

Экспортная активность предприятий и определяющие ее факторы

Морозова А. С.

Белорусский национальный технический университет

Развитие экспорта и в том числе стимулирование экспортной активности предприятий является одним из приоритетных направлений развития экономики Республики Беларусь.

Таблица 1. Доля экспорта в Россию и страны вне СНГ

Страна	2002	2003	2004	2005	2006
Россия	49,6	49,1	47,1	35,8	34,7
Страны вне СНГ	45,3	45,4	46,9	55,8	56,4

Рост экспорта в зарубежные страны, не входящие в СНГ, до 8919 миллионов долларов в 2005 году (что на 38% превышает величину 2004г.) и до 11123,7 миллионов долларов в 2006 году (что на 24% превышает величину 2005г) наряду с увеличением доли экспорта в эти страны позволяет свидетельствовать о возможности реализации субъектами хозяйствования Республики Беларусь своего экспортного потенциала вне СНГ. Но географическая диверсификация экспорта и жесткая конкуренция на зарубежных рынках требует от экспортоактивных предприятий совершенно иного подхода к экспортной деятельности.

Проблемам выбора и анализа факторов и стратегий проникновения и поведения предприятий на зарубежных рынках посвящали свои работы множество американских, английских, французских и немецких исследователей. Однако предприятиям стран Восточной Европы с переходными экономиками, как правило, в исследованиях отводилась роль не субъекта, а объекта выбора. Поэтому, в частности, предприятия Республики Беларусь как потенциальные субъекты принятия управленческих решений в сфере выбора стратегий проникновения и поведения на зарубежных рынках остались вне исследовательского поля зрения. Среди белорусских исследователей проблем международной и, в частности, экспортной активности предприятий Республики Беларусь следует назвать А.В. Данильченко, Л. М. Петровскую, И.Э. Точицкую. В их работах затрагивались как

макро-, так и микроэкономические аспекты интернационализации деятельности предприятий. Однако процесс и факторы принятия белорусскими предприятиями управленческих решений о выходе на зарубежные рынки и выборе наиболее приемлемой экспортной стратегии требует дальнейшего более глубокого исследования.

Построению экспортной стратегии сбыта любым из предприятий – субъектом выбора экспортной стратегии - предшествует основополагающее решение о выходе на зарубежные рынки в целом и с конкретным товаром, в частности. Факторы, определяющие экспортную активность, могут быть исследованы в трех направлениях:

1. Анализ и ранжирование основных мотивов осуществления экспортной деятельности. В экономической литературе выделяют следующие основные мотивы: развитие предприятия: возможность получения более высокой рентабельности продаж и производства, ограниченность внутреннего рынка и насыщение внутреннего спроса, жесткая конкуренция на внутреннем рынке и рост давления со стороны конкурентов, продление жизненного цикла продукции, возможность большей загрузки производственных мощностей, снижение себестоимости за счет увеличения производства и реализации (эффект масштаба), снижение риска за счет диверсификации рынков, государственное стимулирование экспорта и др.

2. Описание и анализ характеристик и профиля экспортирующего предприятия. Так, множество эмпирических исследований выявило, что экспортная активность фирмы положительно коррелирует с размером фирмы.

3. Построение модели принятия решения об осуществлении экспортной деятельности. Все модели, предложенные различными исследователями экспортной активности, можно классифицировать по двум направлениям: модели ориентированные на издержки, и модели, ориентированные на другие факторы принятия решения, в числе которых экономические, правовые и культурные характеристики страны, или региона экспорта.

Углубленный анализ факторов экспортной активности позволит объяснить причины недостаточной экспортной активности белорусских предприятий.