Необходимые и достаточные условия при экспортных поставках

УДК:339.564
ББК:65.428
Б-201

DOI: 10.24411/2072-8042-2021-3-103-110

Виталий Витальевич БАЛАКИРЕВ,
Всероссийская академия внешней торговли (119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6А) - кафедра менеджмента и маркетинга - аспирант, Email: vitbalakirev@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена анализу актуальных вопросов, связанных со спецификой экспортных поставок малых и средних промышленных предприятий. Определены необходимые условия для выявления экспортного потенциала предприятия-производителя и достаточные условия для экспорта, соответствующие установленным внешним рынком требованиям и обеспечивающие максимальный экономический результат при выходе на внешние рынки. Установлена вариативность действий по обеспечиванию МСП достаточными условиями при выходе на экспорт. Выявлены преимущества использования электронных торговых площадок для МСП как часть достаточных условий.

Ключевые слова: необходимые и достаточные условия, экспорт, экспортная поставка, промышленное предприятие, внешнеторговая деятельность, посредник, электронные торговые площадки.

Necessary and Sufficient Conditions for Export Operations

Vitaliy Vitalievich BALAKIREV,
Russian Foreign Trade Academy (6A Vorobiyovskoe shosse, 119285, Moscow), Management and Marketing Department - Postgraduate student, Email: vitbalakirev@gmail.com

Abstract

The article is devoted to analyzing the issues connected with the specific features of export operations of SMEs. The article defines the necessary conditions for enhancing the export potential of a manufacturer and the sufficient conditions for export operations of SME, corresponding to the needs of overseas markets and ensuring the maximum performance on these markets. The actions aimed at providing the sufficient conditions for export are described; the advantages of using e-marketplaces for SME as a part of sufficient conditions are revealed.

Keywords: necessary and sufficient conditions, export, export operation, SME, foreign trade, intermediary, e-marketplace.

Чрезвычайная важность внешней среды для развития экономики давно является аксиомой, не требующей доказательств. Но она в очередной раз получила веское подтверждение с приходом пандемии. Закрытие границ, обрушение традиционных цепей поставок, растущий протекционизм на фоне шоков предложения, снижения платежеспособного спроса, остановки производства, лавинообразная цифровизация и уход в интернет-торговлю, – все это, вместе взятое, вероятно, навсегда изменило как экономические бизнес-модели предприятий, так и методы ведения торговли между странами. В таких условиях большинство МСП столкнулись с качественно новыми вызовами, связанными с четвертой промышленной революцией, бурным ростом цифровизации экономики, пандемией. С разрушением глобальных цепей поставок в период пандемии, в сложном положении оказались промышленные предприятия со сложными производственными циклами.

Несмотря на то что за последнее время были созданы институты поддержки экспорта, сняты многие барьеры для участников внешнеэкономической деятельности, все еще остается много вопросов к адаптации уже существующих мер к новым реалиям.

Ключевой особенностью экспортных поставок МСП является то, что каждый этап перемещения товара от продавца к покупателю сопряжен с необходимостью выбора одного из нескольких возможных вариантов действий, которые зависят как от внутренней готовности предприятия к экспорту, так и от влияния на поставку внешней среды. Практически перед каждой российской компании встал вопрос о включении новых подходов к реализации своего экспортного потенциала.

Нельзя забывать о том, что рынок – это не только работа с товарами, это работа с людьми. К сожалению, многие промышленные МСП не имеют соответствующих компетенций в области ведения внешней торговли. При осуществлении экспорта в современных реалиях уже сформировалась новая система знаний, которая должна пополняться в связи с условиями устойчивого социального дистанцирования. Именно поэтому все больше предприятий (в особенности тех, которые являются субъектами МСП) предпочитают делегировать отдельные этапы сбыта товара компаниям-посредникам, что дает им возможность нивелировать риски, возникающие при самостоятельном осуществлении экспортных поставок, и позволяет сосредоточиться на производстве товара. Таким образом, при принятии решения о ведении внешнеторговой деятельности, зачастую для МСП, наиболее оптимальным решением в большинстве случаев будет привлечение в экспортно сбытовой процесс посредника, который, обладая всем набором необходимых компетенций, возьмет на себя некоторые этапы экспортной поставки.

При сегодняшнем замедлении темпов экономического развития и мирового ВВП МСП при выходе на экспорт необходимо преобразовывать не только внутреннюю систему управления поставками своей продукции, но и соответствовать установленным внешним рынком требованиям. В связи с этим, особое внимание

надо уделить наличию необходимым и достаточным условиям, которые имеют компании для эффективного осуществления экспортных поставок.

Управление экспортными поставками промышленного предприятия происходит посредством имеющегося ресурса компании (необходимые условия) либо с использованием компетенций посредника или с получением государственной поддержки (достаточные условия). В любом случае эта деятельность должна быть контролируемой, и на каждом этапе сбытового процесса во внешнеторговой деятельности должны использоваться действенные инструменты.



Рис.1. Необходимые и достаточные условия МСП для осуществления экспортных поставок

Fig. 1 Necessary and sufficient conditions for SMEs to export

Источник: составлено автором

Практика деятельности экономических субъектов свидетельствует, что далеко не каждое МСП способно самостоятельно и вовремя дать соответствующую профессиональную оценку о возможностях своего участия на всех этапах экспортной поставки и оценить существующие и вновь возникшие риски.

На сегодняшний день именно недостаток информации об особенностях зарубежного рынка является одной из причин низкого уровня развития экспортной деятельности МСП в России. Именно эта причина не дает представителям производственных предприятий осуществить эффективный выход на экспорт. Чаще всего МСП сами определяют для себя страну для экспорта не по тем критериям, которые дают возможность качественно оценить перспективу выхода на выбранный рынок.

Чтобы изменить ситуацию в пользу экспортных поставок своей продукции, руководителям предприятий следует принимать решение с учетом тщательно проработанного предэкспортного аудита (оценка и адаптация необходимых и достаточных условий к современным требованиям внешней среды), который часто отдают на аутсорсинг, так как сами компании не имеют таких компетенций и доступа к необходимым базам данных. По мнению автора, стратегия по нахождению точек сбыта продукции на зарубежном рынке должна быть основана на диверсификации каналов выхода на экспортный рынок. Таким образом, для нащупывания точек сбыта продукции следует размещать товары на электронных торговых площадках не только по континентальному, но и по отраслевому признаку.

Важно учитывать, что электронные торговые площадки имеют разную целевую аудиторию. В этой связи, на таких больших электронных платформ, как «Alibaba», МСП могут затеряться среди крупных компаний, а например ведущая мировая онлайн-B2B площадка TRADEKEY[1] развивает малый и средний бизнес и вполне подойдет для реализации товаров малых и средних предприятий. Определяясь с такой площадкой, особое внимание нужно уделить тем отраслям, которые представлены в большем объеме, как продемонстрировано на рисунке 2. Если МСП уже прошла предэкспортный аудит и определилась с рынком сбыта, то, как правило, разумный выбор падает на такие площадки, например, как Kaufbei.tv[2], которая продает товары в Германии и по всей Европе.

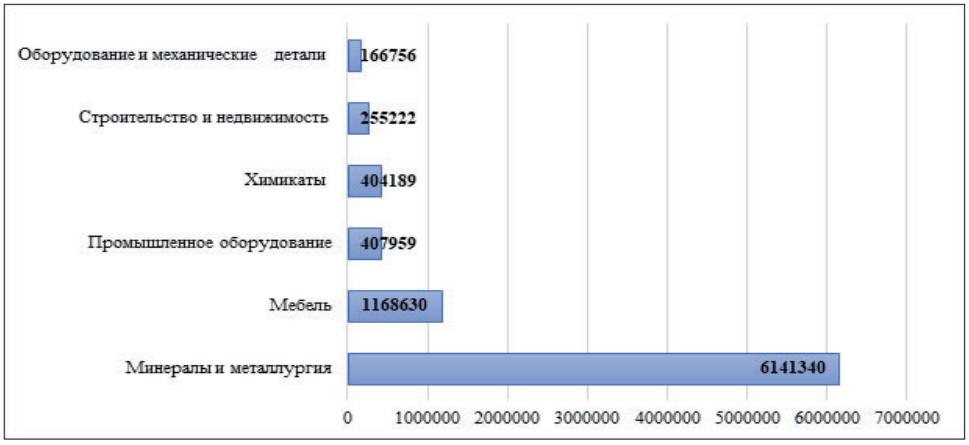


Рис. 2. Эффективные отрасли на торговой электронной площадке TRADEKEY
Fig. 2. Efficient Industries on TRADEKEY Trading Platform

Источник: составлено автором на основе https://seller-exportcenter.timepad.ru/event/1504460/mail_id=706011/mail=malinosv@yandex.ru/ma_id=280540421/?utm_campaign=Timepad_email_campaign&utm_medium=email&utm_source=tpd_mail_706011#register // Вебинар на тему «E-commerce – эффективный, многофункциональный инструмент оперативной экспортной экспансии»

Используя электронную площадку, МСП дополняет свои необходимые условия тем механизмом, который делает выход на рынок наиболее прозрачным, быстрым и эффективным. На рисунке 3 представлены преимущества использования такого эффективного инструмента.



Рис.3. Преимущества использования электронных торговых площадок для МСП как часть достаточных условий

Fig. 3. Advantages of electronic trading platforms for SMEs as part of sufficient terms and conditions

Источник: составлено автором

Наиболее верным для компаний-посредников (которые способствуют продвижению продукции МСП на электронных торговых площадках), будет размещать товар предприятия-производителя минимум на двух площадках по континентальному признаку и минимум на одну отраслевую площадку, только в этом случае можно понять пересечения страны и рынка потребления. Как итог этого стратегического маневра, можно точно определить аудиторию, для которой предлагаемый товар востребован и, что не менее важно, понять через какой канал (электронную торговую площадку) требуется его реализовывать.

Необходимо отметить, что при делегировании некоторых полномочий в рамках осуществления экспортных поставок другим участникам, компания-производитель вынуждена будет мериться с тем, что на уже существующие экспортные риски, наложатся новые, связанные с выбором посредника, что влечет за собой вероятность невыполнения им своих обязательств. Компании-производители теряются при выборе посредника, который будет осуществлять целый комплекс услуг. Например, есть компании-посредники, такие как «PolinaExport»[3], предлагающие комплексные решения по выводу российских производителей на внешние рынки

через электронные торговые площадки, а также услуги по таможенному, транспортно-логистическому, юридическому и налоговому сопровождению.

Каждое МСП создает свою систему управления экспортными поставками посредством имеющихся ресурсов компании, либо с использованием дополнительно привлеченных ресурсов. Многие эксперты считают, что МСП при выходе на экспорт должны сосредоточиться именно на проработке и выборе недостающего механизма, так как экспортный потенциал предприятия-производителя, по их мнению, должен быть уже сформирован. В любом случае эта деятельность должна быть контролируемой, и на каждом этапе сбытового процесса должны подключаться действенные инструменты. Для выстраивания этого инструментария требуется понимать, какие этапы совершения внешнеторговой сделки влекут за собой наибольшие расходы и риски. Особенно актуально в условиях сегодняшних требований, внимательно сконцентрироваться на управлении и контроле тех этапов экспортных поставок, которые отдаются посредникам. В условиях возникновения новых нестандартных рисков руководителям предприятий необходимо подходить к процессу управления экспортом с точки зрения стохастического управления. [4]

Анализируя ряд работ по исследованию систем управления, можно заметить, что стохастическое управление позволяет оперировать в пространстве быстроизменяющихся состояний, однако достаточно трудно действовать в ситуации неопределенности и недостаточности информации, которые возникают в последнее время все чаще. Нередко, предприятиям обрабатывающей промышленности приходится принимать решения в ситуациях высокой неопределенности, когда не работают четко установленные регламенты и появляется понимание нехватки компетенций для осуществления экспортной деятельности. Такая неопределенность является серьезной угрозой для предприятия, и необходимы ресурсы (управленческие, юридические, производственные, кадровые, финансовые) для нивелирования возможного экономического эффекта неопределенности. Как правило, в такой ситуации необходимо выявить те ресурсы, которые больше всего подходят для решения данной проблемы и сформировать стратегию внешнеторговой политики предприятия, учитывая влияние существующих внешних факторов.

Таким образом, четкое понимание того, как сейчас функционирует механизм экспортных поставок в деятельности МСП, умение управлять экспортными рисками грамотное использование государственной поддержки отбор нужного посредника с соответствующими компетенциями являются ключом к успеху предприятия при выходе на экспорт.

ПРИМЕЧАНИЯ:

[1] TRADEKEY – это ведущая и быстрорастущая B2B торговая электронная площадка в мире, основанная в 2006 году, связывающая продавцов и покупателей из более, чем 230 стран.

[2] Kaufbei.tv – это мультимодальная платформа по продвижению российских товаров на рынке Германии и Европы, включающая круглосуточный телеканал и интегрированный с ним интернет-магазин.

[3] «PolinaExport» – клуб экспортеров и экспертов // http://polinaexport.expert/

[4] Стохастичность (др.-греч. cioyoi; – цель, предположение) означает случайность. Случайный (стохастический) процесс – это процесс, поведение которого не является детерминированным, и последующее состояние такой системы описывается как величинами, которые могут быть предсказаны, так и случайными. Стохастичное управление – это управление в условиях неопределенности и нехватки информации, которые способствуют принятию случайных управленческих решений.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Базаров Р.Т. Современное состояние и перспективы совершенствования методов инвестирования и финансирования в некоммерческие организации //Горизонты экономики, 2014, No 6, С. 104-109.

2. Балакирев В.В., Герчикова Е.З. Посредническое участие при управлении экспортно-импортными поставками промышленных предприятий // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2020. №1 (80). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/posrednicheskoe-uchastie-pri-upravlenii-eksportno-importnymi-postavkami-promyshlennyh-predpriyatiy (дата обращения: 06.02.2021).

3. Булыгина Н.Ю., Литвинов Е.А., Савинов Ю.А., Тарановская Е.А. Влияние коронавируса на глобальные цепочки поставок // «Российский внешнеэкономический вестник», 6-2020, с.89-102 .

4. Журавлев Валерий Александрович, Ивсин Юрий Алексеевич, Пилюк Сергей Сергеевич. Управление рисками экспорто-ориентированных предприятий на зарубежных рынках // IN SITU. 2015. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-riskami-eksporto-orientirovannyh-predpriyatiy-na-zarubezhnyh-rynkah (дата обращения: 06.02.2021).

5. Манин Петр Владимирович. Управление развитием экспортного потенциала промышленного предприятия // Вестник ВУиТ. 2010. №21. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-razvitiem-eksportnogo-potentsiala-promyshlennogo-predpriyatiya (дата обращения: 06.02.2021).

6. Урумов Тимур Русланович. Эффективность государственной финансовой поддержки экспортной деятельности малых и средних предприятий // Актуальные проблемы экономики и права. 2017. №1 (41). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-gosudarstvennoy-finansovoy-podderzhki-eksportnoy-deyatelnosti-malyh-i-srednih-predpriyatiy (дата обращения: 20.02.2021).

7. Вебинар на тему «E-commerce – эффективный, многофункциональный инструмент оперативной экспортной экспансии (На примере площадок TradeKey и SoloStocks)»// https://seller-exportcenter.timepad.ru/event/1504460/mail_id=706011/mail=malinosv@yandex.

ru/ma_id=280540421/?utm_campaign=Timepad_email_campaign&utm_medium=email&utm_source=tpd_mail_706011#register
8. Официальный сайт торговой площадки TRADEKEY - https://russian.tradekey.com/
9. Официальный сайт торговой площадки Kaufbei.tv - https://www.kaufbei.tv/
10. PolinaExport» – клуб экспортеров и экспертов - http://polinaexport.expert/

BIBLIOGRAPHY:

1. Bazarov R.T. Sovremennoe sostoyanie i perspektivy` sovershenstvovaniya metodov investirovaniya i finansirovaniya v nekommercheskie organizacii //Gorizonty` e`konomiki , 2014, No 6, S. 104-109.
2. Balakirev V.V., Gerchikova E.Z. Posrednicheskoe uchastie pri upravlenii e`ksportno-importny`mi postavkami promy`shlenny`x predpriyatij // Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo social`no-e`konomicheskogo universiteta. 2020. №1 (80). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/posrednicheskoe-uchastie-pri-upravlenii-eksportno-importnymi-postavkami-promyshlennyh-predpriyatiy (data obrashheniya: 06.02.2021).
3. Buly`gina N.Yu., Litvinov E.A., Savinov Yu.A., Taranovskaya E.A. Vliyanie koronavirusa na global`ny`e cepochki postavok // «Rossijskij vneshnee`konomicheskij vestnik», 6-2020, s.89-102 .
4. Zhuravlev Valerij Aleksandrovich, Ivsin Yurij Alekseevich, Pilyuk Sergej Sergeevich. Upravlenie riskami e`ksporto-orientirovanny`x predpriyatij na zarubezhny`x ry`nkax // IN SITU. 2015. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-riskami-eksporto-orientirovannyh-predpriyatiy-na-zarubezhnyh-rynkah (data obrashheniya: 06.02.2021).
5. Manin Petr Vladimirovich. Upravlenie razvitiem e`ksportnogo potenciala promy`shlennogo predpriyatiya // Vestnik VUiT. 2010. №21. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-razvitiem-eksportnogo-potentsiala-promyshlennogo-predpriyatiya (data obrashheniya: 06.02.2021).
6. Urumov Timur Ruslanovich. E`ffektivnost` gosudarstvennoj finansovoj podderzhki e`ksportnoj deyatel`nosti maly`x i srednix predpriyatij // Aktual`ny`e problemy` e`konomiki i prava. 2017. №1 (41). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-gosudarstvennoy-finansovoy-podderzhki-eksportnoy-deyatelnosti-malyh-i-srednih-predpriyatiy (data obrashheniya: 20.02.2021).
7. Vebinar na temu «E-commerce – e`ffektivny`j, mnogofunkcional`ny`j instrument operativnoj e`ksportnoj e`kspansii (Na primere ploshhadok TradeKey i SoloStocks)» // https://seller-exportcenter.timepad.ru/event/1504460/mail_id=706011/mail=malinosv@yandex.ru/ma_id=280540421/?utm_campaign=Timepad_email_campaign&utm_medium=email&utm_source=tpd_mail_706011#register
8. Oficial`ny`j sajt torgovoj ploshhadki TRADEKEY - https://russian.tradekey.com/
9. Oficial`ny`j sajt torgovoj ploshhadki Kaufbei.tv - https://www.kaufbei.tv/
10. PolinaExport» – klub e`ksporterov i e`kspertov - http://polinaexport.expert/