

ФАКТОРЫ И РЕЗЕРВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье предлагаются направления развития экспортного потенциала промышленных предприятий за счет вовлечения в экспортную деятельность его нереализованных элементов, исследуются факторы развития экспортного потенциала, предлагаются методы оценки его резервов.

Ключевые слова: промышленные предприятия, структура, нереализованный экспортный потенциал, факторы, направления и резервы развития.

В условиях экономики посткризисного периода выявление резервов деятельности промышленных предприятий на внешних и внутренних рынках является одним из ключевых факторов их развития без привлечения дополнительных ресурсов и затрат. Исследуя элементы формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий, автор выделяет два направления его развития в современных условиях хозяйствования.

Первое направление базируется на развитии объемов, продуктовых и географических границ, фактически достигнутого экспортного потенциала, предотвращении брака и рекламаций освоенных номенклатурных позиций экспорта, осуществляемых в рамках системного, процессного подхода к организации и планированию бизнес-процессов предприятия.

Второе направление развития экспортного потенциала базируется на выявлении и вовлечении в экспортную деятельность элементов нереализованного экспортного потенциала на основе разработки отдельных проектов.

Остановимся подробнее на исследовании факторов и резервов роста экспортного потенциала за счет вовлечения в процесс экспорта его нереализованных элементов: $\text{ЭП}_{\text{нр1}}$ и $\text{ЭП}_{\text{нр2}}$. По своему экономическому содержанию природа и факторы их формирования различны. Первый вид нереализованного экспорта $\text{ЭП}_{\text{нр1}}$ представляет собой позиции востребованного, конкурентоспособного в прошлом экспорта, второй вид $\text{ЭП}_{\text{нр2}}$ – неизвестная зарубежному потребителю продукция предприятия, которая при определенных условиях может быть востребована на внешних рынках. В первом случае рынки упущенного экспорта известны, во втором случае необходимо определить по уровню конкурентоспособности продукции, на какие рынки дальнего или ближнего зарубежья она может быть поставлена.

На рис. 1 представлены факторы возникновения элемента экспортного предприятия вида $\text{ЭП}_{\text{нр1}}$.

Результаты анализа экспортной деятельности обследованных промышленных предприятий, производящих наукоемкую высокотехнологичную продукцию, дают основания сделать вывод, что факторами, оказывающими существенное влияние на возобновление экспорта вида $\text{ЭП}_{\text{нр1}}$, являются следующие: степень конкурентоспособности продукции, качество ресурсного обеспечения производства, условия комплек-

* © Сидоренко А.В., 2010

Сидоренко Андрей Владимирович (kafedra.finans@mail.ru), управление внешнеэкономической деятельности ФГУП «ГНП РКЦ «ЦСКБ-Прогресс». 443009, Россия, г. Самара, ул. Земеца, 18.



Рис. 1. Факторы возникновения нереализованного экспортного потенциала первого типа $\text{ЭП}_{\text{нр1}}$

тации, поставки и сбыта продукции. Снижение показателей объемов экспорта и утрата рынков сбыта происходят, как правило, под воздействием именно этих факторов, если они дестабилизируют динамику экспорта. В этом случае происходят снижение конкурентоспособности экспорта, неудовлетворительное ресурсное обеспечение производства экспортного ассортимента, плохая организация товародвижения и сбыта. Снижение конкурентоспособности продукции на рынках сбыта может наблюдаться как по мягким, так и по жестким показателям. К мягким показателям конкурентоспособности относятся дизайн, цвет, художественное решение и др., к жестким – технические характеристики продукции: вес, габариты, мощность, расход потребляемых энергоносителей и пр. Неудовлетворительное ресурсное обеспечение производства экспортного ассортимента характеризует применение устаревших технологий и оборудования, изготовление изделий экспорта неквалифицированными кадрами. Неудовлетворительные товародвижение и сбыт могут сложиться из-за плохой работы посредников, сбытовой сети, сервисного пред- или послепродажного обслуживания экспорта, выбора нерациональных маршрутов или средств товародвижения.

Основной задачей возобновления экспорта вида $\text{ЭП}_{\text{нр1}}$ является восстановление утерянной конкурентоспособности продукции по указанным параметрам, поэтому для развития экспорта по вышеназванному направлению мы выявляем резервы экспортной деятельности, устраняющие или снижающие дестабилизирующие факторы.

На рис. 2 представлены факторы возникновения нереализованного элемента экспортного потенциала предприятия вида $\text{ЭП}_{\text{нр2}}$.

Что же касается позиций нереализованного экспорта вида $\text{ЭП}_{\text{нр2}}$, то он представляет собой малоизвестную либо неизвестную зарубежному потребителю, но вполне конкурентоспособную на внешних рынках продукцию. Факторами, оказывающими существенное влияние на реализацию элемента экспортного потенциала вида $\text{ЭП}_{\text{нр2}}$, являются межкультурные деловые коммуникации: международная выставочная деятельность, международные экономические миссии, реклама, брендинг и бренд-менеджмент

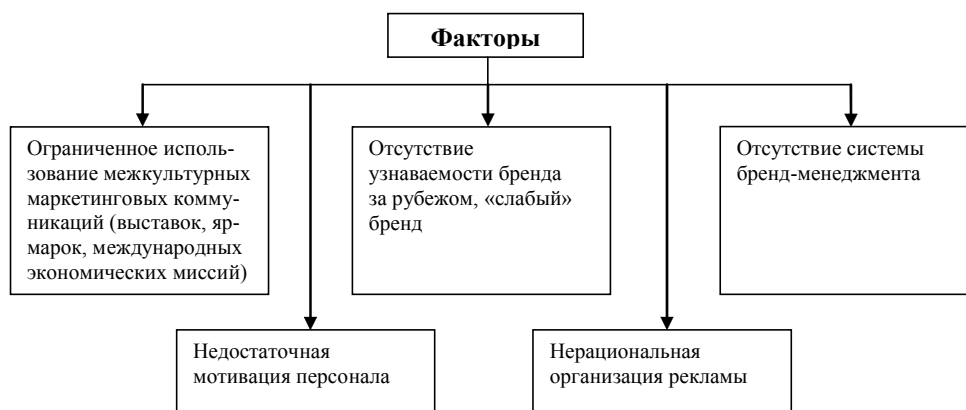


Рис. 2. Факторы возникновения нереализованного экспортного потенциала второго типа ЭП_{нр2}

промышленного предприятия, а также мотивация персонала. В этом случае при оценке развития экспортного потенциала мы выявляем резервы, оказывающие влияние на развитие экспортной деятельности. Они заключаются в организации рекламной кампании или представительства на рынках сбыта, активном участии в международной выставочной деятельности и международных экономических миссиях, разработке инструментов мотивации персонала.

Методы оценки резервов роста экспортного потенциала промышленных предприятий вида ЭП_{нр1} представлены в табл.1.

Таблица 1

Резервы увеличения фактически достигнутого экспортного потенциала за счет вовлечения в экспортную деятельность ЭП_{нр1}

Обозначение	Содержание	Методика расчета
R_{1.1, 1.2}	Увеличение экспорта за счет улучшения «мягких» показателей экспортной продукции (дизайн, цвет, художественное решение и т. д.) и совершенствование технических параметров – «жестких» показателей (вес, габариты, мощность, потребление энергии и т. д.)	$\Delta Q_{ЭР1.1, 1.2} = \sum_{i=1}^n (C_{i1} + Z_{M_i} + Z_{Ж_i} + \Pi_{i1}) Q_{i1} - \sum_{i=1}^n (C_{i0} + \Pi_{i0}) Q_{i0}$ <p>где $\Delta Q_{ЭР1.1, 1.2}$ – увеличение экспорта за счет улучшения «мягких» и «жестких» параметров экспортируемой продукции i-го вида; Q_{i1}, Q_{i0} – объемы поставок на экспорт i-й продукции соответственно до и после проведения мероприятий по повышению качества продукции за счет улучшения ее «мягких» и «жестких» параметров, шт.; $Z_{M}, Z_{Ж}$ – затраты на проведение мероприятий по повышению качества продукции i-го вида за счет улучшения ее «мягких» и «жестких» параметров, руб.; C_{i1}, C_{i0} – себестоимость единицы продукции i-го вида соответственно до и после проведения мероприятий по повышению качества за счет улучшения ее «мягких» и «жестких» параметров, руб.; Π_{i1}, Π_{i0} – прибыль на единицу продукции i-го вида соответственно до и после проведения мероприятий по повышению качества за счет улучшения ее «мягких» и «жестких» параметров, руб.; n – количество видов экспортируемой продукции</p>

<p>R_{1.3}</p>	<p>Увеличение экспорта за счет снижения себестоимости продукции</p>	$\Delta C_i = C_i \left(1 - \frac{C_{\text{аналога}}}{C_i}\right),$ <p>где ΔC_i – минимальное снижение себестоимости единицы i-го вида продукции, необходимое для достижения уровня цены аналогичной продукции конкурентов, руб.;</p> <p>C_i – себестоимость единицы i-го вида продукции, руб.;</p> <p>$C_{\text{аналога}}$ – цена единицы продукции конкурентов, аналогичной продукции i-го вида, руб.;</p> <p>C_i – цена единицы i-го вида продукции, руб.</p> $\Delta Q_{\text{ЭР1.3}} = \sum_{i=1}^n Q_{i1} \times C_{i1} - \sum_{i=1}^n Q_{i0} \times C_{i0},$ <p>где $\Delta Q_{\text{ЭР1.3}}$ – увеличение экспорта за счет снижения себестоимости и как результат уменьшение цены экспортируемой продукции, руб.;</p> <p>Q_{i0}, Q_{i1} – объем продаж продукции i-го вида, соответственно, до и после проведения мероприятий по снижению себестоимости и уменьшению цены единицы продукции i-го вида, шт.;</p> <p>C_{i0}, C_{i1} – цена единицы i-го вида продукции соответственно, до и после проведения мероприятий по снижению себестоимости, руб.;</p> <p>n – количество видов экспортируемой продукции</p>
<p>R_{2.1}</p>	<p>Увеличение экспорта за счет внедрения новых технологий</p>	$\Delta Q_{\text{ЭР2.1}} = \sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{\sum_{c=1}^m J_{ci}}{\sum_{c=1}^m Y_{ci}}\right) Q_{i1},$ <p>где $\Delta Q_{\text{ЭР2.1}}$ – увеличение экспорта за счет внедрения новых технологий при условии соответствия технической и технологической применимости по каждой операции экспортного ассортимента, руб.;</p> <p>Y_{ci} – количество внедренных прогрессивных технологических операций по c-й операции производства i-го вида изделия экспортного ассортимента;</p> <p>J_{ci} – количество внедренного прогрессивного оборудования на c-й операции производства i-го вида изделия экспортного ассортимента;</p> <p>c – номер технологической операции производства изделия i-го вида; $c = 1, \dots, m$;</p> <p>i – экспортируемая продукция; $i = 1, \dots, n$;</p> <p>n – количество видов экспортируемой продукции</p>
<p>R_{2.2}</p>	<p>Увеличение экспорта за счет модернизации, ремонта, замены оборудования</p>	$J = \frac{(N_{\text{нов}} \times q_{\text{нов}} - N_{\text{выб}} + N_{\text{действие}}) q_{\text{улучши}}}{N_{\text{действие}}},$ <p>где J – коэффициент роста объема производства за счет внедрения нового оборудования;</p> <p>$N_{\text{нов}}$ – количество новых станков, шт.;</p>

		<p>$q_{нов}$ – коэффициент роста производительности новых моделей станков;</p> <p>$N_{выб}$ – количество станков, выбывающих в связи с физическим и моральным износом, шт.;</p> <p>$N_{действ}$ – наличный парк станков на начало исследуемого периода, шт.;</p> <p>$q_{улучши}$ – коэффициент улучшения использования оборудования.</p> $\Delta Q_{ЭR2.2} = \Delta Q_{ЭФД} - Z_{\text{модер., ремонт, нов.}}$ <p>где $\Delta Q_{ЭR2.2}$ – увеличение экспорта за счет ввода в эксплуатацию нового оборудования, модернизации и ремонта имеющегося оборудования, руб.</p>
R_{2.3}	Увеличение экспорта за счет повышения квалификации кадров	$\lambda_{\text{квал}} = \frac{Ч_{\text{квал}}}{Ч_{\text{общ}}},$ <p>где $\lambda_{\text{квал}}$ – уровень квалификации работников, участвующих в обеспечении экспорта;</p> <p>$Ч_{\text{квал}}$ – численность персонала, имеющего высокую квалификацию для исполнения экспорта, чел.;</p> <p>$Ч_{\text{общ}}$ – численность всего персонала, участвующего в осуществлении экспортной деятельности, чел.</p> $\Delta Э_{R2.3} = \Delta Э_{ФД} - Z_{\text{повыши квал}}$ <p>где $\Delta Э_{R2.3}$ – увеличение экспорта за счет повышения квалификации персонала, руб.;</p> <p>$\Delta Э_{ФД}$ – прирост экспорта, произошедший после повышения квалификации персонала, руб.;</p> <p>$Z_{\text{повыши квал}}$ – затраты на повышение квалификации персонала, руб.</p>
R_{3.1}	Увеличение экспорта за счет повышения эффективности работы посредников	$\Delta Э_{R3.1} = \sum_{i=1}^n ((D_{обX_i} - D_{обY_i}) РП_{днев}),$ <p>где $\Delta Э_{R3.1}$ – увеличение экспорта за счет повышения эффективности работы посредников, руб.;</p> <p>$D_{обX_i}$ – продолжительность оборота i-го вида продукции при участии посредника X, дн.;</p> <p>$D_{обY_i}$ – продолжительность оборота i-го вида продукции при участии посредника Y, дн.;</p> <p>$РП_{днев}$ – среднедневная реализация продукции i-го вида продукции, руб.</p> <p>Увеличение экспортной выручки за счет повышения оборачиваемости готовой продукции благодаря привлечению более эффективного посредника рекомендуется рассчитывать по следующим вариантам:</p> <p>1) сопоставление оборачиваемости при продажах собственными силами и с привлечением отечественного посредника;</p>

		2) сопоставление оборачиваемости при продажах собственными силами и с привлечением зарубежного посредника; 3) сопоставление оборачиваемости при продажах с привлечением отечественного и зарубежного посредников
R_{3.2}	Увеличение экспорта за счет улучшения работы сбытовой сети	$\Delta Q_{\text{ЭR3.2}} = \sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{J_{u_i}}{J_{\text{э}_i}}\right) d \times Q_{i1},$ <p>где $\Delta Q_{\text{ЭR3.2}}$ – увеличение экспорта за счет улучшения работы сбытовой сети, руб.;</p> <p>J_{u_i} – индекс отношения издержек на сбыт при создании собственной сбытовой сети по i-му виду продукции к издержкам сбытовых посредников;</p> <p>$J_{\text{э}_i}$ – индекс роста объема экспорта по i-му виду продукции;</p> <p>d – удельный вес затрат на сбыт i-го вида продукции в общем объеме издержек сбыта экспортируемой продукции при участии сбытовых посредников</p>
R_{3.3}	Увеличение экспорта за счет улучшения сервисного обслуживания	$K_{\text{ц.с.}} = \frac{C_{\text{специ}_i}}{C_{\text{общ}_i}},$ <p>где $K_{\text{ц.с.}}$ – коэффициент централизации сервисного послепродажного обслуживания экспортируемой продукции;</p> <p>$C_{\text{специ}_i}$ – количество специализированных сервисных центров в странах экспорта, обслуживающих продукцию i-го вида;</p> <p>$C_{\text{общ}_i}$ – общее количество фирм, осуществляющих сервисное обслуживание продукции i-го вида в странах экспорта.</p>
R_{3.4}	Увеличение экспорта за счет оптимизации логистики	$\Delta \text{Э}_{\text{R3.4}}$ определяется экспертным путем с учетом резервов увеличения экспорта за счет выбора наилучшего варианта комбинированных перевозок, сокращения их сроков, улучшения условий перевозок и сохранности грузов, снижения цены

Методы оценки резервов роста экспортного потенциала промышленных предприятий вида ЭП_{нр2} представлены в табл. 2. Эти резервы связаны с организацией межкультурных деловых коммуникаций, брендингом, бренд-менеджментом, мотивацией персонала и организацией рекламы.

Вовлечение в экспортную деятельность выявленных резервов нереализованного потенциала позволяет промышленным предприятиям увеличить объемы и расширить географические границы экспорта, повысить эффективность его деятельности.

**Резервы увеличения фактически достигнутого экспортного потенциала
за счет вовлечения в экспортную деятельность ЭП_{пр2}**

Обозначение	Содержание	Методика расчета
r ₁	Увеличение экспорта за счет участия в выставках, ярмарках, международных экономических миссиях	$\Delta Q_{Эр1} = \sum_{i=1}^n Ц_{Эi} \times Q_{Эi} - Z_{\text{межд.коммун.}}$ <p>где $\Delta Q_{Эр1}$ – увеличение экспорта за счет участия в выставках, ярмарках, международных экономических миссиях, руб.;</p> <p>$Ц_{Эi}$ – цена единицы i-го вида экспортируемой продукции, контракты на поставку которой были заключены в результате участия в выставках, ярмарках, международных экономических миссиях, руб.;</p> <p>$Q_{Эi}$ – объем поставок на экспорт продукции i-го вида, реализованной в результате участия в выставках, ярмарках, международных экономических миссиях, шт.;</p> <p>$Z_{\text{межд.коммун.}}$ – затраты на осуществление международных маркетинговых коммуникаций: участие в выставках, ярмарках, международных экономических миссиях, руб.</p>
r ₂	Увеличение экспорта за счет развития бренда	$\Delta Q_{Эр2} = \Delta Q_{Эбренд} - Z_{\text{бренд}}$ <p>где $\Delta Q_{Эр2}$ – увеличение экспорта за счет развития бренда, руб.;</p> <p>$\Delta Q_{Эбренд}$ – объем экспортных продаж продукции, ранее не экспортировавшейся, после проведения мероприятий по развитию ее бренда, руб.;</p> <p>$Z_{\text{бренд}}$ – затраты на развитие бренда, руб.</p>
r ₃	Увеличение экспорта за счет внедрения/усовершенствования системы бренд-менеджмента	$\Delta Q_{Эр3} = \Delta Q_{Эбренд-менедж.} - Z_{\text{под.бренд}} - Z_{\text{контрафакт}}$ <p>где $\Delta Q_{Эр3}$ – увеличение экспорта за счет внедрения/усовершенствования системы бренд-менеджмента, руб.;</p> <p>$\Delta Q_{Эбренд-менедж.}$ – объем экспортных продаж продукции, ранее не экспортировавшейся, после проведения мероприятий по внедрению/усовершенствованию системы бренд-менеджмента, руб.;</p> <p>$Z_{\text{под.бренд}}$ – затраты на поддержание бренда, руб.;</p> <p>$Z_{\text{контрафакт}}$ – затраты на борьбу с контрафактом, руб.</p>
r ₄	Увеличение экспорта за счет улучшения мотивации персонала	$\Delta Q_{Эр4} = Q_{Эмотив.1} - Q_{Эмотив.0} - Z_{\text{мотив}}$ <p>где $\Delta Q_{Эр4}$ – увеличение экспорта за счет улучшения мотивации персонала, участвующего в жизненном цикле продукции, которая стала поставляться на экспорт, руб.;</p> <p>$Q_{Эмотив.0}$, $Q_{Эмотив.1}$ – объемы экспортных продаж продукции, соответственно, до и после проведения мероприятий по улучшению мотивации персонала, руб.;</p> <p>$Z_{\text{мотив}}$ – затраты на мотивацию персонала, руб.</p>
r ₅	Увеличение экспорта за счет более рациональной организации рекламы	Экспертная оценка

**FACTORS AND RESERVES OF DEVELOPMENT
OF THE EXPORT POTENTIAL OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE**

In the article directions of development of the industrial enterprises' export potential at the expense of involving in export activity of its non-realized elements are offered, factors of development of export potential are investigated, methods of estimation of export potential's reserves are offered.

Ключевые слова: industrial enterprises, structure, non-realized export potential, factors of development, directions of development, reserves of development.

* *Sidorenko Andrey Vladimirovich* (kafedra.finans@mail.ru), TsSKB-Progress, Samara, 443009, Russia.