков комплектующих и полуфабрикатов, деталей, обеспечивающих гарантированные бесперебойные поставки;

- выгодное с точки зрения международного сотрудничества месторасположение самого предприятия (минимальные расходы на транспортировку, погрузочно-разгрузочные работы и транзит) [4, с. 70–71].

Различные аспекты внешнеэкономической деятельности предприятия содержатся в разных разделах бизнес-плана, но обязательное отражение в нем должны найти следующие аспекты:

- экономическое обеспечение внешнеэкономической деятельности, которое включает обоснование всех издержек производства, а также дополнительно возникающих в связи с требованиями иностранного партнера, с выплатой таможенных пошлин, расходами по разработке и внедрению международных стандартов качества, сертификации продукции и т. д.;

- способы и формы выхода на внешний рынок: обоснование реализуемого этапа интернационализации деятельности компании, способа экспортного продвижения товара (услуги), возможности использования таких новых форм производственного сотрудничества, как международная кооперация, франчайзинг, купля-продажа лицензий, финансовый лизинг и др.;

- нормативное обеспечение внешнеэкономической деятельности, вытекающее из необходимости соблюдения международного права и торговых обычаев, законодательства Беларуси и страны зарубежного партнера в процессе проведения внешнеэкономических операций;

- организационное обеспечение внешнеэкономической деятельности, в том числе наличие служб и специалистов, способных эффективно реализовать выбранные формы внешнеэкономической деятельности, технические процедуры по подготовке, заключению и исполнению внешнеэкономических операций; обеспеченность транспортом, складскими помещениями, производственными мощностями; наличие стратегических поставщиков сырья, материалов, комплектующих для обеспечения бесперебойной работы предприятия и т. д. [2, с. 205].

Заключение. На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что под стратегией внешнеэкономической деятельности предприятия следует понимать систему логически взаимосвязанного набора правил и процедур, позволяющих предприятию вести свою деятельность как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Построение стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия представляет собой сложный процесс, состоящий из шести основных этапов. Экономическое обоснование стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия включает в себя анализ текущего и прогнозирование будущего состояния внутренней и внешней среды, определение стратегического видения, миссии, целей, задач, выработку стратегии, реализацию стратегии, оценку и контроль результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андронов, В. В. Стратегия внешнеэкономической деятельности корпорации / В. В. Андронов // Экономика, предпринимательство, окружающая среда. – 2018. – № 4 (24). – С. 33–37.
2. Басенко, А. М. Основные принципы и подходы формирования стратегии развития внешнеэкономической деятельности региона / А. М. Басенко, И. В. Ишанов // Финансовые исследования. – 2018. – № 3 (48). – С. 200–207.
3. Науменко, Е. К. Формирование стратегии управления устойчивым развитием внешнеэкономической деятельности предприятия / Е. К. Науменко // Международная экономика. – 2019. – № 7. – С. 45–47.
4. Соколова, Н. В. Принципы управления внешнеэкономической деятельностью

промышленных предприятий / Н. В. Соколова, М. Л. Елисеева // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2018. – № 7 (32). – С. 69–73.

5. Трифонова, Е. Ю. Методика оценки эффективности мероприятий по реализации стратегии предприятий участников внешнеэкономической деятельности / Е. Ю. Трифонова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2019. – № 3 (3). – С. 246–251.

6. Шиндина, К. В. Теоретические основы разработки конкурентных стратегий предприятий / К. В. Шиндина // Оригинальные исследования. – 2020. – Т. 10. – № 9. – С. 15–19.