

УДК 339.1

Сущность и механизм управления экспортным потенциалом предприятия

Красова Е.В., канд.э.н., доцент

Иванова Е.Е, студент кафедры

«Экономика»

«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

e-mail: ivanovaee96@yandex.ru

Россия, Владивосток

Аннотация Анализ экспортного потенциала является ключевой ступенью процесса по выходу предприятия на международный рынок. В то же время данный процесс является многоуровневым, что обусловлено комплексностью понятия «экспортный потенциал». В условиях нестабильной экономической обстановки выработка четкого механизма реализации экспортного потенциала, является важным фактором развития и функционирования компании. Цель статьи заключается в определении понятия экспортного потенциала промышленного предприятия и выявлении механизма управления экспортным потенциалом. Данная работа дает комплексное определение категории экспортного потенциала, а также предлагает алгоритм оценки экспортного потенциала предприятия.

Ключевые слова: Потенциал, экономический потенциал предприятия, экспортная стратегия предприятия, экспортный потенциал предприятия, экспортный анализ, оценка экспортного потенциала, определение экспортного потенциала, экспорт, механизм управления.

Благодаря глобализации экономики, мировой рынок стал единой системой с равными условиями конкурентной борьбы для всех производителей. Высокий уровень взаимодействия государств обусловил необходимость появления такого уровня конкурентоспособности национальных производителей, который бы соответствовал требованиям мирового рынка. На данный момент, предприятиям в условиях жесткой конкурентной борьбы необходимо не только концентрировать внимание на процессах управления, но и выработать долгосрочную стратегию, которая позволила бы предприятию выпускать конкурентоспособный товар для выхода на внешние рынки.

В связи с этим, уделяется особое внимание вопросам экспортного потенциала. В своих работах многие исследователи отмечают востребованность развития экспортной стратегии предприятия как основы для модернизации и отечественных предприятий и российской экономики в целом [1]. Для этого необходимо выработать единый механизм анализа экспортного потенциала, который будет учитывать все факторы внутренней и внешней экономической среды и давать полную картину функционирования предприятия.

Прежде чем приступить к рассмотрению данного механизма, необходимо дать определение экспортного потенциала. На сегодняшний день, существует множество определений данной экономической категории, однако стоит заметить, что экспортный потенциал не первостепенен и является элементом в системе экономического потенциала предприятия. Исходя из этого, целесообразно рассмотреть понятие экономического потенциала и определить какое место в этой системе занимает экспортный потенциал.

В широком смысле, потенциал – это средства, запасы, источники, имеющиеся в наличии и могущие быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения определённой цели, осуществления плана, решения какой-либо задачи. [2]

Говоря о структуре экономического потенциала предприятия, следует отметить значительное разнообразие подходов по данному вопросу. Каждый автор проводит классификацию структуры потенциала по разным критериям, что позволяет рассмотреть больше параметров исследуемого субъекта. Следует выделить несколько подходов к структуре экономического потенциала:

- Общий подход
- Функциональный подход
- Производственный подход
- Ресурсный подход

Общий подход был сформулирован В.Я. Горфинкелем. [3] Автор предлагает концепцию, согласно которой компания может развиваться в двух направлениях – экстенсивном и интенсивном. Таким образом, можно выделить потенциал консервативного и инновационного развития, на каждый из которых в среднем приходится 1/3 и 2/3 всего мирового экономического роста соответственно. Потенциал консервативного развития предполагает расширение производства и наращивание темпов производства, в то время как факторами инновационного развития являются инновации, новые технологии, а также современные программы бизнес-управления и выработка стратегии развития предприятия.

Функциональный подход является более конкретным вариантом классификации экономического потенциала. В данном случае выделяются элементы потенциала по основным функциям, выполняемым менеджментом предприятия. Данной точки зрения придерживаются Н.Ю. Круглова В.М. Наботников и Б.В. Прыкин. Авторы формулируют пути развития современных предприятий, выделяя несколько широких областей формирования потенциала, представленные в таблице 1.

Таблица 1 - Функциональная структура потенциала компании

Автор	Элементы функциональной структуры
Н.Ю. Круглова	Общее управление, оперативное управление, НИОКР, производство, общее управление, оперативное управление, НИОКР, производство, маркетинг.
В.М.	Общее управление, оперативное управление, НИОКР,

Наботников	производство, маркетинг, управление персоналом.
Б.В. Прыкин	Кадровая функция, финансы и бухгалтерский учет, обеспечение материальными ресурсами, производственная функция, функция развития продукта и процесса производства, функция развития материально-технического обеспечения производства, маркетинг.

Производственный потенциал в свою очередь является по сути потенциалом производственной программы фирмы. Одной из последних работ, рассматривающих потенциал предприятия в узком контексте промышленных мощностей, является работа Л.Д. Ревуцкого «Потенциал и стоимость предприятия» [4]. В ней автор предлагает оценку возможностей валового выпуска участка, цеха и предприятия в целом. Данные показатели выступают в виде коэффициентов и сводятся к денежной оценке потенциала предприятия и его фактической стоимости. Таким образом, структура потенциала представляет собой: уровень использования основных фондов предприятия; ритмичность выпуска продукции; качество организации складского хозяйства и др. Данный подход имеет место быть, хотя не может гарантировать описание полной картины всех процессов предприятия.

Среди прочих подходов к структуре экономического потенциала, самым распространённым эксперты выделяют ресурсный подход. При этом в ресурсной концепции потенциала предприятия выделяют две позиции [5]. Первая заключается в том, что потенциал включает в себя совокупность ресурсов, где не учитывается их взаимосвязь и участие в процессе производства. Такому мнению придерживается Л.И. Абалкин считает, что потенциал есть обобщенная, собирательная характеристика ресурсов. Вторая позиция более современная и заключается в трактовке потенциала как совокупности ресурсов, способных производить определенное количество материальных благ. Например, Л.И.Лэсык считает, что ресурсный потенциал определяется как имеющимися в настоящее время на предприятии объемами ресурсов и компетенций, так и теми их объемами, которые предприятие может получить дополнительно в будущем [6].

Исходя из этих концепций, можно сделать вывод о комплексности определения экономического потенциала предприятия, который включает в себя все элементы функционирования предприятия. С учетом глобализации и интеграции в рыночные отношения в современных условиях, экспортный потенциал занимает одну из ключевых мест в системе экономического потенциала компании, а также в формировании бизнес стратегии как на краткосрочную, так и на долгосрочную перспективу. Согласно существующим на данный момент подходам и проведенным исследованиям, можно утверждать, что экспортный потенциал является неотъемлемой частью экономического потенциала предприятия.

Для того, чтобы дать наиболее полное определение категории экспортный потенциал, рассмотрим подходы к данной экономической категории,

сформулированные экспертами. Основные дефиниции категории «экспортный потенциал» представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Подходы к определению экспортного потенциала предприятия

№ п\п	Автор	Определение
1.	П.В. Манин	В понятие общий экспортный потенциал включаются максимальные возможности по экспортному производству и экспортно-сбытовой деятельности предприятия. Сумма частных экспортных потенциалов промышленного предприятия представляет его общий экспортный потенциал.
2.	И.А. Карачев	Экспортный потенциал предприятия (ЭПП) – динамическую составляющую экономического потенциала предприятия, которая, опираясь на имеющиеся и возможные ресурсы и средства, а также учитывая факторы внешней среды, обеспечит способность предприятия производить и поставлять конкурентоспособную продукцию на внешние рынки.
3.	И.А. Русаков	ЭПП – совокупная способность компании, основанная на его производственных и экономических возможностях, осуществлять продажи производимой продукции за рубеж, привлекать прямые иностранные инвестиции и участвовать в международных промышленных процессах.
4.	Е.В. Волкова	ЭПП – динамично меняющаяся составляющая экономического потенциала, организационно-техническая структура которого, подчиняясь миссии и целям предприятия, с учетом воздействия факторов внешней среды и внутреннего его состояния обеспечивает стабильные объемы продаж с заданным уровнем рентабельности на рынках дальнего и ближнего зарубежья.

Обобщая вышеперечисленные подходы, целесообразно дать свое определение категории экспортный потенциал. Само понятие «экспортный потенциал» можно трактовать как в масштабе страны, так и в масштабе отдельного предприятия. Экспортный потенциал выступает как составляющая, выраженная в объемах продаж на внешний рынок товаров и услуг. Экспортный потенциал определяется как способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию, реализовывать ее на внешних рынках за счет совокупности производственного, финансового, кадрового и рыночного потенциалов.

Экспортный потенциал может развиваться как в товарном, так и в географическом направлениях. В первом случае речь идет либо о повышении конкурентоспособности уже имеющихся в производстве товаров, либо о

создании новых и расширении ассортимента экспорта. Второе предполагает увеличение экспортного потенциала за счет выхода на новые рынки или увеличения сбыта продукции на уже освоенных рынках [7]. Данные направления чаще всего развиваются в комплексе и формируют четкий алгоритм действий, которому следует компания для управления своим экспортным потенциалом.

Алгоритм разделен на этапы. Данные этапы реализации экспортного потенциала предприятия включают в себя следующие действия:

Первый этап: выявление ключевых факторов внешней среды и оценка их влияния на экспортный потенциал компании; Данный анализ позволяет выявить взаимосвязь между экспортной деятельностью предприятия и факторами внешней среды. Здесь необходимо не только выделить основные факторы внешней среды, но и определить степень влияния этих факторов на частный экспортный потенциал компании. В связи с этим целесообразно провести факторный корреляционный анализ. Это позволит выявить количественно, так называемые ключевые факторы влияния, которые необходимо учесть при определении объемов производства, цены и затрат на продвижение товара.

Корреляционно-регрессионный анализ широко распространён и применяется для выявления интенсивности причинных влияний. Данные методы анализа факторов получили широкое распространение и используются при планировании, прогнозировании, анализе и оценке в общем и диагностике финансового положения компании. Данный метод также подходит и для диагностики экспорта компании и выявления степени интенсивности влияния факторов внешней среды. Чем выше значение корреляционной функции, тем большее влияние исследуемый фактор оказывает на частный экспортный потенциал. Обобщение результатов корреляционного анализа факторов внешней среды и локального экспортного потенциала позволяют выявить ключевые факторы при управлении общим экспортным потенциалом предприятия [8].

Второй этап анализа экспортного потенциала – определение экспортных показателей. Для этого анализируется динамика и структура экспорта компании. Для оценки динамики используется метод горизонтального анализа. Он состоит в выявлении темпов роста и прироста. Расчет ведется как по экспорту в целом, так и по его составляющим. Структура экспорта анализируется методом вертикального анализа, который позволяет оценить долевую структуру [8]. Также, для определения места экспортной деятельности в общей структуре функционирования предприятия, представляется целесообразным рассчитать коэффициенты распределения и координации. Данные коэффициенты определяют место экспорта в общей структуре экономической деятельности компании: какую часть выручки получает предприятие от внешнеторговой деятельности.

На третьем этапе анализа экспортного потенциала проводится исследование маркетинговой деятельности компании, рассматривается сбыт внешних рынков. В маркетинговом сегменте экспортной деятельности

ставятся новые задачи, разрабатываются стратегические маркетинговые пути развития продукции компании, выбираются и анализируются целевые рынки, на которые рассчитывает выйти компания со своим товаром. Также необходимо рассчитать основные маркетинговые показатели, к которым можно отнести затраты на рекламу, объем спроса на продукцию предприятия, рентабельность затрат сбытовой деятельности и доля целевого рынка экспортной продукции.

Учитывая специфику продукции предприятия, стоит выделить также оценку инновационного потенциала как части экспортного потенциала компании. Для анализа инновационного потенциала необходимо рассчитать уровень затрат на научно-исследовательские разработки, а также исследовать возможность и всевозможные пути внедрения новых технологий в производство.

Четвертым этапом является составление стратегического плана, который, как говорилось ранее, может развиваться в двух направлениях: товарное, которое предполагает расширение ассортимента продукции на уже действующих рынках сбыта и географическое – увеличение экспортного потенциала за счет завоевания новых рынков зарубежных стран. Компания, в соответствии с ее целями задачами, выбирает свое направление и формирует собственную стратегию, которая будет способствовать развитию экспортного потенциала.

Список литературы

1. Фролова Е.А., Типы и алгоритм выбора экспортных стратегий российских предприятий // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2016. С. 48-51.
2. Экономический словарь // Экономический потенциал. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/bse/Потенциал>
3. Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Экономика предприятия / В.Я. Горфинкель, В.А. Швандар – «ЮНИТИ-ДАНА», 2007. – 670с.
4. Кузнецов Ю.В., Нартов П.Ю. Потенциал предприятия и его структура // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2012. № 2.
5. Карачев И. А. Определение категории «Экспортный потенциал предприятия» в контексте формирования региональной модели ВЭД / Вестник финансового университета. 2015. № 4. С. 24-37.
6. Лэсык Л.И. Понятие, виды и методы оценки экономического потенциала предприятий/ Л.И. Лэсык// Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. - № 1 (29). – С. 40-49.
7. Сухих Д.Г., Кац В.М. Методики оценки экспортного потенциала предприятия. Российский опыт. / Д.Г. Сухих, В.М. Кац //Вестник науки Сибири. – 2015. - № 2(17). - С. 62-75.
8. А.А. Горчарова Анализ эффективности экспортных операций фирмы (на примере ЗАО «Промышленная группа «Метран» /Выпускная квалификационная работа –2016. – 72 с.

Контактный телефон +79240088340