

способствует созданию общей ценностной стратегии образовательной организации, путем реализации одного или нескольких из перечисленных ниже трех способов:

1) создавая инновационный процесс обучения на основе новых технологий и нового подхода с учетом потребностей заинтересованных сторон;

2) разрабатывая политику и методы ее реализации, повышающие конкурентоспособность университетов, одновременно улучшая экономические и социальные условия в сообществах, посредством анализа и принятия решения по каждому виду деятельности в цепочке создания стоимости: основной (набор студентов, процессы обучения, маркетинг, показатели результативности, влияние на общество и др.) или поддерживающей (инфраструктура, используемые технологии, набор административного и академического персонала, повышение компетентности, исследования и разработки и др.);

3) удовлетворяя спрос на рынке труда на специалистов определенной номенклатуры и качества их компетенций.

**Заключение.** Основываясь на приведенных выше результатах, можно констатировать, что большое количество требований уже разработаны в ливанских образовательных организациях, однако для интегрирования всех 11 принципов стандарта ISO 21001: 2018 требуется выработка стратегий общих ценностей и создания инновационной бизнес-модели.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Hussein, B., Abou Nassif, S., Aridi, M., Chamas, M., Khachfe, H. Challenges and Prospects of Implementing ISO 9001:2015 in Lebanese Higher Education Institutions/B.Hussein, S.Abou Nassif, M Aridi, M.Chamas, H. Khachfe// Journal of Resources Development and Management. – 2017. – № 1. – P. 15 – 33.

2. ISO 26000:2010 "Guidance On Social Responsibility". – 1st ed. Reviewed and confirmed in 2017.- Switzerland: International organization for Standardization, 2017. – p. 106.

3. ISO 19011:2018 "Guidelines for Auditing Management Systems". – 3rd ed. Switzerland: International Organization for Standardization, 2018. – p. 46

4. ISO 21001:2018: "Educational Organizations — Management Systems for Educational Organizations — requirements with Guidance For Use". – 1st ed. Switzerland: International Organization for Standardization, 2018. – p.63.

5. The economic benefits of standardization. An update of the study carried out by DIN in 2000 [online]: DIN German Institute for Standardization. – Available at: [https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/ebs\\_case\\_studies\\_factsheets.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/ebs_case_studies_factsheets.pdf). -Accessed 16.11.2020.

УДК 338.43

### МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*аспирант Т. А. Проц, докт. экон. наук, профессор А. В. Данильченко, ФММП БНТУ, г. Минск*

*Резюме – в статье излагается суть комплексной методикой оценки эффективности внешнеэкономической деятельности на уровне товарных групп, предприятия и отрасли на различных уровнях.*

*ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, эффективность, эффект, оценка эффективности ВЭД.*

**Введение.** Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) обеспечивает поступление валютной выручки в страну, что создает основу для насыщения внутреннего рынка импортными товарами. От повышения ее эффективности зависит уровень благосостояния. Поэтому оценка и постоянный мониторинг эффективности ВЭД является важной задачей для различных уровней управления и принятия своевременных решений.

**Основная часть.** Республика Беларусь является страной с малой открытой экономикой, поэтому от эффективности внешнеэкономической деятельности (ВЭД) напрямую зависит благосостояние и устойчивое развитие страны. Одной из ведущих отраслей экономики является сельское хозяйство. В 2019 году экспорт продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья занимал после минеральных продуктов (22%) второе место (17%)[1]. При этом происходит ежегодный прирост сельскохозяйственной продукции. Так, выручка от ее реализации за январь-ноябрь 2020 выросла на 14,2%, рост прибыли от реализации составил 17,6%, рентабельность продаж сложилась на уровне 5,7% против 5,6% в январе-ноябре 2019 г.[2]. При росте физических объемов сельскохозяйственного производства возникает проблема оценки его эффективности в целом и внешнеэкономической деятельности, в частности, учитывая разные механизмы ценообразования на внутреннем рынке на продовольственные товары и зарубежных рынках.

Существуют различные методические подходы к оценке эффективности ВЭД. Но обобщенные методики не всегда подходят, ведь каждая отрасль или вид деятельности может иметь свою специфику и систему рассчитываемых показателей с учетом уровня и целей анализа: товарная группа, предприятие, отрасль, страна. Наиболее распространенные методики определения экономической эффективности ВЭД представлены в публикациях А.И. Муравьева, Л.И. Мацкевича, Л.П. Бабаха, Л.Е. Стровского и Т.В. Миролюбовой. Объективно, учитывая общепринятую систему учета, многие составляющие методик должны быть однотипны, но встречаются и различия в оценке эффективности ВЭД. Детальный анализ данных методик позволил выделить

три подхода к оценке эффективности ВЭД: через коэффициенты эффективности экспортно-импортных операций; по показателям рентабельности; по показателям объема продаж.

Применительно к отрасли сельского хозяйства вопросами оценки эффективности ВЭД предприятий занимались такие белорусские ученые, как М.К. Жудро, О.В. Беркова, Е.И. Михайловский, М.С. Байгот, А. Е. Дайнеко. Одним из недостатком определения эффективности ВЭД является и то, что порой не учитывается в должной мере отраслевая принадлежность предприятия агропромышленного комплекса, а соответственно отсутствуют методика оценки эффективности ВЭД не только для растениеводства и животноводства как взаимосвязанных подотраслей, но и в частности мясоперерабатывающих предприятий [5,6].

С учетом специфики деятельности мясоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь изложим суть комплексной методики оценки эффективности ВЭД, разработанной Проц Т.А.. Она позволит определить направления совершенствования деятельности мясоперерабатывающих предприятий на зарубежных рынках и получить дополнительные выгоды. Кроме этого, мониторинг эффективности ВЭД позволит акцентировать внимание руководства на операционном и стратегическом уровнях. Операционный представляет собой анализ и принятие решений руководством предприятия, а стратегический предполагает институциональный менеджмент, определение курирующим министерством наиболее эффективных предприятий, принятие мер на уровне государства для симулирования отстающих организаций и поддержки успешных. На уровне стратегического менеджмента предполагается контроль за конкурентоспособностью отечественной продукции на зарубежных рынках.

В связи с этим оценка ВЭД должна проводиться на трех уровнях: нано, микро и мезо. Первый наноуровень предполагает оценку деятельности предприятия в разрезе товарных групп, микроуровень – оценка эффективности деятельности предприятия в целом, а мезоуровень определяет эффективность функционирования внешнеэкономической деятельности отрасли/подотрасли. Для каждого уровня предлагаются соответствующие критерии оценки, из совокупности которых складывается конкретная модель комплексной оценки эффективности ВЭД (см. рисунок 1).

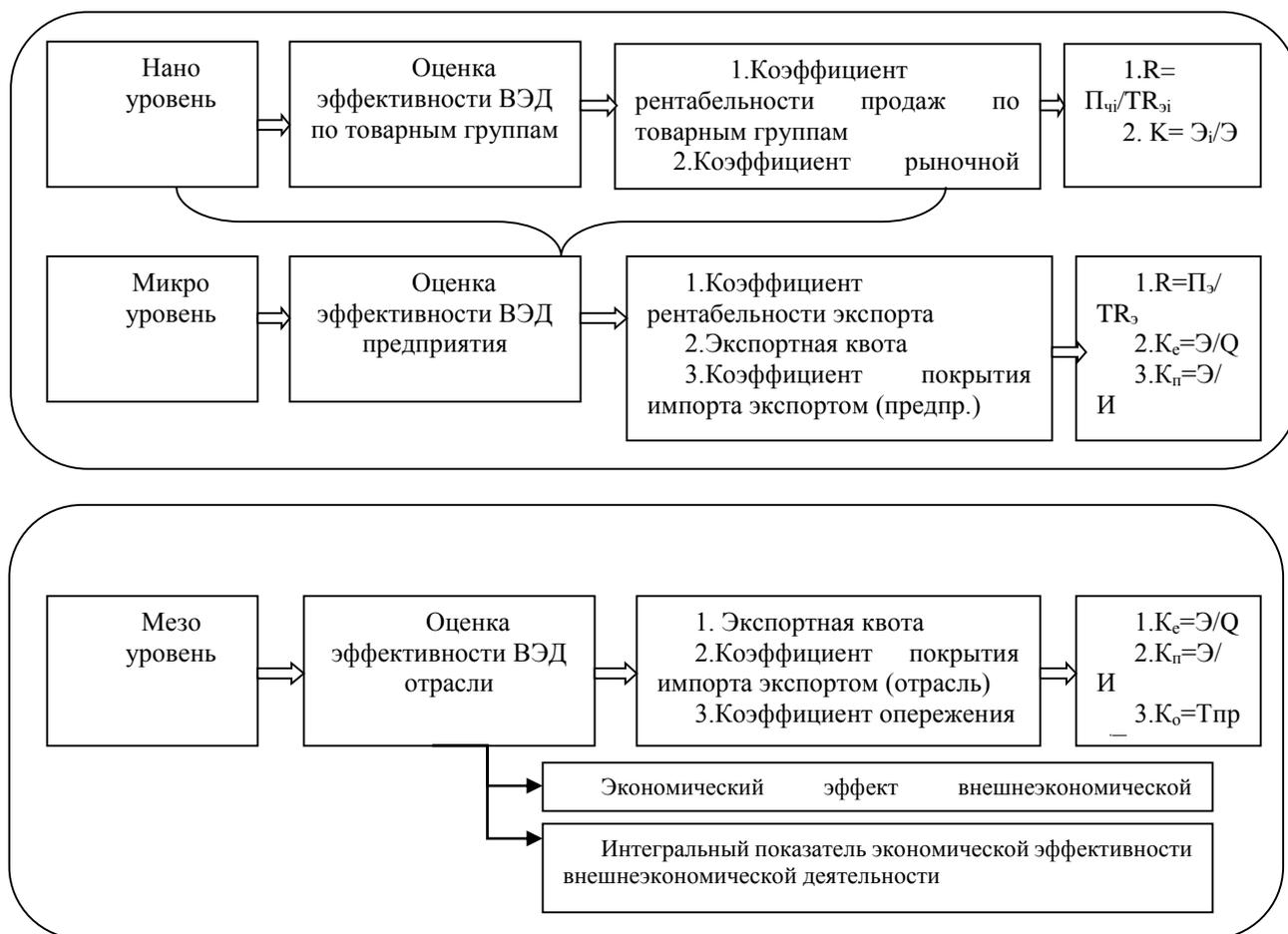


Рисунок 1 – Комплексная оценка эффективности внешнеэкономической деятельности

Коэффициент рентабельности продаж ( $R = P_{чи}/Э_i$ , где  $P_{чи}$  – чистая прибыль от экспорта по  $i$ -той товарной группе;  $Э_i$  – чистый объем экспорта в стоимостном выражении по  $i$ -той товарной группе) по товарным группам определяет наиболее конкурентоспособные позиции в ассортименте предприятия. По позициям с наименьшим значением рентабельности необходимо проводить анализ. Коэффициент рыночной доли товара в общем экспорте просчитывается по товарным группам в сравнении с общим экспортом в стоимостном выражении ( $K = Э_i/Э$ , где  $Э_i$  – экспортная выручка  $i$ -той товарной группы). По результатам оценки делаются соответствующие выводы о товарных группах, которые приносят большую часть экспортной выручки. Также необходимо оценить конкурентоспособность лидирующих товарных групп для исключения большей доли экспорта за счет низких цен на товары из-за низкого качества.

По результатам оценки товарных групп определяется эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия с использованием коэффициента рентабельности экспорта ( $R = P_э/Э$ , где  $P_э$  – чистая прибыль от экспорта предприятия;  $Э$  – чистый объем экспорта в стоимостном выражении), экспортной квоты ( $K_e = Э/Q$ , где  $Q$  – объем внутреннего производства в стоимостном выражении) и коэффициента покрытия импорта экспортом предприятия ( $K_n = Э/И$ , где  $И$  – объем импорта).

Мезоуровень оценки эффективности предполагает оценку внешнеторговой деятельности отрасли и определение наиболее эффективных и отстающих предприятий. По обобщенным данным по отрасли производится расчет таких показателей как экспортная квота ( $K_e = Э/Q$ ), коэффициент покрытия импорта экспортом в отрасли ( $K_n = Э/И$ ) и коэффициент опережения ( $K_o = Tnp_э/Tnp_и$ , где  $Tnp_э$  – темпы прироста экспорта;  $Tnp_и$  – темпы прироста импорта). Коэффициент опережения отражает тенденции и скорость изменений показателей международной торговли в течение определенного времени.

**Вывод.** При внутренней оценке предприятия и принятии управленческих решений организация может выбирать наиболее подходящую методику оценки, либо оценивать свою деятельность, используя несколько методик, при этом сравнивая полученные результаты, но наличие унифицированной методики позволяет получать соизмеримые данные, которые могут корректно сравниваться и анализироваться в дальнейшем на стратегическом мезоуровне. При определении эффективности внешнеэкономической деятельности отрасли курирующие институты определяют ведущие предприятия и эффективные позиции, благодаря чему возможно планировать дальнейшую деятельность и корректировать позиции, снижающие общую эффективность ВЭД.

Для мясной отрасли целесообразно проводить ранжирование мясоперерабатывающих предприятий и провести расчет критериального показателя экономической эффективности, который должен отразить присутствие в экспортной деятельности предприятия качественных признаков, определяющих эффективен или неэффективен этот вид деятельности, и какова мера (количественная определенность) эффективности или неэффективности. Конкретизация этой меры позволяет через систему соответствующих показателей выяснить, в какой степени на критериальный показатель (коэффициент эффективности) повлияли начальный экономический результат и степень использования затрат.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. Дата доступа: 10.01.2021
2. Национальная программа поддержки и развития экспорта на 2016-2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 10.08.2016 г., № 604 // Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/fileaff83a3fc04eb9c0.PDF>. – Дата доступа 10.01.2021
3. IndexMundi: Сельскохозяйственная статистика и информация [Электронный ресурс]. – Режим доступа [www.indexmundi.com/agriculture/?country=lt&graph=production](http://www.indexmundi.com/agriculture/?country=lt&graph=production) /. – Дата доступа: 11.01.2021
4. Сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mshp.gov.by/links/b73635b72d250e7b.html> /. – Дата доступа: 10.01.2021
5. Беркова, О.В. Экономическая эффективность внешнеэкономической деятельности / О.В. Беркова, М.К. Жудро, Е.И. Михайловский // Внешнеэкономическая деятельность в агропромышленном комплексе / М.К. Жудро. – Минск : Тетралит, 2014. – Гл. 15. – С. 171-175.
6. Байгот М. С. Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции Беларуси на внешних рынках : методология оценки и реализация экспортного потенциала / м. С. Байгот // Весці Нацыянальнай Акадэміі Навук Беларусі. – 2015. – № 2. – С. 19–29.

УДК 339.138

## ОСНОВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ПОДХОДЫ В ОБЛАСТИ ЭКОЛОГИИ

*В. В. Скробова, ФММП БНТУ, г. Минск*

*Резюме – в статье рассматриваются основные маркетинговые подходы в области экологии и возможность их применения в сфере экологизации сферы производства товаров и организации жизнедеятельности общества. Проведенное исследование позволяет определить возможность применения маркетинговых подходов в стратегическом взаимодействии предприятий, потребителей и*