



Рентабельность активов при различных КМ и КТ

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе [2].

продаж, буфету пришлось переходить в зону II, т.е. увеличить наценку на продукцию. Рентабельность и прибыль при этом не изменились. На практике расчет по методу Дюпона служит отправной точкой в установлении способов ускорения оборачиваемости и повышения рентабельности.

Источники

1. Формула Дюпона: экономический смысл, значение [Электронный ресурс] // Анализ финансового состояния предприятия. — Режим доступа: https://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/method_fin_analiza/metod_djupon/9-1-0-45. — Дата доступа: 24.11.2020.
2. Финансовый менеджмент. Электронный учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] // Основы бизнеса. — Режим доступа: <http://osnbisn.ru/FINMEN-EUMK-MSF-int.zip>. — Дата доступа: 24.11.2020.

В. Ю. Воробьев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **И. В. Прыгун**, канд. экон. наук, доцент

ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ И ПУТИ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Одним из важных аспектов поведения организаций выступает их экспортная активность. В эмпирических исследованиях показано, что сам факт выхода на зарубежные рынки стимулирует компании к внедрению новых технологий и новых продуктов и обеспечивает возникновение эффектов обучения и роста производительности.

Результаты свидетельствуют, что импорт высокотехнологичных компонентов повышает качество производимого продукта независимо от того, производит фирма промежуточный или конечный товар. Это влечет за собой более высокую конкурентоспособность фирмы на зарубежных рынках: более высокая доля импорта компонентов и полуфа-

брикетов связана с более высокой долей экспорта в выручке, а также с вероятностью экспортировать высокотехнологичную продукцию.

В связи с этим в качестве меры по повышению экспортной активности можно предложить программу по созданию условий для накопления капитала и привлечения иностранных инвестиций для модернизации действующих и созданию новых экспортно ориентированных предприятий. Для этого следует прежде всего снизить бюджетные расходы и уменьшить налоговую нагрузку.

При осуществлении международной торговли белорусские экспортеры зачастую сталкиваются с проблемами, связанными с недостатком оборотных средств и риском неплатежа. В то же время в большинстве стран мира сложилась практика продажи товаров на условиях отсрочки платежа. В этих условиях экспортный кредит является источником для покрытия потребности экспортеров в оборотных средствах. Экспортные кредиты — это кредиты, предоставляемые иностранным покупателям или их банкам с целью финансирования продаж товаров и услуг. При этом банк-кредитор напрямую производит оплату национальному экспортеру за отгруженные товары, произведенные работы или оказанные услуги, т.е. деньги не уходят из государства. Одновременно для экспортера решаются вопросы отсутствия дебиторской задолженности и пополнения оборотных средств.

В рамках стимулирования экспорта можно рассмотреть операцию по страхованию экспортных кредитов. В этом случае банк, представляющий интересы поставщика, получает возможность застраховать риск неплатежа банка-импортера с помощью государственного страхования. Страхование осуществляется при тесном взаимодействии банков и институтов по страхованию экспорта, так называемых экспортных кредитных агентств. Банки предоставляют кредиты, застрахованные на случай неплатежа.

Необходимо активизировать деятельность по созданию эффективной национальной системы предоставления и страхования экспортных кредитов с поддержкой государства. Это позволит белорусским производителям более эффективно продвигать продукцию на внешний рынок.

Таким образом, в рамках повышения экспортной активности белорусских организаций предложены меры, позволяющие увеличить количество экспортных контрактов, что даст возможность привлечь дополнительные мощности и инвестиции в страну [1, 2].

Источники

1. *Тоцицкая, И.* Система стимулирования и поддержки экспорта в Беларуси в контексте международного опыта [Электронный ресурс] / И. Тоцицкая // Исследовательский центр ИПМ. — Режим доступа: www.research.by/webroot/delivery/files/wp2012r02.pdf. — Дата доступа: 22.11.2020.

2. *Петровская, Л.* Экспортная активность белорусских промышленных предприятий [Электронный ресурс] / Л. Петровская, А. Данильчен

И. Д. Гаренкова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. А. Леднёва, канд. экон. наук, доцент

КАРТЕЛЬ КАК ВИД ОГРАНИЧЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

Одним из существующих типов рыночных структур, характеризующийся существованием небольшого количества относительно крупных (имеющих рыночную силу) фирм, является олигополия, которая может иметь как положительные, так и отрицательные стороны. К преимуществам относятся случаи, когда каждый из участников такого товарного рынка (далее — ТР) самостоятельно осуществляет свою предпринимательскую деятельность, добросовестно конкурируя со своими крупными конкурентами, в результате чего каждый из таких конкурирующих хозяйствующих субъектов (далее — ХС) в борьбе за возможность реализации своего товара пытается предоставить потребителю товар на как можно более выгодных для последнего условиях. К недостаткам же олигополии относятся высокие риски возможного вступления крупных ХС-конкурентов в сговор, что приводит или может привести к ограничению, недопущению, устранению конкуренции на таком ТР. Одной из форм антиконкурентных соглашений между ХС является картель. К негативным последствиям картелей, согласно пункту 1 ст. 20 Закона «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» относят: установление, поддержание, повышение или снижение цен (тарифов); раздел ТР по территории, видам, объемам сделок, видам, объемам, ассортименту товаров и их ценам (тарифам), кругу продавцов и или потребителей; сокращение или прекращение изготовления (производства) товаров; отказ от заключения договоров с определенными потребителями [1]. Каждое из названных последствий негативным образом влияет как на потребителя, приводя к снижению качества и повышению цены товара, так и на ТР в целом, где прекращается существование состоятельности как основного признака конкуренции и появляется возможность в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем ТР. Решение указанной проблемы осуществляется посредством антимонопольного регулирования, путем установления факта нарушения антимонопольного законодательства и вынесения предписания об устранении нарушения, а также наложения административного взыскания в виде штрафа.