

**А. А. Михайлова**

*Научный руководитель*

**А. В. Гавриков**

*Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь*

## **АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ**

На белорусском рынке появляется все большее число предприятий, занимающихся внешнеэкономической деятельностью. Выстоять в условиях конкуренции смогут наиболее эффективные, способные быстро адаптироваться к изменениям окружающей экономической среды.

Одним из отечественных экспортоориентированных предприятий является ОАО «Коминтерн» – лидер в производстве мужских костюмов в Республике Беларусь, продукция которого экспортируется на рынки стран Содружества Независимых Государств (СНГ) и дальнего зарубежья. На 2014 г. экспорт составил 53% от общего объема реализации продукции.

На примере предприятия был проведен анализ внутренней и внешней среды, определены основные возможности и проблемы на зарубежном рынке. Для решения данных задач использовался SWOT-анализ, который определяет сильные (Strengths) и слабые (Weaknesses) стороны предприятия, а также возможности (Opportunities) и угрозы (Threats), исходящие из его ближайшего окружения (внешней среды).

К этапам проведения SWOT-анализа относится определение контекста проведения анализа («План действий ОАО «Коминтерн» на зарубежных рынках в 2015 г.»), сильных и слабых сторон предприятия, рыночных возможностей и угроз, а также заполнение матрицы SWOT-анализа (сопоставление сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами рынка).

Матрица SWOT-анализа состояла из четырех секций с сопоставлениями:

- Strengths – Opportunities. На вопрос о том, как следует воспользоваться возможностями, получен ответ: «Экспансия новых рынков на ближнем зарубежье и странах СНГ».

- Weaknesses – Opportunities. На вопрос о том, что может помешать воспользоваться возможностями, получен ответ: «Малоразвитая товаропроводящая сеть (ТПС) может помешать закрепиться на зарубежном рынке, плохо узнаваемый бренд (из-за большей доли продукции на давальческом сырье) не может являться конкурентоспособным на новом рынке».

- Strengths – Threats. На вопрос о том, за счет чего можно снизить угрозы, получен ответ: «Наличие современного оборудования, дальнейшая его модернизация снизят потребность в швеях; положительный имидж компании, а также богатый опыт организации ведения поставок будут способствовать налаживанию ТПС зарубежом; менеджент качества ISO 9001 повышает конкурентоспособность предприятия; себестоимость продукции можно снизить в связи с рациональным размещением производства».

- Weaknesses – Threats. На вопрос о том, какие самые большие опасности для фирмы, получен ответ: «Повышение себестоимости продукции из-за импорта сырья, зависимость от колебаний курсов валют, потеря потребителя в связи с малоузнаваемым брендом и выходом нового конкурента на рынок».

Итоговые показатели SWOT-анализа используются в стратегическом и тактическом планировании деятельности предприятия. Стратегия ОАО «Коминтерн» – экспансия новых рынков на ближнем зарубежье и в странах СНГ.

Пути устранения вероятных угроз – активное развитие ТПС на зарубежном рынке; снижение доли продукции на основе давальческого сырья для укрепления собственного бренда.