

Использование интернет-технологий для повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия

Безруких Ю.А., к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и организации отраслей химико-лесного комплекса Сибирского государственного университета науки и технологий им. академика М.В. Решетнева (СибГУ им. М.Ф. Решетнева), г. Красноярск, Россия

Черепанов М.Д., студент 2 курса института космических и информационных технологий Сибирского федерального университета (СФУ), г. Красноярск, Россия

Безруких А.Д., студентка 2 курса института космических и информационных технологий Сибирского федерального университета (СФУ), г. Красноярск, Россия

Валбу Д.В., студент 1 курса института информатики и телекоммуникаций СибГУ им. М.Ф. Решетнева, г. Красноярск, Россия

Аннотация. В статье представлены разработки умного многостраничного сайта для продвижения предприятия в интернет-пространстве с целью повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия и экономическое обоснование его применения на примере предприятия лесного комплекса.

Ключевые слова: интернет, сайт, продвижение, интернет-маркетинг, эффективность, внешнеэкономическая деятельность

The use of Internet technologies to improve the efficiency of foreign economic activity of the enterprise

Bezrukikh Yu.A., Ph.D. Academician Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk

Cherepanov M.D., 2nd year student of the Institute of Space and Information

Technologies of the Siberian Federal University (SFU), Krasnoyarsk

Bezrukikh A.D., 2nd year student of the Institute of Space and Information

Technologies of the Siberian Federal University (SFU), Krasnoyarsk

Valbu D.V., 1st year student of the Institute of Informatics and Telecommunications,

Siberian State University M.F. Reshetneva, Krasnoyarsk

Annotation. The article presents the development of a smart multi-page website for promoting an enterprise in the Internet space in order to increase the efficiency of the foreign economic activity of the enterprise and the economic rationale for its use on the example of a forestry enterprise.

Keywords: internet, website, promotion, internet marketing, efficiency, foreign economic activity.

Современные средства Интернет, как инструмент маркетинга, предоставляют множество преимуществ по сравнению с традиционными маркетинговыми методами. К сожалению, многие компании не имеют представления о том, как успешно ими пользоваться. Одним из таких маркетинговых инструментов в сети Интернет является создание веб-сайтов.

В качестве объекта исследования нами было выбрано ООО «СибТрансКонтинент», которое осуществляет свою деятельность только на внешнем рынке. В данный момент основным рынком сбыта компании является Китай. Другими покупателями продукции «СибТрансКонтинент» являются такие страны, как Корея, Канада, Узбекистан и Азербайджан. Среди них особой популярностью пользуется сухой, строганный пиломатериал из хвойных пород.

Основные виды продукции ООО «СибТрансКонтинент»:

- Пиломатериал хвойных пород (Ель, Пихта, Сосна, Кедр ГОСТ 8486-86, сорт 1-4),
- Пиломатериал лиственных пород (Лиственница, Береза),
- Пиловочник Ель, Пихта, Кедр ГОСТ 9463-88 d 14см и выше 1-3 сорт дл.4,0 м.

ООО «СибТрансКонтинент» занимается внешнеэкономической деятельностью и является одним из представителей предприятий данной отрасли. ООО «СибТрансКонтинент» в 2015 году начало свою деятельность, и уже на сегодняшний день является вполне конкурентоспособным предприятием Красноярского края среди участников международных торговых отношений.

Проведя оценку эффективности внешнеэкономической деятельности ООО «СибТрансКонтинент», пришли к выводу, что в целом, ключевые показатели свидетельствуют об эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия ООО «СибТрансКонтинент». Основная доля поставок приходится на Китай, в случае снижения объемов экспорта, произойдет значительное снижение экономической эффективности, что является основным риском предприятия. При этом, можно отметить, что у предприятия сегодня ограниченный круг поставщиков лесной продукции, что свидетельствует о вероятности возникновения рисков, связанных с потерей контрагентов, либо ухудшением условий поставок. С этой целью мы предлагаем разработку маркетинговой стратегии предприятия для освоения новых рынков сбыта, что позволит расширить объем экспорта, сократить риски, а также увеличить внешнеэкономическую деятельность предприятия.

В современном мире Интернет, как способ повышения эффективности предприятия, позволяет привлечь большое количество клиентов. Не одно перспективное предприятие не обходится без создания сайта, который позволяет подробно описать вид деятельности предприятия, разместить необходимую информацию для потенциального покупателя, которая помогла бы привлечь его внимание, а также разместить контактную информацию для связи.

В первую очередь, нами предлагается разработка умного многостраничного сайта с уникальным дизайном, стоимость которого зависит от функционала сайта, а цена может варьироваться. Но создание одного сайта будет недостаточно, так же для его эффективности необходимо подключить различные способы его продвижения. Контекстная реклама Яндекс.Директ

позволит сайту находиться в первых сточках в поисковике, что позволит привлечь быстрый поток клиентов. Яндекс.Директ — это система, показывающая контекстную рекламу на страницах «Яндекса» и сайтах, участвующих в Рекламной Сети Яндекса. SEO продвижение (поисковое продвижение сайта) – это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобранным запросам. Для предприятия ООО «СибТрансКонтинент» подходящим продвижением являются услуги Яндекс.Директ, так как предоставляемые им возможности являются наиболее эффективными в привлечении новых клиентов.

Подключив тариф, предоставляемый сайтом SMM-агентство Альянс, так же позволит сделать сайт уникальным, тем самым повысит эффективность предприятия, а бесплатный инструмент Яндекс.Метрика, даст возможность полностью отслеживать эффективность сайта. Таким образом, мы планируем привлечение в качестве новых клиентов страны Казахстан и Азербайджан, а также увеличить объем экспорта продукции нашим постоянным клиентам Китаю и Узбекистану. Эффективность данного мероприятия предлагается оценить по методике Яковлева Г.И. [1, 3]

Объем реализуемой продукции в 2017 году равен 1000 м^3 . В Китай увеличим объем поставок на 40430 м^3 , а в Узбекистан на 650 м^3 . Расчет показателя индекса роста (падения) (i_9) числа стран экспорта продукции предприятия по годам, необходимо проанализировать следующие показатели, S_0 - число стран, куда вывозилась продукция в отчетном году; $S_{\text{п}}$ – планируемое число стран, куда будет осуществляться поставка продукции в плановом году. В отчетном году экспортировали в такие страны как Китай и Узбекистан, соответственно показатель ($S_0 = 2$). В планируемом году, планируется увеличение количества стран, и $S_{\text{п}}$, будет равно 4 ($S_{\text{п}} = 4$), это Китай Узбекистан и Азербайджан, и Казахстан. Для расчета индекса объемов экспорта (i_{09}) продукции фирмы, т.е. динамика экспортных поставок продукции за ряд лет, необходимо проанализировать такие показатели как, $OЭ_0$ – объем поставленной продукции предприятия в отчетном году; $OЭ_{\text{п}}$ – планируемый

объем продукции предприятия в планируемом году.

Таблица 1

Объем поставленной продукции предприятия в планируемом году

Страна	Отчетный, м ³ .	Плановый, м ³ .
Китай	62200	102630
Узбекистан	1000	1650
Азербайджан	-	1000
Казахстан	-	1000
Итого:	63200	106280

В отчетном году объем поставок составил 63200 м³. В плановом году составил 106280 м³. Небольшое увеличение поставки позволит предприятию увеличить экономическую эффективность предприятия ООО «СибТрансКонтинент».

Для расчета показателя ($i_{дт}$) доли товаров фирмы на внешнем рынке, необходимо составить таблицу, по данным которой можно будет определить данный показатель.

Таблица 2

Доля экспорта фирмы на внешнем рынке в отчетном (ДТ_п) и планируемом (ДТ_п) году.

Год	Объем поставок из Красноярского края, м ³ .	Объем поставок «СибТрансКонтинент», м ³ .	Доля, %.
Отчет	1350000	63200	4,68
План.	<u>1350000</u>	106280	7,9

По объемам поставок на экспорт предприятие «СибТрансКонтинент» в отчетном году занимает 4,68% доли, от общего объема поставок из Красноярского края, в плановом году планируется увеличение объема до 7,9% доли от объема поставок на экспорт из Красноярского края в зарубежные страны.

Методика предполагает оценку показателей, представленных ниже.

Индекс роста (падения) числа стран для экспорта продукции предприятия по годам. Для этого необходимо, число стран в которые экспортировался товар в отчетном году разделить на планируемое число стран в плановом году,

$$(i_3) = \frac{S_0}{S_{\text{п}}}, \quad (1)$$

где, $S_{\text{п}}$ – планируемое число стран, куда будет поставляться продукция в плановом году.

S_0 – число стран, куда поставлялась продукция в отчетном году.

Индекс объемов экспорта продукции фирмы, т.е. планируемую динамику экспортных поставок продукции за ряд лет. Что бы рассчитать данную формулу необходимо, объем поставленной продукции предприятия в плановом году, разделить на объем в отчетном году,

$$(i_{\text{оэ}}) = \frac{\text{ОЭ}_{\text{п}}}{\text{ОЭ}_0}, \quad (2)$$

где, ОЭ_0 – объем поставленной продукции предприятия в отчетном году;

$\text{ОЭ}_{\text{п}}$ – планируемый объем поставленной продукции предприятия в плановом году.

Доля товаров фирмы на внешнем рынке. Что бы рассчитать данную формулу необходимо, планируемую рыночную долю товаров фирмы в плановом году, разделить на долю товаров в отчетно году,

$$(i_{\text{дт}}) = \frac{(\text{ДТ}_{\text{п}})}{(\text{ДТ}_0)}, \quad (3)$$

где, (ДТ_0) – рыночные доли товаров фирмы в отчетном году.

$(\text{ДТ}_{\text{п}})$ – планируемые рыночные доли товаров фирмы в плановом году.

Таблица 3

Планируемый расчёт эффективности внешнеэкономической деятельности «СибТрансКонтинент»

Наименование показателя	Формулы рассчитанных показателей в отчетном году	Формула расчета показателя в плановом году
Индекс роста (падения)	$(i_3) = \frac{2}{2} = 1$	$(i_3) = \frac{4}{2} = 2$
Индекс объемов экспорта продукции фирмы	$(i_{\text{оэ}}) = \frac{63200}{39600} = 1,6$	$(i_{\text{оэ}}) = \frac{106280}{63200} = 1,7$
Доли объема товаров фирмы на внешнем рынке	$(i_{\text{дт}}) = \frac{4,68}{3,20} = 1,5$	$(i_{\text{дт}}) = \frac{7,9}{4,68} = 1,7$

Можем сделать следующие выводы. В отчетном году предприятие ООО «СибТрансКонтинент» сотрудничало со странами Китай и Узбекистан, расширив рынки сбыта в плановом году, предприятие планирует осуществлять поставки в Китай, Узбекистан, Азербайджан и Казахстан. Что благоприятно скажется на индексах «роста», «объемов экспорта продукции фирмы» и долю «объема товаров фирмы на внешнем рынке».

Мы также уверены, что с помощью внедрения умного сайта нам предприятию удастся вернуть старых клиентов.

В 2016 году предприятие ООО «СТК» осуществляло поставки в Корею. В 2017 году Корея расторгла контракт с предприятием, из-за невыполнения, прописанного в контракте срока поставки, а также низкого качества пиломатериала. В 2017 году предприятие сменило некоторых поставщиков, поставляемых некачественный товар, на более качественный. Для возврата Кореи предприятию необходимо предоставить выгодные условия для заключения контракта:

1. Высокое качество поставляемого товара.
2. Изменение условий поставок.

Рассчитаем планируемое изменение экономической эффективности предприятия ООО «СТК», при возобновлении поставок в Корею, а также с учетом планируемых поставок в новые страны Азербайджан и Казахстан.

Для расчета эффективности внешнеэкономической деятельности используем объем, поставляемый в Корею в 2016 году, который составил 11000 м^3 . Для Китая, Узбекистана, Азербайджана и Казахстана возьмем планируемый объем, рассчитанный ранее в таблице 3.9. В отчетном году экспортировали в такие страны как Китай и Узбекистан, соответственно показатель ($S_0 = 2$). В планируемом году, планируется увеличение количества стран, и S_n , будет равно 5 ($S_n = 5$), это Китай Узбекистан и Азербайджан, Казахстан и Корея. Для расчета индекса объемов экспорта ($i_{оэ}$) продукции фирмы, т.е. динамика экспортных поставок продукции за ряд лет, необходимо проанализировать такие показатели как, $OЭ_0$ - объем поставленной продукции

предприятия в отчетном году; $OЭ_{п}$ - планируемый объем продукции предприятия в планируемом году.

Таблица 4

Объем поставленной продукции предприятия в планируемом году

Страна	Отчетный, м ³ .	Плановый, м ³ .
Китай	62200	102630
Узбекистан	1000	1650
Азербайджан	-	1000
Казахстан	-	1000
Корея	-	11000
Итого:	63200	117280

В отчетном году объем поставок составил 63200 м³. В планируемом году при сотрудничестве с такими странами как Азербайджан, Казахстан, Корея, Китай и Узбекистан объем поставок на экспорт составил 117280 м³. Увеличение поставки позволит предприятию увеличить экономическую эффективность предприятия ООО «СибТрансКонтинент». Для расчета показателя ($i_{дт}$) доли товаров фирмы на внешнем рынке, необходимо составить таблицу, по данным которой можно будет определить данный показатель.

Таблица 5

Доля экспорта фирмы на внешнем рынке в отчетном ($ДТ_{п}$) и планируемом ($ДТ_{п}$) году

Год	Объем поставок из Красноярского края, м ³ .	Объем поставок «СибТрансКонтинент», м ³ .	Доля, %.
Отчет	1350000	63200	4,68
План	1350000	117280	8,7

По объемам поставок на экспорт предприятие «СибТрансКонтинент» в отчетном году занимает 4,68% доли, от общего объема поставок из Красноярского края, в плановом году планируется увеличение объема до 8,7% доли от объема поставок предприятия на экспорт из Красноярского края в зарубежные страны.

**Планируемый расчёт эффективности внешнеэкономической деятельности
«СибТрансКонтинент»**

Наименование показателя	Формулы рассчитанных показателей в отчетном году	Формула расчета показателя
Индекс роста (падения)	$(i_э) = \frac{2}{2} = 1$	$(i_э) = \frac{5}{2} = 2,5$
Индекс объемов экспорта продукции фирмы	$(i_{оэ}) = \frac{63200}{39600} = 1,6$	$(i_{оэ}) = \frac{117280}{63200} = 1,9$
Доли объема товаров фирмы на внешнем рынке	$(i_{дт}) = \frac{4,68}{3,20} = 1,5$	$(i_{дт}) = \frac{4,68}{8,7} = 1,9$

Привлечение новых, а также возврат старых рынков сбыта, позволят предприятию ООО «СибТрансКонтинент» увеличить показатели в плановом году, по отношению к отчетному. Индекс роста в плановом году $(i_э) = 2,5$, что больше, чем в отчетном. Индекс объемов экспорта продукции фирмы $(i_{оэ})$, увеличился с 1,6 до 1,9. Доли объема товаров фирмы на внешнем рынке $(i_{дт})$ увеличатся с 1,5 до 1,9. Рост данных показателей свидетельствуют об увеличении эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. Мероприятия по совершенствованию маркетинговой системы приведут к расширению рынков сбыта, а также к увеличению объема продаж в плановом году, что положительно повлияет на эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник / Под ред. засл. деят. науки РФ, д.э.н, проф. И.Н. Иванова. – М.: Инфра-М, 2008. – 297 с.
2. Ростовский, Ю.М. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / Ю.М. Ростовский, В.Ю. Гречков. – 2-е изд., с изм. – М.: Экономист, 2007. – 589 с.
3. Сберегаев, Н.А. Основы внешнеэкономической деятельности

предприятий / Н.А. Сберегаев. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 350 с.

References

1. Foreign economic activity of the enterprise: textbook / Ed. merit activist science of the Russian Federation, Doctor of Economics, prof. I.N. Ivanova. – M.: Infra-M, 2008. – 297 p.

2. Rostov, Yu.M. Foreign economic activity: textbook / Yu.M. Rostov, V.Yu. Buckwheat. – 2nd ed., Rev. – M.: Economist, 2007. – 589 p.

3. Sbergaev, N.A. Fundamentals of foreign economic activity of enterprises / N.A. Sbergaev. – Rostov n / a: Phoenix, 2007. – 350 p.