

Гуз М.М., Чижевский В.С., ФММП БНТУ, г. Минск

Резюме – поддержка экспорта промышленных предприятий в настоящее время является довольно актуальной темой как с теоретической, так и с точки зрения практики государственного управления.

Ключевые слова: промышленные предприятия, экспорт, внешняя торговля, предприятие-экспортер, государственная поддержка, внешнеторговая политика.

Введение. Идентификация внешнеторгового потенциала и места в международном разделении труда – одна из стратегически важных целей Республики Беларусь. Внешнеторговый потенциал государства - комплексная характеристика, отражающая материальные и интеллектуальные возможности участия государства в торговом сотрудничестве с другими странами.

Основная часть. Республика Беларусь обладает высоким внешнеторговым потенциалом. Основная доля внешнеторгового потенциала Беларуси приходится на промышленность (66 % валового общественного продукта, в частности 40% - машиностроение, химия и нефтехимия). Основными товарами, входящими во внешнеторговый оборот, являются: нефтепродукты, шины и химические волокна – 40%; азотные и калийные удобрения – 20%; сельскохозяйственная техника, грузовая техника – 20%; мясная и молочная продукция – 15%; сахар – 4%; другое – 1%. К основным внешнеторговым партнерам Республики Беларусь относятся из стран Восточной Европы – Россия, Украина, из стран Западной Европы – Польша, Латвия, Литва, Германия, а также США. Несмотря на то, что в последнее время Беларусь характеризуется увеличением объемов внешней торговли товарами и услугами, высокими темпами роста экономики в целом, внешнеторговое сальдо остается отрицательным. К факторам, замедляющим развитие белорусского экспорта, относятся: финансовое положение многих предприятий промышленности является тяжелым, что не позволяет выделять средства для проведения модернизации оборудования, вложения инвестиций в проекты по развитию экспорта; жесткая конкуренция на рынке со стороны предприятий дальнего и ближнего зарубежья; валютная неурегулированность; недостаток квалифицированного персонала, навыков и опыта работы, позволяющих реализовывать проекты по развитию экспорта. Одним из важных направлений торговой политики государства является развитие экспорта и активное участие во внешнеторговой деятельности. Стимулирование экспорта со стороны государства позволит предприятиям активнее участвовать во внешней торговле.

Многие исследователи, такие как Leonidou, Leonidas C 1995, Barker, T., Kaynak, E. 1995, Katsikeas, C., Piercy N 1993, пытались определить факторы, оказывающие влияние на предприятия, желающие начать реализацию товаров и услуг за пределы страны и увеличивать объемы экспорта. Большинство из них пришли к выводу, что данные факторы приводят к развитию экспортного потенциала. Все факторы были разделены на внутренние (то, что происходит внутри предприятия) и внешние (за пределами предприятия), что позволяет определить, какие из факторов подталкивают предприятия к осуществлению экспортной деятельности. Экспортные факторы (стимулы) также подразделяют на проактивные – те, которые воздействуют на интересы предприятия по развитию на зарубежных рынках, и реагирующие – вызывающие реакцию на негативные условия рынка.

В соответствии с этим согласно подходу, предложенному Albaumental в 1989 году, могут быть классифицированы на внутренние проактивные (возможность увеличения продаж, специфические конкурентные преимущества, экономия от масштабов бизнеса и др.), внутренние реагирующие (использование незадействованных производственных мощностей, возможность компенсации сезонности продаж, уменьшение продаж на внутреннем рынке и др.), внешние проактивные (наличие уникальной информации о рынке, возможностях на рынке, поддержка экспорта государством и др.), внешние реагирующие (наличие заказов других стран, экспортная деятельность конкурентов и др.).

Стимулирование экспорта возможно несколькими способами:

1. Создание благоприятного макроэкономического климата в государстве и создание необходимых условий для предприятий-экспортеров. Данный способ стимулирования экспорта для стран с рыночной экономикой, использующих правила регулирования торговли, разработанные международными экономическими организациями по вопросам регулирования внешней торговли товарами и услугами, а также интеграционными союзами.

2. Создание системы господдержки экспорта. Система должна включать в себя целевое кредитование предприятий, разрабатывающих проекты по развитию экспорта или реализующих политику экспорта, а также страхование этих кредитов. Данная система позволит предприятиям избежать рисков, связанных с нестабильностью конъюнктуры рынка.

К эффективным методам развития экспортного потенциала предприятий можно отнести:

- предоставление правительством или частными институтами экспортных субсидий фирмам-экспортерам на вывоз определенных товаров за границу, что влечет за собой уменьшение цен на вывозимую продукцию и расширение экспорта предприятиями. Мировая практика показывает, что субсидирование распространяется как на экспорт, так и на производство;
- финансовая помощь со стороны государства в виде предоставления различных финансовых услуг и средств из государственного бюджета.

- предоставление целевых кредитов на экспорт. Объем средств, предоставляемых одним банком для предприятия-экспортера, может быть недостаточно для покрытия издержек по производству и реализации экспортных товаров. Система кредитования экспорта не развита, т.к. в стране малая доля свободных денежных (в частности, валютных) ресурсов, слабо развита банковская система и система страхования. В данной ситуации целесообразным будет создание отдельного банка (возможно, на основе существующего коммерческого банка), деятельность которого будет направлена на поддержку экспортных проектов;

- страхование экспорта товаров и услуг, что позволит предприятиям-экспортерам чувствовать увереннее на мировых рынках; процедура страхования экспортных рисков должна быть максимально простой (сокращение перечня документов);

- предоставление налоговых и таможенных льгот, позволяющих частично освободить предприятия-экспортеры от выплаты прямых или косвенных налогов на несколько лет.

Для решения проблем, связанных с развитием экспорта, государство и предприятия-экспортеры должны принять меры, направленные на: повышение качества продукции, улучшение внешнего вида, а также упаковки; увеличение удельного веса переработанной продукции в экспорте; детальное изучение мировых рынков, сбыт и продвижение продукции на внешних рынках; ускорение реализации мероприятий программы импортозамещения. При экспорте товаров предприятиями особое внимание должно быть уделено развитию логистического сервиса. Зачастую издержки, связанные с логистикой, занимают значительную часть, что уменьшает прибыль предприятия, а также говорит о нецелесообразности экспорта товаров. Оптимизация логистической структуры позволит предприятиям уменьшить часть издержек, а также максимизировать прибыль. Оптимизация логистической структуры может быть за счёт включения в перечень логистических услуг аутсорсинг.

Закключение: при разработке внешнеторговой политики государство и предприятия-экспортеры должны соблюдать баланс в работе, направленный на развитие экспортного потенциала страны. Мероприятия, направленные на развитие экспортного потенциала страны, позволят достичь целей, намеченных Национальной программой поддержки и развития экспорта Республики Беларусь, повысить конкурентоспособность предприятий-экспортеров на зарубежных рынках, увеличить номенклатуру товаров на экспорт, а также расширить географию торгового сотрудничества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Организация внешней торговли [Электронный ресурс] / Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. - Режим доступа: <http://www.president.gov.by>. Дата доступа: 12.12.2017.

2. Морозов, Ю.П. Внешнеэкономическая деятельность: организационноэкономический аспект / Ю.П. Морозов. - Нижний Новгород: Высшая школа, 2014. - 241с.

3. Мобков, А.В. Международное регулирование внешнеэкономической деятельности: Учеб. /Д.П.Алесандров, А.В.Мобков, С.А.Васьковский и др., Под общ. ред. В.С.Каменькова. - Минск.: Дикта, 2005. - 800 с.

4. Бровкова, Е.Г., Проудиус И.П. Внешнеэкономическая деятельность / Е.Г. Бровкова, И.П. Проудиус. - Москва.: МТ-Пресс, 2011. -186 с.

5. Дологов, С.И. Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело / С.И. Дологов, И.И. Кретьова. / Москва.:ЭКСПРЕСС,2013. - 139 с.

УДК 339

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК МЕХАНИЗМА АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Диковицкая Д.В., ГУО «РИВШ», г. Минск

Резюме - в статье рассмотрены основные типы организаций, работающих в сфере социального предпринимательства, изучены их признаки, описаны характеристики предприятий, создающих социальную ценность, определены модели создания социальных предприятий, которые могут выступать в качестве механизма активации инновационно-инвестиционных процессов в конкретном регионе.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, взаимодействие, модель, инновационный подход.

Введение. В настоящее время социальное предпринимательство рассматривается как синтез социальной и экономической деятельности. Изучая социальное предпринимательство, необходимо уйти от градации по признаку «коммерческий – некоммерческий», поскольку на практике большинство компаний применяют оба компонента неразрывно друг от друга. Для оценки масштабов социального предпринимательства целесообразно изучить появившиеся в разное время модели социальных предприятий. В мире существует множество форм и моделей развития социальных предприятий, например, кооперативы или организации гражданского общества. [1, с. 98].

Основная часть. Социальное предпринимательство охватывает широкий спектр различных форм: некоммерческие, коммерческие и гибридные формы организаций и виды деятельности, возникающие из частного или государственного секторов без какого-либо ограничения и х юридической формы, стратегии получения дохода, сферы деятельности или сектора, в котором они работают [2, с.27]. Социальное