

A. Г. Кобилев, М. И. Середин

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассмотрены критерии оценки способности внешней торговли промышленного предприятия. Особое внимание обращено на факторы, влияющие на эффективность реализации внешней торговли. Для анализа и оценки потенциала внешней торговли, а также в целях увеличения эффективности действия внешней торговли необходимо использовать алгоритм, предлагаемый в статье.

Ключевые слова

Внешняя торговля, промышленное предприятие, управление, алгоритм, эффективность, оценка, экспорт.

A. G. Kobilev, M. I. Seredin

CRITERIA FOR EVALUATION OF THE FOREIGN TRADE CAPACITY OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Annotation

In article criteria for evaluation of the foreign trade capacity of industrial enterprise are considered. Special attention is paid to the factors influencing efficiency of implementation of the foreign trade capacity of the entity. According to the author, for the analysis and assessment of the foreign trade potential, and also for the purpose of increase in efficiency of foreign trade activity, it is necessary to use the algorithm offered in article.

Keywords

Foreign trade, industrial enterprise, management, algorithm, efficiency, assessment, export.

Глобализация мировой экономики подталкивает промышленные предприятия к активной внешнеторговой деятельности, которая открывает новые возможности для сбыта продукции, роста прибыли, увеличения стоимости компаний, получения мировой известности, модернизации производства, внедрения новейших технологий, улучшения условий труда рабочих и многое другое. Именно поэтому в последние годы компании уделяют особое внимание данному виду деятельности.

Успешность работы предприятия на внешних рынках определяется внешнеторговым потенциалом. Под внешнеторговым потенциалом понимается со-

вокупность всех материальных и интеллектуальных ресурсов и возможностей предприятия, которые необходимы при внешнеэкономической деятельности.

В современных условиях вопросы формирования, развития, оценки внешнеторгового потенциала являются актуальными для предприятий, работающих или собирающихся работать на мировых рынках. Для формирования продуктивного внешнеторгового потенциала предприятия необходим полный учет всех факторов, которые обеспечивают компании конкурентные преимущества.

Процесс формирования и реализации внешнеторгового потенциала пред-

приятия характеризуют следующие факторы [3].

1. Импорт материалов и комплектующих, оборудования, технологий, ноу-хау. Доля импортных составляющих в себестоимости экспорта в промышленности достигает 40 %, а часто и выше, это обусловлено замедленным развитием отечественного производства, в сравнении с зарубежным производством.

2. Международная коопeração. Уровень конкурентоспособности отечественной продукции часто не соответствует международным стандартам, поэтому предприятиям следует кооперироваться и производить продукцию более высокого качества.

3. Предпринимательство в свободных экономических зонах (СЭЗ). Данний вид предпринимательства позволит предприятию найти оптимальную для себя нишу, в которой оно сможет постоянно совершенствовать качество продукции для выхода на внешний рынок.

4. Контрафакт. Присутствие такой продукции в ассортименте значительно снижает конкурентоспособность предприятия, поэтому необходимо не допускать появления на рынке контрафактной продукции.

5. Межкультурные маркетинговые коммуникации в настоящее время самые перспективные с позиции формирования, реализации и развития экспортного потенциала. Для достижения синергетического эффекта необходимо сочетание деловых коммуникаций предприятий, экономических миссий и международных выставочных мероприятий. Управление этой системой, осуществляемое как на макро-, так и на микроуровне, направлено на продвижение предприятий на рынки дальнего и ближнего зарубежья с целью мониторинга эффективного формирования и реализации их экспортного потенциала [3].

6. Государственное регулирование и поддержка. Внешнеторговая деятельность — это сложный процесс, сопро-

вождающийся рисками и финансовыми затратами, особенно для начинающих экспортёров, малых и средних предприятий. В настоящее время стимулирование экспорта является одной из основных задач любого государства. Россия в данном случае не является исключением: на развитие экспорта из федерального бюджета выделяются значительные суммы, на гарантирование и страхование экспортных поставок, кредитование экспортноориентированных производств и пр. [7]. Особенno интенсивно поддерживается промышленный и сырьевой экспорт. Кроме указанных факторов развитию внешнеторгового потенциала способствует увеличение физического объема производства и поставок продукции интеллектуальной собственности на рынки дальнего и ближнего зарубежья, снижение издержек производства и реализация экспорта, проведение за рубежом сервисного предпродажного и послепродажного обслуживания.

Таким образом, процесс формирования и развития внешнеторгового потенциала предприятия является очень важной и сложной задачей, требующей особого внимания. Для более тщательного исследования внешнеторговый потенциал целесообразно рассматривать как внутренний и внешний. Внутренний потенциал включает в себя ресурсы, необходимые для производства продукции, направляемой на экспорт, к ним относятся природные, трудовые, материальные, финансовые и информационные. Но кроме наличия указанных ресурсов необходимо уметь рационально их использовать для развития предприятия. Внешний внешнеторговый потенциал промышленного предприятия связан с маркетинговой, логистической, сервисной деятельностью предприятия, т. е. непосредственно с процессом реализации конкурентоспособной продукции.

Для расширения торговых отношений, усиления конкурентных пози-

ций, принятия качественных управлений решений необходимо постоянно проводить качественный анализ и оценку внешнеторгового потенциала предприятия, в целях выявления проблем-

ных зон, направлений их устранения и совершенствования. Процесс анализа внешнеторгового потенциала промышленного предприятия может включать в себя этапы, указанные на рисунке 1.

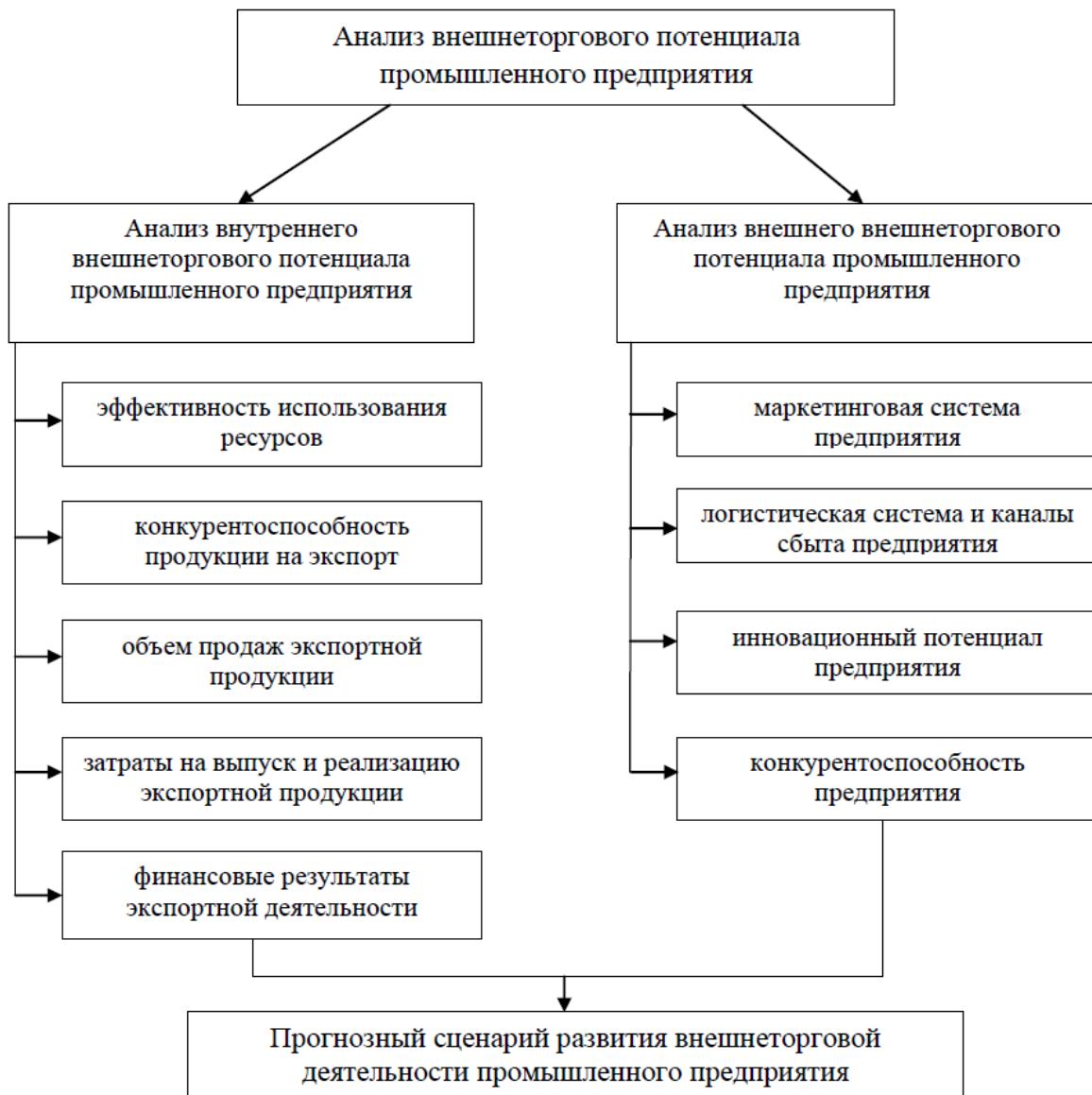


Рисунок 1 — Механизм анализа внешнеторгового потенциала промышленного предприятия

После анализа логично провести оценку внешнеторгового потенциала предприятия. В данный момент не разработано единого показателя для оценки внешнеторгового потенциала. Чаще всего предприятия используют систему статистических показателей, наиболее подходящих для их деятельности.

Наиболее часто используемые показатели для оценки внешнеторгового потенциала предприятия указаны в таблице 1. В совокупности эти показатели дают возможность охарактеризовать и оценить внешнеторговый потенциал промышленного предприятия.

Таблица 1 — Показатели оценки внешнеторгового потенциала предприятия [8, 9]

Показатель	Механизм расчета	Экономический смысл
Удельный вес экспортной продукции в общем объеме реализованной продукции	$УВЭк = \frac{\sum_{i=1}^n РПЭк_i}{\sum_{i=1}^n РП_i}$, где $РПЭк_i$ — объем продукции i -го вида, реализованной на экспорт; $РП_i$ — общий объем реализованной продукции i -го вида; n — число видов продукции	Определяет долю экспортной продукции в общем объеме реализованной предприятием продукции
Удельный вес экспортной продукции по каждому виду	$УВЭк_i = \frac{РПЭк_i}{РП_i}$, где $РПЭк_i$ — объем продукции i -го вида, реализованный на экспорт; $РП_i$ — общий объем реализованной продукции i -го вида	Отражает соотношение экспортной продукции по каждому виду
Анализ выполнения обязательств по срокам поставок	$\Pi = \sum Кп / \sum Ки$, где $\sum Кп$ — число контрактов, просроченных в течение года; $\sum Ки$ — число контрактов, подлежащих исполнению в течение года. $\Pi = \sum Оп / \sum Ои$, где $\sum Оп$ — сумма обязательств по контрактам, просроченных в течение года; $\sum Ои$ — сумма обязательств по контрактам, подлежащих исполнению в течение года	Показатель характеризует удельный вес просроченных контрактов и просроченных обязательств, что является базой для дальнейшего определения причин невыполнения договорных обязательств
Анализ накладных расходов	Определяются показатели относительного уровня накладных расходов (ОУНР) в рублях и иностранной валюте. $ОУНРруб. = НРруб. / Сруб.$, $ОУНРин.в = НРин.в / РПин.в$, где НРруб. и НРин.в — накладные расходы в национальной и иностранной валютах; $С$ — себестоимость реализованных товаров; $РПин.в$ — выручка от экспорта	Данный показатель анализирует накладные расходы, которые представляют собой затраты предприятия по перевозке, упаковке, хранению и реализации экспортных товаров
Эффективность производства экспортной продукции	$\mathcal{Э}_п = \frac{Ц_э}{С_э}$, где $Ц_э$ — стоимость экспортной продукции во внутренних ценах; $С_э$ — себестоимость экспортной продукции	Определяет эффективность производства продукции для предприятия-экспортера; чем выше показатель, тем более целесообразно производство данного вида продукции
Доля инновационной продукции	$Дип = \frac{Пи}{По}$, где $Пи$ — количество инновационной продукции; $По$ — общее количество продукции	Отражает отношение инновационной продукции к общему количеству выпускаемой продукции и характеризует долю продукции, которую можно вывести на внешний рынок

Продолжение табл. 1

Показатель	Механизм расчета	Экономический смысл
Эффективность продаж экспортной продукции	$\text{Эп} = \frac{\text{Ппэ}}{\text{Зпрэ}},$ где Ппэ — прибыль от продажи экспортной продукции; Зпрэ — затраты на производство экспортной продукции	Характеризует эффективность продаж экспортной продукции; чем выше показатель, тем более выгодно производство данного вида продукции на экспорт
Экономический эффект от экспорта в стоимостном выражении	$\text{ЭЭэкс} = \text{Овф} + \text{Вр} - \text{Зэкс},$ где ЭЭэкс — показатель экономического эффекта экспорта, руб.; Овф — рублевый эквивалент отчислений в валютный фонд предприятия, рассчитываемый пересчетом валютной выручки (за вычетом подлежащей обязательной продаже государству) в рубли по курсу на дату поступления валюты, руб.; Вр — валютная выручка от обязательной продажи части валюты государству, руб.; Зэкс — полные затраты предприятия на экспорт, которые включают затраты на производство и реализацию продукции (реклама, маркетинг, транспорт, страхование, пошлины, сборы и др.)	Показывает, какое количество выгоды, выручки имеется на каждый рубль затрат. Необходимым условием эффективности экспорта является то, чтобы этот показатель был больше единицы
Экономический эффект от импорта с целью продажи импортируемого товара на внутреннем рынке	$\text{ЭЭимп} = \text{Цри} - \text{Цпи},$ где ЭЭимп — показатель экономического эффекта импорта, руб.; Цри — цена реализации импортных товаров за вычетом расходов, связанных с реализацией (реклама, маркетинг, транспорт и др.), руб.; Цпи — цена покупки импортных товаров (импортером), включающая все расходы, связанные с их приобретением (цена контракта, пошлины, транспорт, страховка, оплата услуг посредников и др.), руб.	Определяет, какую прибыль будет иметь импортер от покупки и реализации на внутреннем рынке импортных товаров

Несмотря на разнообразие методов оценки внешнеторгового потенциала, существуют проблемы их применения на практике. Основной является отсутствие информационной базы для расчета, поэтому многие авторы в своих методиках ограничиваются разработкой показателей без указания источников для их расчета, что снижает их практическую значимость. В связи с этим разработка рационального метода оценки внешнеторгового потенциала имеет огромное значение для промышленного предприятия, так как позволяет выработать нужную стратегию сотрудничества и определить возможности производства экспортной продукции. Поэтому управление внешнеторговым

потенциалом является одной из основных задач промышленного предприятия, которая является как оперативной, так и стратегической целью. С нашей точки зрения, процесс управления развитием внешнеторгового потенциала можно представить как структурированный алгоритм, содержащий следующие этапы: 1. Определение целей и задач формирования и использования внешнеторгового потенциала, в соответствии с общей миссией предприятия. 2. Поиск вариантов развития внешнеторгового потенциала, анализ экспортной и импортной деятельности как основной составляющей внешнеторгового потенциала предприятия. 3. Выбор методов и способов развития

внешнеторгового потенциала предприятия. 4. Разработка стратегии управления развитием внешнеторгового потенциала промышленного предприятия. 5. Внедрение и реализация разработанной стратегии управления. 6. Контроль за реализацией стратегии и анализ полученных результатов. Данный механизм дает возможность эффективно развивать и совершенствовать внешнеторговый потенциал предприятия, что положительно отражается на внешнеэкономической деятельности предприятия.

Подводя итог, следует отметить, что внешнеторговый потенциал играет огромную роль в развитии промышленного предприятия, так как выступает определяющим фактором для сотрудничества с иностранными партнерами. Эффективность внешнеторгового потенциала промышленного предприятия отражается в виде увеличения объемов экспорта, снижения издержек, улучшения финансового состояния предприятия, т. е. в коммерческом успехе. Поэтому вопросы формирования, развития, управления внешнеэкономическим потенциалом предприятия, в настоящее время, занимают первостепенное значение для предприятий, желающих работать на мировых рынках.

Библиографический список

1. **Ансофф, И. Х.** Стратегическое управление. — М. : Прогресс, 1998.
2. **Манин, П. В.** Алгоритм оценки внешнеэкономического потенциала // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2013. — № 27.
3. Оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] // Электронная библиотека 2000–2014. — Режим доступа : <http://www.ciberlinka.ru>.
4. **Клейнер, Г. Б.** Стратегия предприятия. — М. : Дело, 2008.
5. **Чиранова, Т. И.** Управление внешнеэкономическим потенциалом промышленных предприятий : дисс. канд. экон. наук. — Самара, 2012.
6. **Ивашиненко, Е. О.** Экономический анализ эффективности экспортной деятельности [Электронный ресурс] //

Российское предпринимательство. — 2010. — № 11–2 (170). — С. 93–98. — Режим доступа : <http://bgscience.ru>.

7. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://economy.gov.ru/minec>.

8. **Раджабова, З. К.** Мировая экономика. — 2-е изд., испр. — М. : ИНФРА-М, 2006.

9. Управление экспортным потенциалом промышленных предприятий [Электронный ресурс] // Электронная библиотека 2009–2014. — Режим доступа : <http://economylib.com/upravlenie-eksportnym-potentsialom-promyshlennyyh-predpriyatiy#2>.

Bibliographic list

1. **Ansoff, I. H.** Strategic management. — M. : Progress, 1998.
2. **Manin, P. V.** Algorithm of assessment of external economic capacity // Messenger of Volga university named by V. N. Tatishchev. — 2013. — № 27.
3. Business competitiveness assessment [Electronic resource] // Electronic library 2000–2014. — Mode of access : <http://www.ciberlinka.ru>.
4. **Kleyner, G. B.** The strategy of the entity. — M. : Case, 2008.
5. **Chiranova, T. I.** Management of the external economic capacity of industrial enterprises. — Samara, 2012.
6. **Ivashinenko, E. O.** Economic efficiency analysis of export activities [Electronic resource] // Russian entrepreneurship. — 2010. — № 11–2 (170). — P. 93–98. — Mode of access : <http://bgscience.ru>.
7. Ministry of Economic Development of the Russian Federation. — URL: <http://economy.gov.ru/minec>.
8. **Radzhabova, Z. K.** World economy. — 2nd ed. — M. : INFRA-M, 2006.
9. Management of export capacity of industrial enterprises [Electronic resource] // Electronic library 2009–2014. — Mode of access : <http://economylib.com/upravlenie-eksportnym-potentsialom-promyshlennyyh-predpriyatiy#2>.