

ваны. Если не учитывать данную сумму в составе оборотного капитала, то не будет отражаться реальная величина капитала, авансированного в процесс кругооборота капитала.

При использовании метода оценки продукции по усеченной себестоимости произошло также искажение и уровня рентабельности оборотного капитала. Причина не только в сумме оборотного капитала, но и в величине прибыли от реализации, которая значительно занижена, поскольку все косвенные расходы были отнесены на финансовый результат, вне зависимости от того была ли реализована продукция или нет.

Резюмируя вышеизложенное можно заключить следующее, что только использование метода оценки готовой продукции по фактической (полной) себестоимости обеспечит реальный уровень показателей интенсивности и эффективности использования оборотного капитала, что позволит управляющему персоналу оценить истинное положение дел организации и принять рациональные управленческие решения по управлению оборотным капиталом.

УДК 339.564 : 67/68

## ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

О.Д. Дем

УО «Витебский государственный технологический университет»,  
г. Витебск, Республика Беларусь

Для оценки эффективности внешнеторговой деятельности организации, необходимо проанализировать основные показатели её внешнеэкономической деятельности, а именно их динамику за базовый и отчетный периоды. Ниже приводится информация по одному из предприятий легкой промышленности Витебской области.

Таблица 1 – Показатели деятельности организации на внешнем рынке \*

Показатели	Базовый период	Отчетный период	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Объем реализации, млн. руб.	52 119,75	58 204,57	6 084,82	111,67
Объем реализации, тыс. м. кв.	6 418,41	6 598,68	180,27	102,81
Объем экспорта, млн. руб.	34 637,27	39 725,47	5 088,20	114,69
Объем экспорта, тыс. м. кв.	4 844,29	5 010,825	158,05	103,26
Доля экспорта в общем объеме в стоимостной оценке, %	66,46	68,25	1,79	102,69
Доля экспорта в общем объеме в натуральном выражении, %	75,61	75,94	0,33	100,44
Объем импорта, млн.руб.	9 373,60	16 820,66	7 447,06	179,45
Сальдо, млн. руб.	25 263,67	22 904,81	-2 358,86	90,66
Прибыль от экспорта, млн. руб.	3 751,24	2 896,42	-854,82	77,21

\*Источник: данные организации

Из таблицы 1 видно, что объем экспорта в отчетном году вырос по сравнению с базовым годом на 5088,2 млн. руб. Темп роста составил 114,69%, в то время как темп роста объема экспорта в натуральном выражении вырос на 3,26%. Это связано с ростом цен на продукцию данной организации. В отчетном году возросла доля экспорта до 68,25% в общем объеме реализации в стоимостной оценке, в базовом году этот же показатель составлял 66,46%. Абсолютное отклонение составляет 1,79 п.п. Темп роста доли экспорта в стоимостной оценке в отчетном году по отношению к базовому году составляет 102,69%. В нату-

ральном выражении доля экспорта в общем объеме реализации еще выше и равна 75,94%. Ее отклонение от уровня базового года составляет +0,33 п.п.

Объём импорта в базовом году вырос по сравнению с отчетным годом до 16 820,66 млн. руб., при этом темп его роста за анализируемый период составляет 179,45%. Он значительно превышает темп роста экспорта, что является неблагоприятной тенденцией из-за роста цен на сырье и оборудование, импортируемое для осуществления производственной деятельности предприятия.

Несмотря на это, в отчетном году сохраняется положительное сальдо внешнеторговой деятельности – +22 904,81 млн. руб. хотя темпы его роста составляют 90,66%. Необходимо совершенствовать работу с поставщиками импортного сырья и оборудования для того, чтобы вернуть положительный темп роста сальдо внешнеторговой деятельности.

Прибыль от экспорта в отчетном году составляет 2896,42 млн. руб., она уменьшилась относительно базового года на 22,8%, поскольку агрессивная ценовая конкуренция со стороны крупных производителей не позволяет установить более высокий уровень рентабельности на экспортную продукцию.

Таким образом, рост объема экспорта в денежном выражении вызван в большей степени увеличением цен на сырье и материалы, включаемые в себестоимость производимой продукции.

Экспорт, как основное направление деятельности предприятия, необходимо оценивать не только количественными показателями, показателями динамики, но и с точки зрения его эффективности. Для оценки эффективности экспорта используем отчетные данные организации. В таблице 2 представлены данные по экспорту и расчёт эффективности экспорта.

Таблица 2 – Оценка эффективности экспорта организации

Показатели	Базовый период	Отчетный период
Экспорт, тыс.кв.м.	4 844,29	5 010,825
Экспорт, млн. руб.	34 637,27	39 725,47
Затраты на экспорт, млн. руб.	30 886,03	36 829,05
Прибыль от экспорта, млн. руб.	3 751,24	2 896,42
Эффективность экспорт (Экс)	$34\ 637,27/30\ 886,03 = 1,12$	$39\ 725,47/36\ 829,05 = 1,08$

\*Рассчитано по: данным организации

Из данной таблицы видно, что деятельность предприятия связанная с экспортом продукции является достаточно эффективной, так как показатель эффективности больше единицы, что является необходимым условием. Эффективность экспорта имеет тенденцию к снижению, о чём свидетельствует показатель эффективности в отчетном году равный 1,08. В базовом году данный показатель составлял 1,12.

Снижение эффективности экспорта связано с ростом себестоимости производимых изделий, что является следствием повышения цен на сырье и электроэнергию. Для более обоснованного решения по экспорту продукции показатель эффективности экспорта следует сравнить с показателем эффективности производства и реализации продукции на внутреннем рынке (таблица 3).

Таблица 3 – Эффективность экспорта в организации легкой промышленности Витебской области на внутреннем рынке\*

Показатели	Базовый период	Отчетный период
Выручка в РБ, млн.руб.	16 474,63	18 479,09
Реализовано, тыс.кв.м.	1 565,63	1 587,8
Затраты, млн. руб.	14 952,54	17 132,93
Объём экспорта во внутренних ценах, млн. руб.	$11,02*4\ 844,29 = 53384,08$	$12,14*5\ 010,825 = 60\ 831,41$
Затраты на реализацию экспортной продукции внутри страны, млн. руб.	$14\ 952,54/1\ 565,63 * 4\ 844,29 = 46\ 265,36$	$17\ 132,93/1587,8 * 5010,825 = 54068,59$
Эффективность на внутреннем рынке (Эвн)	$53384,08/46265,36 = 1,15$	$69550,25/54068,59 = 1,25$

\*Рассчитано по: данным организации

Реализация экспортной продукции на внутреннем рынке также является эффективной. Однако соотношение  $Экс > Эвн > 1$  в отчетном году выполняется не полностью. Эффективность экспорта на внутреннем рынке выше, чем эффективность экспорта на внешнем рынке ( $1,125 > 1,08$ ).

Следовательно, организации выгоднее продавать продукцию на внутреннем рынке. Это связано с тем, что цены внутреннего рынка выше цен внешнего рынка, из-за высокой конкуренции на последнем.

Несмотря на этот факт, экспорт является оправданным, так как белорусский рынок является достаточно насыщенным продукцией данного типа, как отечественных, так и зарубежных производителей.

Необходимо также учитывать, что емкость рынка Республики Беларусь весьма мала. В таблице 4 представлена характеристика рынков сбыта организации.

Таблица 4 – Характеристика рынков сбыта организации\*

Страна	Количество жителей (млн. чел.)	Емкость рынка (млн. USD)	Объем поставок (млн. USD)		Доля на данном рынке	
			Базовый период	Отчетный период	Базовый период	Отчетный период
Беларусь	10	20	8,15	8,95	38,3	39,0
РФ	145	300	12,67	15,2	4,1	3,2
Казахстан	16	35	3,3	3,15	9,4	8,4

\*Источник: данные предприятия.

Очевидно, что максимальный прирост поставок может быть достигнут при расширении доли рынка РФ, так как его емкость гораздо больше объемов белорусского и казахского рынков. Вместе с тем в условиях мирового экономического кризиса существует угроза падения спроса на выпускаемую продукцию. Поэтому первостепенное значение имеет снижение себестоимости продукции, повышение её конкурентоспособности и удержание завоеванных позиций. Кроме того, для обеспечения эффективной внешнеторговой деятельности необходимо:

- обоснованно подходить к формированию поставок товара на зарубежные рынки;
- тщательно выбирать посредников, обеспечивая своевременную доставку товаров в необходимом количестве в приемлемое время и заданное место;
- более полно учитывать запросы зарубежных потребителей и в случае необходимости адаптировать товар к конкретным потребностям;
- осуществлять обоснованную ценовую политику в каждой из зарубежных стран;
- разрабатывать и на должном уровне реализовывать стратегии международного маркетинга.

#### Список использованных источников

1. Алехнович, А. В. Управление внешнеэкономической деятельностью Республики Беларусь: практ. пособие / А. В. Алехнович. – Минск: Амалфея, 2005. – 416 с.