



УДК 339.97

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

EXPORT POTENTIAL AS FACTOR OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Равилова Альбина Руслановна

магистрант,
факультет экономических
и гуманитарных дисциплин,
Альметьевский государственный
нефтяной институт
albi.ravilova@yandex.ru

Садыкова Регина Рафкатовна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики
и управления предприятием,
Альметьевский государственный
нефтяной институт
regina_s_@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению экспортного потенциала как одного из факторов конкурентоспособности предприятия. Рассмотренные результаты исследования, проведенного сотрудниками Высшей школы экономики при поддержке Министерства экономического развития и торговли РФ, доказывают, что среди экспортеров доля эффективных, конкурентоспособных компаний почти втрое выше, чем среди предприятий, работающих исключительно на внутреннем рынке, независимо от доли экспорта в объеме продаж.

Ключевые слова: экспортный потенциал, международная кооперация, межкультурные маркетинговые коммуникации, национальное государственное регулирование, экспорт.

Ravilova Albina Ruslanovna

Undergraduate,
faculty of economic
and humanitarian disciplines,
Almetyevsk state oil institute
albi.ravilova@yandex.ru

Sadykova Regina Rafkatovna

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of economy
and business management,
Almetyevsk state oil institute
regina_s_@mail.ru

Annotation. This article is devoted to consideration of the export potential as one of factors of competitiveness of the enterprise. The considered results of the research conducted by the staff of Higher School of Economics with assistance of the Ministry of Economic Development and Trade of the Russian Federation prove that among exporters the share of the effective, competitive companies is almost three times higher, than among the enterprises working only at domestic market irrespective of an export share in sales volume.

Keywords: export potential, international cooperation, cross-cultural marketing communications, national state regulation, export.

В условиях рыночной экономики предприятие вынуждено учиться выживать в условиях жёсткой конкуренции, находить способы борьбы с конкурентами на внешних и внутренних рынках. В связи с этим на сегодняшний день внешнеторговые связи получают все большее развитие в составе хозяйственной деятельности предприятий.

Для повышения эффективности работы предприятия важно учитывать все его потенциалы, в том числе и экспортный, поскольку этот потенциал характеризует интегральные возможности в производстве конкурентоспособной продукции и ее реализации на внешних рынках.

Экспортный потенциал предприятия можно определить, как совокупность имеющихся у него ресурсов и возможностей для производства конкурентоспособной продукции, ее реализации и обслуживания на внешних рынках как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде.

Эффективность реализации экспортного потенциала определяют следующие факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность предприятия, качество ассортимента, способность производить продукцию в необходимых объемах [1, с. 63]:

1. Импорт материалов, оборудования, технологий. Российское производство отстает от зарубежного, в связи с чем отмечается высокая доля импортных составляющих в экспортной продукции.

2. Деятельность в свободных экономических зонах (СЭЗ). Тепличные условия для предпринимательства в СЭЗ позволяют предприятию найти подходящий сектор для совершенствования качества продукции и последующего выхода на внешний рынок.

3. Международная кооперация. Не всегда соответствующий международным требованиям уровень конкурентоспособности отечественных предприятий, вынуждает предприятия объединяться для производства товара более высокого качества.

4. Контрафакт. Наличие контрафакта у предприятия значительно снижает его конкурентоспособность и серьезно бьет по репутации.



5. Национальное государственное регулирование. Внешнеэкономическая деятельность для малых и средних предприятий остается очень сложным процессом, сопряженным с серьезными рисками и значительными финансовыми затратами.

6. Межкультурные маркетинговые коммуникации.

Осуществление экспорта свидетельствует одновременно об эффективной работе предприятия как с точки зрения его контрагентов, так и с точки зрения внешнего окружения. Таким образом, экспорт одновременно выступает и как фактор, и как результат эффективной работы предприятия.

Данный вывод подтверждают результаты исследования, проведенного сотрудниками Высшей школы экономики при поддержке Министерства экономического развития и торговли РФ, результаты которого доказывают, что среди экспортеров доля эффективных, конкурентоспособных компаний почти втрое выше, чем среди предприятий, работающих исключительно на внутреннем рынке, независимо от доли экспорта в объеме продаж (рис. 1).

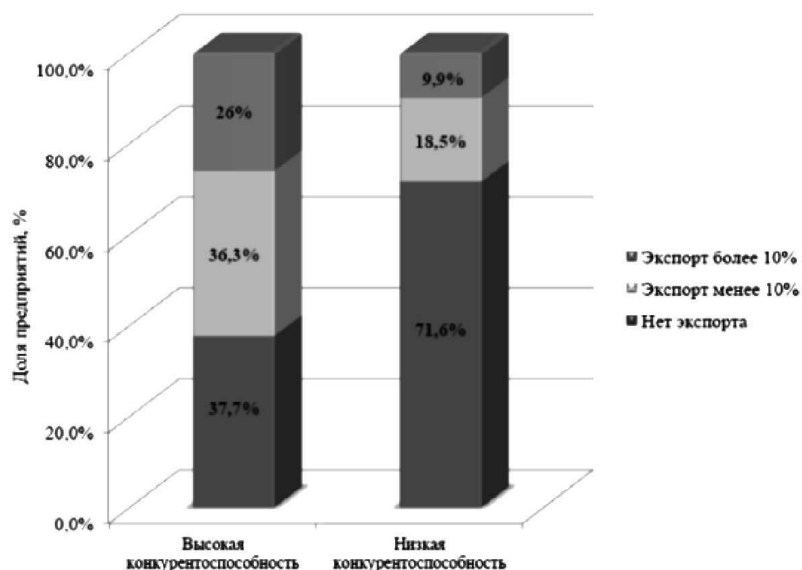


Рисунок 1 – Соотношение уровня конкурентоспособности предприятия и объемов его экспортной деятельности, %

Так, за период 2014–2016 гг. общее число экспортирующих российских компаний выросло почти на четверть, до 27,1 тыс. в 2016 году против 21,8 тыс. в 2014 году. Одновременно прирост числа экспортеров в обрабатывающих отраслях составил порядка 7 % и достиг к концу 2016 года 6,8 тыс. компаний. При этом основной прирост фирм-экспортеров наблюдался в постдевальвационном 2015 году. В 2016 году приток новичков существенно замедлился, а количество экспортеров из обрабатывающих производств и вовсе немного сократилось (рис. 2) [2, с. 81].



Рисунок 2 – Динамика отечественных производителей, работающих на внешних рынках, в 2014–2016 гг., тыс. ед.

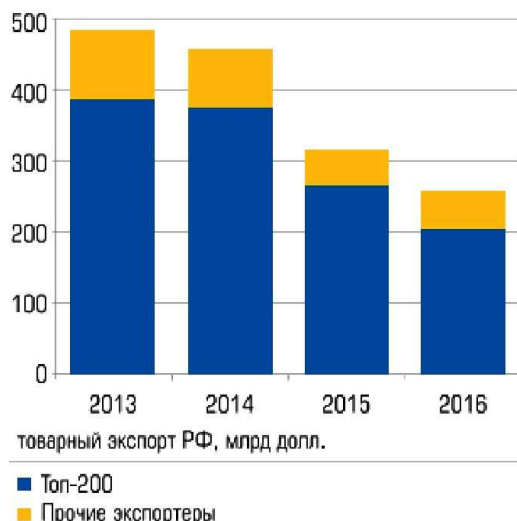


Рисунок 3 –Динамика российского товарного экспорта в 2014–2016 гг., млрд долл.

Таким образом, развитие экспортных возможностей российских предприятий в современных условиях хозяйствования является одним из приоритетных направлений их деятельности, поскольку именно производство экспортной продукции и ее успешная реализация позволяют отечественным товаропроизводителям выйти на качественно новый уровень функционирования и повысить эффективность своей деятельности.

Литература:

1. Сухих Д.Г., Кац В.М. Методики оценки экспортного потенциала предприятия. Российский опыт // Вестник науки Сибири. – 2015. – № 2 (17). – С. 62–75.
2. Глеб Жога. Последний год экспортного спада / Глеб Жога, Павел Кузнецов, Алиса Могильникова // Эксперт. – 2017. – № 39. – С. 78–90.

References:

1. Sukhikh D.G., Katz V.M. Methods of assessment of export potential of the enterprise. Russian experience // Vestnik nauki sibirii. – 2015. – № 2 (17). – P. 62–75.
2. Gleb Zhoga. Last year of export decline / Gleb Zhoga, Pavel Kuznetsov, Alice Mogilnikova // Expert. – 2017. – № 39. – P. 78–90.