

Н.Р.Галиулина
Студентка 3 курса Института Экономики, финансов и бизнеса
БашГУ, г. Уфа
Научный руководитель:
К.э.н.,доцент Л.Х.Курбанаева БашГУ, г. Уфа

Внешиэкономическая деятельность предприятия.

Внешиэкономическая деятельность реализуется как на уровне государства, так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов. Внешиэкономическая деятельность предприятия - это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной интеграцией и кооперацией, экспортом и импортом товаров и услуг, выходом на внешний рынок. На уровне предприятия внешнеэкономическая деятельность направлена на заключение и исполнение контрактов с иностранными партнерами. Внешиэкономическая деятельность является составной частью всей работы большинства предприятий России. Развитие внешнеэкономической деятельности дает предприятию новые возможности, такие как использование преимуществ международной кооперации производства и свобода в принятии решений для осуществления своих производственных задач. [4, с.131]

Основными формами внешнеэкономической деятельности предприятий является:

- внешнеэкономическая деятельность, которая представляет собой обмен товарами и услугами, связанными с осуществлением товарооборота. В основе внешнеэкономической деятельности лежат внешнеэкономические операции, в комплекс которых могут входить: изучение рынка конкретного товара, его реклама, создание сбытовой сети, проработка коммерческих предложений, проведение переговоров, заключение и исполнение контрактов.[1, с.98]

- международная кооперация производства - это скоординированная или совместная, обычно долговременная производственно-экономическая, и, как правило, научно-техническая деятельность партнеров из разных стран, основанная на разделении производственно-сбытовых программ, равноправном и взаимовыгодном сотрудничестве.

Предприятия стремятся к внешнеэкономической деятельности по разным причинам. Так, в частности, может потребоваться закупка сырья или каких-либо товаров за рубежом по той причине, что нет возможности приобрести данную продукцию у отечественных производителей. Такая ситуация приводит к необходимости импорта. Возможна и обратная ситуация - когда фирма имеет товары, продажа которых за рубежом может оказаться более

выгодной, чем в своей стране. Так проявляется потребность в экспорте. [2,с.315]

Суть международной кооперации производства состоит в: объединении иностранных партнеров на основе общности экономических, технологических, научно-технических и иных интересов; в организации производства промежуточной продукции на предприятиях, а также в увязке технических параметров готовых изделий и их частей, обеспечивающей взаимозаменяемость и унификацию кооперированных изделий с учетом стандартов международных организаций.

В настоящее время серьезных западных инвесторов интересует не столько партнерство с российскими предприятиями, сколько приобретение надежных элементов контроля над производством. Поэтому все большую роль в привлечении иностранных инвестиций играет создание предприятий со 100%-ным иностранным участием. Когда предприятие создается полностью за счет иностранного инвестора, то не возникает вопрос о правильной оценке российского вклада. [3, с. 110]

Рассмотрим внешнеэкономическую деятельность предприятия ОАО «Аммофос».

ОАО «Аммофос» - крупнейшее в Европе предприятие по производству фосфорсодержащих удобрений, самый крупный в Европе производитель фосфорной кислоты и серной кислоты. На долю ОАО «Аммофос» приходится более трети всех выпускаемых в России фосфорсодержащих удобрений.

Из анализа поставок основных видов продукции, выпускаемой ОАО «Аммофос» на внутренний и внешний рынок, можем сделать следующие выводы. Во-первых, поставки продукции на внешний рынок в несколько десятков раз превышают поставки на внутренний рынок. Во – вторых, наибольшим спросом на внешнем рынке пользуется Диаммонийфосфат удобрительный (ДАФ), далее идет марка МАФ и, наиболее низкие объемы экспорта у марки ЖКУ.

Предприятие ОАО «Аммофос» — крупнейший в России экспортер фосфорсодержащих удобрений. География поставок продукции предприятия достаточно разнообразна, она включает в себя страны Европы, Азии, Америки и Африки. Продажа удобрений в Россию и страны СНГ на 2013 год составила 1676 тыс. руб., что почти в 2 раза больше по сравнению с 2009 г. Также увеличилась продажа удобрений в Юго-Восточную Азию. Таким образом, несмотря на сложные и крайне неблагоприятные рыночные условия, производство удобрений выросло на 9%, а продажи больше, чем на 10%. Этот рост включает в себя увеличение производства азотных удобрений на

19% и фосфорсодержащей продукции более, чем на 6%.

Делая вывод к проведенному анализу, мы можем констатировать, что предприятие ОАО «Аммофос» увеличивает поставки не только на внутренний рынок, но и на экспорт, а также проводит активную политику по поиску и завоеванию новых рынков.

Список использованной литературы:

1. Курбанаева Л.Х. Экономический анализ: учебное пособие. - Уфа: РИЦ БашГУ, 2012г. - 207 с.
2. Покровская В.В. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Экономистъ . – 2010. – 672 с.
3. Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело: учебник /Под. ред. С.И. Долгова, И.И. Кретьова. – М.: БЕК, 2009- 215 с.
4. Яковлева Е.В. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. пособие / Е.В. Яковлева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2011. – 90с.

© Галиулина Н.Р., Курбанаева Л.Х., 2014