

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Сибирский государственный
аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнева»

На правах рукописи

ФОКИНА Дарья Александровна

**ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКСПОРТНОГО
ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:
экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами
(промышленность)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Научный руководитель:

д.э.н., профессор Г.Я. Белякова

Красноярск 2015

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1 Сущность экспортного потенциала предприятия машиностроения и элементы его формирования	8
1.2 Факторы, оказывающие влияние на формирование экспортного потенциала машиностроительного предприятия	23
1.3 Диагностика экспортного потенциала машиностроительных предприятий.....	32
Выводы по главе 1	42
ГЛАВА 2. ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	44
2.1 Классификация инструментов управления развитием экспортного потенциала предприятия	44
2.2 Инструменты управления развитием экспортного потенциала с учетом стратегии развития машиностроительного предприятия	74
2.3 Методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия	81
Выводы по главе 2	106
ГЛАВА 3. МЕТОДИКА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	108
3.1 Оценка экспортного потенциала предприятия машиностроения на основе предложенной методики	108
3.2 Управление развитием экспортного потенциала с учетом стратегии развития машиностроительного предприятия	119
3.3 Совершенствование инструментов поддержки и развития экспортного потенциала машиностроительных предприятий	124
Выводы по главе 3	140
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	141
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	147
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	157

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время машиностроительная промышленность нашей страны находится в жестких конкурентных условиях, определенных тенденциями развития мировой экономики: глобальная политическая нестабильность, санкционное давление западных стран, падение мировых цен на нефтепродукты, невысокие темпы внутреннего экономического роста. На сегодняшний день Российская Федерация имеет отрицательное сальдо по машиностроительной продукции, экономика в значительной степени зависит от импорта, отечественное машиностроение обеспечивает потребность в машинотехнической продукции на 40-50%, машиностроители ориентированы на приобретение производственного оборудования и компонентов для собственного производства за рубежом.

По данным Федеральной таможенной службы, доля экспорта машин и оборудования за 2014 года составила чуть более 3% от фактически экспортированной продукции, тогда как для развитых стран этот показатель достигает 70% (Израиль, Япония, США, Германия). Компонентная структура экспортных потоков свидетельствует о том, что существующие инструменты управления экспортным потенциалом машиностроительного предприятия недостаточно эффективны.

Наращивание экспортного потенциала является необходимым условием для выхода продукции отечественных машиностроительных предприятий на международный рынок. Для решения этой задачи необходимо использование специальных инструментов управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия, способствующих росту конкурентоспособности российских машиностроительных товаров на международном рынке. Кроме того, современные методы управления развитием экспортного потенциала машиностроительных предприятий, должны учитывать нетарифные ограничения, существующие на международном машиностроительном рынке и соответствовать требованиям и правилам, принятым в ВТО.

Необходимость совершенствования инструментов, способствующих наращиванию экспортного потенциала машиностроительных предприятий, определяет актуальность данного диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы. Классические модели теории внешней торговли были разработаны А. Смитом, Д. Рикардо [85], М. Портером [78], Й. Шумпетером [109] и другими. В современной литературе имеются различные подходы к управлению формированием и реализацией отдельных составляющих экспортного потенциала предприятий. Данные подходы изложены в трудах таких исследователей как Р. Хаусманн и Б. Клингер [117], М. Сейфуллаевой [84], В. Швыдкова [107], Э. Кочетова [56], И. Кротова [34], Ю. Токарева [90], Л. Стровского [33], А. Ежева [51]. Теоретические и методические

вопросы оценки экспортного потенциала предприятия нашли свое отражение в работах российских и зарубежных исследователей, среди них исследования А. Гранберга [45], Т. Миролюбовой [69], П. Манина [63], А. Чурсина [106], М. Сычева [89], Е. Кузьминой [59], М. Дружкиной [50], В. Дикань [45], И. Деминой [47], В. Покровской [75], Ю. Порошина [77]. Исследованием проблем развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия посвящены работы М. Бендикова [26], Е. Волкодавовой [35], В. Бариленко [93], Т. Чирановой [104], С. Глазьева [41].

Отмечая значительный вклад исследований отечественных и зарубежных ученых в сфере развития экспортного потенциала предприятий, следует выделить вопросы, которые не нашли решения. Так, при оценке экспортного потенциала предприятия недостаточно учитывается его отраслевая специфика, требует доработки методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия, кроме того, инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия нуждаются в дальнейшем совершенствовании.

Актуальность и теоретическая значимость исследований данной проблемы определили выбор темы, целей и задач диссертационного исследования.

Целью диссертационного исследования является теоретическое обоснование и разработка инструментов управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Для достижения поставленной цели диссертационного исследования были определены следующие задачи:

- выявить особенности современного состояния экспорта машиностроительной продукции;
- уточнить определение и выявить компонентную структуру экспортного потенциала машиностроительного предприятия;
- исследовать и систематизировать факторы, оказывающие влияние на формирование и развитие экспортного потенциала машиностроительного предприятия;
- провести диагностику и оценить современное состояние экспортного потенциала машиностроительных предприятий;
- выявить и систематизировать инструменты, с помощью которых машиностроительное предприятие может управлять развитием собственного экспортного потенциала;
- разработать методику управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия;
- провести апробацию предложенной методики на примере конкретного машиностроительного предприятия.

Объект исследования - машиностроительные предприятия, обладающие экспортным потенциалом.

Предмет исследования – управленческие отношения, возникающие в процессе формирования и развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Теоретической основой исследования послужили научные результаты, представленные в трудах отечественных и зарубежных исследователей, отражающие состояние и перспективы развития машиностроительных предприятий и международного рынка продукции машиностроения в целом.

Методологическую основу исследования составили общенаучные методы исследования: сравнительный и статистический анализ, группировка, сравнение и обобщение, позволяющие обеспечить обоснованность результатов и выводов диссертационного исследования.

Информационной базой исследования являются: законодательные и нормативно-правовые акты ЕврАзЭС, ЕЭК и РФ; статистические данные Федеральной таможенной службы, Федеральной службы государственной статистики РФ, Минэкономразвития России, опубликованные в официальных источниках и на сайтах данных организаций; отчетные документы машиностроительных предприятий. В работе использовались нормативные документы, размещенные на официальных сайтах WTO, UNCTAD.

Область исследования соответствует п. 1.1.10. «Внешнеторговая деятельность предприятий в условиях либерализации внешнеэкономической деятельности» паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность).

Основные положения, выносимые на защиту, и их научная новизна:

1. Раскрыто понятие «экспортный потенциал машиностроительного предприятия»; уточнена его компонентная структура: производственный, финансовый, рыночный, кадровый и интеллектуальный потенциалы. Сформирована система показателей для расчета уровня экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

2. Выявлены и систематизированы факторы, оказывающие воздействие на формирование и развитие экспортного потенциала машиностроительного предприятия, предложена классификация факторов, основанная на специфике международного рынка машиностроительной продукции и особенностях машиностроительных предприятий.

3. Предложена группировка машиностроительных предприятий региона с точки зрения развития экспортного потенциала по видам производственной деятельности. Выявлены существенные отличия в уровне экспортного потенциала среди предприятий, входящих в разные группы.

4. Разработаны инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительных предприятий, учитывающие специфику международного рынка машиностроительной продукции и обращающихся на нем товаров, а также нетарифные ограничения международного рынка соответствующие современным нормам ВТО.

5. Разработана методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия, заключающаяся в выявлении элементов потенциала, их оценка с помощью предложенной системы коэффициентов, расчет уровня экспортного потенциала, применение набора инструментов для тех элементов, уровень развития которых недостаточный. Методика предполагает использования комплекса инструментов в зависимости от группы, к которой относится предприятие.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования состоит в том, что полученные результаты дополняют теоретические и методические положения управления развитием промышленных предприятий. Практическая значимость диссертационного исследования обусловлена полученными результатами и выводами в виде конкретных научно-обоснованных положений, которые могут быть использованы руководителями машиностроительных предприятий, осуществляющими экспорт продукции, или планирующими выход на международные рынки; органами государственной власти при управлении развитием экспортного потенциала машиностроительных предприятий.

Результаты исследования могут быть использованы в учебном процессе при разработке курсов лекций по таким дисциплинам, как «Управление предприятием», «Внешнеторговая деятельность предприятия».

Достоверность и обоснованность научных положений и выводов обеспечивается использованием в диссертации апробированных научных результатов в области теории и методологии управления развитием промышленных предприятий. Сформулированные научные положения, результаты работы, выводы и рекомендации разработаны с применением общенаучных методов исследования, не противоречат известным положениям экономических наук и основаны на официальных информационно-статистических и аналитических материалах, нормативно-правовых и законодательных актах Российской Федерации.

Апробация и реализация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования нашли отражение в публикациях автора и его докладах на международных и российских научно-практических конференциях: IXXXIII Международной научно-практической конференции «Научная дискуссия: вопросы экономики и управления», Москва, 2014 г., X Юбилейной Международной научной конференции «Современные проблемы науки и образования», Москва, 2014 г., XXV Международной научно-практической конференции «Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд»,

Новосибирск, 2014 г., Международной научной конференции «Решетневские чтения» 2011, 2013 и 2014 гг., Международной научно-практической конференции «Логистические системы в глобальной экономике» Красноярск, 2012, 2013, 2014 и 2015 гг.

Результаты диссертационного исследования нашли практическое применение при управлении развитием экспортного потенциала ООО «Научно-производственный центр Магнитной гидродинамики», г. Красноярск, что подтверждается соответствующим документом о внедрении.

Публикации. По материалам исследования автором опубликовано 19 работ общим объемом 8 п.л. (в т.ч. авт. 6 п.л.), из них 6 статей в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения. Работа выполнена на 156 страницах, содержит 10 рисунков, 24 таблицы, 5 приложений. Список литературы включает 128 наименований.

Глава 1. ТЕОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность экспортного потенциала предприятия машиностроения и элементы его формирования

Уровень развития экономики государства может быть охарактеризован величиной и структурой его экспортно–импортных потоков. Чем выше доля участия страны в мировом экспорте товаров и услуг, а в структуре экспорта преобладают товары высокотехнологичных отраслей, тем эффективнее экономика данной страны. Успешное функционирование и развитие предприятий в современных условиях предполагает расширение рынков сбыта. Выход предприятия на международные рынки требует формирования его международной конкурентной стратегии, выявления конкурентных преимуществ на рынках выбранных стран, а это, в свою очередь, предполагает необходимость наличия экспортного потенциала у предприятия.

Научный интерес к проблеме определения сущности экспортного потенциала предприятия заставляет обратиться к анализу накопленного теоретического материала. Для правильного понимания смысла категории «экспортный потенциал» необходимо проанализировать сущность понятия «потенциал».

Потенциал (от лат. *potentia* – сила) – это источники, возможности, средства, запасы, которые могут быть использованы для решения какой–либо задачи, достижения определенной цели; возможности конкретного лица, общества, государства или предприятия в определенной области. В словаре иностранных слов Васюкова приводится толкование термина как мощь, сила [32].

В современной экономической теории понятие «потенциал» как правило, представляет собой совокупность имеющихся средств, возможностей в какой–либо сфере. В то же время, термин «потенциальный» указывает на существующую возможность, а не на ее реализацию. Среди авторов в экономической литературе наблюдаются разногласия по поводу того, что считать потенциалом. Различают физический и экономический подход к потенциалу. В экономическом подходе потенциал пытаются оценить в стоимостном виде, в физическом подходе под потенциалом понимаются физические категории – энергия, материя, энтропия.

Изучением проблем развития экспортного потенциала предприятия российские ученые активно занимаются с начала 1990–х годов, когда отдельно взятое предприятие стало субъектом, самостоятельно осуществляющим внешнеэкономическую деятельность. Современные ученые–экономисты дают трактовку различным видам потенциалов предприятия – финансовому, инновационному, внешнеэкономическому. Однако определению экспортного потенциала предприятия уделено недостаточно внимания.

Исследования проблемы управления развитием экспортного потенциала проводились современными учеными на разных уровнях. Можно отметить следующие направления:

В серии работ Р. Хаусманна и Б. Клингера [117], изучается влияние экспорта на развитие экономик быстрорастущих стран. На уровне международных отношений особый интерес представляют работы Р.С. Гринберга [46], Э.Г. Кочетова [56]. На уровне отношений России с другими странами проблемы экспортного потенциала исследовались в работах И.И. Кретьева [34], Р.И. Хасбулатова [102]. На региональном уровне можно выделить исследования А.Г. Гранберга [45], М. С. Сычева [89]. На уровне отдельного предприятия заслуживают внимания работы Е.В. Волкодавовой [35], В.В. Покровской [75], Ю.Б. Порошина [77].

Классические модели теории внешней торговли были разработаны А. Смитом, Д. Рикардо [85], М. Портером [79]. Среди современных ученых вопросам развития экспортного потенциала посвящены работы Р. Хаусманна и Б. Клингера [117], М. Сейфуллаевой [84], В. Швыдкова [107].

Теоретические и методические вопросы оценки экспортного потенциала предприятия нашли свое отражение в работах российских и зарубежных исследователей, среди них исследования А. Гранберга [45], Т. Миролюбовой [69], П. Манина [63], М. Дружкиной [50], В. Дикань [45], А. Н. Ечева [51], Т. Чирановой [104]. Исследованием проблем развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия посвящены работы М. Бендикова [26], Е. Волкодавовой [35], С. Глазьева [41].

Отмечая значительный вклад исследований отечественных и зарубежных ученых в сфере развития экспортного потенциала предприятий, следует выделить вопросы, которые не нашли решения. Так, при оценке экспортного потенциала предприятия недостаточно учитывается его отраслевая специфика, требует доработки методика оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия, кроме того, инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия нуждаются в дальнейшем совершенствовании.

В работах некоторых авторов экспортный потенциал предприятия рассмотрен как частный случай внешнеэкономического потенциала. Многие авторы под экспортным потенциалом предприятия понимают уровень конкурентоспособности его продукции на внешнем рынке. Однако такое понимание не затрагивает особенности организации и администрировании производственной и внешнеторговой деятельности машиностроительных предприятий.

Рассматривая эволюцию взглядов на сущность понятия «экспортный потенциал предприятия», можно выделить два направления исследования этой научной проблемы. Ресурсное направление исследования экспортного потенциала: согласно этой концепции

экспортный потенциал есть совокупность имеющихся у предприятия ресурсов по производству и реализации продукции на внешних рынках, и способность накопленных у предприятия ресурсов к достижению в перспективе максимально возможного объема экспорта продукции. Результативное направление характеризует рассматриваемое понятие с позиции результата. Второй подход определяет экспортный потенциал предприятия не только с точки зрения наличия ресурсов, достигнутых результатов или имеющихся возможностей, но и как критерий конкурентоспособности производимой и экспортируемой продукции. Каждая из этих концепций обладает определенными ограничениями, в рамках которых делается акцент на исследовании какого-то отдельного аспекта общей проблемы.

Экономическая категория «экспортный потенциал предприятия» рассматривается современными исследователями, среди которых Е. Волкодавова [35], В. Швыдков [107], В. Круглов [57]. Большинство ученых предлагают рассматривать экспортный потенциал как часть экономического потенциала экспортно ориентированного предприятия, выраженную в возможных объемах поставок на экспорт конкурентоспособной продукции. Анализ определений, которые даются понятию «экспортный потенциал предприятия» такими исследователями как Ю. Токарев [90], В. Елькин [52], А. Русаков [81], показал, что понятие «экспортный потенциал предприятия» в подходах современных исследователей не зависит от сферы деятельности предприятия.

При определении экспортного потенциала машиностроительного предприятия необходимо учитывать специфические особенности предприятий данной отрасли, среди которых можно выделить особенности продукции машиностроительных предприятий и особенности международного рынка машиностроения. Для выхода на внешний рынок продукция машиностроения должна строго соответствовать международным стандартам и техническим регламентам, так как продукция, как правило, является последующим звеном производственной цепочки. Международный машиностроительный рынок нестабилен: спрос и предложение на рынке зависят не только от тенденций развития машиностроительной отрасли, но и общего уровня экономико-политической стабильности стран-импортеров.

Анализ существующих подходов к определению экспортного потенциала показал, что определение экспортного потенциала предприятия, соответствующее специфике машиностроительной отрасли, может быть сформулировано следующим образом: экспортный потенциал машиностроительного предприятия - это наличие у машиностроительного предприятия научно-технологических возможностей организовать производство конкурентоспособной продукции, соответствующей техническим требованиям и стандартам международного рынка, а также возможность адаптации предприятия к непрерывным изменениям внешней среды и достижению целей стратегического развития.

Данное определение содержит ряд важных уточнений.

Во-первых, особенность продукции машиностроительного предприятия – продукция машиностроения, не имеющая сертификатов технического соответствия, не может конкурировать на международном рынке.

Во-вторых, подчеркивается необходимость наличия у машиностроительного предприятия научно-технологических возможностей.

В-третьих, учитывается не только способность машиностроительного предприятия к реализации существующих в настоящее время рыночных возможностей, но и подразумевается способность предприятия к дальнейшему развитию, т.е. наличие внутренних резервов для адаптации предприятия к изменяющимся условиям международного машиностроительного рынка.

В-четвертых, учитывается стратегия развития машиностроительного предприятия.

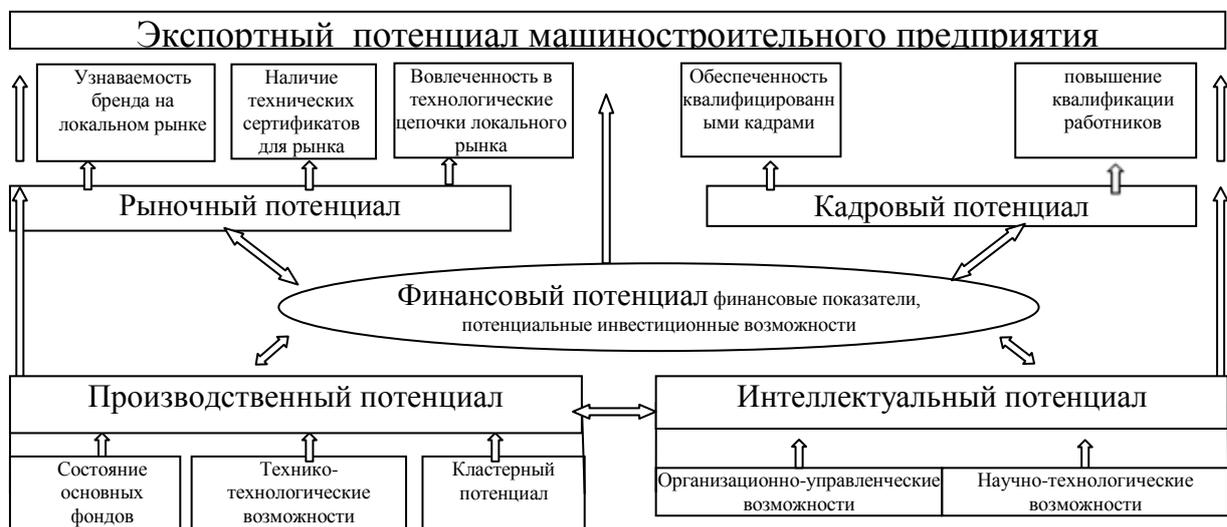


Рисунок 1 — Структура формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Предлагаемое в диссертационном исследовании определение позволяет выделить следующие виды экспортного потенциала машиностроительных предприятий: "упущенный потенциал" – объемы экспорта продукции предыдущих лет, реализация которых в современных условиях не представляется возможной;

"резервный потенциал" – неиспользованная ранее возможность экспорта продукции, поставка которой на внешний рынок не рассматривалась.

Такая структура экспортного потенциала машиностроительного предприятия позволяет исследовать причины возникновения нереализованных компонентов, наметить пути их вовлечения в экспортную деятельность, провести анализ негативного воздействия на

регулярность экспортных поставок факторов внешней среды и выявить резервы повышения эффективности экспортной деятельности машиностроительного предприятия.

Величина экспортного потенциала предприятия характеризует конкурентные возможности продукции предприятия на международном рынке. Нарращивание экспортного потенциала основано не только на увеличении продаж конкретного вида продукции, оно также неразрывно связано с возможностью выйти на рынки других стран в ближайшем будущем.

Учитывая изложенное выше, экспортный потенциал машиностроительного предприятия характеризуется совокупностью объективно существующих возможностей и ресурсов по производству и реализации продукции на внешних рынках, складывающиеся под воздействием внутренней и внешней сред предприятия.

В предложенной характеристике понятие экспортного потенциала предприятия разграничено на два подхода. Первый ресурсный (или внутренний), характеризуется наличием возможностей (реальных ресурсов и потенциальных возможностей) у непосредственного предприятия. Второй подход основан на результате (внешний уровень) – реализация продукции на международном рынке. В предложенном определении реализуется системный подход к пониманию данной экономической категории – ресурсный (внутренний) и результативный (внешний).



Рисунок 2 — Подходы к определению экспортного потенциала предприятия.

В данном исследовании экспортный потенциал машиностроительного предприятия рассматривается как одна из существенных характеристик его успешного развития в будущем. Перспективы развития предприятия машиностроения можно определять путем оценки различных видов его потенциалов.

Ученые из развитых зарубежных стран не рассматривают экспортный потенциал как отдельную экономическую категорию или фактор повышения потенциала предприятия и страны в целом. Для развитых экономик названная категория не является приоритетной. Технические стандарты производимой в развитых странах машиностроительной и прочей

продукции определены и строго соответствуют международным нормам, и у производителей нет разницы в требованиях к продукции для внутреннего или мирового рынков.

Для отечественных машиностроительных предприятий наращивание экспортного потенциала имеет большое значение, уровень технических требований к продукции отечественного рынка порой ниже или не соответствует требованиям мирового уровня.

Как правило, предприятие способное экспортировать производимую машиностроительную продукцию обладает довольно высоким уровнем технологического и интеллектуального потенциалов, или имеет ряд редких, уникальных ресурсов.

В современной литературе понятия зачастую «экспортный потенциал предприятия» и «внешнеэкономический потенциал предприятия» отождествляются, и термин «экспортный потенциал» заменяется понятием «внешнеэкономический потенциал». В то же время при обозначении показателей потенциала внешнеэкономической деятельности фигурируют показатели, характеризующие в основном экспортный потенциал. Другими словами, происходит смешение двух экономических категорий, которые хоть и тесно взаимосвязаны, но все же требуют отдельного рассмотрения. Необходимо четко разграничить понятия «экспортный потенциал предприятия» и «внешнеэкономический потенциал предприятия».

Внешнеэкономический потенциал предприятия характеризует как импортные так и экспортные возможности, показывает способность предприятия импортировать сырье и комплектующие и поставлять на международные рынки продукцию собственного производства. Следовательно, экспортный потенциал является частью внешнеэкономического потенциала предприятия.

На предприятиях машиностроения в силу разных факторов довольно часто возникают несоответствия между созданными возможностями и их фактическим использованием. Неиспользованные возможности по производству и реализации продукции выступают в виде производственных резервов, которые также являются частью экспортного потенциала.

Экспортный потенциал характеризует уровень развития предприятия в пространстве и времени, с помощью данной экономической категории можно рассмотреть несколько временных отрезков развития предприятия:

1. Прошлые достижения. Представляя собой совокупность ресурсов, накопленных производственным предприятием в процессе функционирования, и обуславливающих его возможности к функционированию и развитию. В этом плане понятие «потенциал» фактически отождествляется с понятием «ресурс». Таким образом, предприятие при оценке экспортного потенциала отталкивается от показателей предыдущего периода и констатирует изменение данной категории. Данное определение не в полной мере отражает сущность экспортного потенциала, так как в первую очередь предприятие должно ориентироваться не

на собственные показатели, которые могут не соответствовать требованиям современной ситуации на рынке.

2. Настоящие возможности. Характеризует настоящее с точки зрения практического применения и максимально эффективного использования возможностей предприятия. В связи с данной особенностью возникают понятия «реализованные» и «нереализованные» возможности, и «потенциал» совпадает с понятием «резерв».

3. Будущее развитие. Дает возможность прогнозировать развитие предприятия в будущем. На основе анализа изменения уровня экспортного потенциала предприятие может строить экспортные планы и прогнозировать объемы экспорта на будущие периоды.

Под элементами экспортного потенциала машиностроительного предприятия принято понимать определение перечня и соотношений включаемых в него компонентов. Приведённый автором анализ научных исследований данного вопроса показал, что на сегодняшний день ни общая структура элементов экспортного потенциала предприятия, ни их пропорции и соотношения не охарактеризованы однозначно.

Следует отметить, что отсутствие среди исследователей единого подхода к определению содержания понятия экспортного потенциала машиностроительного предприятия нашло отражение в множественности подходов к элементам формирования данной категории. В связи с этим, при формировании экспортного потенциала машиностроительного предприятия предлагается разработанная автором схема элементов формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия, представленная на рисунке 1. Экспортный потенциал машиностроительного предприятия формируется при помощи связанной совокупности потенциалов.

Причем в процессе формирования экспортного потенциала, составляющие его потенциалы могут попеременно выступать и как ресурсы, будучи при этом результатом реализации других потенциалов. Так, производственный потенциал основан на наличии и реализации основного капитала, технико–технологических и инфраструктурных возможностях, интеллектуальный – на научно–технологических и организационно–управленческих возможностях, а финансовый – финансовых возможностях предприятия.

Таким образом, в предложенной схеме подсистемы–потенциалы рассматриваются с точки зрения диалектического единства ресурсов и результатов их использования, что позволяет объединить противоречия ресурсного и результатного подходов к определению сущности экспортного потенциала.

Следует отметить особую роль в формировании экспортного потенциала интеллектуального потенциала. Во–первых, как ресурс он не расходуется в процессе

реализации. Во вторых, в какой-то мере он служит составной частью всех прочих компонентов, поднимая их на более высокий уровень и выполняя при этом связующую роль.

В настоящее время не существует и единого мнения ученых по поводу элементов формирования экспортного потенциала предприятия. Проанализировав современные научные публикации по данному вопросу, на рисунке 3 автором предложена элементная структура формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Для дальнейшего исследования необходимо проанализировать каждый компонент экспортного потенциала машиностроительного предприятия. Для этого рассмотрим выделенные элементы экспортного потенциала более подробно.

1. Производственный потенциал предприятия.

Производственный потенциал предприятия (ППП) – совокупность производственных ресурсов предприятия [64], характеризуется возможностями предприятия в сфере производства. Основа производственного потенциала предприятия – наличие и качественный состав производственных фондов предприятия, зависит от степени модернизации оборудования, уровня применяющегося на предприятии технологического уклада, степени инновационности производственного и организационно–управленческого процесса на данном предприятии. Сравнительный анализ определений данного понятия, проведенный автором по различным источникам, позволил выделить несколько подходов к определению производственного потенциала предприятия и измерению его уровня.

Одним из первых российских ученых–экономистов, внедривших понятие производственный потенциал предприятия, является А.И. Анчишкин, по мнению которого в ППП входит определенный набор ресурсов предприятия, которые в процессе производства принимают форму факторов производства [19].

Данный ресурсный подход к теории производственного потенциала предприятия получил широкое распространение среди исследователей. Мансурова Н.А. Шутяева Н.О. уточнили понятие производственного потенциала предприятия, по их мнению ППП – это многомерная характеристика совокупности имеющихся у предприятия ресурсов. Однако ресурсный подход, учитывающий количество, качество, структуру и достаточность ресурсов, не может однозначно характеризовать производственный потенциал, так как при этом подходе не учитывается способность ресурсов предприятия взаимодополнять друг друга [64].

Второй подход к определению производственного потенциала предприятия получил название целевой, так как основной его особенностью является достижение предприятием намеченных целей. Целевой подход имеет ценность, если в его основе ориентация на лучшие достижения конкурентов и лидеров рынка.

Следующий подход к определению производственного потенциала получил название ресурсно–функциональный. В соответствии с данным подходом, об уровне потенциала предприятия судят по степени рациональности использования имеющихся ограниченных ресурсов. Данного подхода придерживались такие ученые как А. Л. Горячая [43].

По мнению автора, наиболее точно производственный потенциал предприятия характеризуется с помощью ресурсно–целевого подхода, основными представителями идей которого можно назвать таких ученых как Г. Бирман [28], Е.В. Галаева (49). В соответствии с ресурсно–целевым подходом, определение и оценка производственного потенциала предприятия происходит при одновременной оценке ресурсов и целей развития предприятия. В этом случае ППП – величина и эффективность использования всех ресурсов предприятия, характеристика, основанная на оценке готовых результатов.

Таким образом, производственный потенциал является фундаментом при определении экспортного потенциала машиностроительного предприятия. Уровень развития и эффективность использования средств труда, предметов труда и качество организации производственных процессов во многом определяют дальнейшие перспективы развития и направления совершенствования предприятия. Точный и всесторонний анализ производственного потенциала необходим для того, чтобы категория экспортного потенциала могла выступать полноценным объектом для анализа, а полученные оценки могли в действительности использоваться как информационная база для принятия и обоснования управленческих решений.

2. Кадровый потенциал предприятия.

Кадровый потенциал (КПП) является неотъемлемым и очень важным элементом формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Кадровый потенциал предприятия – это возможности определенной категории рабочих, специалистов, других групп работников, которые могут быть приведены в действие в процессе трудовой деятельности в соответствии с должностными обязанностями и поставленными перед обществом, регионом, коллективом целями на определенном этапе развития [103]. Такой подход к определению кадрового потенциала дает возможность всестороннего анализа любой категории кадров на основе объективных экономических законов в соответствии с выбранным объектом, предметом исследования, а также его целями и задачами.

Содержание кадрового потенциала и основные его черты можно сформулировать, исходя из определения кадров. Кадры – основной (штатный) состав подготовленных, квалифицированных работников предприятий, учреждений, партийных, профсоюзных и общественных организаций той или иной отрасли деятельности. В широком смысле —

вообще все постоянные работники [27]. Кадровый потенциал заложен в тех функциях, которые работник исполняет как профессионал и в силу своих способностей, знаний опыта может обеспечить эффективное функционирование производства.

Поэтому анализ кадрового потенциала следует проводить, учитывая экономические предпосылки, в тесной взаимосвязи с научно–техническим, трудовым, производственным потенциалом, которые оказывают непосредственное влияние на количественные и качественные параметры кадрового потенциала, закономерности его развития и эффективного использования.

Кадровый потенциал характеризуется не только наличием на предприятии высококвалифицированного коллектива, но и скрытыми возможностями работников, которые могут быть проявлены в процессе повышения квалификации и соответствующей мотивации персонала. Он формируется такими аспектами, как личностные качества, работоспособность, уровень профессиональных знаний и навыков, опыт, творческие способности.

Таким образом, персонал предприятия, являясь важным ресурсом, совместно с другими ресурсами позволяет достичь намеченных целей и удовлетворить личные и общественные потребности. Для полного раскрытия кадрового потенциала необходимо так организовать работу, чтобы ценности, стремления и интересы работников воплощались через достижение намеченных организацией результатов.

Кадровый потенциал раскрывает, с одной стороны, возможности участия работника (или всех членов коллектива предприятия) в общественно-полезной деятельности как специфического производственного ресурса, с другой, – характеристику качеств работника (работников), отражающих степень развития его (их) способностей, пригодности и подготовленности к выполнению работ определенного вида и качества, отношения к труду, возможности и готовности трудиться с полной отдачей сил и способностей. Параметры кадрового потенциала можно подразделить на две группы:

1) параметры, характеризующие социально-демографические компоненты кадрового потенциала коллектива предприятия: половозрастная структура, уровень образования, семейная структура, состояние здоровья и др.;

2) параметры производственных компонентов кадрового потенциала: профессиональная и квалификационная структура, повышение и обновление профессионального уровня, творческая активность.

Анализ кадрового потенциала машиностроительного предприятия может на основании различных показателей. Особую сложность представляет формализация качественной стороны кадрового потенциала. Для оценки кадрового потенциала как элемента формирования экспортного потенциала предлагается использовать систему показателей,

которая характеризует производственные аспекты кадрового потенциала: профессиональный и квалификационный состав работников, повышение и обновление профессиональных квалификаций работников, вовлеченность работников предприятия в НИОКР.

3. Интеллектуальный потенциал предприятия.

В рамках данного исследования предлагается использовать интеллектуальный потенциал как отдельный компонент формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Интеллектуальный потенциал предприятия (ИПП) – показатель состояния интеллектуального капитала и эффективности его использования. Не смотря на позиции современных исследователей по поводу качественных различий и состава элементов интеллектуального потенциала предприятия, а также различия в методиках определения данного вида потенциала, все ученые едины во мнении, что интеллектуальный потенциал имеет ключевое значение в развитии предприятия.

Современные авторы, исследуя проблемы оценки интеллектуального потенциала предприятия, предлагают методики определения данной экономической категории, представленные в таблице 1.

Таблица 1 — Сравнительная характеристика существующих методик по оценке интеллектуального потенциала предприятия

Автор	Особенности методик оценки ИПП
Дорошенко, Ю.А., Рудичев А.А., Балацкий О.Ф. [49]	Сложно прогнозировать и обосновывать доход от использования интеллектуального потенциала в течении анализируемого периода, а также расходы по формированию и развитию ИПП.
Старовойтов М.К., Фомин П.А. [86]	Использование только затратного подхода для оценки ИПП осложняет определение эффективного использования имеющегося потенциала, а также усложняет принятие решений, касающихся его развития, что в случае оценки интеллектуального потенциала является недопустимым
Лапин Е.В. [54]	Использование результатного подхода имеет недостатки, аналогичные недостаткам применения затратного подхода. Невозможно в полном объеме и с большой вероятностью определить прибыль от использования интеллектуального потенциала и выделить эту часть из общей прибыли предприятия. Методика оценки кадровой составляющей не может характеризовать интеллектуальную деятельность на предприятии
Гончаренко Т.П. [42]	С учетом новизны понятия интеллектуального потенциала существует трудность в подборе экспертов с необходимыми знаниями, опытом и квалификацией для его оценки. Полученные результаты носят субъективный характер

Интеллектуальный потенциал является одним из основных источников создания устойчивых конкурентных преимуществ предприятия, ученые и экономисты до сих пор не

пришли к единому мнению о том, что же такое интеллектуальный потенциал предприятия. Нет единого мнения по поводу его структуры, методик и способов оценки.

Таким образом, интеллектуальный потенциал является необходимым элементом при формировании экспортного потенциала машиностроительного предприятия. Уровень развития и эффективность использования интеллектуального потенциала во многом определяют дальнейшие перспективы развития и направления совершенствования предприятия. Анализ интеллектуального потенциала необходим для того, чтобы категория экспортного потенциала могла выступать полноценным объектом для анализа, а полученные оценки могли в действительности использоваться как информационная база для принятия и обоснования управленческих решений. Для оценки интеллектуального потенциала как элемента формирования экспортного потенциала предлагается использовать систему показателей, которая характеризует следующие его аспекты:

- Расходы предприятия на проведение НИОКР и внедрение ее результатов в производство
- Инновационность производимой предприятием продукции
- Наличие у предприятия материальных активов.

4. Финансовый потенциал предприятия.

В современной литературе существуют различные определения понятия «финансовый потенциал предприятия». Так, например, финансовый потенциал промышленного предприятия (ФПП) трактуется как «отношения, возникающие на предприятии по поводу достижения максимально возможного финансового результата при условии:

- наличия собственного капитала, достаточного для выполнения условий ликвидности и финансовой устойчивости;
- возможности привлечения капитала, в объеме необходимом для реализации эффективных инвестиционных проектов;
- рентабельности вложенного капитала;
- наличия эффективной системы управления финансами, обеспечивающей прозрачность текущего и будущего финансового состояния» [87].

Финансовый потенциал предприятия комплексное понятие, характеризующееся системой показателей, отражающих реальные и потенциальные финансовые возможности. Основными из них являются состав и структура активов предприятия, объем произведенной продукции и услуг, общие затраты на производство, структура затрат, структура оборотных средств и период их оборота и платежеспособность, инвестиционный потенциал, интенсивность инвестиций, норма прибыли капитала, рентабельность продукции. Факторы, влияющие на финансовый потенциал предприятия, – это, прежде всего, устойчивость темпов роста собственных средств предприятия, качество управления текущими активами,

обеспечение запасов и затрат собственными средствами, обеспечение допустимой зависимости предприятия от кредиторов, оборот акций, выплачиваемые дивиденды.

По мнению П.А. Фомина финансовый потенциал предприятия – категория управления финансами предприятий, совокупности потенциальных финансовых ресурсов и доходов предприятия при заданных или сложившихся параметрах ресурсного и производственного потенциалов и рыночной конъюнктуры [87].

Основой финансового потенциала предприятия является оценка финансового состояния с целью определения текущего положения дел в организации. Финансовый потенциал характеризуется платежеспособностью, достаточным обеспечением собственными оборотными средствами и эффективным их использованием с хозяйственной целесообразностью, четкой организацией расчетов, наличием устойчивой финансовой базы. Финансовое положение предприятия может быть напряженным в случае неэффективного размещения средств, их иммобилизации, просроченной задолженности перед бюджетом, поставщиками, банком, а также недостаточной устойчивости потенциальной финансовой базы, что связано с неблагоприятными тенденциями в производстве.

Укрепление финансового потенциала предприятия во многом зависит от правильности сформированной финансовой стратегии. Формирование и реализация финансовой стратегии, направленной на поддержку экспортного потенциала предприятия, основывается на использовании механизмов и инструментов финансового менеджмента.

Управление финансовым потенциалом предприятия осуществляется в рамках финансового менеджмента, основной целью которого является обеспечение эффективного функционирования предприятия посредством воздействия на его финансовые ресурсы.

Одной из важнейших характеристик финансового состояния предприятия является финансовая устойчивость. Финансовая устойчивость предприятия – характеристика уровня риска деятельности предприятия с точки зрения сбалансированности или превышения доходов над расходами. С финансовой устойчивостью тесно связана платежеспособность организации.

Платежеспособность предприятия – способность предприятия оплачивать свои долги. Также при анализе финансовой отчетности используются показатели ликвидности, наиболее общим из них является ликвидность баланса.

Ликвидность баланса предприятия - степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств.

При характеристике предприятия с позиций финансовой устойчивости выделяют 4 степени устойчивости: 1) абсолютная устойчивость; 2) нормальная устойчивость; 3) неустойчивое финансовое состояние; 4) кризисное финансовое состояние [151].

Между 4 типами финансовой устойчивости и изменением финансового потенциала организации существует прямая зависимость. Снижение устойчивости влечет за собой снижение потенциала. Изменение финансового потенциала организации происходит в определенном диапазоне, относительно безболезненное снижение может происходить до определенного критического уровня

Другим направлением анализа финансового потенциала предприятия является оценка и повышение инвестиционной привлекательности. Инвестиционная деятельность – вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. В процессе своей жизнедеятельности предприятие нуждается в обновлении, замене и модернизации основных производственных фондов, расширении производственной базы. Существует две основные группы источников финансирования расширенного воспроизводства: внутренние и внешние. К внутренним источникам относятся нераспределенная прибыль предприятия и накопленная амортизация, к внешним - инвестиции.

5. Рыночный потенциал предприятия.

Одним из компонентов формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия является его рыночный потенциал (РПП). По своей сущности он формируется за счет трех основных факторов: маркетинговой деятельности предприятия, объективных особенностей выбранного локального рынка, состояния рынка, на который планируется выводить производимую продукцию.

Общепринятого экономистами определения понятия «рыночный потенциал предприятия» в настоящее время не существует. Так, по мнению Е.В. Попова, рыночный потенциал предприятия это совокупность средств и возможностей предприятия в реализации рыночной деятельности [76]. Сущность рыночного потенциала — это максимальная возможность использования предприятием всех передовых наработок в области маркетинга. Каждое предприятие обладает определенным рыночным потенциалом, но не все используют его на 100%.

Некоторые авторы включают понятие рыночный потенциал в состав экономического потенциала [66] или в состав конкурентного потенциала.

Рыночный потенциал, характеризующий возможность применения различных маркетинговых ресурсов, является характеристикой маркетингового ресурсного обеспечения предприятия. Иными словами, в укрупненном плане рыночный потенциал является суммой

методических, материальных и информационных ресурсов, обеспечивающих рыночную деятельность предприятия.

Особенностью рыночного потенциала машиностроительного предприятия по мнению В.К. Фальцмана [94] является то, что он формируется под воздействием законов рынка. Важнейшим из них является возникновение и развитие рыночных отношений, которые ориентируют предприятия на реализацию основной цели – получение прибыли. В товарном производстве эта цель достигается посредством рыночных механизмов, поэтому предметной основой рыночного потенциала является продукция, которую производитель готов поставить на рынок и которую покупатель готов приобрести при данном уровне цен. Объем реализации и объем производства – показатели взаимозависимые, но в условиях конкуренции не производство определяет объем продаж, а наоборот, возможный объем продаж определяет план производства. В связи с этим производитель отдает предпочтение той продукции, которую готов приобрести покупатель, то есть действует закон «Спрос рождает предложение».

При оценке рыночного потенциала машиностроительных предприятий необходимо, во-первых, определить объем производства, исходя из находящихся в распоряжении предприятия ресурсов. При этом план производства должен учитывать размер, рост и доступность выбранного рынка и строиться с учетом того, сколько произведенной продукции можно продать на рынке, получив максимальную прибыль.

Для оценки размера рынка необходимо ценить процент потенциальных покупателей, определить как потребители пользуются данным типом продукции. Затем необходимо оценить конкурентов, которые уже предлагают аналогичную продукцию. Учитывая изложенное выше, рыночный потенциал предприятия представляет собой наличие неудовлетворенного спроса и возможности предприятия поставить требуемую на данный рынок продукцию.

1.2 Факторы, оказывающие влияние на формирование экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Машиностроение России состоит из ряда самостоятельных отраслей, куда входят свыше 350 подотраслей и производств. Машиностроительные предприятия производят средства труда – машины и оборудование, приборы и вычислительную технику, передаточные устройства, транспортные средства – для всех отраслей народного хозяйства.

Сущность понятия «экспортный потенциал предприятия» в подходах большинства современных ученых не зависит от сферы деятельности предприятия. Однако на формирование экспортного потенциала предприятия машиностроения могут оказывать воздействие факторы, отличающиеся от факторов воздействия на предприятия других сфер экономики. Эти факторы связаны, прежде всего, с особым видом продукции, который данные предприятия поставляют на внешний рынок.

Среди особенностей продукции, производимой предприятиями машиностроения, можно выделить следующие характерные черты, отличающие экспорт этой продукции от экспорта продукции других отраслей:

- Необходимость соблюдения технических регламентов и стандартов,
- Сложность и ресурсоемкость производственно–технологических работ,
- Сложившиеся международные кооперационные связи потребителей,
- Высокая ресурсоемкость производственно–технического процесса,
- Штучный и мелкосерийный объем производства,
- Опытное или экспериментальное производство,
- Необходимость экспортного контроля и лицензирования.

Отличительной особенностью отечественных предприятий машиностроения является то, что данные предприятия, как правило, представляют собой многофункциональные научно–производственные комплексы, которые не только производят готовую продукцию, но и самостоятельно занимаются исследованиями и разработкой новых технологий, а так же производят оборудование для собственных нужд. Большая часть действующих предприятий данной отрасли были организованы еще во времена планового хозяйства, на основе имевшихся ресурсов. В настоящее время часть этих ресурсов устарела или исчерпана.

При исследовании вопросов формирования и развития экспортного потенциала предприятия машиностроения, необходимо рассмотреть и учесть факторы, оказывающие непосредственное влияние на процесс формирования данного потенциала.

Большинство авторов при рассмотрении вопросов формирования экспортного потенциала не уделили достаточно внимания рассмотрению факторов, влияющих на его уровень. Например, И.А. Русаков [81] в своей работе классифицирует факторы, разделяя их

на общие внешние факторы; факторы, влияющие непосредственно на экспортный потенциал конкретного предприятия; факторы, формирующие экспортный потенциал конкретного промышленного предприятия.

Само понятие «фактор», в переводе с латинского «factor» – делающий, производящий, определено [58] в толковом словаре как движущая сила, причина какого либо процесса, явления, определяющая его характер или отдельные черты, существенное обстоятельство в каком либо процессе, явлении.

Учитывая специфику отраслевой принадлежности предприятий и особенности выпускаемой продукции, был выделен ряд факторов, оказывающих непосредственное влияние на развитие экспортного потенциала предприятий машиностроения. Для целей исследования, все выделенные факторы были разделены по определенным признакам на классификационные группы.

Всю совокупность факторов, оказывающих влияние на формирование и развитие экспортного потенциала предприятий машиностроения, можно подразделить по способу воздействия на предприятие на внешние и внутренние факторы. Далее факторы каждой группы можно подразделить на две подгруппы: регулируемые и нерегулируемые с точки зрения руководства предприятия факторы. Классификация по степени регулируемости позволяет выявить факторы, на которые может быть направлено управляющее воздействие с целью достижения максимально эффективного использования. Предложенная классификация схематично представлена на рисунке 3.

Кроме того, факторы можно подразделить по способу воздействия на факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия. Факторы, оказывающие немедленное влияние на операции предприятия, относятся к факторам прямого воздействия. Факторы косвенного воздействия влияют на положение предприятия опосредованно, но учитывать их необходимо в управленческих решениях. Влияние факторов косвенного воздействия сложнее прямого воздействия, силу и последствия влияния косвенных факторов сложно прогнозировать и оценивать.

Важной особенностью воздействия факторов является временные интервалы их воздействия. Ряд факторов могут оказывать влияние на формирование экспортного потенциала на протяжении всего периода своего существования, то есть постоянно. В то время как другие факторы оказывают влияние разово или периодически. По времени воздействия, факторы подразделены на постоянные и временные.

Факторы прямого воздействия составляют: воздействие конкурентов и потребителей, правовое обеспечение, рост инфляции, информационное обеспечение и т.д. В совокупности

факторов косвенного воздействия отметим такие, как: политическая нестабильность; экономические кризисы; научно–технический прогресс.

Регулируемые (внутренние) факторы – это объективные возможности, направленные на создание дополнительных, резервных или уникальных ресурсов предприятия, позволяющие предприятию достичь установленного уровня экспортного потенциала. К основным внутренним факторам можно отнести:

- наличие передовых инновационных технологий, защищенных патентами или товарными знаками.
- доступность качественных материально–технических ресурсов, достаточных для производства экспортной продукции
- профессиональная квалификация и компетентность работников, действующая система мотивации персонала
- организационная стабильность предприятия, отсутствие непрофильных активов
- система воспроизводство нематериальных активов предприятия
- инновационная активность предприятия,
- участие в государственных территориальных и региональных программах развития
- внедрение на предприятии стратегического и тактического планирования
- сертификация предприятия на соответствие международным стандартам качества
- развитость кооперационных связей с поставщиками сырья и комплектующих

Предприятие, определяя состав и структуру выпускаемой продукции, решает комплекс технологических задач. Безусловно, машины, оборудование, сырье – это компоненты технологии, но наиболее значимым компонентом является процесс, с помощью которого исходные материалы обращаются на выходе в продукт. Следовательно, технология есть способ, который осуществляет это преобразование. Именно поэтому технология является важнейшим внутренним фактором, влияющим на изменения, происходящие в производственных процессах предприятия.

Высокотехнологичные предприятия машиностроения, характеризующиеся наличием передовых технологий, обладают, при прочих равных условиях, большими возможностями для экономического роста. Напротив, производства, лишенные доступа к базисным технологиям доминирующего технологического уклада, оказываются, как правило, в зависимом и экономически невыгодном положении. Можно однозначно утверждать, что отсталая техническая база предприятия обеспечит на выходе продукт, качество которого не будет соответствовать требованиям рынка. В результате будет снижена конкурентоспособность предприятия, что, в очередь, повлечет спад экономической устойчивости и усложнение процессов стабилизации.

Нерегулируемые (внешние) факторы – внешние социально–экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создавать и продавать на международном рынке собственную продукцию. Внешние факторы подразделяются по уровню воздействия на:

1. Факторы международного уровня:

- политическая нестабильность стран–импортеров
- участие в международных альянсах и союзах
- защита выбранных рынков от проникновения импортной продукции
- наличие и возможности конкурентов на выбранных рынках
- уровень потребности в производимом товаре невыбранном рынке

2. Факторы уровня государства:

- предоставление налоговых льгот и вычетов для предприятий–экспортеров машиностроительной продукции
- предоставление льготных кредитов, субсидий, страхования и государственных гарантий предприятиям–экспортерам
- применение ускоренной ставки амортизации на основные средства экспортеров
- разработка, совершенствование и реализация законодательных актов, направленных на укрепление позиций экспортеров машиностроительной продукции
- разработка стратегий развития машиностроительной отрасли на долгосрочный период
- внедрение государственной системы стандартизации и сертификации производителей машиностроительной продукции
- конверсия, приватизация, демонополизация.

3. Факторы регионального уровня:

- наличие экспортно–стимулирующей инфраструктуры в регионе
- программы развития регионального рынка труда
- развитие научной и сырьевой базы региона
- развитость транспортно–логистических предприятий в регионе
- наличие региональных и территориальных программ развития машиностроительных предприятий

4. Локальные факторы:

- выгодное территориально–географическое расположение предприятия
- стабильность предприятий – соисполнителей, посредников и поставщиков,
- доступность ресурсов, материалов и комплектующих
- материальная база (размер инвестиций);

Факторы прямого воздействия составляют: воздействие конкурентов и потребителей, правовое обеспечение, инфляция, информационное обеспечение и т.д. В совокупности факторов косвенного воздействия отметим такие, как: политическая стабильность; состояние экономики; научно–технический прогресс; мировой рынок; социально–культурные факторы.

Специфическая особенность машиностроительной отрасли – экспорт продукции часто ограничен международными соглашениями. Международный рынок машиностроительной продукции политизирован, его стабильное развитие зависит от общемирового экономико–политического равновесия. Иностранные контрагенты часто принимают решения о закупках того или иного оборудования или механизмов исходя не только из их производственно–технических характеристик и цены. На принимаемые предприятиями решения оказывают влияния торгово–дипломатические договоренности государств, партнерские соглашения между странами, военные события в мире, и многие другие глобальные политические факторы.

Рассмотрим внешние факторы, под влиянием которых происходит формирование экспортного потенциала машиностроительных предприятий более подробно.

Вступление РФ во Всемирную торговую организацию (ВТО) долгожданное событие, его готовили и вели переговоры в течении 18 лет. В 2012 великая держава официально принята в ряды стран, участниц данной организации. Однако до сих пор нет единого мнения: хорошо ли это. Вступление РФ в ВТО, обострило необходимость конкурентной борьбы для машиностроительных предприятий. Причины данного обстоятельства – экспансия зарубежных производителей, выход на рынок большого ассортимента конкурентоспособных товаров за счет более высокого качества и более низких цен [38].

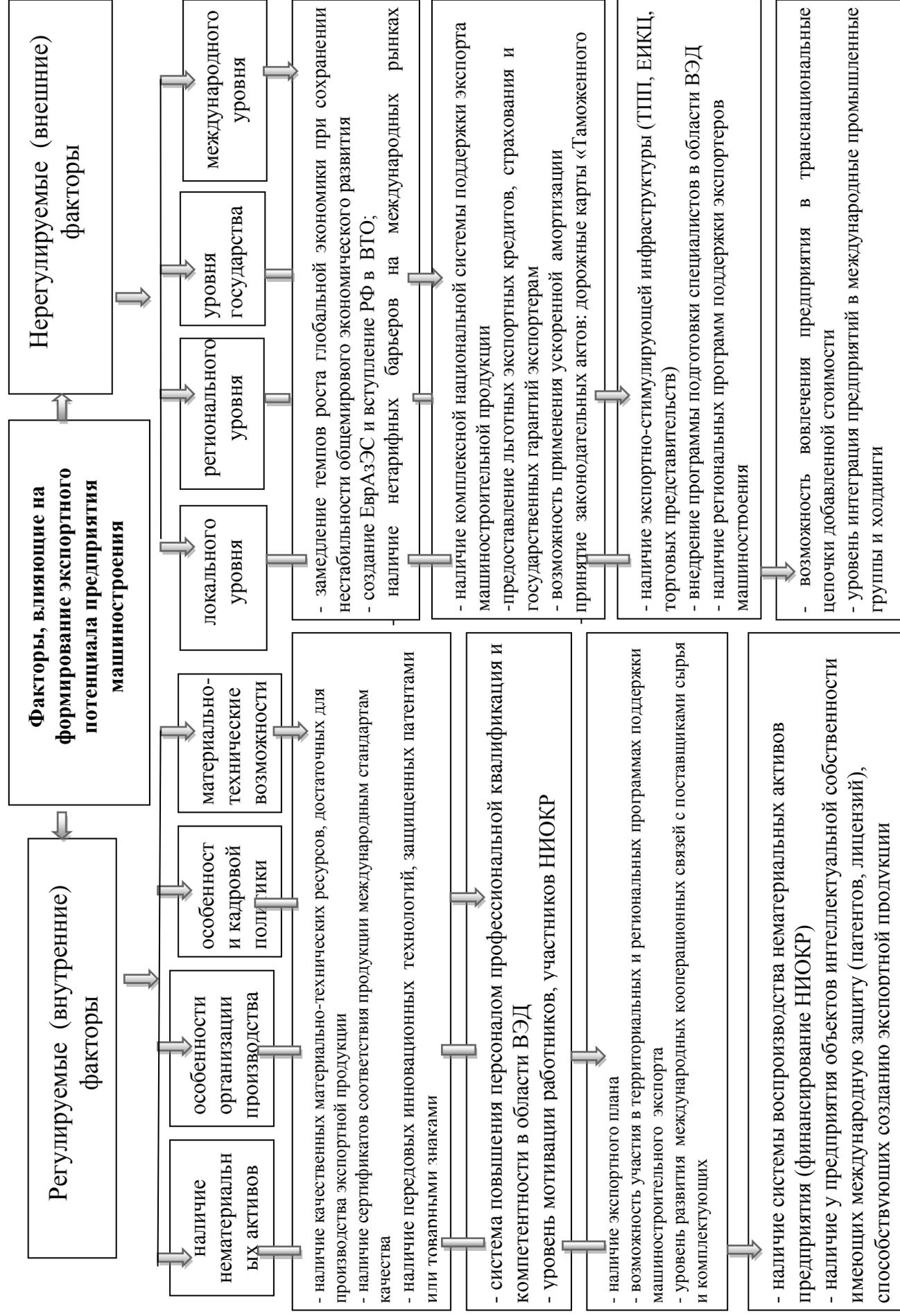


Рисунок 3 - Факторы, оказывающие влияние на формирование экспортного потенциала предприятия машиностроения

Рынок продукции машиностроительного комплекса имеет высокие барьеры для входа. Высокие барьеры входа связаны как с технологическими, так и с институционально–юридическими причинами. Значительный объем инвестиций в специализированное оборудование, технологии и рабочую силу выступает одновременно в виде препятствия для входа на рынок и сдерживающее средство ухода с рынка, ибо очень трудно найти покупателей для таких специфичных активов. Институционально–юридические причины связаны с получением необходимых лицензий для производства продукции, завоеванием доверия у государственных закупочных органов.

Важным фактором формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия является сложившееся международное разделение труда и производственно–техническая специфика самой отрасли, сложившиеся макроэкономические связи и производственная кооперация. Для предприятий комплекса характерным является необходимость развитой кооперации соисполнителей, включающей не только национальные и зарубежные предприятия и организации, но и многие другие отрасли промышленности и науки.

Не смотря на то, что территориально предприятия данной отрасли расположены порой на весьма значительных расстояниях, каждое из них, как правило, ориентировано на разработку и производство определенного вида техники и оказание уникальных услуг в конкретных областях деятельности. Именно этот фактор оказывает значительное влияние на внутреннюю конкуренцию среди предприятий.

Предприятия машиностроения производят особую продукцию, существенно отличающуюся от продукции массового потребления. Продукция характеризуется следующими основными организационными, производственными и эксплуатационными особенностями.

Прежде всего, продукцию отличает значительный жизненный цикл процессов разработки, испытания, внедрения и сложности эксплуатации готовых финальных изделий. Второй особенностью продукции предприятий можно назвать длительность производственных и функциональных циклов машин, агрегатов, и узлов, которые затем могут быть интегрированы в другие изделия и системы. Процесс создания данной продукции может занимать по времени от года до пяти–шести лет и более, что объясняется сложностью и трудоемкостью производственно–технологических работ. Кроме того, необходимо учитывать, что производимая продукция часто является штучной или мелкосерийной.

Кроме того, значительная часть промышленной продукции предприятий производится в условиях опытного и экспериментального производства, что требует большого объема проведения испытаний, различного рода контрольных технологических проверок при

производстве продукции, а также в ходе эксплуатационных процессов при использовании производимой техники.

Часто машиностроительным предприятиям приходится самим производить научно-исследовательские разработки при выпуске продукции самостоятельно, при этом вся себестоимость таких разработок входит в цену готовой продукции. Такое положение значительно увеличивает стоимость готовой продукции.

Немаловажной особенностью является и то, что продукция данного сектора экономики, как правило, является объектом экспортного контроля. В соответствии с международными договоренностями в области экспортного контроля разработаны международные списки контролируемой продукции и принципы осуществления экспорта такой продукции. Систему экспортного контроля, ключевым элементом которой является лицензирование, принято считать механизмом, обеспечивающим международные режимы нераспространения [4]. Указ Президента РФ от 21.07.2014 N 519 внес изменения во все разделы списка товаров и технологий двойного назначения, которые могут быть использованы при создании вооружений и военной техники и в отношении которых осуществляется экспортный контроль. Данный указ добавил определения (в частности, система стандартов безопасности труда, трехмерная интегральная схема, механический гироскоп с вращающимся ротором и др.) [7].

При выходе на международные рынки, факторы внешней среды предприятия характеризуется большой силой взаимодействия друг на друга, сложностью и неоднозначностью. Внешние факторы постоянно подвижны, обладают высокой степенью неопределенности, информация о внешней среде может быть не всегда точной и объективной. Предприятие, выходя на международные рынки, должно четко и своевременно реагировать на изменения, происходящие во внешней среде. Внешняя среда не зависит от изменений факторов внутренней среды, тогда как внутренняя среда активно формируется под воздействием переменных внешней среды. Надо считать, что воздействие факторов внешней среды при входе в систему создают условия для развития внутренней среды и системы в целом.

Особое внимание следует уделить внутренним факторам и внешним факторам микроуровня, поскольку на них руководство предприятия может оказывать самое непосредственное влияние. Отсутствие возможности у предприятия оказывать влияние на внешние факторы международного уровня не означает, что руководство предприятия может их вовсе игнорировать. Значимость этих факторов крайне высока, необходимо осуществлять постоянный мониторинг соответствующих факторов, прогнозировать их изменение и последствия этих изменений для международной деятельности предприятия.

Вместе с тем российское машиностроительное предприятие пока не может рассматривать внешний рынок как просто еще один рынок сбыта в силу качественных различий в развитии и состоянии внутренних и внешних рынков, характерных для всех развивающихся стран. Именно в тех случаях, когда внутренний рынок отстает по своему развитию (включая уровень продукции) и инфраструктуре от внешних рынков, внешнеэкономическая деятельность способна оказать наибольшее влияние на рост и развитие предприятия. Для эффективной экспортной деятельности машиностроительное предприятие должно иметь высокие уровни менеджмента, знаний и компетенций персонала, качества используемых ресурсов и т.п. Более того, возникает возможность и необходимость управления уровнем этих характеристик, а, следовательно, и экспортным потенциалом предприятия. Таким образом, внешнеэкономическая деятельность занимает особое место в производственно-хозяйственной деятельности промышленного предприятия.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод, что актуальна необходимость методологического переосмысления роли и места экспортного потенциала в экономической системе предприятия: следует разработать методику управления развитием экспортного потенциала промышленных предприятий. Требуется решения проблема обеспечения целостного, стратегически выверенного подхода к определению и обоснованию изменений качественного характера в управлении развитием экспортного потенциала.

1.3 Диагностика экспортного потенциала машиностроительных предприятий

Об уровне экспортного потенциала машиностроительного предприятия можно судить по наличию у него контрактов и заказов на поставку производимой продукции на международный рынок. Для того, чтобы продукция пользовалась спросом на внешних рынках, она, несомненно, должна соответствовать техническим требованиям, существующим на данных рынках и обладать набором конкурентных преимуществ именно на том рынке, на котором продукция продается. Технические требования к уровню качества и конкурентные преимущества должны быть и у продукции, которую предприятия только планируют произвести и предложить покупателям на внешних рынках.

Диагностика уровня экспортного потенциала машиностроительного предприятия является необходимым шагом при планировании освоения международного рынка. Решение о выходе товаров на внешние рынки предполагает оценку самого предприятия и производимой им продукции требованиям данных рынков к конкурентоспособности.

Диагностика экспортного потенциала предприятия должна проводиться на нескольких уровнях:

1. Анализ и оценка собственных экспортных возможностей предприятия
 - Финансовое состояние
 - Технологические преимущества
 - Кадровый потенциал предприятия
 - Наличие государственных и региональных программ поддержки экспортеров машиностроительной продукции
2. Оценка состояния международного рынка вообще и рынка конкретного выбранного государства
 - Наличие и позиции конкурентов на выбранном рынке
 - Условия, необходимые для выхода предприятия на выбранный рынок
 - Наличие нетарифных ограничений по экспорту продукции на выбранный рынок
 - Наличие международных и политических альянсов на данном рынке
3. Оценка конкурентоспособности производимой продукции на выбранном рынке
 - Анализ требуемого уровня качества поставляемой продукции
 - Анализ ценообразования, выявление резервов снижения себестоимости продукции

По результатам проведенной диагностики предприятие может прийти к одному из следующих выводов:

1. Экспортный потенциал незначительный. Уровень конкурентоспособности продукции низкий. Предприятию необходимо пока воздержаться от выхода на внешний рынок.

2. Экспортный потенциал умеренный. Существует ряд проблем и трудностей, но они преодолимы в ближайшем будущем. Предприятие может планировать освоение внешнего рынка после устранения недостатков.

3. Экспортный потенциал достаточный. Уровень конкурентоспособности продукции удовлетворяет потребностям выбранного рынка. Выход на международный рынок возможен в ближайшее время: продукция будет востребована международным рынком.

На практике, машиностроительное предприятие может иметь довольно высокий уровень экспортного потенциала, но не пытаться предлагать свою продукцию на внешний рынок. Это может происходить по ряду причин, среди которых нежелание заниматься таможенным оформлением производимой продукции, недостаток опыта и знаний по ведению международного бизнеса, трудности связанные с поиском международных контрагентов.

Для проведения оценки уровня экспортного потенциала машиностроительного предприятия, следует определить:

- 1) Инструменты оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия.
- 2) Методы оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Используемые на сегодняшний день инструменты оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия можно разделить на три группы: количественные показатели, параметрические показатели и оценки с помощью экспертов в различных областях деятельности.

Первая группа инструментов – количественные показатели – основаны на применении различных статистических данных и коэффициентов для анализа производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций, фондоотдачи, водоёмкости и т.д.

Вторая группа инструментов – сравнительные параметрические показатели – показатели на основе оценок первичной информации. Для анализа выбираются параметры сравнения, выясняются мнения потребителей, продавцов, поставщиков относительно этих параметров данного предприятия. Преимуществом использования этого инструмента является относительная дешевизна, но есть опасность субъективности и неточности мнений, так как сложно проследить силу или слабость влияния сравниваемого параметра именно на потенциал конкретного предприятия, сложно строить прогнозы его развития.

Третья группа инструментов – оценки с помощью экспертов, а так же рейтинговые оценки – получение информации и сведений путем интервьюирования независимых экспертов в различных областях и менеджеров подобных предприятий. Очевидным преимуществом оценки с помощью экспертов и рейтинговых оценок является возможность получения

реальных данных о состоянии предприятия, а так же выявления соответствующего положения предприятия в отрасли.

К достоинствам количественных показателей при оценке уровня экспортного потенциала можно отнести:

- 1) четкий алгоритм расчета;
- 2) большая область применения;
- 3) возможность определения степени влияния тех факторов, за счет которых происходит изменение;
- 4) объективная оценка;
- 5) основывается на открытых данных.

Наряду с достоинствами данный метод имеет ряд недостатков:

- 1) во всех случаях предполагается линейная зависимость уровня экспортного потенциала от значения критерия;
- 2) сложно устанавливать весовые значения, особенно для большого количества критериев.

Использование того или иного набора инструментов определяется уровнем решений, лежащих в основе выбора: оперативных, тактических и стратегических.

В настоящее время существует несколько методов, с помощью которых можно провести диагностику и оценку уровня развития экспортного потенциала предприятия. Например, Волкодавова Е.В. при оценке уровня экспортного потенциала, предлагает использовать его качественную и количественную характеристики. Количественную оценку экспортного потенциала промышленного предприятия предлагается проводить с помощью отношения объем экспорта продукции, работ промышленного характера, услуг, нематериальных активов к объемам продаж на внутреннем рынке. Качественную характеристику экспортного потенциала промышленного предприятия представляет система показателей, среди которых уровень сертификации продукции, услуг, бизнес – процессов предприятия, степень брендингованности продукции, услуг, ежегодный темп прироста стоимости предприятия, доля инновационных нематериальных активов в структуре активов предприятия, уровень импортозамещения при применении импортных комплектующих [36].

Руководители отечественных машиностроительных предприятий для оценки уровня развития экспортного потенциала своего предприятия, как правило, используют методы, основанные на анализе и оценке объемов производимой и экспортируемой продукции, а так же показателей финансово–хозяйственной деятельности предприятия [82]. При этом подходе оценка потенциала осуществляется на основе методов экономического и финансового анализа хозяйственной деятельности.

Финансовый потенциал предприятия является составной частью экспортного потенциала. Чем выше у предприятия финансово-экономические показатели, тем более высоким уровнем экспортного потенциала оно обладает, т.е. существует прямая зависимость от финансовых показателей работы предприятия.

Финансовые коэффициенты носят универсальный характер, с их помощью можно судить о состоянии предприятия в целом, однако для анализа уровня экспортного потенциала данные коэффициенты не достаточно информативны и могут быть использованы только на начальной стадии оценки и составления экспортной стратегии предприятия.

Следующий широко известный метод оценки уровня экспортного потенциала предприятия основан на стоимостном подходе. В этом случае в качестве критерия уровня экспортного потенциала выступает изменение стоимости предприятия, что характеризует как изменение конкурентоспособности предприятия, так и благосостояние его собственников. При оценке экспортного потенциала на основе стоимостного подхода наиболее часто используются три метода:

1) Метод добавленной стоимости акционерного капитала (SVA, share holders value added). SVA это капитализированное изменение текущей стоимости операционного денежного потока, скорректированное на текущую стоимость инвестиций, вызвавших изменение. Основным является увеличение дохода собственников предприятия, основанное на увеличении акционерного капитала.

2) Метод экономической добавленной стоимости (EVA, economic value added). EVA рассчитывается как разница между чистой прибылью и стоимостью использованного для ее получения капитала, отражает эффективность деятельности предприятия в удержании конкурентоспособных позиций на рынке.

3) Метод добавленной рыночной стоимости (MVA, market value added). MVA- разница между рыночной стоимостью предприятия и значением используемого капитала. Величина MVA в большей степени, чем перечисленные выше стоимостные оценки, характеризует потенциал предприятия.

Однако стоимостной подход к оценке уровня экспортного потенциала в России практически не применим из-за существующей системы бухгалтерского учета. При переходе предприятий на МСФО эта причина устраняется автоматически.

Для проведения диагностики экспортного потенциала могут быть использованы специальные критерии оценивания, которые основываются на взаимодополняющих подходах:

- Функциональный подход – оценка основных функций предприятия (производство, финансы, человеческие ресурсы, маркетинг)

- Подход Майкла Портера [78] – оценка элементов в цепочке развития стоимости продукции с использованием принципа сравнительного преимущества.

Изучение научных трудов по вопросам диагностики и оценки уровня экспортного потенциала предприятий машиностроения позволяет утверждать, что в этой области пока нет общепринятого метода оценки. По этому, для получения достоверной оценки уровня экспортного потенциала предприятия автор предлагает проводить экспортную диагностику, базирующуюся на функциональном подходе, в основе которого лежат факторы внутренней и внешней среды предприятия. При факторном подходе оценка экспортного потенциала выполняется на основе интегрального показателя.

Большинство авторов при оценке потенциальных возможностей предприятия используют так называемый текущий экспортный потенциал, т.е. фактически эксплуатируемые ресурсы предприятий машиностроительной отрасли [12]. Однако такое использование термина потенциал противоречит его природе. Предлагается разграничить данные понятия и использовать текущее состояние экспортной деятельности предприятия для предварительной оценки его экспортного потенциала. Разница между текущей экспортной деятельностью предприятия и его экспортными потенциалом – это использование потенциальных возможностей, которые остаются не задействованными в процессе производства и развития технологической и коммерческой деятельности предприятия машиностроения.

Для анализа текущей экспортной деятельности предприятия машиностроения предлагается использовать систему индикаторов, представленную в таблице 2.

Индикатор (от лат. indicator – указатель) – ориентирующий экономический показатель, измеритель, позволяющий в определённой степени предвидеть, в каком направлении следует ожидать развития экономических процессов.

В качестве индикаторов предлагается использовать совокупность характеристик деятельности машиностроительного предприятия. Выбор индикаторов для оценки текущей экспортной деятельности машиностроительного предприятия был проведен при помощи анкетирования руководителей экспортных программ машиностроительных предприятий края. Специалистам было предложено выбрать показатели, которые характеризуют экспортную деятельность предприятия. В результате проведенного анкетирования предлагается использовать 6 индикаторов, исчерпывающе характеризующих и объективно описывающих текущую экспортную деятельность предприятия машиностроения. Индикаторы представлены в таблице 2.

Таблица 2 — Индикаторы текущей экспортной деятельности предприятия машиностроения

№	Показатели–индикаторы
1	Темпы роста экспорта, %
2	Рентабельность экспортных продаж, %
3	Количество стран–импортеров, ед.
4	Доля в экспорте стран дальнего зарубежья, %
5	Экспортная номенклатура в соответствии с ТН ВЭД ТС, ед.
6	Доля экспортируемой продукции в общем ассортименте производимой продукции, %

Данные индикаторы позволяют в формализованном виде описать состояние основных параметров экспортной деятельности, для того чтобы выбрать оптимальные варианты функционирования и определить наилучшие способы ее развития в будущем. В роли индикаторов текущей экспортной деятельности предприятия могут выступать различные показатели, начиная от финансовых и экономических, и заканчивая данными статистики и экспертными оценками специалистов. Предложенные показатели имеют конкретное стоимостное или количественное выражение, могут быть точным образом рассчитаны для каждого конкретного предприятия.

Предложенная система индикаторов дает возможность провести количественную оценку текущей экспортной деятельности потенциала предприятия. Экспортные возможности предприятия машиностроения можно определить путем анализа динамики показателей индикатора к базовому периоду или предприятию, признанному лидеру в данной области.

Для оценки экспортного потенциала машиностроительных предприятий необходимо разработать методику, позволяющую учесть специфические характеристики и факторы, оказывающие влияние на развитие экспортного потенциала.

В Красноярском крае предприятия машиностроения традиционно составляют основу промышленного комплекса. Среди предприятий, основная деятельность которых направлена на производство машин и оборудования можно выделить следующие: "Красноярский машиностроительный завод"; "Красноярский завод холодильников "Бирюса"; "Норильскникельремонт"; "Спецтехномаш"; "Вариант – 999"; "Канский машиностроительный завод "Сегмент".

Среди продукции, выпускаемой данными предприятиями, основное место занимают следующие виды: бытовые холодильники и морозильники; торговое оборудование; машины для сортировки, грохочения, сепарации или промывки; оборудование для производства картона и бумаги; оборудование специального назначения. Указанные предприятия также оказывают услуги по ремонту оборудования.

Транспортные средства и их части производятся на таких предприятиях, как: "ИСС" имени академика М.Ф. Решетнева"; "Красноярский электровагоноремонтный завод"; "КиК"; "Литейно–механический завод "СКАД"; "Красноярская судостроительная верфь".

Данные предприятия производят космические аппараты и технику, оказывают услуги по ремонту вагонов, электросекций и электромашин; судостроением, модернизацией и ремонтом судов; занимаются производством частей и принадлежностей для автотранспортных средств и их двигателей.

Среди производителей электрооборудования, электронного и оптического оборудования, можно выделить такие предприятия, как: "Научно–производственное предприятие "Радиосвязь"; «НПЦ Магнитной гидродинамики»; "Центральное конструкторское бюро "Геофизика".

Организации данного вида деятельности выпускают: комплекты электрической аппаратуры; аппаратуру, передающую для радиосвязи, радиовещания и телевидения; приборы и инструменты навигационные, геофизические и другие.

Дальнейшее развитие данных видов деятельности связано с реализацией машиностроительными организациями края инвестиционных проектов, направленных на расширение, модернизацию, реконструкцию и техническое перевооружение действующих производств.

Негативной тенденцией двух последних десятилетий являлось снижение роли машиностроения в экономике края. Машиностроительные предприятия, отличающиеся от предприятий всех прочих сфер экономической деятельности длительными производственными циклами и большими потребностями в ресурсах, в наибольшей степени пострадали в период глобального финансово–экономического кризиса 2008–2009 гг. На сегодняшний день вклад машиностроителей в региональное промышленное производство составляет около 5,4%, обеспечивая тем самым четвертое место в промышленном комплексе края. На российском уровне доля края в производстве машин и оборудования составляет всего 2,5%, в производстве электрооборудования и транспортных средств – по 0,6%. На предприятиях машиностроения трудится 4,4% от общей численности занятых в экономике края, что сопоставимо с занятостью в металлургическом комплексе, однако объемы производимой продукции в машиностроении на порядок ниже, чем в металлургии. Машиностроительные предприятия края производят и экспортируют продукцию, представленную в таблице 3.

Вывоз товаров отражается по стране последнего известного назначения товаров. В связи отменой таможенного декларирования товаров, перемещаемых в рамках взаимной торговли

Российской Федерации с государствами – членами Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС, данные о взаимной торговле с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан не приводятся.

Таблица 3 — Экспорт продукции некоторых машиностроительных предприятий Красноярского края

Предприятие	Экспортируемая продукция (товарная группа по ТН ВЭД ТС)	Основные страны–импортеры
«КЗХ «Бирюса»	8418 – холодильное, морозильное оборудование	Казахстан, Белоруссия, Украина, Индия
«ИСС»	8802 – космические аппараты, включая спутники	Франция, Казахстан, США
«Скад»	8708 Колеса из алюминия	Казахстан, Украина, Польша.
«НПЦ МГД»	8580 МГД–перемешиватели	Великобритания, Канада, Норвегия, Китай, Казахстан
	8541 Поворотные миксеры	Великобритания, Канада, Норвегия, Китай, Казахстан
«КиК»	8708 Колеса из алюминия	Казахстан, Украина, Польша, Узбекистан.

В таблице 4 приведены статистические данные по экспорту машин и оборудования (товарные группы 84–90 в соответствии с ТН ВЭД ТС) по красноярской таможне за 2012–2014 года. Информация об итогах внешней торговли в регионе деятельности Красноярской таможни подготовлена на основе обобщения данных, содержащихся в электронных копиях деклараций на товары, представленных участниками внешнеэкономической деятельности при вывозе товаров в таможенные органы Красноярской таможни.

Таблица 4 — Экспорт машиностроительной продукции в регионе деятельности Красноярской таможни

годы	Товары 84–90 групп. Машин, оборудование и транспортные средства	Стоимость, тыс. дол.	удельный вес, % к общему итогу
		по Красноярскому краю	
2012 год	всего по указанным группам	52 248.5	0.9
	– страны дальнего зарубежья	38 558.2	73.8
	– страны С Н Г	13 690.3	26.2
2013 год	всего по указанным группам	32 798.5	0.6
	– страны дальнего зарубежья	16 470.8	50.2
	– страны С Н Г	16 327.7	49.8
2014 год	всего по указанным группам	17 814.4	0.7
	– страны дальнего зарубежья	9 769.6	54.8
	– страны С Н Г	8 044.7	45.2

Как видно из представленных в таблице 4 статистических данных, стоимость экспортируемой машиностроительной продукции по Красноярскому краю составляет менее одного процента от общего объема стоимости экспортируемой продукции. Подобная структура экспортных потоков свидетельствует о сырьевой направленности экспорта края.

Приведенная таможенная статистика свидетельствует о том, что ресурсы предприятий машиностроения распределены таким образом, что производство экспортной продукции не является приоритетным направлением развития предприятий. На данных таможенной статистики отразился и тот факт, что в настоящее время вывоз продукции в Казахстан и Белоруссию не требует декларирования в таможенных органах, следовательно, данные товары не входят в общую таможенную статистику вывозимых товаров.

Так же на уровень экспорта машиностроительной продукции в Красноярском крае влияет такой фактор, как географическая удаленность производителей от потенциальных покупателей. Имеет значение фактор превышения объемов экспорта сырья: большой объем экспорта сырья, который предприятия нашего края поставляют на международные рынки. По сравнению с высоким уровнем экспорта сырьевых товаров (край лидирует по экспорту древесины, цветных металлов и углеводов), уровень экспорта высокотехнологичной машиностроительной продукции выглядит скромным и недостаточным.

В зависимости от вида производственной деятельности и уровня развития экспортного потенциала, машиностроительные предприятия края были распределены на три группы. Данная группировка показала, что предприятия, входящие в разные группы, имеют существенные отличия по уровню экспортного потенциала:

Группа 1. Крупные машиностроительные предприятия высокотехнологичного и наукоемкого сектора, продукция которых востребована на мировом рынке. К данной группе относятся «Информационные спутниковые системы им. академика М.Ф.Решетнева», ФГУП «НПП «Радиосвязь», «ЦКБ «Геофизика», «Красмаш», «ОКБ Зенит» как в части выпуска продукции военного назначения, так и по ряду позиций производимой гражданской продукции. Предприятия этой группы, как правило, входят в состав крупных российских интегрированных структур. С учетом имеющегося технологического задела и высокой конкурентоспособности данных предприятий их экспортный потенциал можно считать достаточным, так как продукция предприятий этой группы успешно конкурирует на мировых рынках.

Группа 2. Предприятия традиционного машиностроения, для которых в новых экономических условиях стратегической задачей является модернизация и диверсификация производства, расширение рынков сбыта с целью интеграции в современную международную экономическую систему. Среди данных предприятий можно отметить такие предприятия как "Красноярский электровагоноремонтный завод"; "КиК"; "Литейно–механический завод "СКАД". Данным предприятиям приходится вести серьезную конкурентную борьбу на международном рынке. Их экспортный потенциал имеет невысокие показатели.

Группа 3. Новые предприятия, специализирующиеся на производстве инновационных видов машин и специального оборудования. Специфика деятельности этих организаций заключается в том, что они работают в непосредственном контакте с базовыми предприятиями и отраслями и оперативно решают возникающие задачи, в т.ч. по ремонту нестандартного оборудования, разработке и изготовлению новых образцов оборудования и приборов, новых технологических и аппаратных решений для решения специфических производственных задач. Например, ООО «Научно–производственный центр Магнитной гидродинамики». Развитие экспортного потенциала этой группы предприятий обеспечивается наличием потребностей ряда международных предприятий по выпуску специализированной машиностроительной продукции. Некоторые из данной группы предприятий имеют довольно высокие показатели экспортного потенциала.

Проведенная группировка машиностроительных предприятий Красноярского края позволила подразделить предприятия на три группы в зависимости от вида производственной деятельности. Исследование показало, что предприятия, входящие в разные группы имеют существенные отличия по уровню экспортного потенциала и могут использовать различные наборы инструментов управления развитием своего экспортного потенциала.

Выводы по главе 1.

1. Анализ существующих подходов к определению экспортного потенциала показал, что определение экспортного потенциала предприятия, соответствующее специфике машиностроительной отрасли, может быть сформулировано следующим образом: экспортный потенциал машиностроительного предприятия это возможность машиностроительного предприятия организовать производство конкурентоспособной продукции, соответствующей техническим требованиям и стандартам международного рынка, основанная на адаптации предприятия к непрерывным изменениям внешней среды и достижении целей стратегического развития.

2. На формирование экспортного потенциала машиностроительного предприятия оказывают влияние значительное количество факторов. В исследовании факторы подразделены на регулируемые и нерегулируемые с точки зрения машиностроительного предприятия. Классификация по степени регулируемости позволяет выделить факторы, на которые должно быть направлено основное управляющее воздействие. Нерегулируемые внешние факторы обладают высокой степенью неопределенности, информация о внешней среде может быть не всегда своевременной и объективной. Воздействие факторов внешней среды создает условия для развития внутренней среды предприятия машиностроения в целом. Регулируемые факторы формируют изменения внутренней среды машиностроительного предприятия в соответствии с изменениями переменных внешней среды.

3. Международный рынок продукции машиностроения имеет специфические особенности, неразрывно связанные с особенностями обращающейся на нем продукции. Среди особенностей продукции, поставляемой машиностроительными предприятиями на внешний рынок, можно выделить следующие:

- необходимость соблюдения международных стандартов и технических регламентов (маркировка «СЕ» для рынка стран Евросоюза, директива по электробезопасности «Directive LVD», сертификация по ИСО (ISO), стандарты МЭК и т.д.);
- необходимость производственно-технологического сотрудничества, основанная на международном разделении труда при производстве технически сложной продукции;
- интенсивность устаревания выпускаемой продукции, обусловленная ускорением научно – технического прогресса;
- высокая ресурсоемкость (научоёмкость, трудоёмкость, капиталоемкость, и энергоёмкость) производственно-технологических работ;
- наращивание степени специализации продукции (предметная, технологическая), выраженная в увеличении числа типоразмеров продукции;

- как правило, машиностроительная продукция является объектом экспортного контроля и лицензирования.

4. В зависимости от вида производственной деятельности и уровня развития экспортного потенциала, машиностроительные предприятия края были распределены на три группы. Данная классификация показала, что предприятия, входящие в разные группы, характеризуются существенными отличиями по уровню экспортного потенциала.

Глава 2. ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Классификация существующих инструментов управления развитием экспортного потенциала предприятия машиностроения

На основе проведенного в главе 1 исследования структуры экспортного потенциала машиностроительного предприятия и элементов его формирования, необходимо разработать систему инструментов, посредством которых предприятие может воздействовать на элементы формирования своего экспортного потенциала, а также провести классификацию данных инструментов.

Понятие «инструмент» согласно определению, данному в большом энциклопедическом словаре (от лат. instrumentum — орудие) — это орудие труда или исполнительный механизм машины. С точки зрения управления предприятием, инструменты это методы, которые помогают предприятию развиваться и достигать намеченных целей. Инструменты различной природы и направленности используются предприятиями, изменяют внутреннюю среду, настраивая на эффективный путь развития.

Современные инструменты управления — это определенные методы, средства и приемы, которые применяются при выработке управляющих решений, при сборе информации, её анализе и обработке. Инструменты управления экспортным потенциалом машиностроительного предприятия это средства, методы, приемы и действия, направленные на наращивание данного потенциала предприятия, способствующие успешному выводу производимой продукции на международные рынки.

Таких инструментов существует достаточно много, предлагается разделить их на классификационные группы по определенным признакам. Прежде всего, инструменты могут быть подразделены по среде воздействия на предприятие на две большие группы: внешние и внутренние. К внешним инструментам развития экспортного потенциала следует относить те инструменты, которые не зависят от руководителей предприятия, однако, несомненно, оказывают серьезное влияние на принятие управленческих решений. Такие инструменты разрабатываются и принимаются на уровне государства, и, как правило, имеют форму законодательных актов, постановлений правительства, решений региональных или территориальных органов власти. Большая часть таких инструментов являются инструментами экономической политики и государственного регулирования внешней торговли.

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности это целенаправленная деятельность государства в целях обеспечения благоприятных условий для внешнеторговой деятельности, а также защиты экономических и политических интересов РФ. Инструменты

государственного регулирования – установленные законодательством меры 1) таможенно-тарифного регулирования; 2) меры нетарифного регулирования; 3) запреты и ограничения внешней торговли услугами и интеллектуальной собственностью; 4) меры экономического и административного характера, способствующие развитию внешнеторговой деятельности. Меры государственного регулирования относятся внешними инструментами, они являются системообразующими – предприятие может отказаться от их использования, но не учитывать данные инструменты невозможно.

Например, предприятие может не использовать субсидирование, которое предлагается государством для данного вида выпускаемой продукции, т.к. использование государственных субсидий может осложнить выход продукции предприятия на международный рынок. В связи с вступлением в ВТО Россия взяла на себя ряд обязательств, в том числе связанных с предоставлением субсидий экспортерам продукции. С точки зрения норм ВТО субсидирование считается нежелательным инструментом поддержки предприятий экспортёров, если оно предоставлялось не всем производителям, а например, по национальному признаку.

Если государство законодательно устанавливает определенные запреты и ограничения на производство продукции машиностроения, предприятие не может их не учитывать. Существует ряд ограничений, связанных с лицензированием или получением разрешений соответствующих органов (например, требование о соответствии продукции ГОСТам или техническим регламентам), которое предприятие не может нарушить.

Внутренние инструменты – те инструменты, решение об использовании которых руководители принимают самостоятельно. Руководители в соответствии с поставленными целями определяют характеристики предполагаемого к использованию инструмента, сроки и способы его использования.

По способу воздействия на машиностроительное предприятие инструменты можно подразделить на прямые и косвенные. Инструменты, воздействующие на предприятие напрямую, как правило, направлены на развитие конкретного элемента формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия. Косвенные инструменты воздействуют на предприятие опосредованно, через ряд факторов, характеризующих уровень экспортного потенциала конкретного предприятия.

Среди прямых инструментов самыми быстрыми являются финансовые инструменты. Доступ к финансовым ресурсам может довольно серьезно увеличить любой из элементов формирования экспортного потенциала. Финансовые инструменты могут быть использованы в любой сфере деятельности предприятия. Однако при всей своей универсальности, финансовые инструменты зачастую являются самыми ограниченными.

Косвенные инструменты воздействуют на экспортный потенциал через систему взаимосвязанных факторов: например государственные программы подготовки высококвалифицированных кадров для машиностроительных предприятий увеличивают приток на предприятие требуемых кадров, тем самым увеличивая кадровый потенциал.

Среди инструментов управления развитием экспортного потенциала по направлению воздействия на предприятие можно выделить финансовые, производственно–технологические, маркетинговые и социально–кадровые группы инструментов.

На рисунке 4 представлена классификация инструментов управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия.



Рисунок 4 — Классификация инструментов управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Рассмотрим некоторые инструменты, воздействующие на развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия, с точки зрения предложенной классификации. Инструменты государственной поддержки относятся к внешним инструментам развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия, представляют собой разработанные и принятые на уровне государства документы и программы, как правило, имеющие форму законодательных актов, постановлений правительства, решений региональных или территориальных органов власти. Большая часть таких инструментов разрабатываются для всех предприятий, однако существует ряд

примеров, когда государственная поддержка касается ограниченного числа производителей машиностроительной продукции (например, «утилизационный» сбор).

Государственная политика, направленная на развитие экспортного потенциала машиностроителей, основана на таких документах, как Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике», а также отраслевых стратегиях и программах. Федеральные министерства и ведомства во взаимодействии с органами исполнительной власти субъектов РФ разрабатывают и реализуют ряд инструментов государственной поддержки промышленности.

В настоящее время на территории РФ действуют 10 комплексных Государственных программ направленных на развитие экспортного потенциала машиностроительных предприятий:

- «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (2012–2020 гг.),
- «Развитие транспортной системы» (2013–2020 гг.),
- «Развитие авиационной промышленности на 2013–2025 гг.»,
- «Развитие судостроения на 2013–2030 гг.»,
- «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013–2025 гг.»,
- «Космическая деятельность России на 2013–2020 годы»,
- «Развитие науки и технологий» (2013–2020 гг.),
- «Экономическое развитие и инновационная экономика» (2013–2020 гг.),
- «Энергоэффективность и развитие энергетики» (2013–2020 гг.).

Финансирование предусмотренных госпрограммами мероприятий производится за счет федерального бюджета и внебюджетных источников. Этот принцип позволяет распределить риски между государством и частными компаниями, не позволяя последним превратиться в безынициативных исполнителей, мало заботящихся о конечных результатах. Инструменты государственной поддержки должны быть конечны, а предприятия, ее получившие, должны войти в режим развития на основе рыночных принципов в эффективно работающих компаниях.

Современные подходы, приоритеты и целевые ориентиры государственной экспортной политики зафиксированы в документах Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, принятых в 2012-2014 гг., а именно в:

- Указе Президента Российской Федерации «О долгосрочной государственной экономической политике» от 7 мая 2012 г.;
- Указе Президента Российской Федерации «О мерах по реализации внешнеэкономического курса Российской Федерации» от 7 мая 2012 г.;

- Указе Президента Российской Федерации «Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации» от 12 февраля 2013 г.;
- Указе Президента Российской Федерации «О Концепции государственной политики Российской Федерации в сфере содействия мировому развитию», в том числе предусматривающей создание Комиссии Российской Федерации по вопросам содействия мировому развитию, от 20 апреля 2014 г.; 15
- Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года, утвержденных Председателем Правительства Российской Федерации 31 января 2013 г.;
- Распоряжении Правительства Российской Федерации от 14 октября 2003 г. №1493-р об утверждении Концепции развития государственной финансовой (гарантийной) поддержки экспорта промышленной продукции в Российской Федерации;
- Распоряжении Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-з «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.»
- Распоряжении Правительства Российской Федерации от 26 июня 2012 г. № 1125-р об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") «Совершенствование таможенного администрирования»;
- Распоряжении Правительства Российской Федерации от 20 июня 2012 г. № 1128-р об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта» (в редакции распоряжения Правительства Российской Федерации от 25 февраля 2014 г. № 259-р);
- Государственной программе Российской Федерации «Развитие внешнеэкономической деятельности» (Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. №330);
- Государственных программах Российской Федерации по развитию отраслей и секторов экономики, указанных во Введении к Основным направлениям;
- Концепции формирования "нового облика" торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах на 2012-2016 гг. (одобрена на заседании подкомиссии по экономической интеграции Правительственной комиссии по экономическому развитию и интеграции 13 марта 2013 г.).

В документах в качестве главных принципов современной государственной политики в сфере поддержки экспорта с учетом изменившихся внутренних и внешних факторов социально-экономического развития России, а также новых вызовов глобальной конкуренции определены следующие принципы:

– интегрированность деятельности по поддержке экспорта в решение актуальных задач модернизации, диверсификации и повышения динамизма российской экономики, расширения материальной базы экономического роста;

– создание конкурентоспособной и доступной для широкой массы предпринимателей национальной системы поддержки экспорта;

– комплексный характер деятельности по поддержке экспорта, предполагающий взаимодополнение и взаимодействие различных уровней (федерального, отраслевого, регионального и муниципального), форматов и мер поддержки для получения синергического эффекта;

– сочетание универсального и индивидуального подходов в деятельности по поддержке экспорта в целях создания общих благоприятных условий для развития экспорта при одновременном учете специфических потребностей в поддержке различных категорий экспортеров (принцип клиентоориентированности);

– обеспеченность российских организаций достаточным для решения задач по развитию экспертной деятельности набором универсальных и специальных мер, механизмов и инструментов поддержки и продвижения экспорта;

– концентрация усилий и средств на наиболее перспективных, растущих экспортных возможностях и нишах для России – таргетирование экспортных рынков с учетом имеющегося экспортного потенциала и конкурентных преимуществ;

– мобилизация возможностей и преимуществ международного экономического сотрудничества (на двустороннем, региональном и многостороннем уровнях, в рамках международных организаций и форумов) для продвижения и защиты интересов российских экспортеров на внешних рынках;

– разработка и внедрение в практику деятельности государственных структур и институтов развития в сфере поддержки экспорта системы показателей оценки эффективности их работы;

– вовлеченность предпринимателей и их объединений в процессе разработки и оценки эффективности мер поддержки экспорта;

– информационная и статистическая обеспеченность деятельности по развитию экспорта для определения направлений и мер ее совершенствования путем проведения на регулярной основе соответствующих исследований, аналитического и статистического мониторинга, обследований (опросов) организаций-экспортеров.

Современные подходы к поддержке экспорта имеют ряд существенных отличий от государственной экспортной политики в предшествующий период.

Во-первых, поддержка экспорта сегодня рассматривается как важнейшая составляющая государственной экономической, промышленной политики, как принципиальное условие успешной реализации отраслевых стратегий и программ.

Во-вторых, в центр государственной экспортной политики поставлена комплексная задача повышения конкурентоспособности экспортной продукции, обеспечения конкурентоспособных условий деятельности российских компаний на внешних рынках, что свидетельствует об усилении конкурентных аспектов национальной экспортной политики.

В-третьих, речь идет именно о системе поддержки экспорта, функционирующей в общенациональном масштабе, обладающей полным и эффективным набором институтов, механизмов и инструментов, синхронно развивающейся в разрезе ее основных элементов, чтобы отставание на одних направлениях поддержки не снижало результативность и тем более не обесценивало применение мер поддержки на других направлениях [12].

Одним из актуальных инструментов государственной поддержки является разработка законодательных актов, обеспечивающих устойчивое и динамичное развитие функционирования отечественного машиностроения.

На государственном уровне можно выделить следующие организации, оказывающие услуги, являющиеся инструментами поддержки и развития уровня экспортного потенциала предприятий машиностроения:

- Банк развития и внешнеэкономической деятельности («Внешэкономбанк»)
- Банк ВТБ
- Сбербанк России
- «Росэксимбанк» (Российский экспортно–импортный банк)
- Европейский Информационный Корреспондентский Центр в России
- Торгово–промышленная палата Российской Федерации
- Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСАР)

Данные организации способны предложить экспортерам соответствующие инструменты развития и поддержки экспортной деятельности. Сводный реестр инструментов, при помощи которых выделенные организации способствуют росту экспортного потенциала предприятий, представлены в приложении Б. База нормативных документов, регламентирующих поддержку экспортеров на государственном уровне, представлена в приложении В.

Среди инструментов государственной поддержки развития экспортного потенциала, предлагаемых предприятиям машиностроения, можно выделить финансовые и нефинансовые группы инструментов.

Указанные организации предлагают экспортерам соответствующие наборы инструментов по поддержке экспортной деятельности. Предлагаемые данными организациями

услуги также являются инструментами экономической политики государства. Сред и них можно выделить следующие:

- Предоставление льготных экспортных кредитов
- Страхование экспортных сделок
- Государственные гарантии в обеспечение обязательств экспортера
- Предоставление налоговых послаблений экспортерам
- Возможность применять метод ускоренной амортизации
- Государственные субсидии
- Развитие инфраструктуры нефинансовой поддержки экспортно–ориентированных предприятий

Весь спектр инструментов государственной поддержки развития экспортного потенциала, предлагаемых предприятиям машиностроения, можно подразделить на финансовые и нефинансовые группы инструментов. Среди финансовых инструментов государственной поддержки развития экспортного потенциала машиностроительных предприятий, можно выделить следующие:

1. Предоставление льготных кредитов экспортерам машиностроительной продукции.

1.1 Предоставление льготных экспортных кредитов на изготовление продукции на основании заключенных договоров на экспортные поставки продукции. Предоставляются такими финансовыми компаниями, как «Внешэкономбанк», «Росэксимбанк», «МСП Банк».

1.2 Предоставление экспортных кредитов с субсидированием процентной ставки, предоставляется, например, «Внешэкономбанк».

2. Страхование экспортеров–производителей продукции машиностроения.

В 2011 году учреждено Экспортное страховое агентство России (ЭКСАР). В настоящее время с Агентством сотрудничает Внешэкономбанк, Сбербанк, и банк ВТБ, заключивший с ЭКСАР соглашение о стратегическом сотрудничестве.

Клиентами ЭКСАР являются российские экспортеры, в том числе малые и средние предприятия, а также российские и иностранные кредитные организации и банки, предоставляющие финансирование российским экспортерам и обслуживающие внешнеторговые операции. [5]. ЭКСАР — это коммерческая структура, направляющая полученную прибыль на формирование резерва для страховых операций. Агентство может покрывать до 95 % убытков по каждой застрахованной сделке в случае реализации политического риска и до 90 % — в случае коммерческого риска. Объектами страхования ЭКСАР могут быть:

- кредиты покупателю продукции
- кредиты поставщику продукции

- риски по аккредитиву
- кредиты на инвестиции в производство
- кредиты на пополнение оборотных средств экспортера

По планам ЭКСАР, к концу 2014 года через систему страхования экспортных кредитов будет реализовываться 10 % российского несырьевого экспорта, страховое покрытие будет предоставлено 3000 экспортерам, и объем поддержки будет составлять приблизительно 500 млрд. рублей [5].

3. Предоставление государственных гарантий.

Государственные гарантии в обеспечение обязательств экспортера или иностранного покупателя могут быть предложены банком «Внешэкономбанк». «Внешэкономбанк» предоставляет банковские гарантии (надлежащего исполнения, возврата аванса), поручительства и иные инструменты обеспечения обязательств российских экспортеров перед иностранными покупателями.

Внешэкономбанк осуществляет гарантийную поддержку российских экспортеров продукции. Внешэкономбанк при осуществлении гарантийной поддержки экспортных контрактов российских компаний сотрудничает с контрагентами по всему миру.

Внешэкономбанк осуществляет сотрудничество с ведущими мировыми банками в рамках предоставления гарантийной поддержки экспорта. Это позволяет российским компаниям участвовать в экспортных проектах в тех странах, которые характеризуются высоким уровнем политического риска; в которых имеются объективные препятствия для реализации контрактов, а также там, где не представлены российские коммерческие банки. Прямые гарантии Внешэкономбанка принимаются многими иностранными контрагентами всего мира.

«Росэксимбанк», 100 % акций которого принадлежит Внешэкономбанку, выполняет функции агента Правительства Российской Федерации по осуществлению государственной гарантийной поддержки экспорта российской продукции (товаров, работ и услуг). [2].

Предоставление льготных экспортных кредитов, равно как и предоставление экспортных кредитов с субсидированием процентной ставки, относятся к финансовым инструментам повышения экспортного потенциала. По способу воздействия использование этого инструмента отражается на уровне потенциал напрямую. Однако данный инструмент относится к внешней среде воздействия на предприятие, следовательно, повлиять на его использование или наличие руководство предприятия не может. При применении этого инструмента предприятию следует учесть, что правила ВТО не позволяют прямое использование льготных государственных кредитов экспортерами.

Страхование также является внешним инструментом роста экспортного потенциала для предприятия. Оформляя страховой полис, предприятие имеет финансовые гарантии при неудачном стечении обстоятельств экспортной деятельности. Среди инструментов страхования можно выделить такие формы страхования как страхование кредита покупателю, страхование кредита поставщику, страхование рисков по аккредитиву, комплексное страхование экспортных кредитов, страхование инвестиций, страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера, страхование экспортного факторинга. Полный набор страховых инструментов экспортерам предоставляет, например, «ЭКСПАР». Данный инструмент имеет ограничения по времени использования, косвенно воздействует на уровень экспортного потенциала, увеличивая финансовые показатели. Использование страхования разрешено в ВТО.

Государственные гарантии в обеспечение обязательств экспортера и иностранного покупателя, предоставляемые экспортерам, например через «Росэксимбанк», также относятся к финансовым инструментам государственного регулирования. Данный инструмент по среде воздействия относится к внешним инструментам – предприятие не может само решить объем получения гарантий и их условия. Данный инструмент допустим ВТО при соблюдении ряда условий.

Предоставление налоговых послаблений экспортерам продукции относится к внешним инструментам развития экспортного потенциала предприятия, этот инструмент косвенно воздействует на предприятие, зависит от условий предоставления: будут это разовые налоговые вычеты или снижение ставки налогов экспортерам на постоянной основе.

Одним из инструментов управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия можно назвать возможность предприятия применять метод ускоренной амортизации на используемые в производстве станки и оборудование. Данный метод может быть использован для активной части основных производственных фондов, введенных в действие после 1 января 1991 года. Ускоренная амортизация позволяет предприятию сократить срок внедрения в производство научно–технических достижений за счет более быстрого переноса стоимости оборудования на стоимость готовой продукции, а так же способствует обновлению и техническому развитию основных производственных фондов (машин, оборудования, транспортных средств). Машиностроительные предприятия могут применять ускоренный метод для исчисления амортизационных отчислений в отношении основных фондов, используемых для увеличения выпуска средств вычислительной техники, новых прогрессивных видов материалов, приборов и оборудования, расширения экспорта продукции в случаях, когда ими осуществляется массовая замена изношенной и морально устаревшей техники новой более производительной.

При введении метода ускоренной амортизации предприятия применяют равномерный (линейный) способ исчисления, при этом утвержденная в установленном порядке (по соответствующему инвентарному объекту или их группе) норма годовых амортизационных отчислений на полное восстановление увеличивается, но не более чем в два раза. Ускоренная амортизация позволяет ускорить процесс обновления основных средств на предприятии; накопить достаточные средства для технического перевооружения и реконструкции производства; уменьшить налог на прибыль; поддерживать основные средства на высоком техническом уровне. Этот инструмент допустим с точки зрения правил ВТО, предприятия могут использовать его в рамках действующего законодательства РФ.

Государственные субсидии – важный и мощный инструмент развития экспортного потенциала предприятия машиностроения. Однако при внедрении данного инструмента, государству необходимо учитывать нормы и правила по предоставлению субсидий, принятые в ВТО. Если предоставление субсидий увеличивает экспортный потенциал предприятия косвенным образом, при использовании субсидий в сфере образования и кадровой политики региона, такое субсидирование не относится к запрещенным ВТО мерам и может быть интенсивно использовано предприятием. Для того, чтобы быть использованными без ограничений, государственные субсидии должны воздействовать на предприятие косвенно, например, через развитие нефинансовых источников развития экспортного потенциала.

Большая часть финансовых инструментов поддержки экспортеров напрямую (субсидии, субвенции) относится к нежелательным или запрещенным мерам с точки зрения правил и политики ВТО. Эксперты данной международной организации полагают, что если предприятие-производитель воспользуется финансовой поддержкой государства и его продукция станет более конкурентоспособной на внешнем рынке, то такой способ поддержки противоречит принципам свободного рынка. Предприятие, воспользовавшееся прямой финансовой поддержкой государства, может столкнуться с ограничениями при выводе своей продукции на международный рынок.

В настоящее время необходимо проводить дальнейшее развитие и совершенствование финансовых инструментов экономической политики государства, оказывающих влияние на рост экспортного потенциала предприятий. Анализ практики применения государственных инструментов развитых стран показывает, что в развитых странах государство предлагает более серьезную систему инструментов развития своим экспортёрам высокотехнологичной продукции.

Нефинансовые инструменты государственной поддержки, направленные на развитие экспортного потенциала предприятий – это инструменты, которые оказывают влияние на развитие предприятий – экспортеров опосредованно, через какие либо другие механизмы.

Государству стоит обратить особое внимание на инструменты нефинансовой поддержки, так как эти инструменты не противоречит принятым в ВТО способам поддержки экспортеров продукции. Многообразие нефинансовых инструментов поддержки экспортеров на уровне государства представлено в таблице 5. В таблице указаны исполнители по каждому виду инструментов, а также конкретизированы способы взаимодействия с предприятиями–экспортерами.

Таблица 5 — Нефинансовые инструменты государственной поддержки экспортеров машиностроительной продукции

Государственная поддержка	Исполнители	Инструменты нефинансовой поддержки
Информирование и консультирование экспортеров	<ul style="list-style-type: none"> • Торговые представительства РФ в иностранных государствах • Центры координации поддержки экспортно–ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства • Европейский информационный корреспондентский центр 	<ul style="list-style-type: none"> • Установление бизнес–миссий Минэкономразвития РФ • Создание межправительственных комиссий по сотрудничеству между РФ и иностранными государствами • Проведение саммитов и советов с зарубежными партнерами • Проведение исследований зарубежных рынков; • Проведение консультаций по финансовым, юридическим, логистическим вопросам
Помощь в организации и форумов, выставок, ярмарок	<ul style="list-style-type: none"> • Центры координации поддержки экспортно–ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства • Торговые представительства РФ в иностранных государствах • Минэкономразвития России • Торгово–промышленная палата РФ • Российский союз промышленников и предпринимателей • Российская венчурная компания 	<ul style="list-style-type: none"> • Составление и реализация паспортов проектов предприятий • Поддержка выставочно–ярмарочной деятельности • Подготовка информации о предприятиях Красноярского края для потенциальных партнеров; • Подготовка и размещение информации об экспортерах в международных базах данных
Снижение барьеров при экспорте продукции	<ul style="list-style-type: none"> • Минэкономразвития России • Торгово–промышленная палата РФ • Российский союз промышленников и предпринимателей 	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение условий по доступу товаров и услуг на внешние рынки • Упрощение таможенных процедур и формальностей • Устранение административных барьеров

Нефинансовые инструменты государственного регулирования также относятся к инструментам внешней среды, использования этого блока инструментов не противоречит нормам ВТО, а значит, могут использоваться предприятиями без ограничений. Как правило, нефинансовые инструменты государственной поддержки носят рекомендательный характер, предприятие может не пользоваться ими вовсе.

Среди государственных инструментов нефинансовой поддержки развития экспортного потенциала хочется выделить такой инструмент, как развитие инфраструктуры нефинансовой поддержки экспортно–ориентированных предприятий, посредством которой государство оказывает машиностроительным предприятиям, намеренным экспортировать свою продукцию, нефинансовую поддержку по организации экспортных поставок.

Например, в Красноярском крае создан и успешно функционирует Центр поддержки экспортно–ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства и Евро Инфо Корреспондентский Центр — (Красноярский ЕИКЦ). Центр предлагает услуги для предприятий, готовых вывести свою продукцию на зарубежные рынки. Среди услуг, оказываемых ЕИКЦ, можно выделить следующие:

1. Информационные и консультационные услуги:

- Консультирование по условиям, возможностям и требованиям зарубежных рынков;
- Подготовка информации о предприятиях для потенциальных партнеров;
- Проведение маркетинговых исследований международных рынков;
- Рекомендации по выбору маркетинговой стратегии и позиционированию товара
- Обучение основам внешне–экономической деятельности.
- Поиск деловых партнеров для предприятий Красноярского края за рубежом;
- Подготовка и размещение бизнес–предложений в международных базах данных;
- Юридическое и финансовое консультирование (заключение сделки, сертификация, валютный контроль, защитные меры, тарифное регулирование, выбор формы и метода расчета, ограничения платежей, выбор способа финансирования);
- Консультирование по организации перевозки и страхованию товаров;
- Выполнение перевода официальных документов.

2. Организационные услуги:

- Помощь в подготовке предприятия к участию в бизнес–миссиях;
- Организация двусторонних переговоров.
- Консультация по подготовке демонстрационных материалов и ведению переговоров.

К нефинансовым инструментам поддержки экспортного потенциала машиностроительных предприятий можно отнести мероприятия, предусмотренные различными программами на региональном уровне. Например, в Красноярском крае с декабря 2013г. действует дорожная карта «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта в Красноярском крае». Реализация программы призвана обеспечить успешное продвижение экспортной продукции предприятий края на рынки зарубежных стран, формирование среды конкурентоспособных, активных предпринимателей–экспортеров, включая малые и средние предприятия, а также формирование институциональной среды,

обеспечивающей конкурентоспособные условия деятельности предприятий Красноярского края на мировом рынке. Реализация «дорожной карты» будет осуществляться с 2013 по 2016 год, и позволит добиться улучшения инвестиционного климата в Красноярском крае посредством облегчения доступа продукции региональных производителей на внешний рынок.

Среди инструментов государственной поддержки, направленных на развитие экспортного потенциала предприятий машиностроения, можно выделить такой инструмент как предоставление тарифных преференций российским экспортерам. Система тарифных преференций действует в рамках общей системы преференций ООН. Предоставление тарифных преференций является инструментом, направленным на снижение общих издержек экспортеров товаров в страны дальнего зарубежья.

Российские предприятия, производители продукции машиностроения могут воспользоваться невзаимными преференциальными режимами, предоставляемыми странами Европейского союза (ЕС), США, Канадой и Турцией в рамках Общей системы преференций ООН в целях получения дополнительных конкурентных преимуществ.

Российская Федерация, в соответствии с классификацией ООН, входит в перечень стран с переходной (транзитивной) моделью экономики, поэтому российские экспортеры могут претендовать на *более благоприятный режим* ввоза своей продукции, нежели РНБ.

Преференциальный режим импорта товаров предоставляется развитыми странами в одностороннем невзаимном порядке Российской Федерации и не противоречит нормам и правилам ВТО.

Условия предоставления тарифных преференций и правила определения страны происхождения товаров, в отношении которых применяется преференциальный режим, у большинства государств, предоставляющих тарифные преференции, унифицированы в соответствии с рекомендациями Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД).

Преференциальный режим в отношении товаров стран–получателей (бенефициаров) предоставляется в случае выполнения следующих базовых условий:

1. Условие происхождения. Происхождение товара из страны бенефициара (или группы стран–бенефициаров) подтверждается сертификатом о происхождении товара по форме «А».

В России уполномоченным органом по выдаче экспортерам сертификатов происхождения товаров по форме «А» и по форме «СТ–1» является Торгово–промышленная палата Российской Федерации.

2. Условие непосредственной закупки в стране – пользователе преференциального режима. Для российских экспортеров–пользователей преференциального режима

иностранного государства правило непосредственной закупки будет считаться выполненным, если товар, приобретается импортером страны, предоставляющей тарифные преференции, у лица, зарегистрированного в качестве субъекта предпринимательской деятельности в РФ.

3. Условие прямой поставки. Отгрузка товаров производится непосредственно из Российской Федерации в страну, предоставляющую преференциальный режим в отношении российских товаров.

Указанное правило также считается выполненным в случае, когда:

- товары транспортируются транзитом через территорию третьих стран в силу географических, транспортных и экономических причин;
- товары находились в режиме временного складирования под таможенным контролем на территории третьих стран;
- товары приобретены в третьей стране во время или после проведения выставки или ярмарки при условии, что они находились в неизменном состоянии в этой стране.

Для подтверждения этих режимов достаточно наличия отметок таможенных органов стран, через которые транспортировались товары, на товаросопроводительных документах.

Вместе с тем страны дальнего зарубежья могут устанавливать иные критерии и правила определения происхождения преференциальных товаров, определенные в каждой стране национальным законодательством.

Согласно международным рекомендациям страной происхождения товара считается государство, в котором товар был полностью произведен или подвергнут достаточной переработке в соответствии с критериями.

Государственные программы по формированию и развитию экономического сотрудничества, разрабатываемые при участии межправительственных комиссий по торгово-экономическому сотрудничеству с зарубежными странами (МПК). В рамках данных комиссий создаются комитеты и рабочие группы, играющие важную роль в развитии двустороннего сотрудничества РФ с зарубежными странами, направлены на получение обоюдного интереса. Деятельность МПК направлена на развитие международного сотрудничества, укрепления связей между таможенными службами. Межправительственные комиссии создаются для эффективного взаимодействия бизнеса и государства на международном уровне. Главная цель работы каждой МПК – создание благоприятных условий для развития внешнеэкономических отношений Российской Федерации, содействие российским предпринимателям в сотрудничестве с зарубежными партнерами.

На заседаниях МПК стороны рассматривают актуальные предложения и вопросы по улучшению внешнеэкономических отношений России со странами-партнерами. В рамках

заседаний и сессий МПК представители и эксперты обсуждают проблемы, возникающие в рамках торгово–экономической кооперации, находят пути их разрешения.

Например, Европейский союз и Россия заключили «Соглашения о партнерстве и сотрудничестве». Данное соглашение, подписанное в 1997 году, является действующей программой сотрудничества ЕС и РФ, направленной на содействие России в проведении экономических и социальных преобразований.

До 2006 года в РФ действовала Программа технического содействия ЕС «Тасис», проекты, осуществляемые в рамках соглашений о финансировании программ Тасис 2006 года, будут реализовываться в России до 2013 года. Вместо «Тасис» с 2007 года действует положение об Инструменте европейского соседства и партнерства (ИЕСП). Финансовое сотрудничество, согласно этому документу, будет, как и прежде, заключаться в финансировании проектов. Стороны намерены обеспечивать совместное финансирование и отбирать проекты в соответствии с общими стратегическими интересами. (50)

По данным Минэкономразвития России, в годовой программе бизнес–миссий развития внешнеэкономической деятельности РФ на 2014 год предусмотрено более 40 мероприятий. Среди российских предприятий и организаций, планирующих принять участие в мероприятиях, есть и машиностроительные предприятия Красноярского края. Например, «ИСС» принимает участие в комплексной бизнес–миссии на VIII Российско–Индийском форуме по торговле и инвестициям (Индия), в Международной промышленной ярмарке в г. Измире (Турция), в комплексной бизнес–миссии стран АСЕАН (Индонезия, Малайзия, Сингапур) [11].

Одним из инструментов, направленных на развитие экспортного потенциала машиностроительных предприятий является организация промышленного сотрудничества между странами на межнациональном уровне, способствующее углублению промышленной кооперации и формирование концептуальных подходов к согласованной промышленной политике.

В Евразийском союзе в рамках реализации данного направления подписано Решение Высшего Евразийского экономического совета на уровне глав правительств «Об основных направлениях координации национальных промышленных политик Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации» (от 31 мая 2013 года №40). Данное решение является правовой основой формирования промышленного сотрудничества стран по основным направлениям.

Разработаны концептуальные подходы к формированию промышленного сотрудничества в рамках ЕЭП, проект Соглашения о промышленной политике в рамках ЕЭП. Для углубления промышленной кооперации в сфере машиностроения проведены переговоры с

Республиканской ассоциацией предприятий промышленности «БелАПП», Объединением юридических лиц «Союз машиностроителей Казахстана» и Общероссийским отраслевым объединением работодателей «Союз машиностроителей России» о подписании Меморандума о сотрудничестве с Евразийской экономической комиссией.

При планировании выхода на международный рынок предприятию необходимо принять решение о привлечении в штат высококлассных специалистов по оформлению экспортных сделок или заключить договор об оказании аналогичных услуг с таможенным представителем или с уполномоченным экономическим оператором. Существует практика, когда машиностроительное предприятие, ведущее активную экспортную деятельность, само приобретает статус Уполномоченного экономического оператора. Получение данного статуса требует от предприятия замораживания довольно крупных финансовых средств в виде обеспечительного взноса, с другой стороны позволяет предприятию получить доступ к определенным упрощениям в сфере таможенного оформления. Данный инструмент может быть использован только крупным, стабильно работающим предприятием.

Нефинансовые инструменты государственного регулирования относятся к внешней среде, условия их предоставления не зависят от мнения руководителей предприятия. Однако использования этого блока инструментов не противоречит нормам ВТО, а значит, может быть использовано предприятиями без ограничений. Как правило, нефинансовые инструменты государственной поддержки носят рекомендательный характер, предприятие может не пользоваться ими вовсе.

Внутренние инструменты развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Стратегическое планирование относится к инструментам внутренней среды предприятия, полностью отвечающим целям и задачам данного конкретного предприятия. Стратегическое планирование должно обеспечивать основу для всех управленческих решений, так как само по себе стратегическое планирование – это одна из функций управления, которая обосновывает процесс выбора целей организации и путей их достижения. После разработки стратегического плана всегда следует этап контроля его выполнения и достижения намеченных показателей. Использование инструментов стратегического планирования не противоречит нормам ВТО, и может быть использовано руководителями предприятия по своему усмотрению без ограничений.

Следующим инструментом повышения экспортного потенциала предприятия можно назвать разработку и *использование на предприятии экспортного плана*. Экспортный план – это документ финансово-хозяйственного планирования, направленный на формирование тактических условий выхода продукции предприятия на международный рынок. Экспортный

план предприятия формируется после составления стратегического плана, этот документ детально прорабатывает вопросы экспорта продукции, позволяет вести оперативный контроль достигнутых результатов.

Экспортный план должен содержать информацию, которая будет пояснять основные и наиболее важные моменты, описывающие продукцию предприятия, его возможности и особенности выбранного рынка. В приложении XX представлено примерное описание и содержание экспортного плана. Как и любой документ бизнес-планирования, экспортный план должен начинаться с определения основных направлений деятельности предприятия, отражать опыт в сфере внешнеэкономической деятельности и экспорта в частности, описывать корпоративную правовую структуру предприятия, дочерние компании, филиалы, совместные предприятия, стратегические объединения.

При анализе продукции конкретизируются возможности экспорта на данном рынке: профиль целевого клиента, требуемые продукты и модификацию упаковки для экспортного рынка, жизненный цикл товара. Необходимо также проанализировать и потенциал роста продаж – рост емкости выбранного рынка, особенности, связанные с развитием рынка, преимущества вашей продукции на выбранном рынке.

Профиль страны предоставляет точную информацию об особенностях коммерции и требованиям к товару, которые могут повлиять на способность предлагать конкретный товар в выбранной стране. Рекомендуется рассмотреть политические, экономические, и социальные условия, нормативно-правовую базу, структуру налогообложения, развитость инфраструктуры (дороги, порты, коммуникации и т.д.), нормы культуры и бизнеса.

При проведении анализа части международного рынка, на который предприятие планирует вывод произведенного товара, необходима детальная проработка позиций целевого рынка, определение уровня конкуренции и возможных партнёров по сотрудничеству на выбранном рынке.

Особенности правового регулирования внешнеторговой деятельности выбранной страны являются очень важным звеном в цепочке по организации экспортных поставок. Необходимо изучить законодательство импортирующей страны, а так же проработать правовые вопросы экспортного контракта, такие как выбор арбитражной страны, способы урегулирования споров, возмещение убытков.

Создание системы воспроизводства нематериальных активов – комплексный набор внутренних инструментов предприятия, при использовании которых предприятие может обеспечить собственные потребности НИОКР в сфере производственно-технологических и финансово-рыночных отношений. Финансирование предприятием новых разработок, косвенным результатом которых являются количество технических решений, защищенных

патентами Российской Федерации и патентами иностранных государств, и отражение их в финансовой отчетности как нематериальных активов увеличивает информационный потенциал предприятия. Среди инструментов системы воспроизводства нематериальных активов можно выделить такие, как:

- проведение собственных научно–технических разработок с последующим их патентованием,
- внедрение системы подготовки, переподготовки, обучения, мотивации и стимулирования персонала
- внедрение корпоративных стандартов и систем управления проектами.

Внедрение на предприятии систем менеджмента качества, сертифицированных на соответствие предприятия признанному международному стандарту, например ISO 9001. Внедрение этих систем позволяет предприятию соответствовать международным требованиям в области качества. Учитывая, что уровень экспортного потенциала предприятия зависит от компетентности (обязательность подготовки) персонала, эффективности производства за счет устранения лишних функций, снижения доли некачественной продукции, а также улучшение отношений с потребителями и поставщиками, сертификация и эффективное функционирование системы менеджмента качества напрямую влияют на увеличение уровня экспортного потенциала предприятия. Наличие сертификата значительно поднимает авторитет предприятия, его торговой марки. Это позволяет изменить ценовую политику предприятия (заведомо качественная продукция должна стоить дороже). Наличие сертификата увеличивает вероятность успеха при участии в конкурсах и тендерах. В некоторых случаях оно даже является обязательным условием конкурса или тендера. Многие покупатели–импортеры законодательно обязаны работать только с теми иностранными контрагентами, производственные предприятия которых сертифицированы на соответствие системам менеджмента качества. Данный инструмент не противоречит правилам ВТО, предприятия может самостоятельно принять решение какую из действующих систем качества внедрять, по какой системе получать сертификацию.

Мировая практика показывает, что при выходе на внешний рынок, продукция обязана иметь документацию по подтверждению соответствия продукции определенным требованиям Европейского Сообщества, США, Канады, которые занимают на рынке потребления по различным позициям от 45 до 80 процентов. Практически любая компания Китая, в разделе "страна поставки", указывают – GLOBAL, что говорит о том, что продукция имеет все необходимые документы по соответствию как минимум Европейского Союза и США. Азиатские изготовители уже на стадии выпуска "пилотной партии" продукции имеют всю документацию по подтверждению соответствия требованиям ЕС. Потребителю продукция нужна сегодня, а не тогда, когда изготовитель решит провести процедуру сертификации для

рынка потребителя. Тем более, что процедура по подтверждению соответствия занимает некоторое время.

В случае, если третья страна имеет сопоставимый уровень технического развития и совместимый подход в отношении по оценке соответствия, ЕС заключает с такими странами договор о взаимном признании протоколов испытаний, соответствия продукции по безопасности. Такие соглашения по взаимному признанию протоколов испытания, знаков соответствия, сертификатов и деклараций соответствия, способствуют развитию международной торговли за счет снижения затрат на доказательств соответствия. В настоящее время подписаны соглашения с Японией, Швейцарией, США, Израилем, Австралией, Новой Зеландией и Канадой, что дает возможность экспорта продукции с маркировкой СЕ в данные страны. К сожалению, на сегодняшний день, по различным причинам, такие соглашения между Европейским Союзом и странами СНГ не подписаны, но работа в этом направлении ведется всеми заинтересованными сторонами, в том числе подписано новое соглашение между Россией и ЕС.

Директивы Европейского Союза Нового и Глобального подходов устанавливают основополагающие требования, которым должна соответствовать поставляемая на внутренний рынок стран членов ЕС продукция, Директивы точно определяют требуемые результаты, которые должны быть достигнуты при производстве продукции, но Директивы ЕС не указывают каким образом данные результаты должны быть достигнуты. Производитель имеет право на свободный выбор технических решений, но основополагающие требования Директив Нового подхода должны быть выполнены.

Гармонизированные стандарты устанавливают технические характеристики изделий, соответствующие основополагающим требованиям Директив ЕС. Применяя гармонизированные стандарты Европейского Союза, легче доказать соответствие продукции. Преимущество маркировки СЕ в том, что если продукция имеет маркировку СЕ, она имеет право реализации и применение на территории всех стран Европейского Сообщества, так как продукция соответствует требованиям всех стран ЕС.

Для получения права нанесения знака СЕ на продукцию, необходимо прежде всего определить, какие директивы распространяется на продукт. Важно также понимать, что не все Директивы Европейского Союза Нового Подхода, касающиеся продукции, определяют правила и порядок сертификации продукции с правом нанесения маркировки СЕ, так Директива по общей безопасности продукции (GPSD), определяет минимальные обязательные требования по безопасности продукции, но не требует маркировки СЕ.

Стандарт ISO 9001 широко используется в Европе как добровольная система менеджмента качества, стандарт свидетельствует о том, что компания имеет эффективную

организационную структуру, но данный стандарт не удостоверяет соответствие с Директивами по СЕ маркировки. Тем не менее, некоторые Директивы требуют применения системы менеджмента качества в рамках оценки соответствия, которые определяет конкретный стандарт. Гармонизированные стандарты предназначены для добровольного использования и не накладывают никаких правил, но продукция должна соответствовать требованиям Директивы ЕС и эти требования являются обязательными. Европейские стандарты (европейские нормы) являются ключевым компонентом единого европейского рынка. Европейские стандарты перенесены в национальные стандарты во всех странах–членах ЕС, это гарантирует изготовителю свободный доступ на внутренний рынок ЕС.

Среди инструментов развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия можно выделить такой инструмент, как использование различных способов экспорта произведенной продукции. В настоящее время предприятия–экспортеры могут использовать несколько способов организации экспорта производимой продукции:

- Косвенный экспорт продукции
- Прямой экспорт продукции.

Это разделение достаточно условно, так как многие предприятия используют оба способа для экспорта продукции. Существует довольно много примеров, когда предприятия–экспортеры создают внутри своего холдинга отдельное предприятие, которое специализируется именно на экспортных поставках продукции. Такое разделение по рынкам продаж продукции внутри компании упрощает бухгалтерский учет и отчетность предприятия, однако, по сути, не является косвенным экспортом.

Косвенный экспорт – это способ экспорта, организованного при помощи сети независимых посредников внутри страны–производителя продукции. Косвенный экспорт, как правило, требует меньших финансовых вложений в маркетинговые разработки, но так как производитель продукции не имеет контроля над своей продукцией на международном рынке, предприятие теряет возможность управления процессом международного маркетинга.

Можно выделить несколько типовых вариантов организации продаж продукции машиностроения на международном рынке по способу косвенного экспорта:

- поставка продукции внутренним компаниям, которые затем экспортируют закупленную у производителя продукцию;
- поставка продукции внутренним покупателям, которые являются представителями иностранных компаний;
- экспорт произведенной продукции через специализированную торговую компанию – экспортного менеджмента;

– франчайзинг – распространён в сфере ресторанного бизнеса, однако принципы организации продаж по этому варианту могут быть адаптированы для производственного предприятия;

– лицензирование – продажа на международном рынке лицензий и патентов и прочих объектов нематериальной собственности, в том числе и на лицензий на товарные знаки, патенты, дизайнерские разработки, авторские права или программное обеспечение. Лицензирование позволяет быстро выйти на международный рынок и сокращает потребности в ресурсах;

– piggyback маркетинг или совместное продвижение сопутствующих товаров – вариант выхода на международный рынок, при котором предприятия–производители не конкурирующей продукции представляют продукцию друг друга на соответствующем рынке. Предприятия заключают соглашения, помогая друг другу экспортировать продукцию, которая взаимодополняет и не конкурирует между собой;

– экспортный опт (купечество) – посредничество оптовых компаний, которые закупают у производителей неупакованный товар или несобранный товар для перепродажи на международных рынках под своим собственным брендом. Преимуществом экспортного купечества является продвижение товара. Одним из недостатков использования экспортного купечества, является возможность присутствия идентичных товаров на рынке под разными брендами.

Анализируя существующие варианты организации экспортных поставок по методу косвенного экспорта, можно выделить следующие преимущества косвенного экспорта:

- Быстрый доступ на международный рынок
- Концентрация ресурсов предприятия на производственных процессах
- Минимизация финансовых рисков и обязательств, так как экспортные посредники и партнёры обычно покрывают большинство расходов, связанных с процессом организации продаж продукции на внешнем рынке.

Среди недостатков косвенного экспорта можно выделить следующие:

- У предприятия нет прямого управления экспортными процессами – низкий уровень или отсутствие контроля над международной дистрибуцией, продажами, маркетингом
- Зависимость объема продаж продукции не от емкости выбранного рынка а от возможностей посредников и дистрибьюторов
- Недостаточная обратная связь с рынком, на котором предлагается продукция предприятия
- Отсутствие возможности освоить самостоятельную организацию работы предприятия по поставкам продукции на международные рынки

Чаще всего, организацию экспорта продукции на основе косвенных вариантов предпочитают предприятия, которые хотели бы избежать финансовых рисков, либо мелкие предприятия, у которых недостаточно опыта и трудовых ресурсов для осуществления экспортной деятельности самостоятельно.

Прямой экспорт — основной способ экспорта. На основе современных тенденций развития международной торговли и обычаев товарооборота, можно выделить преимущества и недостатки прямого экспорта:

Преимущества прямого экспорта:

- Контроль над выбором зарубежных рынков и иностранных компаний представителя;
- Хорошая обратная связь с целевым рынком;
- Лучшая защита товарных знаков, патентов и другого нематериального имущества;
- Потенциально большой объем продаж, зависит от емкости рынка.

Недостатки прямого экспорта:

- Высокие начальные расходы и высокие риски;
- Высокие требования к маркетинговой информации;
- Больше время подготовки к выходу на международный рынок, в отличие от косвенного экспорта.

Объемы экспортных поставок машиностроительного предприятия могут быть увеличены за счет использования предприятием дополнительных видов экспорта. Среди дополнительных видов можно выделить следующие варианты:

1. Предприятия машиностроения, помимо экспорта собственной готовой продукции могут экспортировать и услуги, связанные с различными фазами жизненного цикла поставляемой на международный рынок продукции. Экпортируя услуги, предприятие предлагает товары, не существующие в физической форме, такие как технические консультации, профессиональный монтаж, послепродажное и сервисное обслуживание. Предоставление экспортных услуг не только увеличивает объем экспортной выручки и, но и увеличивает конкурентоспособность поставляемой на международный рынок продукции. Учитывая, что продукция машиностроительных предприятий имеет продолжительный цикл эксплуатации и часто является уникальной, у импортеров возникает обоснованная потребность в предоставлении полного набора сервисных и послепродажных услуг.

2. Так же машиностроительные предприятия могут предложить на международный рынок вариант проектного экспорта. Проектный экспорт представляет собой создание проекта предприятия в другой стране. Проектный экспорт предприятия это научно обоснованный рабочий план, разработанный для достижения конкретной цели в течение определенного периода времени.

Современным и очень действенным инструментом развития уровня экспортного потенциала является использование предприятием интернет–технологий. Этот инструмент относится к внутренним инструментам, т.е. руководство предприятия самостоятельно принимает решение об его использовании, по направленности воздействия на предприятие интернет–технологии могут затрагивать любую сферу деятельности. По времени воздействия данный инструмент относится к постоянным инструментам – его действие распространяется на весь период использования. Данный инструмент используется для совершенствования логистической и маркетинговой деятельности предприятия, организации информационных потоков внутри самого предприятия, а так же для создания интернет–магазинов.

Использование развитых современных интернет – технологий в логистической и маркетинговой деятельности предприятия позволяет обеспечить быстрое и качественное информационное взаимодействие между всеми звеньями производственно–сбытовой цепочки предприятия: поставщиками, посредниками и потребителями. Все это в целом позволяет оптимизировать входные и выходные информационные потоки. Незаменимой особенностью интернет – технологий является интерактивность, то есть возможность быстрого реагирования на изменения внешней среды. Эта особенность очень важна для крупных предприятий, например, покупатель машиностроительной продукции может находиться далеко, а использование интернет – конференции позволит своевременно обсудить необходимые вопросы и сэкономить на командировочных расходах предприятия.

Создание интернет–магазина является действенным инструментом развития экспортного потенциала предприятия. Эксперты и аналитики утверждают, что будущее в развитии торговли, в том числе и на внешних рынках, принадлежит электронной коммерции.

По мнению аналитиков, рост мировой Интернет–торговли будет опережать традиционные способы организации торговли почти в 2 раза. Доля электронной торговли в течении последних четырех лет больше всего увеличивалась в США и странах БРИК. Число пользователей Интернета в мире увеличится от 2,2 млрд. на конец 2011 г. до 3,5 млрд. в 2014 г., а суммарный объем международного рынка электронной коммерции возрастет до \$1,25 трлн. Такой прогноз сделала Interactive Media in Retail Group (IMRG) (48).

Мировой объём интернет продаж в 2014 г. увеличился по сравнению с 2010 г. на 40% – до 690 млрд. евро (\$961 млрд). Самой большой в мире рынок Интернет–торговли в Соединенных Штатах. Второе и третье места занимают Великобритания и Япония. На пятки им наступает Китай, где рост электронной коммерции в 2013 г. составил 130%.

В представленном IMRG докладе сказано, что Интернет постепенно становится неотъемлемой частью экономики развитых стран мира. Эксперты утверждают, что будущее

электронной торговли носит глобальный характер. В мире происходит постоянный рост доверия к онлайн – покупкам.

На сегодняшний день наиболее удобным способом ведения Интернет–торговли является создание интернет–магазина. В нашей стране существуют специальные компании, предоставляющие в аренду программное обеспечение для создания собственного интернет–магазина. Существует ряд программных средств, позволяющих своевременно и по мере необходимости вносить и обновлять информацию о товарах и услугах предприятия, а так же другую, необходимую для покупателей информацию. При этом программное обеспечение расположено на сервере арендодателя, им поддерживается и совершенствуется.

Примером такого варианта развития экспорта продукции может служить торговая система "Машиностроение" – machine.ru. В составе системы крупнейший каталог машиностроительных предприятий России и СНГ, а также популярные доски объявлений о продаже–покупке оборудования б\у, неликвидов комплектации и металла. Данная система, основанная на самых современных технологиях, предлагает предприятиям–производителям или продавцам машиностроительной продукции, зарегистрированным на территории России и стран СНГ аренду сайта–магазина, встроенного в сеть сайтов–магазинов машиностроительных предприятий.

По мнению специалистов, создание и использование сайт–магазинов в виртуальных специализированных торговых площадках аналогично участию в реальных выставках и торговых площадках, т.е. позволяет экономить на рекламе за счет единой рекламной кампании, с той лишь разницей, что виртуальная несоизмеримо дешевле и продолжительнее по времени.

Среди внутренних инструментов, позволяющих предприятию развивать и поддерживать свой экспортный потенциал, можно выделить применение ускоренной амортизации, позволяющее производить списание в падающей регрессии, т.е. более интенсивно в первые годы и с понижением ежегодной доли списания в последующем. Этот способ помогает предприятию накопить необходимые для модернизации производственных фондов суммы, поскольку начисленная амортизация учитывается как затраты, но не является при этом расходом денежных средств.

Одним из инструментов поддержки и развития экспортного потенциала предприятия можно считать возможность использования нулевой ставки НДС при экспорте произведенной продукции. Предприятие должно подготовить и предать в налоговые органы комплект документов в срок не позднее 180 календарных дней от даты фактического экспорта продукции. Данный срок исчисляется со дня помещения товаров под таможенную процедуру экспорта – пункт 9 статьи 165 Налогового кодекса РФ.

Документы, подтверждающие экспорт, нужно представить вместе с декларацией – п. 10 ст. 165 НК РФ, декларация по НДС представляется по итогам налогового периода, то есть квартала. Машиностроительное предприятие имеет возможность предъявить к вычету «входной» НДС, относящийся к экспортной поставке. Данная возможность предусмотрена пунктом 3 статьи 172 НК РФ. В соответствии с пунктом 9 статьи 167 НК РФ, вычеты производятся на последнее число квартала, в котором собран полный пакет документов. Поэтому если какие-то счета-фактуры с «входным» НДС, относящимся к факту экспорта, будут получены несвоевременно, экспортеру для получения вычета придется подавать уточненную налоговую декларацию.

Для того, чтобы предприятие имело возможность использования этого инструмента, ему необходимо вести отдельный учет «входного» НДС. Необходимость отдельного учета не возникает, если предприятие поставляет продукцию только на международный рынок, т.е. занимается только экспортными операциями и операциями на внешнем рынке.

Предусмотренные в п. 4 статьи 170 НК РФ правила и порядок ведения отдельного бухгалтерского учета «входного» НДС в данном случае не применимы, так как в операции облагаются НДС, но только по разным ставкам. Поэтому порядок ведения отдельного учета предприятие-налогоплательщик должен установить самостоятельно.

В НК РФ (п.10 ст. 165) предусмотрено, что порядок определения суммы налога, относящегося к товарам, работам, услугам и имущественным правам, приобретенным для производства или реализации товаров, работ и услуг, операции по реализации которых облагаются по налоговой ставке 0 процентов, устанавливается принятой налогоплательщиком учетной политикой для целей налогообложения. Для распределения «входного» НДС предприятию экспортеру нужно выбрать один из вариантов:

- 1) распределение сумм налогов исходя из фактических затрат на реализованную продукцию на внутреннем и международном рынках;
- 2) исходя из процентного отношения отгруженной на экспорт продукции к общему объему отгруженной продукции;
- 3) пропорционально отношению стоимости продукции, отгруженной на экспорт, к общей стоимости отгруженной продукции.

Возврат НДС, уплаченного за рубежом – снижение расходов по выходу на зарубежный рынок. Экспортеры несут расходы по выходу на зарубежные рынки: выставки, реклама, поездки за рубеж, оплата услуг подрядчиков и др. Business Tax Free – система возврата налога на добавленную стоимость (НДС) для юридических лиц с корпоративных расходов за рубежом. Суммы возврата составляют от 8 до 25% от суммы расходов в зависимости от ставки НДС в отдельно взятой стране.

Механизм возврата предприятием НДС, уплаченного за рубежом, определяет внутреннее законодательство иностранных государств. Например Тринадцатая директива (86/560/ЕЭС) Совета европейских содружеств о гармонизации законодательства государств–членов, от 17 ноября 1986 года. Данная директива предоставляет право предприятиям из «несоюзных» стран возмещать НДС с разного рода расходов и услуг, понесенных либо приобретенных на территории ЕС. Необходимо учесть, что есть ограничения по перечню оплаченных услуг и минимальной сумме счета.

Условия возврата НДС:

– Налогоплательщик не должен иметь представительства или вести облагаемую налогами деятельность в государстве из которого производится возврат, а также должен быть налогоплательщиком в своей стране.

– Необходимо предоставить оригиналы счетов на оплату с указанием суммы НДС к возмещению.

Процедура возврата НДС в большинстве стран, заявления за прошедший финансовый год должны быть поданы в налоговые службы в течение 6 месяцев с момента его окончания. Как правило, начало и окончание финансового года совпадает с началом и окончанием календарного года – то есть заявления на возврат НДС должны быть поданы до 30 июня за предыдущий год. Чаще всего такое заявление подается один раз в год с соблюдением установленных сроков подачи и покрывает бизнес расходы компании за отчетный финансовый год. Заявление подается в налоговые службы каждой отдельной зарубежной страны, в которой предприятия произвели бизнес расходы. По налоговому законодательству большинства стран заявление на возврат НДС должно быть рассмотрено, и по нему принято решение об удовлетворении в течение 6 месяцев с момента его подачи. В отдельных странах этот срок может отличаться в большую или меньшую сторону.

Наличие на предприятии продуманной кадровой политики также является инструментом развития его экспортного потенциала. Кадровый потенциал, являясь элементом формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия, характеризуется наличием на предприятии продуманной и сбалансированной кадровой политики. Для наращивания кадрового потенциала предприятия кадровая политика должна быть направлена на создание и укрепление квалифицированного и сплоченного коллектива. Для решения этой важной задачи руководство предприятия должно выделять средства на профессиональную подготовку и переподготовку работников, организовывать обучение, переподготовку по смежным профессиям и специальностям.

Помощь предприятия в решении жилищных вопросов так же является мощным инструментом по закреплению кадров и решению социальных вопросов среди работников

остродефицитных профессий. Молодым специалистам, избравшим предприятие первым местом работы после окончания обучения высшего или среднего профессионального учебного заведения, при трудоустройстве по дефицитным для предприятия специальностям могут также выплачиваться различные денежные вознаграждения.

Специфика машиностроительного производства такова, что на подготовку технологического персонала требуется гораздо больше времени, чем на подготовку рабочих в других отраслях промышленности. Этот факт связан с особенностями выпускаемой продукции, которая часто бывает уникальной и не имеет аналогов у других предприятий–производителей.

Когда предприятие планирует выход на внешние рынки без помощи аутсорсинговых компаний, предоставляющих услуги в сфере таможенного дела, необходимо оценить квалификацию собственного персонала, ответственного за ведение экспортной деятельности. Процесс оформления экспортных сделок требует от работников высокой квалификации, а также специальных знаний и опыта.

Если в экспортном плане предприятия предусмотрены систематические и регулярные продажи продукции на внешних рынках, предприятию необходимо привлечь в штат специалиста по таможенному оформлению. Экономия на заработной плате специалиста может принести большие потери, связанные с простоями транспортных средств на границе, срывом графика отгрузок, с недополучением экспортной выручки. Подобные нарушения валютного законодательства влекут серьезную ответственность, налагаемую на предприятие. Неточности в оформлении отгрузочных экспортных документов могут послужить серьезным препятствием при проведении таможенной очистки экспортированных товаров в стране покупателя. Данное обстоятельство может серьезно повлиять на желание контрагента работать с подобными предприятиями.

При планировании выхода на международный рынок предприятию необходимо принять решение о привлечении в штат специалистов по оформлению экспортных сделок или заключить договор об оказании аналогичных услуг с таможенным представителем или с уполномоченным экономическим оператором. Существует практика, когда машиностроительное предприятие, ведущее активную экспортную деятельность, само приобретает статус Уполномоченного экономического оператора. Получение данного статуса требует от предприятия замораживания крупных финансовых средств в виде обеспечительного взноса, с другой стороны позволяет предприятию получить упрощения в сфере таможенного оформления. Данный инструмент может быть использован только крупными, стабильно работающими предприятиями.

Проведенный анализ инструментов развития экспортного потенциала, свидетельствует о том, что особое внимание предприятиям–экспортерам следует обратить на те, использование которых не зависит от концептуальных требований государства и возможно по решению руководства самого предприятия. Каждый из выделенных инструментов воздействует на предприятие и должен быть учтен при управлении развитием экспортного потенциала.

Таблица 7 - Внутренние инструменты, оказывающие воздействие на элементы экспортного потенциала машиностроительных предприятий

Внутренние инструменты управления развитием экспортного потенциала	Элементы экспортного потенциала				
	Производственный потенциал	Кадровый потенциал	Интеллектуальный потенциал	Финансовый потенциал	Рыночный потенциал
Создание системы стратегического планирования, использование на предприятии экспортного плана				+	+
Воспроизводство нематериальных активов, коммерциализация собственных нематериальных активов	+	+	+	+	
Внедрение систем менеджмента качества и сертификация продукции на соответствие международным техническим стандартам	+				+
Использование различных видов и способов экспорта (проектный экспорт, создание сети дилеров и зарубежных представителей)				+	+
Использование предприятием современных интернет-технологий: электронные торговые площадки, виртуальные выставки, В2В-системы, информационные порталы, отраслевые СМИ, поисковая оптимизация				+	+
Использования нулевой ставки НДС при экспорте				+	
Возврат НДС, уплаченного за рубежом				+	
Внедрение системы мотивации персонала, программ развития кадрового резерва		+	+		
Взаимодействие с российскими и зарубежными торговыми представительствами, ТПП, ЕИКЦ, отраслевыми ассоциациями для поиска иностранных партнеров	+				+

Развитие экспортного потенциала предприятия, являясь комплексной функцией управления, предполагает системное использование инструментов различной природы, направленных на элементы формирования его экспортного потенциала. Одни и те же инструменты могут одновременно воздействовать на несколько элементов экспортного потенциала. В то же время один элемент может нуждаться в целом наборе инструментов. Степень или сила воздействия тех или иных инструментов для каждого предприятия

индивидуальна, так как предприятия машиностроения очень специфичны, каждое из них может производить уникальную продукцию, или обладать набором ресурсов, например в сфере кадрового или интеллектуального потенциала, не имеющим аналогов для сравнения.

Все используемые на сегодняшний день инструменты формирования и развития экспортного потенциала предприятия, прежде всего, направлены на увеличение объёмов экспорта предприятия в стоимостном выражении и снижение его издержек.

Безусловно, этого можно добиться и за счёт:

- 1) увеличения физического объёма производства и поставки продукции;
- 2) повышения цены единицы экспортного ассортимента
- 3) снижения издержек производства и реализации экспортного ассортимента

В рамках данного исследования не рассматривались экстенсивные инструменты увеличения экспортного потенциала, например, за счёт снижения себестоимости производства и реализации продукции, принятия организационно–экономических решений по снижению издержек производства и т.д. Сокращение расходов на НИОКР и тому подобные инструменты управления затратами прямым образом отразятся на сегодняшней себестоимости продукции. Однако подобные действия менеджмента будут прямо направлены на снижение экспортного потенциала предприятия, спустя период времени предприятие исчерпает свои возможности и будет вынуждено прекратить свое существование. Данные экстенсивные инструменты управления экспортным потенциалом могут быть предложены только тем предприятиям, которые выбирают единственную стратегию развития основанную на минимизации издержек.

Не смотря на то, что инструменты управления развитием экспортного потенциала предприятия распределены по классификационным группам, все процессы формирования и реализации экспортного потенциала на уровне предприятия взаимозависимы и сам процесс представляет собой единое целое – экспортный потенциал формируется для его полной реализации. В то же время каждый инструмент имеет свои показатели результата и затрат.

В настоящее время российская экономика нуждается в эффективной промышленной политике, стимулирующей товарную диверсификацию экспорта. Развитие сотрудничества машиностроителей на государственном уровне должно идти по пути создания условий для государственно–частного партнерства (ГЧП) – совокупности организационно–правовых, финансово–экономических отношений и совместных действий государства и частного бизнеса, направленных на достижение целей экономической политики государства.

2.2 Инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия с учетом стратегии развития предприятия

Экспортный потенциал машиностроительного предприятия, являющегося открытой экономической системой, с одной стороны, обладает способностью к развитию внутри предприятия, с другой – характеризуется существенной зависимостью от влияния различных факторов внешней среды. Управление развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия может рассматриваться как совокупность субъекта и объекта управления, взаимодействующих на основе управляющего воздействия и обратной связи в целях обеспечения определенных качественных и количественных параметров, характеризующих процессы изменения в промышленности.

Управление развитием экспортного потенциала предприятия является системообразующим, объединяющим отдельные инструменты, формирующие экспортный потенциал, в единую систему и обеспечивающим достижение намеченных целей. Основная роль управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия заключается в превращении всех имеющихся ресурсов: трудовых, информационных, технологических, производственных, инфраструктурных и т.д. в целостную общность, способную обеспечить реализацию поставленных целей. Управление должно формировать цели развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия так, чтобы были удовлетворены интересы собственников, инвесторов и персонала предприятия, а так же применять различные инструменты для обеспечения достижения поставленных целей.

Управление развитием экспортного потенциала предприятия рассматривается как подсистема управления развитием промышленного сектора экономики региона и страны в целом, связанная как с объектом управления, так и с внешним миром. Информационные потоки, которые отражают прямые и обратные коммуникационные связи, обеспечивают поступление в систему управления информации о состоянии объектов управления и окружающей среды, информации от вышестоящей системы, а также доведение до объектов управления управляющих воздействий. Задача обратной связи – поставлять в систему управления информацию о результатах функционирования объектов управления, т.е., данные о характере и результатах развития экспортного потенциала предприятия машиностроения.

Стратегия управления развитием — это долгосрочное, взвешенное определение направления развития предприятия, приводящее его к поставленным целям, таким как рост экспорта продукции или расширение номенклатуры экспортируемой продукции, географии международных поставок. Стратегия связана со всеми сторонами деятельности предприятия: производство, средства и форма деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, позиции в окружающей среде.

Показатели экспортного потенциала свидетельствуют об уровне конкурентоспособности продукции предприятия на международном рынке. Следовательно, существует прямо пропорциональная связь конкурентоспособности продукции производимой предприятием на международных рынках и его экспортным потенциалом.

Признанный специалист в области изучения стратегического управления и конкурентоспособности предприятий Майкл Портер, определил три основных направления в разработке стратегии развития предприятия:

Лидерство в минимизации издержек. Цель — уменьшение издержек производства продукции. За счет более низких цен предприятие пытается завоевать больший сегмент рынка. Использование данного подхода требует отличную организацию производства и логистики, а также хорошую технологическую и инженерно–конструкторскую базу.

Специализация в производстве продукции. Предприятия, реализующие данный подход к стратегии должны иметь высокий потенциал для проведения исследований, хорошую базу для внедрения инноваций и модернизаций в производственные циклы, надежную систему качества.

Фиксация сегмента рынка и концентрация усилий на нем. Предприятие определяет потребности части рынка и старается максимально удовлетворить их, не пытаясь при этом «влезть» на чужой сегмент.

Данные подходы описывают стратегические направления управления развитием конкурентоспособности предприятия. С учетом выбранной стратегии развития должно происходить и управление развитием экспортного потенциала предприятия. Предприятие, выбравшее определенное направление своего стратегического развития, может использовать определенные наборы инструментов для достижения намеченных целей развития. Варианты инструментов, которые могут применяться при различных стратегиях, представлены на рисунке 6. Предприятия, реализующие различные стратегии развития, могут использовать различные инструменты развития своего экспортного потенциала. В зависимости от выбранной стратегии предприятию предлагается система инструментов развития его экспортного потенциала.

Стратегии развития имеют общие принципы, на основе которых руководители предприятия принимают решения, обеспечивающие достижение поставленных целей в долгосрочном периоде. Наиболее распространенные, проверенные практикой и широко освещенные в литературе стратегии развития предприятия обычно называются эталонными. Они отражают различные подходы к развитию уровня экспортного потенциала и связаны с изменением состояния одного или нескольких следующих элементов: продукт, рынок, отрасль, положение фирмы внутри отрасли, технология.

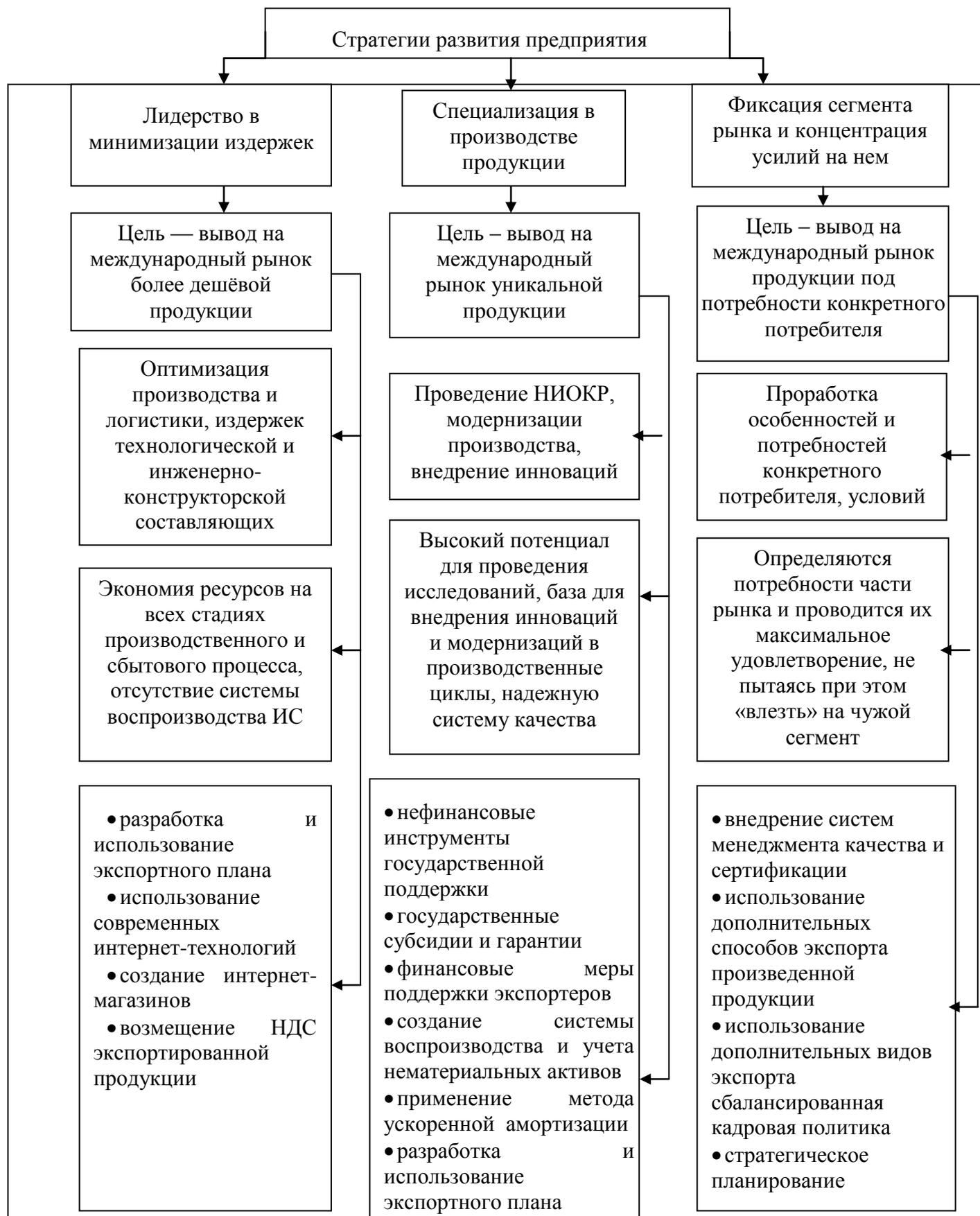


Рисунок 5 — Инструменты управления развитием экспортного потенциала в зависимости от стратегии развития предприятия

Можно выделить несколько вариантов развития предприятия, если основной его стратегией является минимизация издержек. Такое стратегическое поведение предприятия направлено на сокращение производства:

- стратегия ликвидации – крайний случай стратегии сокращения, применима тогда, когда предприятие не может вести дальнейший бизнес. Применение этой стратегии выжимает из предприятия финансовые и другие ресурсы;

- стратегия «сбора урожая», – отказ от долгосрочного ведения бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочном периоде. Применяется по отношению к не имеющему перспектив развития бизнесу, который не может быть прибыльно продан, но может принести доходы во время «сбора урожая». Предполагается максимальное сокращение затрат на закупки, на персонал и максимальное получение дохода от продажи имеющегося продукта и продолжающегося сокращаться производства.

- стратегия сокращения – предприятие продает или закрывает одно из своих подразделений для того, чтобы осуществить долгосрочное изменение границ ведения бизнеса. Часто эта стратегия реализуется диверсифицированными предприятиями тогда, когда одно из производств не сочетается с другими или же филиал предприятия перестал приносить прибыль;

- стратегия сокращения расходов, основной идеей которой является поиск возможностей уменьшения издержек и проведение соответствующих мероприятий по сокращению затрат. Данная стратегия обладает определенными отличительными особенностями, которые состоят в том, что она больше ориентирована на устранение достаточно небольших источников затрат, а также в том, что ее реализация носит характер временных или краткосрочных мер. Реализация данной стратегии связана со снижением производственных затрат, повышением производительности, сокращением найма и даже увольнением персонала, прекращением производства прибыльных товаров и закрытием прибыльных мощностей.

Специализация в производстве продукции – стратегии, связанные с изменением продукции и выбранных рынков. Предприятию постоянно требуется проводить модификацию продукции, или начинать разработку новой продукции, не меняя при этом завоеванные на международном рынке сегменты. Машиностроительное предприятие постоянно проводит исследования и разработки, направленные на улучшение производимой продукции, совершенствования маркетинговых и рыночных механизмов.

Среди конкурентных особенностей данной группы стратегий можно выделить следующие:

- прочная позиция на выбранном сегменты рынка, предприятие постоянно совершенствует продукцию чтобы удержатъ выбранный сегмент международного рынка или

завоевать лучшие позиции. Для реализации этой стратегии требуются большие финансовые затраты и маркетинговые усилия для продвижения продукции. Реализация этой стратегии допускает также осуществление так называемой горизонтальной интеграции, при которой предприятие пытается установить контроль над своими конкурентами, например, по средствам слияния с более мелкими предприятиями;

- развития рынка. Это поиск новых рынков для уже производимого продукта, например, выход на международный рынок или рынок другой страны. Достаточно эффективная стратегия, главное не допустить ошибки с выбором рынка, иначе можно оказаться на новом рынке одновременно или даже после того, как на нем появится сильный конкурент;

- развития продукта. Решение задачи происходит за счет производства нового продукта или его модификаций и реализации его на уже освоенном предприятием рынке. Стратегия тоже требует достаточно больших финансовых и кадровых затрат на проведения НИОКР или же покупку ноу-хау и внедрение его в производство.

Стратегия, основанная на выборе и фиксации сегмента рынка и концентрация усилий на нем – борьба за рынок одной или конкретных нескольких стран. Стратегия, основанная на специализации в производстве продукции – конкурентная борьба на рынках большинства стран. В основе этой теории лежат следующие идеи:

- Процесс управления и организации выхода продукции предприятия на внешние рынки предъявляет более высокие требования к разработке стратегии компании, чем реализация той же самой продукции на внутреннем рынке.

- Чтобы достичь успеха на внешних рынках, предприятие при разработке стратегии должно учитывать различия в бизнес среде и конкуренции отдельных стран.

- Перед машиностроительным предприятием, осваивающей внешние рынки, в числе прочих стоит очень важный вопрос: приспособливать ли свои предложения или предлагать стандартную продукцию.

Управление развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия имеет системный характер, в связи с этим для достижения заданного уровня его реализации необходимо постоянно производить исследования, выбирать обоснования, контроль, регулирование и управления. Необходимым элементом эффективного управления этими процессами является полная, точная и оперативная информация о деятельности предприятия и изменениях во внешней среде. Такой объективной информацией систему управления может обеспечить стратегический мониторинг.

Стратегический мониторинг это одна из составляющих управленческой деятельности, нацеленная на сбор, стратегический анализ информации, оценку, прогнозирование и контроль. Осуществляемый как постоянный, комплексный и системный процесс, он выступает основой

для разработки рекомендаций для корректировки текущего состояния объекта в соответствии с установленными на этапе стратегического планирования целевыми параметрами. Стратегический мониторинг предполагает контроль как среднесрочных тактических задач, так и долгосрочных целей. Таким образом, в предложенном смысле он рассматривается как этап процесса стратегического управления и одна из его самостоятельных функций.

Выбор стратегии развития предприятия напрямую влияет на управление развитием его экспортного потенциала, определяя инструменты воздействия, особенности, приоритеты, организационные формы реализации и другие характеристики.

Сравнительная характеристика особенностей управления развитием экспортного потенциала в зависимости от выбранного стратегического направления развития предприятия представлена в табл. 6. Данные таблицы характеризуют составляющие процесса производства и реализации продукции с учетом выбранной стратегии развития предприятия.

Таблица 6 — Характерные особенности стратегий развития предприятия машиностроения

Характерные особенности	Фиксация сегмента рынка и концентрация усилий на нем	Специализация в производстве продукции
Бизнес–стратегия	ориентирована на специальных потребителей	одинакова для всех потребителей
Цель развития	вывод на международный рынок продукции для конкретного потребителя	вывод на международный рынок унифицированной продукции
Территориальные предпочтения	в соответствии с размещением потребителя	ориентация на большинство стран
Ассортимент	учитываются потребности конкретных потребителей	международная стандартизация и унификация продукции
Производственное развитие	тщательная проработка потребностей потребителей	оптимальное соотношение между адаптацией и стандартизацией
Размещение производства	производство в отдельной стране	размещается в соответствии с достижением конкурентных преимуществ
Поставка материалов и комплектующих	предпочтение поставщикам, имеющим определенные параметры (системы стандартизации и т.д.)	экономически выгодные поставщики (соотношение затрат и качества)
Способы сбыта продукции	соответствуют желаниям потребителей	соответствуют требованиями международного рынка
Конкурентные преимущества продукции	зависят от национальных особенностей выбранного рынка	одинаковы для всех рынков, тесно взаимосвязаны.
Особенности маркетинга	разрабатываются под каждого конкретного потребителя	общие технологии, знания, инновации на рынках разных стран
Дополнительные виды экспорта	подразумевает использование предоставления пакета услуг	возможно применение «проектного экспорта»
Применяемые способы экспорта продукции	прямой экспорт продукции	широкий набор косвенных способов экспорта продукции
Стратегические преимущества	потребители привязаны к конкретной продукции	формирование конкурентных преимуществ (по ресурсам, издержкам)
Недостатки	сложно распространить опыт за пределы одной страны; препятствует созданию единых конкурентных преимуществ и компетенций	сложность учета и управления всеми особенностями международного рынка

2.3 Методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия

Рассматривая развитие экспортного потенциала машиностроительного предприятия с позиций обоснованности принятия управленческих решений руководством предприятия необходимо использование специальной методики.

Методика (от греч. *methodike* — совокупность методов) — фиксированная совокупность приемов практической деятельности, приводящей к заранее определенному результату. В научном познании методика играет важную роль в эмпирическом исследовании (наблюдении и эксперименте). В отличие от метода в задачи методики не входит теоретическое обоснование полученного результата, она концентрируется на технической стороне и на регламентации действий исследователей. [71]

Расширение инструментальной и расчетной базы социальных наук резко обострило внимание к методике как обеспечивающей сфере научного познания. Это проявилось прежде всего в стандартизации методик и появлении методических справочников как специального жанра научной литературы. Практически все исследования должны проводиться по стандартным методикам, с обязательным указанием процедуры. В этой связи в методологическом арсенале появилась новая область — обсуждение и критика методического инструментария соответствующей дисциплины. Развитие этой сферы методологической деятельности вносит свой вклад в интеграцию науки, поскольку методики, разработанные в одной дисциплине, часто приобретают универсальный характер. Например, методика финансового анализа, разработанная А.Д. Шереметом и Р.С. Сайфулиным [108] для целей бухгалтерского учета, в настоящее время успешно применяется в ряде других дисциплин (финансовый менеджмент, управление рисками и др.). Это дает ряд оснований утверждать, что в современной науке методика выполняет функцию универсального языка междисциплинарного общения, подобно функции математики как языка теоретического естествознания.

В настоящее время исследователями не выработана единая методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия. Например, Е. Волкодавова [35], для развития экспортного потенциала промышленного предприятия предлагает формировать оптимальные структуру и объемы экспорта продукции за счет повышения объемов и снижения издержек экспортной деятельности. Методика, предложенная В. Кругловым [57], основана на анализе показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия, отличается сложностью и трудоемкостью расчетов.

В отличие от существующих методик, предлагаемая методика учитывает особенности машиностроительных предприятий, степень развития элементов формирования экспортного

потенциала машиностроительных предприятий, основана на комплексной оценке экспортного потенциала предприятия.

Для управления развитием экспортного потенциала машиностроительных предприятий предлагается использовать методику, графически представленную на рисунке 7. Методика управления развитием экспортного потенциала предприятия состоит из нескольких взаимосвязанных этапов:

Этап 1. Определение направления стратегического развития машиностроительного предприятия. Определение целей зависит от стратегии развития предприятия. Основной целью этого этапа является выявление возможностей развития производства и экспортной деятельности предприятия. На первом этапе осуществляется определение целей и задач развития предприятия в целом, а также целей оценки экспортного потенциала предприятия.

Этап 2. Диагностика и анализ текущего состояния экспортной деятельности машиностроительного предприятия. Для анализа текущей экспортной деятельности предлагается использовать систему индикаторов, предложенную в пункте 1.2 данного исследования. Предложенные показатели имеют конкретное стоимостное или количественные выражения, могут быть точным образом рассчитаны для каждого конкретного предприятия. Предложенная система индикаторов дает возможность провести количественную оценку текущей экспортной деятельности предприятия.

Этап 3. Расчет экспортного потенциала машиностроительного предприятия на основе расчета элементов его формирования: анализируются элементы, формирующие экспортный потенциал предприятия машиностроения. Каждый элемент должен быть рассчитан отдельно на основе собственных коэффициентов и показателей. На этом этапе важно таким образом распределить все ресурсы предприятия по элементам формирования экспортного потенциала, что бы ни один из ресурсов не был учтен в составе нескольких элементов, нужно очень четко распределить имеющиеся ресурсы и возможности между элементами. В противном случае ряд возможностей могут быть включены в различные элементы, и придать им определенный уровень возможности.

Для повышения точности методики оценки необходимо разделить его на составные части. Проведенное автором в главе 1 исследование структуры экспортного потенциала машиностроительного предприятия позволило выделить пять элементов формирования его экспортного потенциала. Анализ проводится на основе системы показателей, выбранных группой экспертов. По каждому из элементов предлагается использовать одинаковое количество показателей, так как влияние каждого отдельного элемента на суммарный экспортный потенциал предприятия эксперты сочли одинаковым.

Выбор показателей, используемых в методике, был проведен при помощи экспертов, которыми были руководители экспортных программ машиностроительных предприятий. Экспертам было предложено выбрать показатели, которые характеризуют экспортный потенциал предприятия. (см. приложение Д). В результате анкетирования было выявлено 15 коэффициентов, исчерпывающе характеризующих и объективно описывающих каждый из элементов формирования экспортного потенциала предприятия машиностроения. Коэффициенты представлены в таблице 9.

Затем все элементы формирования экспортного потенциала объединяются в единую систему путем построения «радар экспортного потенциала машиностроительного предприятия». После проведения расчетов у предприятия есть два способа дальнейшего управления развитием экспортного потенциала:

- если экспортный потенциал достаточный или умеренный предприятие может планировать выход продукции на внешний рынок – выход продукции предприятия на внешний рынок — этап 7;

- если экспортный потенциал незначительный или минимальный предприятию следует произвести перераспределение или увеличение элементов формирования экспортного потенциала.

Этап 4. Анализ факторов, оказывающих влияние на элементы формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия. Данный этап предполагает определение факторов, влияющих на состояние каждого из элементов экспортного потенциала и их расчет, оценка влияния факторов на каждый из элементов формирования экспортного потенциала

Этап 5. Применение системы инструментов развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия. Выбор инструментов зависит от таких факторов, как: стратегия развития, размер предприятия, производственная направленность, отношение продукции предприятия к приоритетным направлениям развития.

Этап 6. Развитие элементов формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия. После воздействия определенного набора инструментов на элементы формирования экспортного потенциала, имеющие недостаточный уровень развития, необходимо заново провести расчет уровня каждого элемента формирования экспортного потенциала.

Разработанная автором методика основана на комплексной оценке экспортного потенциала предприятия машиностроения, и предполагает построение радар. Радар экспортного потенциала предприятия – это геометрический многоугольник, построенный в рамках оценочного круга. Оценочный круг это круг с радиусом принятым за единицу. Каждая

шкала является радиусом круга, а каждый параметр — это экономические показатели, использованные при анализе элементов внешнеэкономического потенциала (кадровый потенциал, технологический потенциал). Зная значение каждого показателя, мы можем отметить и соединить их на шкале параметров, получив при этом радар внешнеэкономического потенциала.

Для получения достоверных и качественных оценок, построение радара экспортного потенциала должно быть основано на соблюдении следующих принципов:

- все оценочные показатели должны иметь одинаковую направленность (рост коэффициента означает рост экспортного потенциала) и одинаковый вес,
- единичная окружность делится радиальными оценочными шкалами на равные сектора, количество которых равно числу оцениваемых параметров;
- по мере удаления от центра окружности значение показателя улучшается;
- шкалы на радиальных прямых градуируются так, чтобы все значения показателей лежали внутри оценочного круга;
- нечисловые показатели оцениваются экспертным путем, значения от 0 до 1;
- наличие элемента экспортного потенциала оценивается единицей, лежащей на окружности, его отсутствие — нулем, совпадающим с центром круга.

Построение радара внешнеэкономического потенциала наглядно увидит экспортный потенциал предприятия, его слабые и сильные стороны.

Кроме того, при изменениях уровня элементов формирования экспортного потенциала предприятия построение радара предполагает его оценку на основе его сравнения с предыдущим вариантом.

Прежде всего, для проведения данной оценки необходимо рассчитать показатели всех составляющих экспортного потенциала. Как было выявлено в главе 1 проведенного автором исследования, экспортный потенциал предприятия машиностроения формируется из следующих элементов:

- Производственный потенциал предприятия
- Кадровый потенциал предприятия
- Интеллектуальный потенциал предприятия
- Финансовый потенциал предприятия
- Рыночный потенциал предприятия

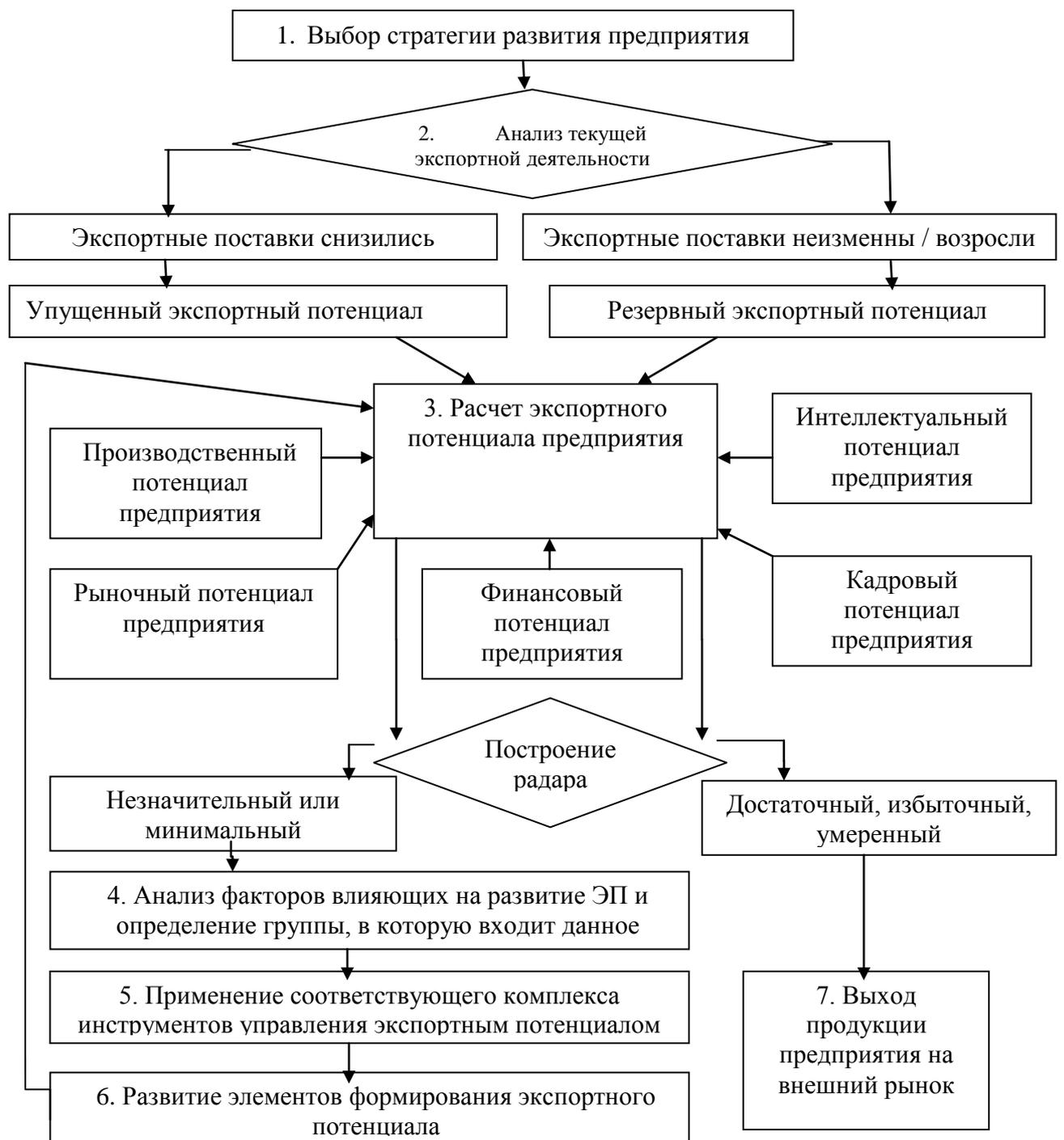


Рисунок 6 — Схема методики управления развитием экспортного потенциала предприятия машиностроения.

Предложенная методика позволяет сформулировать единые правила оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия с помощью системы показателей и коэффициентов. Исследование каждого элемента формирования экспортного потенциала в отдельности не даст точного представления о резервах предприятия на внешних рынках. Для всестороннего обоснования и анализа экономической эффективности экспортной деятельности и выявления резервов ее повышения необходимо применять комплексный подход, основанный на системе взаимосвязанных показателей.

Все элементы формирования экспортного потенциала тесно взаимосвязаны друг с другом. Как правило, положительные изменения в структуре одного из элементов таким же образом отразятся и на прочих составляющих. Значение и характеристики каждого элемента могут быть рассчитаны отдельно на основе собственных показателей. При этом необходимо учитывать, что комплексное изучение экспортного потенциала предприятия предусматривает систематизацию показателей, потому что их совокупность, какой бы исчерпывающей она ни была, без учета их взаимосвязи, не может дать объективного представления об эффективности экспортной деятельности.

1. Оценка производственного потенциала машиностроительного предприятия

Анализ методик оценки производственного потенциала предприятия выявил их большое разнообразие, но в тоже время слабую проработку на уровне машиностроительного предприятия. Ни одна из анализируемых методик (табл. 7) своим функциональным содержанием не удовлетворяет цели анализа в полном объеме.

При проведении анализа производственного потенциала необходимо, прежде всего, обоснованно подойти к выбору оцениваемых ресурсов. Исследование публикаций по теоретическому изучению различных потенциалов предприятия не дает единого представления о структуре производственного потенциала. Так, например А.А. Кутин и С.В. Люцук считают, что производственный потенциал машиностроительного предприятия состоит из энергетических и материальных ресурсов, основных производственных фондов, информационных, и кадровых ресурсов [61].

По мнению П.И. Разинькова элементами производственного потенциала предприятия являются: основные производственные фонды, промышленно–производственный персонал, применяемые технологии, энергия и информация [80].

По мнению автора, наиболее значимыми при оценке производственного потенциала машиностроительного предприятия будут выступать следующие составляющие:

1. Производственная составляющая – основные производственные фонды (ОПФ), их состав, структура и эффективность использования.
2. Техничко–технологическая составляющая – технологии, применяемые предприятием, позволяющие производить инновационную продукцию

Все прочие элементы, указанные другими авторами как элементы структуры производственного потенциала, войдут другие виды потенциалов, оцениваемых в рамках расчета экспортного потенциала предприятия.

На состояние и использование производственного потенциала влияет множество факторов. Главной проблемой при оценке его составляющих являются:

- Выбор наиболее значимых показателей, характеризующих производственного потенциала
- Выбор методики оценки показателей и определение интегрального показателя производственного потенциала.

Оценка производственного потенциала – сложный, многоэтапный процесс. Но для оценки экспортного потенциала нет необходимости использовать весь объем системы показателей, предлагаемых в рассмотренных методиках. По мнению руководителей экспортных программ машиностроительных предприятий, достаточно оценить производственную составляющую, характеризующуюся основными производственными фондами (ОПФ), их состав и эффективность использования и технологическую составляющую – те технологии, которые использует предприятие при производстве инновационной продукции.

Таблица 7 — Методики оценки производственного потенциала предприятия

Авторы методик	Особенности предложенной методики
Валеева Ю.С., Исаева Н.С.	отличается краткостью, использование весовых показателей, однако нет методики оценки указанных весовых показателей. Существуют различия в весовых показателях при анализе различных предприятий.
Цыганов И.П.	основанная на стоимостных оценках показателей универсальная методика, довольно сложна в использовании так как в расчетах применяется обширный перечень показателей, абсолютные значения которых затрудняют сопоставление.
Фомин П.А., Старовойтов М.К. [87]	Четко структурирована, может быть использована для оценки производственного потенциала не только предприятия, но и отрасли в целом, однако существует возможность субъективности оценки, т.к. используются мнения экспертов. Полная оценка производственного потенциала по данной методике очень трудоемкий процесс, т.к. используется большое количество показателей.

Прежде всего, необходимо определить коэффициент обновления основных фондов исследуемого предприятия. Данный коэффициент характеризует степень старения и обновления станков и оборудования, и может быть рассчитан путем соотнесения стоимости новых (эксплуатирующийся менее пяти лет) к общей стоимости основных фондов предприятия.

$$k_{\text{осн.}} = \text{ОФ}_н / \text{ОФ}_о, \text{ где}$$

$k_{\text{осн}}$ – коэффициент обновления ОФ,

ОФ_n – основные фонды, износ которых менее 5 лет,

ОФ_o – общее количество основных фондов.

Следующим коэффициентом является коэффициент загрузки производственного оборудования. Рассчитав значение данного показателя можно сделать вывод о потенциальных возможностях используемого производственного оборудования. Чем выше данный показатель – тем интенсивнее предприятие использует собственные производственные мощности. Расчет производится по следующей формуле:

$$k_{\text{загр.}} = V_{\text{ф}} / V_{\text{в}}, \text{ где}$$

$k_{\text{загр.}}$ – коэффициент загрузки производственного оборудования

$V_{\text{ф}}$ – фактический объем произведенной продукции,

$V_{\text{в}}$ – возможный объем произведенной продукции

Далее необходимо определить коэффициент обновления производственных технологий, показывающий соотношение обновленных технологических решений к общему количеству применяемых предприятием технологий. Данный показатель можно рассчитать следующим образом:

$$k_{\text{техн.}} = T_n / T_o, \text{ где}$$

$k_{\text{техн.}}$ – коэффициент обновления производственных технологий

T_n – технологии, использование которых менее 5 лет,

T_o – общее количество используемых технологий

2. Оценка кадрового потенциала машиностроительного предприятия

Анализ современных методик подходов к оценке кадрового потенциала предприятия позволил сделать вывод о том, что оценка данного вида потенциала машиностроительного предприятия имеет свои особенности. Эти особенности связаны с особенностями организации производственного процесса на машиностроительном предприятии, а так же со сложностью и трудоемкостью производства на всех стадиях производственного процесса. На подготовку квалифицированного специалиста для машиностроительного предприятия требуется значительное количество ресурсов.

От обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят объем и своевременность выполнения всех работ, степень использования оборудования, машин, механизмов и как следствие – объем производства продукции, ее себестоимость, прибыль и ряд других экономических показателей. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами состоит из следующих элементов:

- изучение обеспеченности предприятия и его структурных подразделений персоналом по количественному и качественному параметру;

– оценка экстенсивности, интенсивности и эффективного использования персонала на предприятии;

– выявление резервов более полного и эффективного использования персонала предприятия.

Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами определяется путем сравнения фактического количества работников по категориям и профессиям с плановой потребностью. Особое внимание уделяют анализу обеспеченности предприятия кадрами наиболее важных профессий. Необходимо также анализировать качественный состав персонала по уровню квалификации.

Квалификационный уровень работников во многом зависит от их возраста, стажа работы, образования и т.д. Поэтому в процессе анализа изучают изменения в составе рабочих по этим признакам.

Для оценки кадрового потенциала машиностроительного предприятия, как одного из элементов формирования его экспортного потенциала, по мнению руководителей экспортных программ, достаточно рассчитать следующие показатели:

Удельный вес высококвалифицированных работников, %

Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству, %

Среднегодовой прирост производительности труда, %

Данные показатели могут быть рассчитаны при помощи следующих коэффициентов:

Удельный вес высококвалифицированных работников - коэффициент обеспеченности предприятия квалифицированными кадрами характеризует обеспеченность предприятия необходимым количеством соответствующего персонала, способного выполнять заданные профессиональные обязанности.

$$k_{\text{кадр.}} = \frac{П_{\text{налич.}}}{П_{\text{потр.}}}, \text{ где}$$

$k_{\text{кадр.}}$ – коэффициент обеспеченности предприятия квалифицированными кадрами

$П_{\text{налич.}}$ – численность персонала, обладающего требуемыми навыками

$П_{\text{потр.}}$ – численность персонала, обладающего требуемыми навыками, который требуется на данное время для выполнения необходимого объема работ.

Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству - коэффициент вовлеченности персонала в НИОКР и прочие разработки, способствующие росту конкурентоспособности выпускаемой продукции. Данный коэффициент характеризуется долей участия работников предприятия в его инновационном развитии, он показывает долю инновационно ориентированных работников предприятия.

$$k_{\text{вовл.}} = \frac{П_{\text{иннов.}}}{П_{\text{общ.}}}, \text{ где}$$

$k_{\text{вовл.}}$ – коэффициент вовлеченности персонала в НИОКР предприятия

$P_{\text{иннов}}$ – численность персонала, вовлеченного в НИОКР

$P_{\text{общ}}$ – общая численность персонала, работающего на предприятии в данное время.

Среднегодовой прирост производительности труда -

Расчет данных коэффициентов позволит дать оценку уровня кадрового потенциала машиностроительного предприятия на основе данных о среднесписочном составе персонала. При изучении вопросов, связанных с развитием экспортного потенциала, автор считает достаточным расчет этих коэффициентов для оценки кадрового потенциала предприятия как одного из элементов формирования его экспортного потенциала.

3. Оценка интеллектуального потенциала машиностроительного предприятия

Не смотря на то, что интеллектуальный потенциал становится одним из основных источников создания устойчивых конкурентных преимуществ предприятия, ученые и экономисты до сих пор не пришли к единому мнению о том, что же такое интеллектуальный потенциал. Нет единого мнения и по поводу его состава, методик и способов оценки. Современные авторы, исследуя проблемы интеллектуального потенциала предприятия, предлагают следующие определения данной экономической категории.

Таким образом, при проведении сравнительного анализа существующих методических подходов к оценке интеллектуального потенциала предприятия, выявлены их преимущества и недостатки, охарактеризована применимость существующих методик к оценке интеллектуального потенциала предприятия.

Для расчета уровня интеллектуального потенциала предприятия, как составной части его экспортного потенциала, по мнению руководителей экспортных программ машиностроительных предприятий, предлагается использовать следующие коэффициенты:

1. Доля затрат на НИОКР показывает соотношение произведенных затрат на НИОКР к общей величине текущих затрат предприятия на производство продукции в целом.

$$k_{\text{з на НИОКР}} = Z_{\text{НИОКР}} / Z_0, \text{ где}$$

$k_{\text{з на НИОКР}}$ – коэффициент затрат на НИОКР

$Z_{\text{НИОКР}}$ – затраты на НИОКР

Z_0 – общее количество затрат предприятия

2. Доля инновационной продукции – коэффициент, который определяет отношение инновационной продукции к общему количеству выпускаемой предприятием продукции и характеризует долю продукции, которую можно вывести на внешний рынок.

$$k_{\text{инн}} = P_{\text{и}} / P_0, \text{ где}$$

$k_{\text{инн}}$ – коэффициент, показывающий долю инновационной продукции

$P_{\text{и}}$ – количество инновационной продукции;

P_o – общее количество произведенной продукции

3. Соотношение стоимости интеллектуальных активов к прочему имуществу – показывает удельный вес стоимости интеллектуальной собственности предприятия в общей стоимости активов

$$k_{\text{иа}} = P_{\text{ио}} / P_o, \text{ где}$$

$k_{\text{иа}}$ – коэффициент соотношения стоимости интеллектуальных активов

$P_{\text{ио}}$ – балансовая стоимость нематериальных активов предприятия;

P_o – общая стоимость активов предприятия

4. Оценка финансового потенциала

Финансовый потенциал предприятия характеризуется количеством и качеством финансовых ресурсов, определяющих возможности функционирования и развития предприятия. Среди факторов, характеризующих финансовый потенциал предприятия, можно выделить: достаточность оборотных средств на предприятии, стоимость имущества предприятия, норма накопления прибыли, размер внешнего и внутреннего долга и т.д.

Финансовый потенциал оказывает прямое влияние на уровень экспортного потенциала предприятия. В качестве критериев оценки финансового потенциала используются такие показатели как прибыльность, ликвидность, платежеспособность, а также потенциальные инвестиционные возможности. При этом предлагаемые методики оценки финансового потенциала предполагают расчет финансовых показателей на основании данных бухгалтерской отчетности предприятия. Т.Н. Толстых и Е.М. Уланова определяют финансовый потенциал предприятия как «...обеспеченность финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразности их размещения и эффективности использования» [91]. Так, в предложенной данными авторами методике, формула для расчета финансового потенциала предприятия выглядит следующим образом:

$$F = i = 1n P_1 P^* k_{\text{in}} \text{ где,}$$

F – значение финансового потенциала в баллах

P – среднеотраслевое значение фактора

P^* – значение фактора для конкретного предприятия

n – количество факторов

k_i – корректирующий коэффициент для i -го фактора, влияющего на уровень финансового потенциала

П.А. Фомин, М.К. Старовойтов [86] предлагают оценивать финансовый потенциал предприятия по следующим критериям:

- экспресс–анализ основных показателей, характеризующих ликвидность, платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия;
- степень привлекательности предприятия для потенциального инвестора;
- наличие эффективной системы управления финансами.

Указанные методики оценки финансового потенциала предполагают экспертную оценку значений рассчитанных показателей с присвоением определенного количества баллов, на основе суммарного значения которых определяется лишь качественная характеристика уровня использования финансового потенциала предприятия. Основным недостатком изложенных методик является то, что они позволяют получить только качественную оценку уровня использования финансового потенциала предприятия, в то время как вопрос определения величины самого потенциала остается открытым

Также для оценки финансового потенциала предприятия применяют метод дисконтирования денежных потоков, что в качестве оценочного показателя финансового потенциала выступает рыночная стоимость компании. Данный метод оценки ориентирован на определение стоимости бизнеса, доход от которого в будущем может существенно отличаться от текущего. Причем рыночная стоимость должна быть рассчитана с учетом принципа наилучшего и наиболее эффективного использования. Данный принцип означает, что расчет величины денежного потока, лежащего в основе оценки рыночной стоимости, производится исходя из того варианта возможного и разумного использования ресурсов предприятия, который обеспечивает его максимальную стоимость.

Порядок расчета уровня финансового потенциала, основанный на методе дисконтирования, предложен Николаевской О.А. [72]. По мнению Николаевской, оценка финансового потенциала предприятия производится в следующей последовательности:

- оценка сверхнормативного чистого оборотного капитала;
- оценка сверхнормативного чистого долгосрочного капитала;
- оценка резерва заемной способности

На основе полученных величин рассчитывается величина финансового потенциала простым суммированием составных компонентов. Предложенная методика расчета финансового потенциала обладает несомненными преимуществами, так как она учитывает неравнозначную стоимость денег во времени, среди недостатков этой методики – трудоемкость и сложность производимых расчетов.

На основе анализа различных методик автором сделан вывод, что для расчета уровня финансового потенциала предприятия, как одного из элементов формирования экспортного потенциала, будет достаточно определить следующие показатели деятельности предприятия:

- выявить финансовые возможности предприятия, которые определяются, прежде всего, наличием собственного капитала;
- определить степень зависимости предприятия от заемных источников финансирования;
- оценить инвестиционные возможности, определить уровень инвестиционного потенциала, необходимого для реализации инвестиционного бизнес-плана.

Для расчета уровня финансового потенциала машиностроительного предприятия, как составной части его экспортного потенциала, руководители экспортных программ машиностроительных предприятий, предлагают использовать следующую систему показателей:

1. Коэффициент финансовой автономии ($k_{\text{авт.}}$) – показывает, какая часть активов сформирована за счет собственных средств предприятия. Определяет долю собственных средств в валюте баланса (норма – больше либо равно 0,5).

$$k_{\text{авт.}} = C_c / B_o, \text{ где}$$

$k_{\text{авт.}}$ – коэффициент автономии

C_c – собственные средства

B_o – баланс общий

2. Коэффициент текущей ликвидности ($k_{\text{т.ликв.}}$) – общий коэффициент покрытия долгов предприятия. Дает общую оценку ликвидности активов, показывая, сколько рублей текущих активов предприятия приходится на один рубль текущих обязательств (норма ≥ 2)

$$k_{\text{т.ликв.}} = \text{ОА} / \text{КДО}, \text{ где}$$

ОА – оборотные активы, строка 1200 бухгалтерского баланса,

КО – краткосрочные обязательства, строка 1500 бухгалтерского баланса

Для включения этого коэффициента в расчет уровня экспортного потенциала необходимо полученное значение представить в виде десятичной дроби, разделив значение на 10.

3. Коэффициент инвестиционной активности. Позволяет оценить инвестиционную активность предприятия, характеризует уровень инвестиционных вложений предприятия, произведенных им за анализируемый период времени. Определяется соотношением расходов по инвестиционной деятельности к общим расходам предприятия за анализируемый период.

$$k_{\text{инв. акт.}} = P_{\text{инвест.}} / P_{\text{общ.}}, \text{ где}$$

$k_{\text{инв. акт.}}$ – коэффициент инвестиционной активности

$P_{\text{инвест.}}$ – расходы на инвестиционную деятельность за анализируемый период

$P_{\text{общ.}}$ – общие расходы предприятия за анализируемый период

5. Оценка рыночного потенциала машиностроительного предприятия

В настоящее время существует несколько подходов к определению рыночного потенциала предприятия. Аткина Н.А. определяет рыночный потенциал предприятия как возможность управления его ресурсами на отдельных этапах его развития в целях эффективного взаимодействия с рынком. [21]

По мнению Ханжиной В.Л., Попова Е.В. [101] рыночный потенциал хозяйствующего субъекта представляет собой возможность управления его ресурсами на определенных этапах их развития. Данным понятием объединяются не только ресурсы, взаимодействующие с системой управления, но и методы, применение которых позволяет наиболее эффективно реализовать имеющиеся рыночные возможности. [21]

Относительно предприятия, «рыночный потенциал» рассматривается как одна из более важных динамических характеристик деятельности предприятия, которая одновременно отображает состояние предприятия относительно требований внешней и внутренней среды и используется для оценки его работы. Эффективное использование и совершенствование рыночного потенциала является непрерывным процессом активного приспособления субъекта ведения хозяйства к изменениям условий функционирования. Причем, особенный акцент нужно осуществить на словосочетании «активное приспособление», по той причине, что эффективно работать в переменной среде можно лишь избрав тактику интенсивного развития, а не тактику выживания.

Анализ рыночного потенциала предприятия позволяет понять, есть ли у продукта реальный шанс на успех, соответствует ли продукт определенным потребностям рынка, оценить механизмы, которые транслируют новую технологическую возможность на рынок. Знание особенностей рынка, на котором предприятие собирается продвигать свою продукцию, способность организовать рыночные взаимодействия и применить инструментарий маркетинга являются крайне важными факторами на пути коммерциализации технологий.

Определение показателей развития локального рынка оказывает непосредственное влияние на рыночный потенциал предприятия. Одной из характеристик рынка можно назвать его рост. Для определения роста потенциального рынка, необходимо провести анализ импорта продукции на данном рынке за последние 4–5 лет. Необходимо также оценить уровень доступности рынка, для этого необходимо проанализировать ставки импортных пошлин; необходимость в стандартизации продукции; нужны ли лицензии и квоты на импорт продукции на данном рынке. Экономическая стабильность и политический климат выбранного рынка являются важнейшими факторами, влияющими на управление развитием рыночного потенциала предприятия.

Оценка рыночного потенциала предприятия складывается из:

- оценки емкости рынка, т.е. максимально возможного размера рынка для конкретного продукта/технологии;
- оценки потребителей (наличие постоянных покупателей, клиентских отношений),
- оценки позиций конкурентов;
- оценки деловой репутации предприятия и компании на рынке;

Рыночный потенциал – это максимальная возможность использования предприятием всех передовых работ в области маркетинга, на основе анализа различных методик автором сделан вывод, что для расчета уровня рыночного потенциала предприятия, как одного из элементов формирования экспортного потенциала, будет достаточно определить следующие показатели деятельности предприятия:

1. Коэффициент доли рынка отражает фактический объем сбыта на рынке всех его участников в деньгах или единицах продукта. Для расчета коэффициента доли рынка необходимо определить емкость этого рынка в натуральном (штуки, тонны) или стоимостном (тыс. долларов) выражении. Емкость рынка характеризует потенциал продаж продукции на данном рынке с точки зрения предложения и может рассчитываться несколькими способами:

$$k_e = \sum_{i=1}^n (A_i), \quad \text{где} \quad (1)$$

A_i – объем продаж i товара

n – количество компаний–участников рынка

$$k_e = \Pi + O_v - O_{vv}, \quad \text{где} \quad (2)$$

Π – объем поставок товара на рынок местными производителями

O_v – объем ввезенного товара на рынок

O_{vv} – объем вывоза товара за пределы рынка

$$k_e = A_1 + A_2 - A_3 - A_4, \quad \text{где} \quad (3)$$

A_1 – товарные запасы на начало периода (года)

A_2 – все поступления товара на рынок за год

A_3 – вывоз товара за пределы рынка за год

A_4 – товарные запасы на конец периода

Емкость рынка представляет собой оборот определенного рынка. Он может быть рассчитан на основе финансовых (руб.) или натуральных (тонны, м³) показателей. Расчет емкости рынка всегда проводится для конкретного рынка в рамках определенного региона.

Коэффициент доли рынка – важный показатель, характеризующий положение на рынке конкретного продукта или предприятия в целом.

$$k_{др} = O_n / E, \quad \text{где}$$

O_n – объем предложения предприятия

E – емкость рынка

2. Коэффициент, характеризующий темп роста рынка. Расчет темпов роста рынка, помогает оценить привлекательность данного рынка для экспортных поставок

$$k_m = (V_m - V_{m1}) / V_m * 12 / t + 1$$

T_m – темп роста

V_m – объем рынка в конце базисного периода

V_{m1} – объем рынка в конце анализируемого периода

t – длительность периода

3. Оценка конкурентоспособности продукции на выбранном рынке проводится экспертами с учетом аналитических отчетов по данным рынка, условий доступа на него и т.д., данный показатель принимает значение от 0 до 1. Чем выше конкурентоспособность продукции предприятия тем большую оценку поставят эксперты.

Таблица 8 – Нетарифное регулирование экспорта машиностроительной продукции из России по группам стран

Группы стран	Экспорт продукции по группам товаров, %	Практические процедуры доступа на рынок	Регулирование импорта, торговые барьеры
Страны ТС	Экспорт - 7%, минеральные продукты - 46% металлы - 11% машиностроительные товары - 16%	Единый рынок, техническая кооперация, технологические цепочки добавленной стоимости.	Единые стандарты технического регулирования, таможенное оформление не требуется.
Страны ЕС	Экспорт - 48%, минеральные продукты - 86% металлы - 3% машиностроительные товары - 2%	Экспорт в соответствии с требованиями технических стандартов ЕС, имеются значительные различия в системах технического регулирования.	Производитель должен иметь своего представителя на территории ЕС, сертификат соответствия и маркировка «СЕ», Directive LVD. Преференциальный режим.
США	Экспорт - 3%, минеральные продукты - 52% машиностроительные товары - 0%	С 2014 г. приостановлено рассмотрение обращений на выдачу импортных лицензий.	Преференциальный режим отменен, система нетарифных ограничений (технические регламенты, лицензирование).
КНР	Экспорт - 11%, минеральные продукты - 72% машиностроительные товары - 1%	Формы иностранного присутствия на рынке: предприятия со 100% ин. инвестициями; предприятия совместного капитала; учреждение постоянного представительства иностранного предприятия.	Сложность получения импортного разрешения, возможны расчеты в национальных валютах. Высокие налоговые обязательства.

При расчете рыночного потенциала, предприятиям машиностроения необходимо учитывать особенности администрирования импорта машиностроительной продукции из РФ, основные особенности по группам стран представлены в таблице 8. Ограничительные меры, действующие на зарубежных рынках в отношении российских машиностроительных товаров, по состоянию на 31 декабря 2014 г. не зафиксированы.

Обобщив опыт отечественных ученых и практиков, мнение руководителей экспортных программ машиностроительных предприятий, предложены и рассчитаны значения показателей, характеризующих каждый из элементов формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Выбор показателей для оценки каждого из элементов формирования экспортного потенциала был проведен при помощи анкетирования руководителей экспортных программ машиностроительных предприятий края. Специалистам было предложено выбрать показатели, которые характеризуют экспортный потенциал предприятия. В результате проведенного анализа анкетирования по оценке отдельных элементов формирования экспортного потенциала, предлагается использовать 15 коэффициентов, исчерпывающе характеризующих и объективно описывающих каждый из элементов формирования экспортного потенциала предприятия машиностроения.

Таблица 9 — Показатели для расчета экспортного потенциала предприятия

№ п/п	Наименование показателей, характеризующих элементы экспортного потенциала предприятия
Производственный потенциал предприятия	
К1	Эффективность использования производственных мощностей
К2	Доля современного технологического оборудования
К3	Доля внедренных в производство новых технологий
Кадровый потенциал предприятия	
К4	Удельный вес высококвалифицированных работников
К5	Прирост производительности труда
К6	Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству
Интеллектуальный потенциал предприятия	
К7	Соотношение расходов на НИОКР с общими расходами
К8	Доля инновационной продукции
К9	Удельный вес нематериальных активов на балансе
Финансовый потенциал предприятия	
К10	Финансовая устойчивость и платежеспособность - коэффициент автономии
К11	Ликвидность - коэффициент текущей ликвидности
К12	Инвестиционная активность - коэффициент инвестиционной активности
Рыночный потенциал предприятия	
К13	Соответствие продукции тех. стандартам локального рынка
К14	Вовлеченность в технологические цепочки добавленной стоимости локального рынка
К15	Конкурентоспособности продукции (цена, качество, узнаваемость бренда) на локальном рынке

Данным показателям присвоены порядковые номера. Присвоение номеров необходимо для фиксации каждого показателя в установленном последовательно порядке. Математически проверено и доказано, что изменение последовательности показателей при построении радара приведет к изменению расчётных значений экспортного потенциала. Но если в ходе исследования порядок показателей останется неизменным, то значение экспортного потенциала будет зависеть только от непосредственной величины рассчитанных показателей. Значение каждого показателя будет отмечено на графике как вершина луча единичной окружности.

Учитывая, что экспортный потенциал машиностроительного предприятия ЭПП состоит из таких элементов как: финансовый потенциал (ФПП), производственный потенциал (ППП), кадровый потенциал (КПП), интеллектуальный потенциал (ИПП) и рыночный потенциал (РПП), можно сделать вывод о том, что значение экспортного потенциала является суммой всех его составляющих элементов. Учитывая, что все элементы формирования экспортного потенциала обладают одинаковой весовой значимостью для расчета суммарного экспортного потенциала, то используя производственную функцию можно найти значение экспортного потенциала:

$$n = 5; \text{ЭПП} = \sum_{i=1}^n \text{И}_i \text{ЭП} , \text{ или}$$

$$\text{ЭПП} = \text{ФПП} + \text{ППП} + \text{КПП} + \text{ИПП} + \text{РПП}$$

Элементы формирования экспортного потенциала ($\text{И}_i \text{ЭП}$) являются элементами производственного процесса предприятия, а экспортный потенциал характеризуется выпуском продукции для потребностей внешнего рынка, по этому для расчета уровня экспортного потенциала можно использовать метод производственной функции, предложенный Г.Б. Клейнером [55]. Согласно теории производственной функции Клейнера производственные функции представляют собой экономико–статистические модели, отражающие соотношение между выпуском продукции и наличием ресурсов.

Таблица 10 — Степень использования элементов экспортного потенциала предприятия

Значение элемента	Степень использования элемента
$0 \leq \text{И}_i \text{ЭП} < 0,1$	элемент практически не используется
$0,1 \leq \text{И}_i \text{ЭП} < 0,2$	Минимальный уровень использования элемента
$0,4 \leq \text{И}_i \text{ЭП} < 0,6$	элемент используется на среднем уровне
$0,6 \leq \text{И}_i \text{ЭП} < 0,8$	Уровень использования элемента выше среднего
$0,8 \leq \text{И}_i \text{ЭП} < 0,95$	Степень использования элемента максимальна

Эксперты могут оценить уровень каждого I_i ЭП определенным образом, и тогда по формуле можно рассчитать значение ЭП. Метод экспертных оценок имеет свои недостатки, среди которых сложность выбора квалифицированных экспертов, трудоемкость процесса оценки, субъективность экспортных оценок. Значение экспертных оценок элементов и соответствующая им степень использования представлены в таб. 10.

Значение уровня элементов прямо пропорционально уровню экспортного потенциала. Полученные значения соответствуют уровням реализации экспортного потенциала, представленным в таблице 11.

Таблица 11 — Уровень развития экспортного потенциала предприятия

Уровень реализации потенциала	Характеристика экспортного потенциала	Значение показателей
Потенциал не используется	Возможно абсолютное отсутствие отдельных элементов формирования потенциала	$0 \leq \text{ЭП} < 0,2$
Минимальный уровень потенциала	Низкая эффективность использования отдельных элементов. Отсутствие возможности использовать большинство элементов формирования экспортного потенциала	$0,2 \leq \text{ЭП} < 0,4$
Средний уровень потенциала	Возможно частичное использование элементов, большая часть которых используются малоэффективно.	$0,4 \leq \text{ЭП} < 0,6$
Уровень потенциала выше среднего	Элементы формирования экспортного потенциала используются достаточно эффективно. Возможность использования элементов выше средней.	$0,6 \leq \text{ЭП} < 0,8$
Высокий уровень потенциала	Высокоэффективное использование элементов экспортного потенциала. Высокая возможность использования элементов.	$0,8 \leq \text{ЭП} < 0,95$
Максимальный уровень потенциала	Возможность использования потенциала максимально высокая. Все элементы формирования используются максимально эффективно	$0,95 \leq \text{ЭП} \leq 1$
Избыточный уровень потенциала	Имеются избыточные возможности использования элементов формирования экспортного потенциала	$1 \leq \text{ЭП}$

Представленные уровни реализации экспортного потенциала предполагают, что экспортный потенциал предприятия, это величина, принимающая значения от 0 до 1. Минимальное значение экспортного потенциала свидетельствует об отсутствии какого либо из элементов формирования экспортного потенциала, максимально значение не устанавливается, т.к. теоретически предприятие может обладать избытками некоторых элементов (например, изобретение и внедрение в производство новейших разработок) интеллектуального потенциала, соответственно уровень экспортного потенциала зависит от него прямо пропорционально.

В главе 2 диссертационного исследования предложена методика, на основании которой можно провести расчет уровня экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Для построения радара экспортного потенциала воспользуемся окружностью с радиусом $R = 1$. Если из центра единичной окружности построить 15 лучей под углами, равными степени влияния показателя на уровень экспортного потенциала, отложить на лучах рассчитанные числовые значения показателей, а затем попарно соединить полученные вершины отрезками, то получится фигура, представленная на рисунке 8. Данная фигура будет состоять из 15 треугольников. На основании предложенной в главе 2.3 методики, экспортный потенциал предприятия будет равен соотношению площади единичной окружности к площади многоугольника (радар). Площадь многоугольника равна сумме площадей составляющих его фигур, т.е. сумме площадей 15 треугольников, образующих радар.

$$S_{\Delta} = a_i * b_{i+1} * \sin(\gamma_i), \text{ где}$$

a, b – стороны треугольника, образованного значениями i показателя,

γ_i – угол между лучами радара.

Учитывая степень влияния предложенных экспертами показателей, найдем углы у радиальных шкал коэффициентов. Значения, полученные в результате экспертных оценок, представлены в таблице 12.

Учитывая, что в состав экспортного потенциала машиностроительного предприятия входит 5 элементов, степень влияния которых на формирование экспортного потенциала примерно одинакова, единичная окружность для построения радара будет поделена на 5 равных секторов. На каждый их элементов будет приходиться угол следующей величины:

$$\gamma = 360^{\circ} / 5 = 72^{\circ}$$

$$\gamma_i = 72 * k_{i \text{ весомости}}$$

$$\sin \gamma_i = (\gamma_i * 3,14 / 180)$$

Если количество показателей для расчета экспортного потенциала будет изменено, то величина угла образованного пересечением лучей с центром окружности будет изменяться. Изменения значений показателей, отложенных на лучах радара, не приведет к изменению величины данного угла.

Для того, чтобы найти значение экспортного потенциала при существующих значениях показателей, необходимо соотнести площадь единичной окружности с площадью полученной фигуры, состоящей из 15 треугольников. Площадь многоугольника будет равна сумме площадей всех треугольников, входящих в его состав.

Найдем площадь треугольника, используя известные нам значения длин его сторон и угла между ними.

$$\text{ЭП} = S \text{ радара} / S \text{ единичной окружности}$$

Таблица 12 – Данные для расчета экспортного потенциала предприятия

№ п/п	Наименование показателей, характеризующих элементы экспортного потенциала предприятия	Ранг показателя по оценке экспертов	k_i весомости показателя	Величина угла γ_i для построении радара, градусов
Производственный потенциал предприятия				72
К1	Доля современного технологического оборудования	1	1/2	36
К2	Доля внедренных в производство новых технологий	2	2/3	24
К3	Эффективность использования производственных мощностей	3	1/6	12
Кадровый потенциал предприятия				72
К4	Удельный вес высококвалифицированных работников	1	1/2	36
К5	Прирост производительности труда	2	2/3	24
К6	Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству работников	3	1/6	12
Интеллектуальный потенциал предприятия				72
К7	Соотношение расходов на НИОКР с общими расходами	1	1/2	36
К8	Доля инновационной продукции	2	2/3	24
К9	Удельный вес нематериальных активов на балансе	3	1/6	12
Финансовый потенциал предприятия				72
К10	Финансовая устойчивость и платежеспособность - коэффициент автономии	1	1/2	36
К11	Ликвидность - коэффициент текущей ликвидности	2	2/3	24
К12	Инвестиционная активность - коэффициент инвестиционной активности	3	1/6	12
Рыночный потенциал предприятия				72
К13	Соответствие продукции тех. стандартам локального рынка	1	1/2	36
К14	Вовлеченность в технологические цепочки добавленной стоимости локального рынка	2	2/3	24
К15	Конкурентоспособности продукции (цена, качество, узнаваемость бренда) на локальном рынке	3	1/6	12

Оптимальное значение экспортного потенциала предприятия будет стремиться к 1, так как максимально возможные значения расчетных коэффициентов также стремиться к единице. Площадь круга рассчитывается по формуле:

$$S \text{ круга} = \pi \cdot R^2$$

$$S \text{ радара} = \sum S_{\Delta}$$

$\pi = 3,14$, и радиус окружности $R = 1$, следовательно

$$S \text{ круга} = \pi = 3,14$$

Радар экспортного потенциала предприятия – многоугольник, вписанный в оценочную окружность. Оценочная окружность это окружность единичного радиуса, разделенная на сектора при помощи системы радиальных шкал. Радиальные шкалы это радиусы единичной окружности, с отмеченными на них значениями. Полученные значения показателей, рассчитанные для каждого элемента отдельно, отмечаются на оценочных шкалах, и при последовательном соединении полученных вершин получается многоугольник, представляющий собой радар экспортного потенциала предприятия. Построение радара экспортного потенциала предприятия представленного на рисунке 4, имеет следующие особенности:

- радиальные оценочные шкалы делят единичную окружность на доли, по количеству оценочных показателей;
- все оценочные показатели имеют весовые значения, рассчитанные экспертами;
- чем дальше значение показателя от центра окружности, тем оно выше;
- показатели, рассчитанные экспертным путем, оцениваются по десятибалльной шкале;
- для проведения оценки необходимо предварительно рассчитать показатели всех элементов экспортного потенциала предприятия

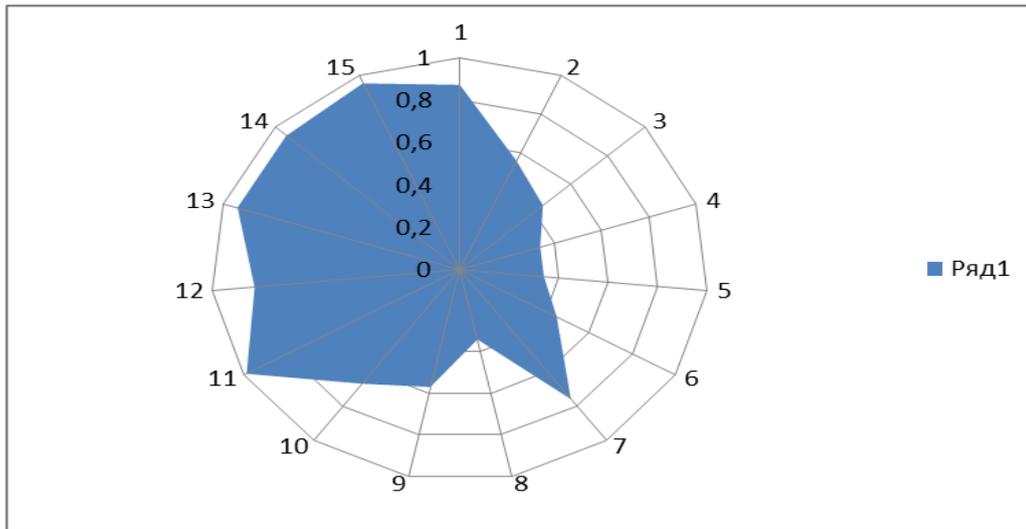


Рисунок 7 — Радар экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Уровень экспортного потенциала зависит от эффективности использования элементов, составляющих экспортный потенциал. Причем наличие резерва не означает эффективность его использования. Некоторые предприятия имеют элементы формирующие достойный уровень экспортного потенциала, однако в силу различных причин резервный потенциал ими так и не используется.

Расчет показателей для оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия представлен в таблице 13.

Рассчитав попарные произведения значений коэффициентов, образующих стороны треугольников, и значения синусов для углов между ними, можно найти площадь каждого треугольника.

Таблица 13 — Расчет показателей для оценки экспортного потенциала предприятия

Показатели	Алгоритм расчета	Характеристика показателя
1. Производственный потенциал предприятия		
Коэффициент обновления ОФ	$k_{\text{осн.}} = \text{ОФ}_н / \text{ОФ}_о$, ОФ _н – основные фонды, износ которых менее 5 лет, ОФ _о – общее количество	Показывает соотношение обновленных основных фондов к общему их количеству
Коэффициент обновления производственных технологий	$k_{\text{техн.}} = T_n / T_o$, T _н – технологии, износ которых менее 5 лет, T _о – общее количество используемых технологий	Показывает соотношение обновленных технологических решений к общему количеству применяемых предприятием технологий
Коэффициент загрузки производственного оборудования	$k_{\text{загр.}} = B_{\phi} / B_v$, B _φ – фактический объем произведенной продукции, B _в – возможный объем произведенной продукции	Характеризует степень загруженности производственного оборудования, чем выше показатель – тем интенсивнее предприятие использует собственные производственные мощности
2. Кадровый потенциал предприятия		
Коэффициент обеспеченности предприятия квалифицированными кадрами	$k_{\text{кадр.}} = П_{\text{налич.}} / П_{\text{потр.}}$, П _{налич.} – численность персонала, обладающего требуемыми навыками, П _{потр.} – численность персонала	Характеризует обеспеченность предприятия необходимым количеством соответствующего персонала, способного выполнять заданные профессиональные обязанности
Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству	$k_{\text{вовл.}} = П_{\text{иннов.}} / П_{\text{общ.}}$, П _{иннов.} – персонал, участвующий в НИОКР П _{общ.} – общая численность	Данный коэффициент характеризуется долей участия работников предприятия в его инновационном развитии, он показывает долю инновационно-ориентированных работников
Прирост производительности труда	$k_{\text{произв.тр.}} = П_{\text{отч.}} / П_{\text{прош.}}$, П _{отч.} – производительность труда в отчетном году П _{прош.} – производительность труда в предыдущем году	Характеризует соотношение эффективности производительной деятельности по выпуску продукции отчетного периода к предидущему
3. Интеллектуальный потенциал		
Доля затрат на НИОКР в затратах предприятия	$k_{\text{з на НИОКР.}} = Z_{\text{НИОКР}} / Z_o$, Z _{НИОКР} – затраты на НИОКР; Z _о – общее количество затрат предприятия	Определяет соотношение затрат на НИОКР к общей величине текущих затрат предприятия на производство продукции
Доля инновационной продукции	$k_{\text{инн.}} = П_i / П_o$, П _и – количество инновационной продукции; П _о – общее количество произведенной продукции	Определяет отношение инновационной продукции к общему количеству выпускаемой продукции, характеризует долю продукции, которую можно вывести на внешний рынок
Соотношение стоимости нематериальных активов к имуществу	$k_{\text{иа.}} = P_{\text{ио}} / P_o$, P _{ио} – балансовая стоимость нематериальных активов P _о – общая стоимость активов предприятия	Показывает удельный вес стоимости интеллектуальной собственности предприятия в общей стоимости активов

4. Финансовый потенциал		
Коэффициент автономии	$k_{\text{авт.}} = C_c / B_o$, C _c – собственные средства предприятия B _o – баланс общий	Определяет долю собственных средств в валюте баланса
Коэффициент текущей ликвидности	$k_{\text{т.ликв.}} = \text{ОбА} / \text{КДО}$, где ОбА – оборотные активы, принимаемые в расчет при оценке структуры баланса КДО – краткосрочные долговые обязательства	Оценка ликвидности активов, показывая, сколько рублей текущих активов предприятия приходится на один рубль текущих обязательств. Нормативное значение – более 2, для расчета ЭП в выражается в долях от единицы.
Коэффициент инвестиционной активности	$k_{\text{инв. акт.}} = P_{\text{инвест.}} / P_{\text{общ.}}$, P _{инвест.} – расходы на инвестиционную деятельность за анализируемый период P _{общ.} – общие расходы предприятия	Позволяет оценить инвестиционную активность, характеризует соотношение инвестиционных расходов к общим расходам предприятия
5. Рыночный потенциал предприятия		
Соответствие продукции тех. стандартам локального рынка	$k_{\text{тех.соотв.}} = 1$, если предприятие имеет все необходимые технические сертификаты $k_{\text{тех.соотв.}} = 0,5$, если есть возможность получения технических сертификатов в ближайшем будущем $k_{\text{тех.соотв.}} = 0$, если получение сертификатов невозможно	Определяется экспертами, на основании анализа технических стандартов и требований к продукции машиностроения на локальном рынке
Вовлеченность в технологические цепочки добавленной стоимости локального рынка.	$k_{\text{вовлеч.}} = 1$, если предприятие имеет возможность участвовать в цепочках добавленной стоимости локального рынка $k_{\text{вовлеч.}} = 0,5$, если предприятие сможет участвовать в цепочках добавленной стоимости локального рынка ближайшем будущем $k_{\text{вовлеч.}} = 0$, если участие невозможно	Определяется экспертами, на основании анализа возможности вовлеченности продукции машиностроительного предприятия машиностроения в технологические цепочки добавленной стоимости, существующие на локальном рынке
Коэффициент конкурентоспособности продукции	принимает значение от 0 до 1	Рассчитывается на основе экспертных оценок, на основании маркетинговых исследований рынка и продукции с учетом аналитических отчетов по данным рынка, условий доступа на него и т.д.,

Выводы по главе 2

1. Исходя из необходимости учета в деятельности машиностроительных предприятий выявленных факторов и особенностей развития международного машиностроительного рынка, оказывающих существенное влияние на деятельность предприятий отрасли, в диссертации предлагаются инструменты управления развитием экспортного потенциала, позволяющие сформировать систему управления, обеспечивающую достижения планов стратегического развития машиностроительного предприятия.

2. Управление развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия состоит из ряда процессов и предполагает системное использование комплекса инструментов различной природы направленных на наращивание элементов его формирования. Предлагаемые инструменты могут быть использованы для таких функций управления как планирование, организация и мотивация в качестве обоснования принятия управленческих решений. Современные инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия это определенные методы, средства и приемы, которые применяются при выработке управляющих решений, при сборе информации, её анализе и обработке. Инструменты управления экспортным потенциалом машиностроительного предприятия это средства, методы, приемы и действия, направленные на наращивание данного потенциала предприятия, способствующие успешному выводу производимой продукции на международные рынки.

3. Предлагается разделить их на группы: по среде воздействия – на внешние и внутренние; по способу воздействия – прямые и косвенные, и т.д. К внешним инструментам управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия относятся инструменты, которые разрабатываются и принимаются на уровне государства или региона, имеют форму законодательных актов, постановлений правительства, решений региональных или территориальных органов власти. Большая часть таких инструментов являются инструментами экономической политики и государственного регулирования внешней торговли.

4. Среди внутренних инструментов развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия можно выделить следующие:

- Внедрение систем менеджмента качества и сертификация продукции предприятий на соответствие международным стандартам качества;
- Использование предприятием современных интернет–технологий: электронные торговые площадки, виртуальные выставки, поисковые B2B–системы, информационные порталы и электронные отраслевые СМИ, контекстная реклама, поисковая оптимизация, перевод сайтов предприятия на английский язык;

- Создание системы воспроизводства нематериальных активов: коммерциализация собственных нематериальных активов, мотивация персонала, программы развития кадрового резерва;
- Использование различных видов и способов экспорта (создание сети дилеров, зарубежных представителей, электронных B2B–систем);
- Обзоры международных рынков и поиск зарубежных партнеров через российские и зарубежные торговые представительства, торгово–промышленные палаты, ассоциации.

5. Инструменты управления развитием экспортного потенциала используются машиностроительным предприятием с учетом стратегии его развития. Выбранная стратегия напрямую влияет на развитие экспортного потенциала, определяя инструменты воздействия, особенности, приоритеты, формы реализации и другие характеристики. В исследовании проведена сравнительная характеристика особенностей управления развитием экспортного потенциала в зависимости от выбранной стратегии развития машиностроительного предприятия.

6. Предложена методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия, учитывающая степень развития каждого из элементов экспортного потенциала. Методика позволяет провести комплексную оценку экспортного потенциала машиностроительного предприятия, выявить «слабые» элементы экспортного потенциала, чтобы применить к ним набор инструментов, реализуя процесс управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

7. Методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия содержит несколько последовательных этапов, позволяет сформулировать единые правила оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия с помощью системы показателей и коэффициентов. Выбор показателей, используемых в методике, был проведен при помощи экспертов. В результате анкетирования было выявлено 15 показателей, исчерпывающе характеризующих и объективно описывающих каждый из элементов формирования экспортного потенциала предприятия машиностроения. Управление развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия будет увеличивать площадь полученного многоугольника (радара), площадь которого будет стремиться к единичному соотношению с площадью оценочного круга.

Глава 3. МЕТОДИКА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1 Оценка экспортного потенциала машиностроительного предприятия на основе предложенной методики

Для апробации методики управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия, предложенной в диссертационном исследовании, было выбрано два машиностроительных предприятия. Данные предприятия были выбраны не случайно. Прежде всего, это предприятия – производители продукции машиностроения, имеющие стабильную экспортную деятельность, планирующие наращивать международные поставки выпускаемой продукции, а также планирующие вывод своей продукции на новые рынки стран дальнего зарубежья.

ООО «Метран» входит в группу промышленных предприятий «Промышленная группа группа «Метран»», как часть компании Emerson Process Management, – ведущая российская компания по разработке, производству и сервисному обслуживанию интеллектуальных средств измерений для всех отраслей промышленности. ООО «Метран» предлагает решения по автоматизации технологических процессов производства для различных отраслей промышленности. Компания разрабатывает и производит инновационные продукты и технологии, оказывает консультации и услуги по проектированию, осуществляет управление проектами и сервисное обслуживание промышленных предприятий.

Основной вид деятельности «Метран» – производство оборудования общепромышленного и специального назначения, а так же механизмов, приборов и инструментов для измерения, контроля и испытаний, расходомеры, системы дозирования, теплосчетчики, уровнемеры, метрологическое оборудование, функциональную аппаратуру, а также узлы и системы на их основе.

Метран – признанный лидер в области производства промышленных контрольно-измерительных приборов и аппаратуры, с гордостью представляет широчайший выбор приборов для измерения давления. Многолетний опыт и знания позволяют нам предлагать решения, дающие возможность повысить производительность и безопасность и сократить затраты на оборудование.



Датчики давления

Emerson Process Management предлагает широкую линейку датчиков давления бренда Метран и комплексных решений на их базе.



Расходомеры переменного перепада давления

Комплексные решения для измерения расхода методом переменного перепада давления с использованием интегральных конструкций, инновационных первичных элементов и многопараметрических преобразователей.



Клапанные блоки

Клапанные блоки Метран могут поставляться в сборе с датчиками давления – это проверенная на герметичность и готовая к установке сборка.

Основное производство данной «Метран» расположено в г. Челябинск, там производятся основная часть оборудования и приборов под маркой «Метран» – датчики давления, температуры, расходомеры, средства коммуникации, метрологическое оборудование – но и другие наиболее популярные приборы – датчики давления Rosemount 3051C/T, клапаны Fisher, электромагнитные, вихревые и перепада давления расходомеры Rosemount. Предприятие самостоятельно осуществляет ряд научных исследований и разработок в области естественных и технических наук.

«Метран» поставляет на международный рынок широкий ассортимент продукции: датчики давления и температуры, расходомеры, системы дозирования, теплосчетчики, уровнемеры, метрологическое оборудование, функциональную аппаратуру, а также узлы и системы на их основе. Экспортируемая продукция входит в следующие товарные позиции

8481 – краны, клапаны, вентили и аналогичная арматура для трубопроводов, котлов, резервуаров, цистерн, баков или аналогичных емкостей, включая редукционные и терморегулируемые клапаны.

8542 – процессоры и контроллеры, объединенные или не объединенные с запоминающими устройствами, преобразователями, логическими схемами, усилителями, синхронизаторами или другими схемами, запоминающие устройства, усилители

9026 – приборы и аппаратура для измерения или контроля расхода, уровня, давления или других переменных характеристик жидкостей или газов. В данную товарную позицию включаются приборы и аппаратура для измерения или контроля расхода, уровня, давления, кинетической энергии или других переменных характеристик процессов в жидкостях или газах.

8517 – аппаратура для передачи или приема данных

ООО «Метран» имеет мощную и современную производственную базу. Производственные линии, созданные по мировым стандартам, постоянно обновляются и

обеспечивают полную уверенность в качестве, внедрена система LEAN. Работают инструменты 6σ и 5S. Система менеджмента качества сертифицирована на соответствие стандарту ГОСТ Р ИСО 9000.

Для производства используются комплектующие изделия и материалы, как от глобальных поставщиков, так и от местных производителей. Компании Emerson и Метран внедряют у местных поставщиков глобальный подход к качеству поставок, делятся новейшими методами управления качеством продукции и производственными процессами, обеспечивают поставщиков ежемесячно обновляемым 18-месячным прогнозом потребностей в поставках. Ведущий российский бренд в разработке, производстве и сервисном обслуживании интеллектуальных средств измерений для всех отраслей промышленности в России и СНГ.

Персонал компании – свыше тысячи сотрудников, в т.ч. 170 инженеров–исследователей и разработчиков, а продукция предприятия реализуется через 35 представительств в городах России и СНГ. Технологии и продукты предприятия являются лучшими в своем классе.

Таблица 14 — Динамика экспорта продукции предприятия ООО «Метран»

Виды продукции	Экспорт продукции, млн. рублей				
	2010	2011	2012	2013	2014
8481 – клапаны предохранительные	6,7	5,2	8,2	8,6	11,3
9026 – приборы учета, расходомеры	12,5	14,4	17,3	19,4	23,4
8542 – дискретные контроллеры	13,7	12,8	6,0	28,4	24,2
8517 – аппаратура для передачи или приема данных	4,2	3,4	6,4	7,8	10,2

Таблица 15 — Индикаторы текущей экспортной деятельности ООО «Метран»

№	Показатели	годы				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	Темпы роста экспорта продукции*, %	3,5	-5,9	5,9	69,4	7,6
2	Рентабельность экспортных продаж, %	46	42	42	47	46
3	Количество стран–импортеров, ед.	12	13	11	15	15
4	Доля в экспорте стран дальнего зарубежья, %	50	46	45	60	60
5	Экспортная номенклатура в соответствии с ТНВЭД, ед.	4	4	4	4	4
6	Доля экспортируемых видов в общем ассортименте производимой продукции, %	17	12	15	22	26

* Для анализа использованы данные по экспортным поставкам только по указанным в таблице 11 видам продукции.

Одна из позиций экспорта – электронные выносные сенсоры (ERS) были разработаны в лабораториях, расположенных в г. Челябинске, но их производство осуществляется в США, Европе и Китае. Датчик М–150, цена которого за штуку варьируется в диапазоне от 400 до 1000 долларов США, в 2012 году стал лауреатом конкурса «100 лучших товаров России». В собственной лаборатории научные сотрудники ПГ «Метран» проводят испытания новых приборов.

Таблица 16 — Расчет коэффициентов для построения радара экспортного потенциала ООО «Метран»

№	Наименование коэффициентов	Расчетные значения	Попарные произведения
К1	Доля современного технологического оборудования	0,48	0,297
К2	Доля внедренных в производство новых технологий	0,62	0,415
К3	Эффективность использования производственных мощностей	0,67	0,616
К4	Удельный вес высококвалифицированных работников	0,92	0,082
К5	Среднегодовой прирост производительности труда	0,09	0,021
К6	Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству	0,24	0,086
К7	Соотношение расходов на НИОКР с общими расходами	0,36	0,280
К8	Доля инновационной продукции	0,78	0,070
К9	Удельный вес нематериальных активов на балансе	0,09	0,067
К10	Финансовая устойчивость и платежеспособность - коэффициент автономии	0,75	0,27
К11	Ликвидность - коэффициент текущей ликвидности	0,36	0,151
К12	Инвестиционная активность - коэффициент инвестиционной активности	0,42	0,42
К13	Соответствие продукции тех. стандартам локального рынка	1	0,8
К14	Вовлеченность в технологические цепочки добавленной стоимости локального рынка	0,8	0,64
К15	Конкурентоспособности продукции (цена, качество, узнаваемость бренда) на локальном рынке	0,8	0,384

В таблице 15 представлены коэффициенты, которые были рассчитаны на основании данных бухгалтерского учета и анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

На основании представленных в таблице 15 коэффициентов можно построить радар экспортного потенциала предприятия и оценить уровень развития экспортного потенциала данного предприятия.

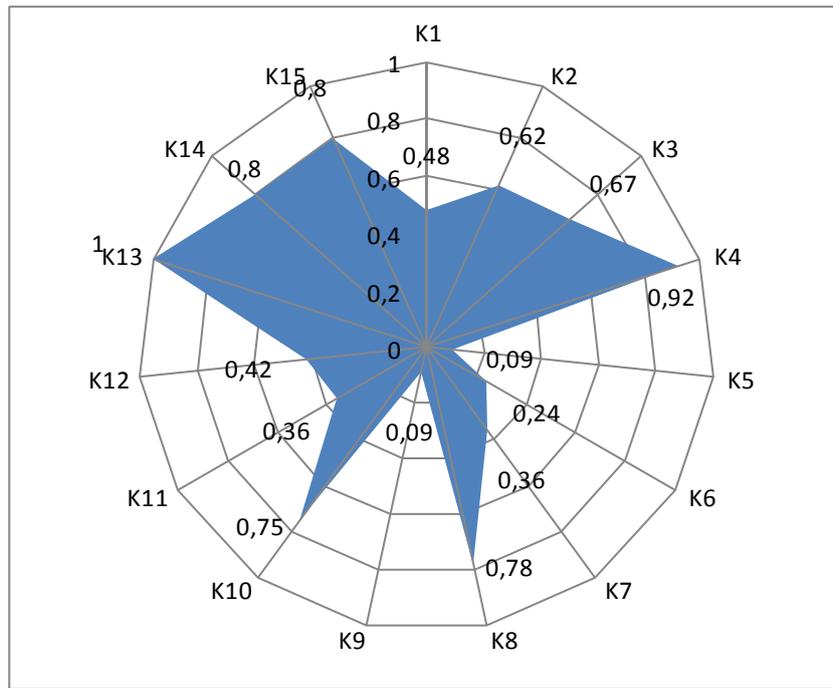


Рисунок 8 — Радар экспортного потенциала ООО «Метран»

На основании коэффициентов, характеризующих развитие предприятия, проведем расчет экспортного потенциала.

$$\text{ЭП} = S \text{ круга} / S \text{ радара}$$

$$\text{ЭП} = 1,87 / 3,14 = 0,59$$

Таблица 17 — Показатели, характеризующие элементы экспортного потенциала ООО «Метран», имеющие резервы развития

Наименование показателя	Значение показателя
Доля современного технологического оборудования	0,48
Годовой прирост производительности труда	0,09
Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству	0,24
Соотношение расходов на НИОКР с общими расходами	0,36
Удельный вес нематериальных активов на балансе	0,09
Инвестиционная активность - коэффициент инвестиционной активности	0,42

В результате проведенного расчета экспортный потенциал ООО «Метран» составил 0,59, что соответствует среднему уровню экспортного потенциала. Предприятие использует элементы формирования экспортного потенциала малоэффективно. Среди показателей,

характеризующих уровень развития элементов потенциала данного предприятия, недостаточно высокие значения принимают показатели, представленные в таблице 17.

ООО «Научно–производственный центр Магнитной гидродинамики (ООО «НПЦ МГД») осуществляет инжиниринговую деятельность по полному циклу, выступая в роли генподрядчика и сдавая поставляемое оборудование «под ключ», т.е. занимается разработкой, проектированием, организацией изготовления, поставкой, монтажом, наладкой и гарантийным обслуживанием стационарных и повоторных электрических и газовых миксеров и печей с МГД–перемешивателями для приготовления алюминиевых сплавов.

На разработанном НПЦ МГД оборудовании выпускается более 2 млн. тонн в год алюминия и сплавов с высокой добавленной стоимостью или 5% от общемирового производства.

В настоящее время на предприятии трудятся 35 сотрудников, в том числе: 2 д.т.н, 11 к.т.н., 7 конструкторов. На предприятии введен Корпоративный стандарт управления проектами и менеджмент качества ИСО 9001. Применяются современные программные продукты SolidWorks, AutoCAD, Компас3D, ProCAST и другие. Имеются производственные мощности для выпуска мелкой серии и опытно–промышленных образцов. Налажены связи с машиностроительными предприятиями, реализующими конструкторские разработки НПЦ МГД. Деятельность осуществляется в тесном сотрудничестве с зарубежными инжиниринговыми компаниями: Mechatherm (UK), Altek Europe (UK), TAB–Refractory (UK), Caldeyys (Европа).

При этом необходимо отметить, что электромагнитные МГД–перемешиватели и электрические системы нагрева миксеров, являются оригинальными разработками НПЦ МГД. На российские предприятия поставлено свыше 50 комплектов МГД–перемешивателей. Трубчатые электронагреватели НПЦ МГД благодаря высокой надежности работы в агрессивных средах нашли применение не только практически на все заводах ОК РУСАЛ в России, но и выходят на международный рынок. Так, начиная с 2011г. поставки осуществляются на Казахстанский электролизный завод и в Армению на ЗАО «Русал Арменал».

Для реализации МГД–перемешивателей за рубежом НПЦ МГД имеет эксклюзивного партнера — Altek Europe Ltd (Великобритания), с которым действует лицензионное соглашение, согласно которому английская фирма производит и продает МГД–перемешиватели, разработанные в НПЦ МГД, в страны, отличные от СНГ под брендом Siber Forge. Перемешиватели под этим брендом приобрели такие известные мировые фирмы производители алюминия как Alcan, Novelis (Канада), Hydro Aluminum (Норвегия), Chalco (Китай) и другие.

Принцип МГД–перемешивания основан на том, что под действием бегущего магнитного поля в ванне расплава формируется поле сил Лоренца, которые создают интенсивные потоки расплава и обеспечивают перемешивание во всем объеме ванны. Основным элементом системы МГД–перемешивания является индуктор, который устанавливается как с боковой стороны печи, так и снизу печи – под подиной, и образует низкочастотное бегущее электромагнитное поле.

Установка индуктора МГД–перемешивателя с боковой стороны миксера предпочтительна в существующих стационарных миксерах, ввиду того что установка индуктора под подину связана с большими работами по изменению фундамента.

Установка МГД–перемешивателя под подиной предпочтительнее для новых поворотных миксеров и обеспечивает высокое качество и интенсивность перемешивания расплава. Основным функциональным назначением МГД–перемешивателя является решение следующих задач:

- обеспечение однородности температуры и химического состава по всему объему ванны;
- ускорение растворения твердой шихты в расплаве;
- растворение тяжелых металлических компонент расплава.

Особенностью нагрева металла в электрических и пламенных печах является то, что энергия передается от электронагревателей или пламени к расплаву путем излучения. Поэтому, при длительном нагреве, либо при интенсивном плавлении шихты, перепад температуры между верхними и нижними слоями расплава достигает свыше 100 °С. Высокая температура верхнего слоя, способствует увеличению окисления и насыщения расплава водородом. При включении МГД–перемешивателя в работу, температура по слоям расплава выравнивается.

В целом, использование МГД–перемешивателей в процессе приготовления сплава в миксере, позволяет:

- до 25% увеличить производительность печей емкостью от 5 до 120 тонн;
- до 15% сократить расход газа;
- до 25% снизить образование шлака;
- до 50% снизить затраты на операции загрузки, ручной инструмент и ручной труд;
- обеспечить высокую надежность системы, за счет отсутствия контакта с металлом, движущихся частей, а также отсутствия водяного охлаждения самого индуктора.
- автоматизировать процесс приготовления расплава.

В настоящее время НПЦ МГД успешно реализует проектирование, изготовление и поставку МГД–перемешивателей по индивидуальным требованиям с привязкой уже к существующим печам, а также комплексное проектирование новых печей совместно с установкой МГД–перемешивателей.

На алюминиевые и металлургические заводы России поставлено более 40 МГД–перемешивателей, в том числе, Саяногорский алюминиевый завод; «Красноярский алюминиевый завод», «Красноярский металлургический завод»; «БрАЗ» (г. Братск); О «НкАЗ» (г. Новокузнецк); «ИркАЗ – СУАЛ» (г. Шелехов); «НАЗ» (п. Надвоицы).

Непрерывная работа по созданию новых образцов МГД–перемешивателей под индивидуальные требования заказчика, а также успешная работа наших устройств в экстремальных условиях, обеспечивают лидерство наших МГД–технологий и позволяют нашим заказчикам иметь лучшие решения и успешно осваивать выпуск новой продукции.

В 2008 – 2012 гг. на зарубежные алюминиевые заводы в рамках реализации лицензионного соглашения с фирмой Altek Europe LTD для крупнотоннажных миксеров поставлены МГД–перемешиватели следующим фирмам: Novelis INC, (США) 2008 г., Mechategm, (Великобритания) 2010г., HydroAluminiuma.s. Årdal, (Норвегия) 2011г., Alcan LTD, (Канада) 2012 г., SaraAB, (Швеция) 2011 г., Csteel LLC, (США) 2014гг.

МГД–перемешиватели, которые в зависимости от емкости печи, приготавливаемого сплава и толщины футеровки имеют следующие параметры:

- потребляемая активная мощность всей системы до 100 кВт, при воздушной системе охлаждения;
- толщина футеровки в месте установки индуктора до 720 мм.
- Приобретая наши МГД–перемешиватели вы получаете:
- низкую стоимость по сравнению с аналогами;
- индивидуальный подход в привязке МГД–перемешивателей к Вашей печи, на основе 3–х мерных математических моделей, определим оптимальные размеры индуктора, место упаковки и режимы работы перемешивателя;
- оперативную сервисную и консультационную поддержку по технологиям приготовления сплавов с помощью наших решений.

Научным и опытно–конструкторским направлением деятельности фирмы является исследование влияния электромагнитных полей на жидкометаллические среды, включая процессы, протекающие на нано уровне. Результатом таких исследований стало создание лабораторной установки, позволяющей получать в высокочастотном электромагнитном поле непрерывно литые заготовки из сплавов цветных металлов с уникальными физико–

механическими свойствами. Результаты исследований используются при изготовлении тонких проволок из специальных алюминиевых сплавов для бортовой электропроводки летательных аппаратов и сварки частей этих аппаратов. Данные по объемам экспорта продукции предприятия представлены в таблице 18.

Таблица 18 — Динамика экспорта продукции ООО «НПЦ МГД»

Виды продукции	Экспорт продукции, мл. рублей				
	2010	2011	2012	2013	2014
МГД–перемешиватели	8,1	9,3	15,75	18,45	23,4
Поворотные миксеры	6,75	11,7	16,65	21,6	27,23

Таблица 19 — Индикаторы текущей экспортной деятельности ООО «НПЦ МГД»

№	Показатели	годы				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	Темпы роста экспорта, %	–	41,4	54,3	23,6	26,4
2	Рентабельность экспортных продаж, %	47	48	49	50	49
3	Количество стран–импортеров, ед.	5	4	4	6	6
4	Доля в экспорте стран дальнего зарубежья, %	70	70	70	70	70
5	Экспортная номенклатура в соответствии с ТН ВЭД ТС, ед.	2	2	2	2	2
6	Доля экспортируемой продукции в общем ассортименте, %	84	76	74	85	86

Комплексный анализ и оценка экспортного потенциала предприятия по предлагаемой методике позволили оценить текущий экспортный потенциал конкретных предприятий, степень его использования и выявить резервы его развития.

Таблица 20 — Расчет показателей для построения радар экспортного потенциала ООО «НПЦ МГД»

№	Наименование коэффициентов	Расчетные значения	Попарные произведения
К1	Доля современного технологического оборудования	0,68	0,5848
К2	Доля внедренных в производство новых технологий	0,86	0,5332
К3	Эффективность использования производственных мощностей	0,62	0,5518
К4	Удельный вес высококвалифицированных работников	0,89	0,1157
К5	Годовой прирост производительности труда	0,13	0,0962
К6	Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству	0,74	0,2072
К7	Соотношение расходов на НИОКР с общими расходами	0,28	0,2492
К8	Доля инновационной продукции	0,89	0,1424
К9	Удельный вес нематериальных активов на балансе	0,16	0,1184
К10	Финансовая устойчивость и платежеспособность - коэффициент автономии	0,74	0,3552
К11	Ликвидность - коэффициент текущей ликвидности	0,48	0,2016
К12	Инвестиционная активность - коэффициент инвестиционной активности	0,42	0,42
К13	Соответствие продукции тех. стандартам локального рынка	1	0,9
К14	Вовлеченность в технологические цепочки добавленной стоимости локального рынка	0,9	0,72
К15	Конкурентоспособности продукции (цена, качество, узнаваемость бренда) на локальном рынке	0,8	0,544

На основании представленных в таблице 20 данных строим радар экспортного потенциала. Попарные произведения значений коэффициентов, образующие стороны треугольников, представлены в таблице 20.

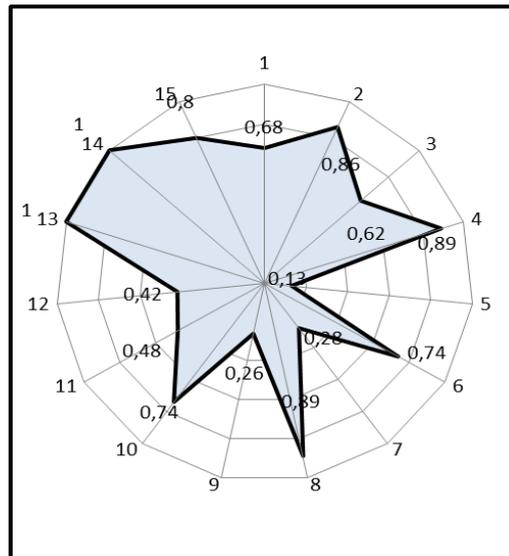


Рисунок 9 — Радар экспортного потенциала ООО «НПЦ МГД»

$$S \text{ радара} = \sum S_{\Delta} = 2,36$$

$$S \text{ круга} = \pi = 3,14$$

$$\text{ЭП} = S \text{ круга} / S \text{ радара}$$

$$\text{ЭП} = 2,36 / 3,14 = 0,75$$

Таблица 21 — Показатели, характеризующие элементы формирования экспортного потенциала предприятия ООО «НПЦ МГД», имеющие резервы развития

№	Наименование коэффициентов	Расчетные значения
К5	Годовой прирост производительности труда	0,13
К7	Соотношение расходов на НИОКР с общими расходами	0,28
К9	Удельный вес нематериальных активов на балансе	0,16
К9	Соотношение стоимости нематериальных активов к прочим	0,26
К3	Эффективность использования производственных мощностей	0,62
К12	Коэффициент инвестиционной активности	0,42

3.2 Управление развитием экспортного потенциала с учетом стратегии развития предприятия машиностроения.

Выбранные для апробации предприятия имеют разные стратегии развития. В соответствии с выбранными стратегиями данным предприятиям для управления развитием экспортного потенциала предлагаются различные наборы инструментов.

ООО «НПЦ МГД» основной своей стратегией выбрало стратегию, направленную на фиксацию сегмента рынка и концентрацию усилий на нем. Данное предприятие определяет потребности производителей цветных металлов в области производства сплавов, то есть очень узко специализированной части международного рынка и старается максимально удовлетворить их, не пытаясь при этом «влезть» на чужой сегмент.

Экспортный потенциал данного предприятия, рассчитанный с использованием предложенной методики составил чуть более 0,4. Это значение характеризует уровень экспортного потенциала как средний, т.е. предприятие использует имеющиеся элементы экспортного потенциала малоэффективно и не в полном объеме.

На основании анализа данных бухгалтерского учета НПЦ МГД можно сделать вывод о тех показателях деятельности предприятия, которые используются неэффективно или недостаточны. Данные показатели в результате использования системы инструментов управления могут быть увеличены.

На графическом изображении радара экспортного потенциала также наглядно видны недостаточные значения выделенных в таблице 18 коэффициентов.

Управление развитием экспортного потенциала предприятия должно быть основано на учете выбранной стратегии развития. Предприятие, выбравшее определенное направление своего стратегического развития, может использовать определенные наборы инструментов для достижения намеченных целей развития. Варианты инструментов, которые могут применяться:

- внедрение систем менеджмента качества и сертификации
- использование дополнительных способов экспорта произведенной продукции
- использование дополнительных видов экспорта
- сбалансированная кадровая политика
- стратегическое планирование.

Принимая во внимание факт, что по параметрам оценивания данное предприятие приравнивается в среднему (количество работающих), данное предприятие может обратиться в Центр поддержки экспортно– ориентированных малых и средних предприятий и Евро Инфо Консультационный Центр (ЕИКЦ) – Красноярского края. Среди инструментов поддержки,

предоставляемых этой организацией компаниям–экспортерам, есть инструменты, которые могут оказать реальное воздействие на развитие экспортного потенциала предприятия.

Центр поддержки экспортно–ориентированных предприятий предлагает бесплатные услуги для предпринимателей, готовых вывести свою продукцию на зарубежные рынки.

В настоящее время ведутся переговоры между Евро Инфо Консультационным Центром (ЕИКЦ) и «НПЦ МГД». Центр готов оказать предприятию следующие необходимые услуги:

- помощь в проведении исследования международного рынка оборудования для металлургической промышленности для развития экспорта продукции
- содействие в подготовке и размещении бизнес–предложений в международных базах данных производителей оборудования.

Данные услуги согласно положению о деятельности центра будут предоставлены предприятию бесплатно.

На предприятии внедрена и действует корпоративный стандарт управления проектами и менеджмент качества ИСО 9001, однако для части покупателей необходимо, чтобы продукция выпускаемая предприятием имела также и международные сертификаты качества.

Реальным инструментом развития экспортного потенциала предприятия является использование дополнительных видов экспорта. Учитывая, что предприятие поставляет на мировой рынок продукцию технически сложную и уникальную необходимо проводить пусконаладочные работы по установке данного оборудования. Учитывая, что продукция предприятия обладает значительным жизненным циклом, предприятие может одновременно с заключением договоров на поставку продукции заключать договор на сервисное обслуживание поставляемого оборудования. В настоящее время предприятие ведет переговоры по заключению подобного сервисного договора в режиме абонентской платы, при чем стоимость такого обслуживания будет составлять примерно 5% от стоимости самого оборудования в год. Подобный договор упростит и упорядочит предоставление сервисного обслуживания так как сократятся сроки прибытия специалистов и простои оборудования.

Предприятию необходимо провести модернизацию технологического оборудования. Для этого оно намерено подать заявку в красноярский центр поддержки экспортеров на финансирование части закупаемого оборудования. Планируется выделение 3 млн. руб. на приобретение оборудование. Также предприятие приобретает в лизинг производственное оборудование, а проценты по лизинговым платежам предполагает подать на возмещение по программе государственного софинансирования.

Таблица 22 — Расчет изменений коэффициентов ООО «НПЦ МГД»

№	Наименование коэффициентов	Расчетные значения	Попарные произведения
---	----------------------------	--------------------	-----------------------

К1	Доля современного технологического оборудования	0,76	0,684
К2	Доля внедренных в производство новых технологий	0,9	0,756
К3	Эффективность использования производственных мощностей	0,84	0,772
К4	Удельный вес высококвалифицированных работников	0,92	0,634
К5	Годовой прирост производительности труда	0,69	0,441
К6	Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству	0,64	0,345
К7	Соотношение расходов на НИОКР с общими расходами	0,54	0,54
К8	Доля инновационной продукции	1	0,46
К9	Удельный вес нематериальных активов на балансе	0,46	0,322
К10	Финансовая устойчивость и платежеспособность - коэффициент автономии	0,7	0,245
К11	Ликвидность - коэффициент текущей ликвидности	0,35	0,224
К12	Инвестиционная активность - коэффициент инвестиционной активности	0,64	0,204
К13	Соответствие продукции тех. стандартам локального рынка	0,32	0,153
К14	Вовлеченность в технологические цепочки добавленной стоимости локального рынка	0,48	0,384
К15	Конкурентоспособности продукции (цена, качество, узнаваемость бренда) на локальном рынке	0,8	0,608

После проведения мероприятий по обновлению технологического и производственного оборудования, запланированных на данном предприятии и постановки их на баланс, планируется увеличение показателя как коэффициент обновления основных средств. После проведения всех запланированных мероприятий к концу текущего года данный показатель составит 0,76. Положительные изменения произойдут и по коэффициенту старения производственных технологий. Предприятие готовится к внедрению ряда технологических обновлений, которые были разработаны на предприятии ранее, данные обновления относятся к секретам производства. Данный коэффициент составит 0,9.

С ростом объемов выпуска продукции возрос и коэффициент загрузки производственного оборудования, который составил 0,84 (до введения в действие нового оборудования этот коэффициент составлял 0,62).

В настоящее время весь объем выпускаемой предприятием продукции можно считать инновационной: вся продукция, выпускаемая предприятием, была разработана в течении последних пяти лет. Продукция непрерывно совершенствуется и изменяется в соответствии с требованиями заказчиков. Коэффициент инновационности выпускаемой продукции составил 1, это значение говорит о том, что вся продукция предприятия может быть отнесена к инновационной, в настоящее время предприятие не производит продукцию, срок разработки которой превышает 5 лет.

$$S \text{ радара} = \sum S_{\Delta} = 2,72$$

$$S \text{ круга} = \pi = 3,14$$

$$\text{ЭП} = S \text{ круга} / S \text{ радара}, \text{ т.е.}$$

$$\text{ЭП} = 2,72 / 3,14 = 0,87$$

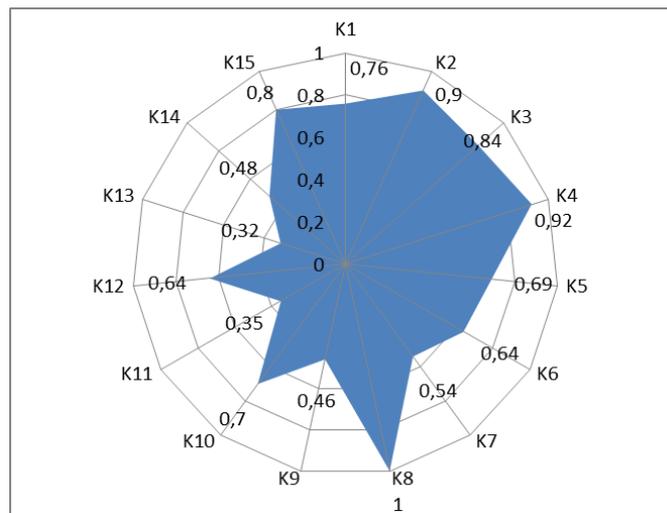


Рисунок 10 — Радар экспортного потенциала ООО «НПЦ МГД»

В результате проведенных мероприятий, экспортный потенциал предприятия возрос на 0,08. Изменения уровня экспортного потенциала весьма значительны, учитывая что предприятие смогло достичь этих изменений в течении короткого периода времени (около полугода). В ближайшее время предприятие «НПЦ МГД» планирует проведение следующих мероприятий, направленных на развитие собственного экспортного потенциала:

1. Нарращивание объема производства и поставки продукции на экспорт в соответствии с уже заключенными договорами,

2. Предоставление пакета сервисных и сопутствующих услуг на рынки дальнего и ближнего зарубежья. Поставляемое на международный рынок оборудование является уникальным. До недавнего времени компания не занималась его сервисным обслуживанием, так как специалисты компании не имели возможности полноценного общения с иностранными партнерами. После обучения сервисных специалистов иностранному языку (сервисные инженеры прошли обучение на специализированных курсах технического английского языка), данные работники могут выезжать к заказчику для проведения сервисных работ, предусмотренных отдельными договорами.

3. Повышения цены единицы оборудования за счет изменения технологических параметров. Данное изменение возможно в связи с внедрением на предприятии новой технологической установки, которая позволяет наносить на рабочие поверхности агрегата особое покрытие. Нанесение данного покрытия увеличивает срок использования оборудования. Внесение данных изменений согласовано с заказчиками, снесены изменения в соответствующие договоры на поставку продукции.

3) Сокращение издержек, связанных с оформлением экспортных поставок за счет привлечения в штат предприятия специалиста по оформлению экспортных поставок. Данный специалист также будет выполнять обязанности заместителя главного бухгалтера. До недавнего времени поставки продукции проходили с привлечением сторонней организации, которая занималась таможенным декларированием товаров. Экономия на таможенном декларировании составит порядка 15%.

3.3 Совершенствование инструментов поддержки и развития экспортного потенциала машиностроительных предприятий

Несмотря на активные преобразования в сфере промышленной политики России в целом и Красноярского края в частности, проведенная в данном исследовании диагностика состояния экспортного потенциала машиностроительных предприятий края, выявила необходимость совершенствования практически всего спектра инструментов, составляющих основу государственной экономической политики.

Проведённый анализ позволил выявить недостатки в системе предоставления государственной поддержки экспортерам машиностроительной продукции. В таблице 21 предложен анализ инструментов экономической политики государства. В таблице представлены подсистемы государственной политики и предложены соответствующие им инструменты, которые имеют резервы развития.

В качестве вариантов совершенствования инструментов, направленных на повышение экспортного потенциала машиностроительных предприятий, а так же приоритетных направлений промышленной политики автором предлагается выделить, инструменты, указанные в таблице 20.

1. Субсидирование из бюджета РФ 2015 года расходов на финансирование воспроизводства ИС, НИОКР экспортеров продукции машиностроения. Данное субсидирование необходимо предусмотреть как предоставление финансирования на создание объектов ИС и программ НИОКР, именно тем предприятиям, которые особенно в них нуждаются (государственные программы и приоритетные проекты). Необходимо предусмотреть возможности финансирования НИОКР вне рамок ФЦП, в т.ч. выполнение НИОКР по государственным контрактам и научное сопровождение инновационных проектов государственного значения.

2. Финансовое участие государства в социально-экономических проектах предприятий-экспортеров машиностроительной продукции. В качестве одного из инструментов можно назвать государственное софинансирования проектов, осуществляемых в рамках промышленной политики, например через систему Государственных финансовых институтов развития (ГФИР), таких как Банк развития, Инвестиционный фонд Российской Федерации, «Российская венчурная компания».

Таблица 23 — Инструменты государственной поддержки, имеющие резервы развития

Подсистемы экономической политики	Инструменты государственной поддержки	ожидаемый эффект от использования инструмента
Бюджетная политика	<ul style="list-style-type: none"> • субсидирование из бюджета 2015 года расходов на финансирование воспроизводства ИС, НИОКР экспортеров продукции машиностроения; • финансовое участие в социально-экономических проектах предприятий-экспортеров машиностроительной продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> • гарантированное выполнение НИОКР по государственным контрактам • научное сопровождение приоритетных инновационных проектов государственного значения • развитие социальной базы экспортеров машиностроения • наращивание технологического и инновационного потенциалов машиностроительных предприятий
Налоговая политика	<ul style="list-style-type: none"> • упрощение процедуры подтверждения нулевой ставки НДС по экспорту; • упрощение порядка применения ускоренной амортизации для экспортеров • совершенствование системы оценки стоимости НА для целей БУ 	<ul style="list-style-type: none"> • сокращение сроков и расходов на подтверждение факта экспорта • снижение налогов на экспорториентированные предприятия; • модернизация ОС предприятия за счет амортизационных фондов • упрощение вовлечения объектов НА в международный торговый оборот • наращивание финансового потенциала машиностроительных предприятий
Финансовая политика	<ul style="list-style-type: none"> • совершенствование механизма субсидирования коммерческими банками процентных ставок по экспортным кредитам; • расширение ассортимента и повышение доступности финансовых услуг для экспортеров (государственные гарантии до 100% по экспортным поставкам, страхования экспорта, снятие санкций и административной ответственности предусмотренных КоАП за непоступление валютной выручки в РФ). 	<ul style="list-style-type: none"> • снижение рисков осуществления экспортной операции • возможность контроля выполнения основных этапов сделки • обеспечение репатриации экспортной выручки • повышение эффективности экспортной операции за счет компенсации части процентных ставок по экспортным кредитам • повышение конкурентоспособности машиностроительной продукции • наращивание финансового потенциала машиностроительных предприятий
Институциональная политика	<ul style="list-style-type: none"> • развитие инфраструктуры нефинансовой поддержки экспортеров машиностроительной продукции (Красноярский ЕИКЦ, ТПП); • доработка правовых основ формирования организационно-хозяйственных структур (законопроекты «О государственном стратегическом планировании»; «Об основах государственно-частного партнерства»); • развитие системы электронного межведомственного взаимодействия между всеми организациями, 	<ul style="list-style-type: none"> • повышение доступности нефинансовых услуг и образовательных мероприятий в сфере международного бизнеса • упрощение процедуры получения сертификатов происхождения товаров форм А и СТ-1 членам ТПП • сокращение времени совершения таможенных процедур • сокращение количества документов по сопровождению экспортных операций • повышение конкурентоспособности машиностроительной продукции • унификация технических стандартов и регламентов в области машиностроения

	контролирующими или участвующими в экспортных операциях гармонизация национальных и международных стандартов и технического регулирования для обеспечения единства измерений	<ul style="list-style-type: none"> • унификация информационного обмена о выданных лицензиях, разрешительных документах при совершении таможенных операций в электронном виде • наращивание кадрового потенциала машиностроительных предприятий
Внешнеторговая политика	<ul style="list-style-type: none"> • защита внутреннего рынка от давления импорта • членство в международных организациях, • создание особых таможенных зон и таможенных союзов. • патентования и обеспечения защиты авторских прав при экспорте продукции 	<ul style="list-style-type: none"> • развитие кооперационных связей между производителями сопутствующей продукции • упрощение таможенных формальностей и процедур внутри таможенного союза • наращивание рыночного потенциала машиностроительных предприятий • упрощение защиты объектов ИС на международных рынках
Таможенно-тарифная политика	<ul style="list-style-type: none"> • внедрение импортных и экспортных нетарифных ограничений учитывая потребности машиностроителей-экспортеров; • популяризация системы «удаленный выпуск товаров» • совершенствование применения таможенной процедуры переработки товаров на таможенной территории для экспортно-ориентированных товаров • разработка системы мероприятий по нематериальному стимулированию экспортёров высокотехнологичной продукции (конкурс «Таможенный Олимп» по Красноярской таможне) 	<ul style="list-style-type: none"> • рост импорта уникального оборудования для модернизации машиностроительных предприятий • максимальное упрощение таможенных процедур для экспортеров машиностроительной продукции • создание общественного мнения об экспортерах машиностроительной продукции • смещение таможенного контроля на этап после выпуска товаров способствует упрощению таможенных формальностей • повышение конкурентоспособности машиностроительной продукции • защита отечественных производителей от давления импорта
Инвестиционная и инновационная политика	<ul style="list-style-type: none"> • замена прямого государственного финансирования машиностроительных предприятий финансированием инфраструктуры развития • стимулирование увеличения доли внебюджетных источников финансирования (венчурные фонды, инвестиционные банки), • стимулирование создания совместных с иностранными партнёрами инвестиционных проектов в сфере машиностроения. 	<ul style="list-style-type: none"> • привлечение негосударственных инвесторов в машиностроительный бизнес • повышение прозрачности законодательства в сфере деятельности международных инвесторов и предпринимателей • развитие инновационного бизнеса • рост машиностроительных предприятий, способных экспортировать продукцию собственного производства • сокращение исков членов ВТО на государственные протекционистские меры

3. Подтверждение нулевой ставки НДС при экспорте продукции по упрощенной процедуре запланировано на основании внесении изменений в ст.165 НК РФ. Налогоплательщику представляется возможность предоставлять документы подтверждающие применение ставки 0% НДС в электронном виде. Данное изменение облегчит процедуру

подтверждения, однако не освободит экспортера от обязанности собирать весь комплект документов. Экспортер по прежнему вынужден обращаться за подтверждением непосредственно в таможи, выпустившие экспортные товары. Реальным упрощением данной процедуры будет только создание системы информационного обмена данными по экспорту или импорту товаров между таможенными и налоговыми органами, без участия экспортера.

4. Упрощение порядка применения ускоренной амортизации для ОС экспортеров. Этот инструмент способен существенно повлиять на обновление ОС предприятий, так как позволяет амортизировать стоимости оборудования в первые годы его эксплуатации. Другими словами, ускоренная амортизация это один из источников самофинансирования предприятия, поскольку ее механизм состоит в увеличении затрат (по сравнению с линейным методом) и соответственном снижении налогооблагаемой прибыли и, как следствие, выплачиваемых налогов. В настоящее время возможность применения ускоренной амортизации ограничена, данный метод начисления может быть использован при лизинге оборудования, для агрессивных сред использования оборудования, или для оборудования, используемого только для осуществления научно–технической деятельности (подп. 2 п. 2 ст. 259.3 НК РФ).

Необходимо подготовить и внести в НК РФ соответствующие изменения, позволяющие применять устроенную амортизацию на ОС предприятий, которые экспортируют продукцию машиностроения.

5. Совершенствование способов оценки стоимости нематериальных активов для целей БУ. Оценка, основанная на только учете затрат на создание объектов ИС не позволяет в реальности оценить стоимость этих объектов. Созданная или разработанная на предприятиях конструкторская и технологическая документация, как правило, относится к секретам производств, и охраняется предприятием самостоятельно, в режиме коммерческой тайны. Иные, более надежные способы защиты подобных объектов (например, патентование) очень затратное мероприятие. Включение в состав имущества предприятий нематериальных активов позволит предприятию использовать его любым не противоречащим закону способом, при изготовлении изделий и реализации экономических и организационных решений. Правообладатель может распоряжаться объектами ИС по своему усмотрению (ст.1466 части 4 ГК РФ), имеет право продажи или передачи в аренду.

6. Совершенствование системы субсидирования коммерческими банками процентных ставок по экспортным кредитам. Данный инструмент государственной поддержки очень актуален – механизм субсидирования части расходов по уплате процентных ставок по банковским кредитам, полученным на реализацию инвестиционных проектов, или взносов в уставные капиталы, направленных на сохранение и развитие промышленного капитала, а также лизинговых платежей за имущество, используемое для реализации инвестиционных

проектов, до сих пор не проработан. Необходимо законодательно упорядочить процедуру предоставления подобного рода субсидий для коммерческих банков, внести соответствующие изменения в ФЗ «О банках и банковской деятельности».

7. Расширение ассортимента и повышение доступности финансовых услуг для экспортеров, например государственные гарантии до 100% по экспортным поставкам машиностроительной продукции, страхование экспорта. Необходимо доработать механизм рефинансирования финансовых институтов под залог экспортных кредитов, обеспеченных договором страхования "Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций". Рефинансирование коммерческих банков должно предоставляться Банком России по ставкам, установленным ЦБ РФ.

Государственные гарантии исполнения обязательств по кредитам коммерческих банков могут быть предоставляться и на уровне субъектов федерации (Красноярского края).

На федеральном уровне необходимо расширить использование инструментов государственно–частного партнерства, предоставляемых например Инвестиционным фондом РФ, ГК «Внешэкономбанк», ГК «Роснано», Российской венчурной компанией; «РОСНАНО», Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно–технической сфере. Необходима доработка новых инструментов, в частности концессий.

8. Развитие инфраструктуры нефинансовой поддержки экспортеров машиностроительной продукции. Необходимо дальнейшее развитие таких организаций, как Красноярский ЕИКЦ: прорабатывать расширение перечня и субъектов получения услуг центра. Ключевые показатели эффективности работы таких центров должны зависеть от роста предприятий–экспортеров. Данные критерии могут быть гармонизированы со стандартами Европейской сети поддержки предпринимательства (EEN).

Поддержка существующих территориально–производственных комплексов, направленных на развитие региональных и локальных кластеров – комплексов взаимодополняющих предприятий, например корпорация «Ростех», «Российские железные дороги», «Объединенная судостроительная корпорация», «Объединенная авиастроительная корпорация», предоставляющих нефинансовую помощь экспортерам, позволит усилить концентрацию государственной поддержки на приоритетных проектах и направлениях.

Торгово–промышленная палата России, являясь одним из инициаторов спецпроекта «Экспортный потенциал России», должна активно поддерживать производителей, решивших впервые выйти на внешние рынки. Система ТПП имеет потенциал поддержки экспортно–ориентированных предприятий – при ТПП действует более 70 деловых советов с зарубежными странами Палата имеет сеть представителей за рубежом, которые охватывают своей работой сорок стран. Необходимо активно использовать инструменты, доступные

членам ТПП: проработка необходимых законодательных инициатив для поддержки экспортеров, внесение предложений в законопроекты, содействие в организации практических мероприятий (выставок, ярмарок, форумов) совместно с иностранными партнерами, анализ особенностей рынков зарубежных стран.

9. Доработка правовых основ формирования организационно–хозяйственных структур основана на принятии законов: «Об основах государственно–частного партнерства», «О концессионных соглашениях». Особое значение методы частно–государственного партнёрства имеют при реализации проектов, направленных на развитие инфраструктуры. Применяются концессии и их модификаций более всего уместно для проектов, которые предполагают стадию нового строительства, например использование эксплуатационных концессий, схем типа «построил – управляй – передай» и т.п. В целом государственно–частное партнерство это очень широкий спектр инструментов поддержки экспортеров: от контрактов на проведение работ и оказание услуг до совместного создания новых промышленных предприятий.

Принятие закона «О государственном стратегическом планировании» позволит усилить роль государственных институтов в определении долгосрочных целей и приоритетов развития страны, в создании законодательных основ развития системы национальной безопасности. В сочетании с принятым 16 октября 2012 г. федеральным законом № 174–ФЗ «О фонде перспективных исследований», появится возможность долгосрочного планирования развития научно–технологических разработок.

10. Развитие системы электронного межведомственного взаимодействия между всеми организациями, контролирующими или участвующими в экспортных операциях (обмен информацией о выданных лицензиях, иных разрешительных документах, совершение таможенных операций в электронном виде). Заявленное в дорожной карте «Совершенствование таможенного администрирования» информационное взаимодействие до настоящего времени не обеспечено. Получение таможенными органами через систему межведомственного электронного взаимодействия информации, содержащейся в базах данных федеральных органов исполнительной власти и иных государственных органов, необходимой для выпуска товаров, до сих пор не возможно.

11. Гармонизация национальных и международных стандартов и технического регулирования для обеспечения единства измерений создание эффективной системы технического регулирования, совершенствование национальной системы стандартизации и обеспечения единства измерений. В настоящее время унификация различных технических стандартов и регламентов проводится Комиссией ЕЭК, принимаемые документы будут действовать на всей территории Единого экономического пространства.

Минэкономразвития России и Минпромторг России разработали план мероприятий по внедрению механизма международной сертификации продукции машиностроения, однако масштабная международная унификация технических стандартов пока не проводится. Необходимо создание правовых основ для предприятий по поддержке сертификации российской продукции на международном рынке, например возмещение расходов по стандартизации машиностроительной продукции на международном рынке за счет региональных центров поддержки экспортеров.

Основными задачами международного сотрудничества в области стандартизации являются: снятие технических барьеров в торговле; обеспечение конкурентоспособности отечественной продукции на мировом рынке; гармонизация стандартов с международными, региональными, межгосударственными стандартами и национальными стандартами других стран; обеспечение защиты интересов РФ при разработке международных, региональных и межгосударственных стандартов. Комиссия по стандартизации и техническому регулированию Союза машиностроителей России разрабатывает закон "О стандартизации", который предполагает введение международных, региональных и межгосударственных стандартов на основе национальных стандартов РФ на новые конкурентоспособные виды продукции и технологии, в том числе созданные в результате двустороннего и многостороннего сотрудничества; обмен опытом и информацией по стандартизации на международном, региональном, межгосударственном уровнях; улучшение нормативного обеспечения торгово-экономического и научно-технического сотрудничества Российской Федерации с другими странами; обеспечение единства измерений при взаимодействии с другими странами; привлечение представителей промышленности и других отраслей экономики к разработке международных, региональных и межгосударственных стандартов.

12. Защита внутреннего рынка от давления импорта: Необходимо разрабатывать законодательные акты, не нарушающие нормы и правила ВТО. По продукции машиностроения предусмотрен семилетний переходный период ставок таможенных пошлин с момента присоединения страны в ВТО. Однако в вопросе тарифного квотирования Россия оказалась привязанной к уровню квот на 2013 г. и не имеет возможности их дальнейшего регулирования. В то же время развитые страны продолжают сохранять за собой возможность тарифного регулирования, а также изменения внетарифных квот [38]. На сегодняшний день средний уровень внетарифного квотирования в РФ в 3,4 раза меньше, чем в США и в 3,65 раз меньше, чем в среднем по ЕС.

13. Членство представительных органов РФ в международных организациях. Формирование системы поддержки внешнеэкономической деятельности на базе торговых представительств РФ в иностранных государствах основано на реализации «Концепции

организационной структуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на базе торговых представительств РФ в иностранных государствах». В рамках концепции предусмотрена поддержка интересов предприятий торговыми представительствами РФ в иностранных государствах.

14. Расширение таможенного союза и создание особых таможенных зон.

Рост числа стран, участниц таможенного союза, способствует развитию товарооборота между этими странами, ведет к упрощению ряда таможенных формальностей. Например, в Таможенном союзе введены единые стандарты и требований технического регламента, действует единая форма паспорта транспортного средства. Таможенный союз послужил основой создания общего евразийского экономического пространства, объединяющего 170 миллионов человек. Единое экономическое пространство четырех государств в настоящее время переросло в Евразийский экономический союз (ЕАЭС).

Создание особых таможенных зон позволяет предприятиям, находящимся на этих территориях использовать налоговые льготы и ряд других послаблений: введение особого таможенно-тарифного режима (снижение или отмену экспортно-импортных пошлин), упрощение порядка осуществления внешнеторговых операций; фискальные льготы, связанные с налоговым стимулированием конкретных видов деятельности или поведения предпринимателей; финансовые и административные льготы.

15. Процедура патентования и защита авторских прав при экспорте продукции имеет ряд серьезных системных проблем: всего лишь 15–20% НИОКР, выполняемых в России за счет средств федерального бюджета, завершаются получением охраноспособных результатов ИС. Защиты интеллектуальной собственности за границей является еще более сложной и затратной: получение зарубежного патента дорогостоящая процедура, предполагающая участие высококвалифицированных специалистов. Патентование изобретений в России через патентного поверенного стоит от 60 тыс. руб., за рубежом – 7–10 тыс. долл. для каждой страны. Экспортерам необходима не только финансовая поддержка, они нуждаются в помощи по регистрации заявок, переводу документации, отбор изобретений по критерию новизны. В настоящее время правительством РФ разрабатывается проект создания Фонда патентной защиты российских правообладателей за рубежом. Предполагается, что бюджет фонда составит 300 млн руб., а сама программа защиты ИС российских инновационных компаний за рубежом будет рассчитана на десять лет. По расчетам экспертов, ее реализация будет способствовать регистрации более 10 тыс. российских патентов с потенциальным экономическим эффектом до 300 млрд рублей. Однако реальных результатов в этой области пока не достигнуто. При этом надлежащая охрана и защита объектов авторского права,

продвижение их экспорта за рубеж способно существенным образом повлиять на развитие экспортного потенциала предприятий и страны в целом.

16. Внедрение импортных и экспортных нетарифных ограничений, учитывая потребности машиностроителей–экспортеров: следует усилить законодательное обеспечение государственной поддержки производителей машиностроения в условиях ВТО. Например, за счет разработки специальных законодательных актов (для утилизации отдельных видов колесных транспортных средств – утилизационный сбор). Этот сбор позволил защитить отечественных автопроизводителей при снижении таможенных пошлин на импортную продукцию. Несмотря на активное давление стран Европейского союза через механизмы ВТО на Россию, это своевременный шаг, поддержавший интересы отечественных машиностроителей.

17. Популяризация системы удаленного выпуска товаров. Совершенствование данной технологии возможно за счет расширения связей между таможенными органами. Федеральная таможенная служба проводит работы по реализации Концепции таможенного оформления и таможенного контроля в местах, приближенных к государственной границе, в целях упрощения таможенных операций и оптимизации логистических расходов по поставке продукции. Красноярская таможня активно расширяет «связки» с приграничными таможенными органами, налажена система связи со следующими таможнями: Домодедовская, Внуковская, Шереметьевская, Мурманская, Архангельская, Новосибирская, Читинская, Смоленская, Брянская. Технология удаленного выпуска товаров не требует применения процедуры таможенного транзита, т.е. продукция может быть выпущена непосредственно в пограничной таможне при пересечении таможенной границы ТС.

18. Совершенствование механизма применения таможенной процедуры переработки товаров на таможенной территории для экспортно–ориентированных товаров (использование стандартных норм выхода и эквивалентной компенсации). В настоящее время подготовлен и проходит согласование проект внесения изменений в ТК ТС. В проекте предусмотрены дополнительные возможности использования в качестве документа об условиях переработки декларации на товары, а так же возможность применения эквивалентной компенсации при применении таможенной процедуры переработки на таможенной территории, и возможность установления стандартных норм выхода продуктов переработки для таможенных целей.

19. Разработка системы мероприятий по нематериальному стимулированию экспортёров высокотехнологичной продукции («Таможенный Олимп» – Красноярская таможня, «Лучший экспортер Красноярского края» – Центр поддержки экспортно–ориентированных предприятий). Подобные мероприятия способствуют развитию доверия и взаимодействия между экспортерами и государственными институтами, а так же формируют

информационный обмен и общественное мнение о значимости деятельности, проводимой сторонами.

20. Постепенный отказ от прямого государственного финансирования машиностроительных предприятий: для финансирования реализации инвестиционных проектов необходимо привлечение ресурсов государственных институтов развития. Среди минусов государственного финансирования можно отметить то, что предприятие, получившее госзаказ с гарантированной нормой прибыли, при производстве продукции не озадачивается снижением издержек производства. Кроме того, возрастает роль непосредственных распределителей госзаказа, происходит рост коррумпированности чиновников. Прямое государственное финансирование экспортеров относится к запрещенным мерам поддержки по правилам ВТО.

21. Использование методов и инструментов проектного подхода при разработке и внедрении государственных программ развития. Программы, осуществляемые в рамках промышленной политики государства, должны быть основаны на методах проектного управления. Проектное управление основано на том, что выполнение утвержденных целевых проектов проводится на основании единого плана действий. При этом любой целевой проект в рамках такого плана, должен иметь реальные цели и ориентацию на конечный результат, поддающийся исчислению в конкретных показателях, иметь проработанный набор мер и инструментов, порядок финансирования, а также руководителя проекта, ответственного за конечный результат. Проектный подход позволяет сочетать положительные стороны – конкуренция, свойственная частному бизнесу с долгосрочным государственным управлением.

22. Стимулирование увеличения доли внебюджетных источников финансирования (венчурные фонды, инвестиционные банки). В 2014 Фонды РВК проинвестировали 164 инновационных компании, на сумму 14,7 млрд руб., подписано 32 соглашения о сотрудничестве с регионами. «РВК» играет важную роль в развитии венчурного рынка и инновационной экосистемы в Российской Федерации, обеспечивает поддержку специализированной инфраструктуры для игроков венчурного рынка, повышение прозрачности инвестируемых фондов и компаний, обеспечение комфортных условий в России для деятельности международных инвесторов и предпринимателей, оптимизация законодательства, влияющего на развитие инновационного бизнеса. «РВК» развивает инвестиционные механизмы для укрепления различных отраслевых технологических кластеров в России. РВК вкладывает средства через венчурные фонды, создаваемые совместно с частными инвесторами.

Общее количество фондов, сформированных «РВК», достигло пятнадцати (включая 2 фонда в зарубежной юрисдикции), их суммарный размер — 25,8 млрд руб. Доля «РВК» — более 16 млрд. руб.

Разработанные «РВК» Стратегия развития, Положение об инвестиционной политике и Направления работы на 2014–2016 годы, в рамках которых компания планирует нарастить инвестиции и сформировать несколько новых специализированных фондов.

23. Стимулирование создания совместных с иностранными партнёрами инвестиционных проектов в сфере машиностроения, например создание международных кооперационных проектов, с участием потенциальных партнеров (Китай, Казахстан, Белоруссия); а также развитие взаимовыгодных торгово-экономических отношений со странами-участницами Таможенного союза. Предоставление льгот (например, по налогу на имущество организаций, налогу на прибыль первые два года работы предприятия) и упрощений предприятиям, созданным совместно с иностранными партнерами.

24. Создание на предприятии системы воспроизводства объектов интеллектуальной собственности. Современное машиностроительное предприятие, способное предложить производимую продукцию на международный рынок, должно быть довольно наукоемким и высокотехнологичным. Для сохранения и приумножения накопленного интеллектуального потенциала предприятию необходимо систематически воспроизводить интеллектуальную собственность и своевременно вовлекать результаты интеллектуальной деятельности (РИД) в экономический оборот. Выявление, оценка, организация учета и охраны нематериальных активов являются необходимым шагом на пути их дальнейшей коммерциализации. Для наращивания интеллектуального потенциала предприятию необходимо регулярно проводить:

- инвентаризацию созданных технических разработок и решений
- анализ охраноспособности имеющиеся объектов ИС.
- стоимостную оценку имеющихся нематериальных активов

Предприятие имеет возможность коммерциализировать РИД путем отчуждения исключительных прав или предоставления лицензии третьим лицам.

25. Продуманная кадровая политика. Для развития кадрового потенциала предприятию машиностроения необходимо привлекать высококвалифицированных специалистов, имеющих стимулы к плодотворной работе. Этого можно достичь используя такой инструмент, как кадровая политика. Кадровый потенциал предприятия – это не только характеристика отдельных трудящихся, но и их способность действовать в коллективе, дополняя друг друга. Необходимо поддерживать профессиональное развитие и создавать оптимальные условия для их эффективной деятельности квалифицированного персонала. Элементами кадровой политики предприятия машиностроения можно выделить следующие:

- материальное и нематериальное поощрение сотрудников, участвующих в НИОКР
- система оценки персонала по профессионализму
- создание «кадрового резерва» – специалистов, которые могут занять более ответственные посты.

- поощрение работников, повысивших свою квалификацию

Правительство Красноярского края использует ряд инструментов, способствующих развитию экспортного потенциала машиностроительных предприятий на основании политики стимулирования экспортеров машиностроительной продукции, путем формирования благоприятных условий для инвесторов, поддержки предпринимательства, создание инфраструктуры и снижения инвестиционных рисков.

В крае разработана «Стратегия социально–экономического развития до 2020 года» – инструмент поддержки экспортно–ориентированных машиностроительных предприятий края. Стратегия направлена на создание условий и проведение инвестиционной политики, повышение конкурентоспособности региона, а, следовательно, и рост его экспортного потенциала. Реализация Стратегии основана на взаимодействии всех заинтересованных сторон: населения, бизнеса, местного самоуправления и органов государственной власти края и федерального центра.

В Красноярском крае введена единая система государственной поддержки инвестиционной деятельности предприятий. Институциональные преобразования направлены на повышение долгосрочной конкурентоспособности региона и включают:

- создание благоприятного инвестиционного климата, повышение качества бизнес–среды, снижение инвестиционных рисков;
- развитие деловой активности, предпринимательских и инновационных инициатив как со стороны крупного и малого бизнеса, так и общественных организаций;
- поддержку инновационной деятельности, развитие образования и науки;
- создание комфортной среды жизнедеятельности как основного условия устойчивого развития человеческого капитала на территории Красноярского края.

Система образования и науки Красноярского края включает в себя: Красноярский научный центр СО РАН, отраслевые научно – исследовательские институты, 10 федеральных государственных высших учебных заведений и сеть филиалов отраслевых научно–исследовательских институтов и учреждений высшего профессионального образования.

Инструментом развития экспортного потенциала машиностроения Красноярского края выступают законодательные акты и программы развития, принимаемые краевым правительством. В настоящее время в крае действуют следующие программы:

1. КГАУ «Красноярский региональный инновационно – технологический бизнес – инкубатор»; проводится строительство Красноярского Технопарка.

2. Развитие кластера инновационных технологий: ЗАТО г. Железногорск – ФГУП «Горно–химический комбинат» и АО «ИСС» им. академика Решетнева».

3. Финансовая поддержка инновационной и научно–технической деятельности КГАУ «Красноярский краевой фонд поддержки научной и научно–технической деятельности» для инновационных проектов и научно–технических разработок, имеющих перспективу коммерциализации и гарантированного заказчика.

Однако машиностроителям края недостаточно существующих инструментов поддержки экспортной деятельности, на краевом уровне необходимо проводить доработку законодательной и нормативно–правовой базы, в том числе законов Красноярского края «О Государственной поддержке инвестиционной деятельности в Красноярском крае», «Об участии Красноярского края в государственно–частном партнерстве», требуется разработка подзаконных актов, регламентирующих использование данных законов. В ближайшее время планируется внедрение в деятельность органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации единого стандарта по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе. Разрабатывается Инвестиционный меморандум Красноярского края, определяющий приоритеты и принципы взаимодействия органов власти с субъектами предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Необходимо развивать такие инструменты поддержки экспортного потенциала предприятий и края в целом как:

- финансирование предприятий на базе КГАУ «КРИТБИ» по принципу «одного окна»;
- создание венчурного фонда Красноярского края для поддержки инновационных проектов на ранних стадиях.
- развитие региональных технологических платформ в приоритетных для Красноярского края направлениях.
- разработка программ социально – экономического планирования (ведомственных и целевых программ, программ социально – экономического развития) и документов территориального планирования
- взаимодействие всех заинтересованных в развитии машиностроения края сторон: населения, бизнеса, органов государственной власти.

Сохранение государственного сектора экономики края требует трансформации в соответствии с изменяющимися экономическими условиями, необходимо сохранить роль государственных предприятий в качестве «гарантирующих поставщиков» в сегментах рынка с недостаточным присутствием частного капитала.

Правительство края для защиты машиностроителей должно разработать меры по адаптации машиностроения края к новым условиям, связанным со вступлением в ВТО. Разрабатываемая в Красноярском крае политика стимулирования экспортеров машиностроительной продукции должна быть основана на принципах:

- равенство всех субъектов предпринимательства при получении поддержки.
- участие заинтересованных предпринимателей, инвесторов и общественности в процессе принятия государственных решений и оценки их реализации.
- прозрачность и доступность информации органов власти и управления.
- нацеленность административного регулирования на интересы предприятий и инвесторов.
- выделение бюджетных средств на основе проведения конкурсов и оценки проектов с учетом долгосрочных общественных выгод и затрат.

Мощным инструментом развития экспортного потенциала машиностроительных предприятий России является принятие Федерального Закона «О промышленной политике». [3]. В данном законе перечислены все виды льгот, которые государство может предоставлять всем субъектам промышленной политики. Речь идет о субсидиях, грантах, а так же передаче земельных участков.

Данный закон можно назвать кодексом взаимоотношений между государством и промышленными предприятиями. Документ определяет вектор развития отечественной промышленности на годы вперед, закрепляет широкий спектр мер поддержки различных отраслей. В частности, документ предусматривает введение ограничений госзакупок иностранной техники, существенно снижает процентные ставки по кредитам для эффективных предприятий, вводит специальные десятилетние контракты для инвесторов, защищающие от возможного ухудшения налогового климата.

Статья 17 закона регламентирует инструменты поддержки промышленности в области внешнеэкономической деятельности. В статье указаны возможные инструменты поддержки, которую органы государственной власти, органы местного самоуправления могут оказывать субъектам деятельности в сфере промышленности, осуществляющим экспорт произведенной на территории Российской Федерации промышленной продукции, поддержку в виде [3]. К данным способам отнесены следующие виды поддержки:

- 1) содействия в продвижении на рынки иностранных государств промышленной продукции, произведенной на территории Российской Федерации, на континентальном шельфе Российской Федерации, в исключительной экономической зоне Российской Федерации, и создания благоприятных условий для субъектов деятельности в сфере промышленности, осуществляющих экспорт произведенной на территории Российской Федерации

Федерации промышленной продукции, в соответствии с таможенным законодательством Таможенного союза и законодательством Российской Федерации о таможенном деле, если это не противоречит международным обязательствам Российской Федерации;

2) предоставления финансовой и имущественной поддержки субъектам деятельности в сфере промышленности, осуществляющим экспорт промышленной продукции, произведенной на территории Российской Федерации, на континентальном шельфе Российской Федерации, в исключительной экономической зоне Российской Федерации, организациям, входящим в состав инфраструктуры поддержки деятельности в сфере промышленности и осуществляющим страхование экспортных кредитов и инвестиций от предпринимательских и (или) политических рисков, а также предоставления государственных гарантий по обязательствам субъектов деятельности в сфере промышленности;

3) осуществления иных мероприятий по поддержке субъектов деятельности в сфере промышленности, осуществляющих экспорт промышленной продукции, произведенной на территории Российской Федерации, на континентальном шельфе Российской Федерации, в исключительной экономической зоне Российской Федерации.

Предложенные инструменты распределены по подсистемам государственной экономической политики и по группам предприятий, имеющим возможность использования данных инструментов. По правилам и нормам ВТО, все перечисленные инструменты могут быть использованы экспортерами машиностроительной продукции без ограничений.

Таблица 24 - Инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительных предприятий

Подсистемы государственной политики	Инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительных предприятий воздействие на предмет труда с целью изменения его состояния	Группы предприятий
Бюджетная политика	- государственная программа субсидирования расходов на НИОКР для предприятий-экспортеров машиностроительной продукции; - государственная программа субсидирования расходов на социально-экономические проекты предприятий-экспортеров машиностроительной продукции.	1, 2
Налоговая политика	- предоставление документов, подтверждающих применение 0% ставки НДС в электронном виде при экспорте машиностроительной продукции;	1, 2, 3
	- применение ускоренной амортизации для оборудования и станков, производящих экспортную машиностроительную продукцию - упрощение системы оценки балансовой стоимости нематериальных активов машиностроительных предприятий-экспортеров	1, 2, 3

Внешнеторговая политика	- приведение отечественных технических стандартов на продукцию машиностроения в соответствие с международными стандартами	1
	- программа государственной поддержки патентования и международной защиты авторских прав на экспортируемую машиностроительную продукцию	1
	- создание комплексного механизма поддержки сертификации российской машиностроительной продукции на внешних рынках	2, 3
Финансовая политика	- страхование экспортных кредитов от коммерческих и политических рисков "ЭКСАР"	1, 2, 3
	- субсидирование коммерческими банками процентных ставок по экспортным кредитам, предоставляемым иностранным покупателям российских машиностроительных товаров	1, 2
	- государственные гарантии до 100% по экспортным поставкам машиностроительных товаров,	1, 2
	- снятие ответственности предусмотренной КоАП за непоступление валютной выручки в РФ при экспорте машиностроительной продукции	1, 2
Институциональная политика	- финансирование экспортных операций специализированными банками (Внешэкономбанком, ЗАО «Росэксимбанк»)	1, 2, 3
	- нефинансовая поддержка экспортеров машиностроительной продукции при помощи ЕИКЦ, ТПП, торговых представительств РФ в иностранных государствах	1, 2, 3
	- разработка стандартных пакетов услуг для экспортеров, доступных на уровне федерального центра, субъектов РФ, торговых представительств	1
Таможенно-тарифная политика	- система электронного межведомственного взаимодействия на всех этапах таможенного контроля машиностроительных товаров	1, 2, 3
	- сокращение срока выдачи разрешительных документов, необходимых для подтверждения соблюдения требований экспортного контроля при таможенном оформлении машиностроительной продукции,	1, 2, 3
	- доработка системы «удаленный выпуск товаров» под потребности экспортеров машиностроения	
	- выдача ФТС РФ срочных и бесплатных предварительных решений по классификации на экспортируемую машиностроительную продукцию	
	- проведение мероприятий по нематериальному стимулированию экспортёров машиностроительных товаров (конкурс «Таможенный Олимп»)	

Инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительных предприятий, разработаны с учетом специфики международного машиностроительного рынка и обращающихся на нем товаров. Предложенные инструменты учитывают нетарифные ограничения международного рынка машиностроительной продукции и соответствуют современным нормам ВТО. Финансовые инструменты поддержки экспортеров напрямую (субсидии, субвенции) относятся к нежелательным или запрещенным мерам с точки зрения норм ВТО. Предприятие, воспользовавшись прямой финансовой поддержкой государства, может столкнуться с ограничениями на международном рынке.

Выводы по главе 3

1. Разработана методика комплексного анализа влияния экспортного потенциала и его компонентов на текущие и ожидаемые результаты экспортной деятельности машиностроительного предприятия. Исследованы и выбраны подходы к интегральной оценке экспортного потенциала предприятия, позволяющие контролировать достижение стратегических целей его развития. Управление развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия предполагает системное использование комплекса инструментов различной природы, направленных на элементы его формирования. Одни и те же инструменты могут одновременно воздействовать на несколько элементов экспортного потенциала, один элемент может нуждаться в целом наборе инструментов. Степень или сила воздействия инструментов для каждого предприятия индивидуальна, так как предприятия машиностроения очень специфичны.

2. Несмотря на активные преобразования в сфере промышленной политики, проведенная в данном исследовании диагностика состояния экспортного потенциала машиностроительных предприятий края, выявила необходимость совершенствования практически всего спектра инструментов, составляющих основу государственной экономической политики.

3. Проведённый анализ позволил выявить резервы в системе предоставления государственной поддержки экспортерам машиностроительной продукции. В главе предложен анализ инструментов экономической политики государства, рассмотрены подсистемы государственной политики и предложены соответствующие им инструменты, которые имеют резервы развития.

4. В качестве вариантов совершенствования инструментов, направленных на повышение экспортного потенциала машиностроительных предприятий, а так же приоритетных направлений промышленной политики автором выделены соответствующие инструменты. Инструменты государственной поддержки являются внешними по отношению к предприятиям–экспортерам. Все способы государственной поддержки можно подразделить на финансовые и нефинансовые инструменты. Нефинансовые инструменты, как правило, носят рекомендательный характер, не противоречат нормам ВТО, а значит, могут быть использованы предприятиями без ограничений. Большая часть финансовых инструментов поддержки экспортеров напрямую (субсидии, субвенции) относится к нежелательным или запрещенным мерам с точки зрения норм ВТО. Предприятие, воспользовавшееся прямой финансовой поддержкой, может столкнуться с ограничениями при выводе своей продукции на международный рынок.

Заключение

Наращивание экспортного потенциала машиностроительных предприятий является условием, позволяющим производимой ими продукции успешно конкурировать на международных рынках. В настоящее время доля российской высокотехнологичной продукции на международном рынке составляет менее 1%. Задача государственной экономической политики – способствовать наращиванию экспортного потенциала машиностроительных предприятий. Для решения этой задачи необходимо использование инструментов управления экспортным потенциалом машиностроительного предприятия, способствующих росту конкурентоспособности российских машиностроительных товаров на мировом рынке. Кроме того, современные инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительных предприятий, должны соответствовать нормам и правилам ВТО.

Анализируя существующие подходы к определению экспортного потенциала предприятия, предложено определение, в наибольшей степени соответствующие специфике машиностроительной отрасли: экспортный потенциал машиностроительного предприятия это возможность машиностроительного предприятия организовать высокоэффективное производство достаточного количества продукции, соответствующей техническим требованиям и стандартам международного рынка. Эта возможность основана на оптимальном использовании ограниченных ресурсов и достижении намеченных целей стратегического развития машиностроительного предприятия в условиях непрерывного изменения внешней среды.

На формирование экспортного потенциала машиностроительного предприятия оказывают влияние огромное количество факторов, всю совокупность которых можно подразделить на регулируемые и нерегулируемые с точки зрения предприятия. Классификация по степени регулируемости позволяет выделить факторы, на которые должно быть направлено основное управляющее воздействие. Нерегулируемые внешние факторы обладают высокой степенью неопределенности, информация о внешней среде может быть не всегда своевременной и объективной. Воздействие факторов внешней среды создает условия для развития внутренней среды предприятия машиностроения в целом. Регулируемые факторы формируют изменения внутренней среды машиностроительного предприятия в соответствии с изменениями переменных внешней среды.

В исследовании выявлены особенности международного рынка продукции машиностроения, которые связаны с особенностями обращающейся на нем продукции.

Среди особенностей продукции, поставляемой машиностроительными предприятиями на внешний рынок, можно выделить:

- необходимость соблюдения международных стандартов и технических регламентов, например наличие маркировки «СЕ» для машиностроительного рынка стран Евросоюза, сертификатов Directive LVD, ИСО или МЭК на продукцию.

- интенсивность расширения и обновления номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции: число типоразмеров продукции, обращающихся на мировом рынке машиностроения, по оценке ИМЭМО РАН в конце 20–го века насчитывала сотни тысяч наименований, а с учётом размерных вариаций – десятки миллионов.

- сложность и ресурсоемкость (научеёмкость, трудоёмкость и капиталоемкость) производственно–технологических работ на всех стадиях воспроизводственного процесса;

- высокий уровень специализации продукции (предметная, технологическая);
- сложившиеся международные кооперационные связи потребителей, составляющие технологические цепочки разделения труда и добавленной стоимости готовой продукции;

- как правило, машиностроительная продукция является объектом экспортного контроля.

Как показал проведенный анализ, предприятия машиностроения края существенно различаются по уровню экспортного потенциала. Однако для всех машиностроительных предприятий края, предлагающих или планирующих вывод своей продукции на международные рынки, необходимо решение задач по модернизации и обновлению производственного оборудования.

Управление развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия предполагает системное использование комплекса инструментов различной природы, направленных на элементы его формирования. Одни и те же инструменты могут одновременно воздействовать на несколько элементов экспортного потенциала. В то же время один элемент может нуждаться в целом наборе инструментов. Степень или сила воздействия тех или иных инструментов для каждого предприятия индивидуальна, та как предприятия машиностроения очень специфичны.

Несмотря на активные преобразования в сфере промышленной политики, проведенная в данном исследовании диагностика состояния экспортного потенциала машиностроительных предприятий края, выявила необходимость совершенствования практически всего спектра инструментов, составляющих основу государственной экономической политики.

Современные инструменты управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия это определенные методы, средства и приемы, которые применяются при выработке управляющих решений, при сборе информации, её анализе и обработке. Инструменты управления экспортным потенциалом машиностроительного

предприятия это средства, методы, приемы и действия, направленные на наращивание данного потенциала предприятия, способствующие успешному выводу производимой продукции на международные рынки.

Таких инструментов существует достаточно много, по этому для удобства использования предлагается разделить их на классификационные группы по определенным признакам: по среде воздействия – на внешние и внутренние; по способу воздействия – прямые и косвенные, и т.д. К внешним инструментам управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия относятся инструменты, которые разрабатываются и принимаются на уровне государства или региона, имеют форму законодательных актов, постановлений правительства, решений региональных или территориальных органов власти. Большая часть таких инструментов являются инструментами экономической политики и государственного регулирования внешней торговли. Среди внутренних инструментов развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия можно выделить следующие:

- Внедрение систем менеджмента качества и сертификация продукции предприятий на соответствие международным стандартам качества;
- Использование предприятием современных интернет–технологий: электронные торговые площадки, виртуальные выставки, поисковые B2B–системы, информационные порталы и электронные отраслевые СМИ, контекстная реклама, поисковая оптимизация, перевод сайтов предприятия на английский язык;
- Создание системы воспроизводства нематериальных активов: коммерциализация собственных нематериальных активов, мотивация персонала, программы развития кадрового резерва;
- Использование различных видов и способов экспорта (создание сети дилеров, зарубежных представителей, электронных B2B–систем);
- Обзоры международных рынков и поиск зарубежных партнеров через российские и зарубежные торговые представительства, торгово–промышленные палаты, ассоциации.

Инструменты управления развитием экспортного потенциала используются машиностроительным предприятием с учетом стратегии его развития. Выбранная стратегия напрямую влияет на развитие экспортного потенциала, определяя инструменты воздействия, особенности, приоритеты, формы реализации и другие характеристики. В исследовании проведена сравнительная характеристика особенностей управления развитием экспортного потенциала в зависимости от выбранной стратегии развития машиностроительного предприятия.

Современными исследователями не выработана единая методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия. В отличие от существующих методик, предлагаемая методика учитывает степень развития каждого из элементов формирования экспортного потенциала машиностроительного предприятия, позволяет провести комплексную оценку экспортного потенциала машиностроительного предприятия, так как оценка элементов формирования экспортного потенциала в отдельности не дает точное представление о возможностях и резервах предприятия на международном рынке.

Методика позволяет выявить элементы экспортного потенциала, нуждающиеся в дополнительном развитии, чтобы применить к ним набор инструментов, реализуя процесс управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия.

Методика управления развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия содержит несколько последовательных шагов, позволяет сформулировать единые правила оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия с помощью системы показателей и коэффициентов, представлена на рисунке 7.

Выбор показателей, используемых в методике, был проведен при помощи опроса руководителей машиностроительных предприятий. Специалистам было предложено выбрать показатели, которые характеризуют экспортный потенциал предприятия. В результате анкетирования было выявлено 15 показателей, исчерпывающе характеризующих и объективно описывающих каждый из элементов формирования экспортного потенциала предприятия машиностроения.

Управление развитием экспортного потенциала машиностроительного предприятия будет увеличивать площадь полученного многоугольника (радара), площадь которого будет стремиться к единичному соотношению с площадью оценочного круга. Проведенный анализ позволил выявить недостатки в системе предоставления государственной поддержки экспортерам машиностроительной продукции. В таблице 21 предложен анализ инструментов экономической политики государства. В таблице представлены подсистемы государственной политики и предложены соответствующие им инструменты, которые имеют резервы развития.

В качестве вариантов совершенствования инструментов, направленных на повышение экспортного потенциала машиностроительных предприятий, а так же приоритетных направлений промышленной политики предлагается выделить инструменты, указанные в таблице 23.

Инструменты государственной поддержки являются внешними по отношению к предприятиям–экспортерам. Все способы государственной поддержки можно подразделить на финансовые и нефинансовые инструменты. Нефинансовые инструменты, как правило, носят

рекомендательный характер, не противоречит нормам ВТО, а значит, могут быть использованы предприятиями без ограничений.

В исследовании проведён анализ инструментов государственной экономической политики, инструменты, имеющие резервы развития, распределены по подсистемам государственной экономической политики.

Большая часть финансовых инструментов поддержки экспортеров напрямую (субсидии, субвенции) относится к нежелательным или запрещенным мерам с точки зрения норм ВТО. Предприятие, воспользовавшееся прямой финансовой поддержкой, может столкнуться с ограничениями при выводе своей продукции на международный рынок.

Развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия основано на мерах государственной поддержки. Государственная внешнеторговая и промышленная политика в целом, а также политика Красноярского края должны быть направлены на содействие процессам модернизации машиностроительных предприятий: проведение НИОКР, разработка и внедрение новых технологий, выпуск современной востребованной на мировом рынке продукции, развития современных инжиниринговых и сервисных центров по продвижению и обслуживанию новых видов техники. Развитие экспортного потенциала предприятий машиностроения зависит от успеха экономической и промышленной политики государства, от эффективности и адекватности системы государственного управления. Возможности развития экспортного потенциала имеются и внутри самого предприятия: использование различных форм экспорта, экспорт сопутствующих услуг, формирование и развитие производственно-хозяйственных объединений с предприятиями поставщиками смежных товаров (электронной или химической промышленности).

В данном исследовании проведена диагностика состояния экспортного потенциала машиностроительных предприятий Красноярского края, а так же были рассмотрены конкурентные преимущества машиностроительных предприятий края и их потенциальные возможности по выходу на международные рынки. В ходе проведенного исследования предприятия были подразделены на три группы, отличающиеся по уровню своего технико-экономического развития. Данное разделение на группы показало, что различные по группам предприятия машиностроения края существенно различаются по уровню экспортного потенциала.

Для всех машиностроительных предприятий края, предлагающих или планирующих вывод своей продукции на международные рынки, необходимо решение задач по модернизации и обновлению производственного оборудования. При этом перспективы развития отдельных предприятий машиностроения края во многом будут связаны с реализацией государственных стратегических планов по инновационному развитию

экономики – стратегий развития отраслей на долгосрочную перспективу и федеральных и региональных целевых программ, в том числе попадающих в зоны действия как федеральных, так и региональных технологических платформ. Под действие таких федеральных технологических платформ, как «Национальная космическая технологическая платформа» и «Национальная информационная спутниковая система», попадают «Красмаш» и «Информационные спутниковые системы им. академика М.Ф. Решетнева».

Экспортный потенциал машиностроительных предприятий Красноярского края может быть увеличен за счет развития базовых отраслей машиностроительного комплекса (металлургия, топливно–энергетический комплекс, создание кадровых «кузниц»). Машиностроителям необходимо наращивать объемы производства специализированной инновационной продукции для предприятий нефтегазовых комплексов ближнего зарубежья (Монголия, Казахстан).

Также предприятия могут выбрать стратегию развития, основанную на захвате новых сегментов международного рынка, и проводить специализацию экспорта путем наращивания производства по отдельным видам продукции, слабо представленным на международных рынках (производство оборудования для металлургической промышленности и ТЭК). Необходимо также развивать производственные и хозяйственные связи со странами ТС и СНГ, которые с учетом территориальной близости и технологической связанности, исторически сложившейся еще в СССР, имеют наибольшую перспективу развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Договор о Евразийском экономическом союзе от 29.05.2014. – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
2. Решение Высшего Евразийского экономического совета №74 от 13.05.2014 «Об основных ориентирах макроэкономической политики государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства на 2014 – 2015 годы». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/Pages/default.aspx.
3. Федеральный Закон РФ от 31.12.2014 N 488-ФЗ "О промышленной политике в Российской Федерации". – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
4. Федеральный Закон РФ от 18.07.1999 N 183-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "Об экспортном контроле". – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
5. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 328 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности". – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
6. Указ Президента РФ от 07.07.2011 г. № 899 «Об утверждении приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации и перечня критических технологий РФ. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/ref_notes/988.
7. Указ Президента РФ от 21.07.2014 N 519 "О внесении изменений в Список товаров и технологий двойного назначения, которые могут быть использованы при создании вооружений и военной техники и в отношении которых осуществляется экспортный контроль». – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
8. Указ Президента РФ от 7 мая 2012 года №5 96 «О долгосрочной государственной политике». – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
9. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 328 "Об утверждении государственной программы РФ "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности". – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
10. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ № 1618 от 01.11.2012 г. «Об утверждении критериев отнесения товаров, работ и услуг к инновационной продукции и (или) высокотехнологичной продукции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=58749
11. Приказ Министерства экономического развития РФ от 26 декабря 2013 г. N 783. «Об утверждении годовой программы бизнес–миссий на 2014 год». – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".

12. Министерство экономического развития РФ. Основные направления развития экспорта на период до 2030 года. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economy.gov.ru>
13. Министерство экономического развития РФ. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2030 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/macro/prognoz/doc20130325_06
14. Министерство промышленности и торговли РФ. Государственная программа «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru>
15. Распоряжение правительства Красноярского края от 30 сентября 2013 г. N 702–р. "Развитие производства машин, оборудования, электрооборудования и транспортных средств на территории Красноярского края на период 2014 – 2016 годов". – Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
16. Правительство Красноярского края. Проект стратегии социально–экономического развития Красноярского края до 2020 года. Официальный портал Красноярского края. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.econ.krskstate.ru/ser_kray/strateg/.
17. Агеева, Н.Г. Стратегическое управление наукоемким предприятием (Адаптация к динамичным изменениям внешней среды) / Н.Г. Агеева. - М.:МАИ–ПРИНТ, 2009. - 383 с.
18. Акмаева, Р.И. Инновационный менеджмент./ Р.И. Акмаева, — Ростов –на–Дону: Феникс, 2009, — 345с.
19. Анчишкин, А. И. Прогнозирование роста экономики. / А. И. Анчишкин. — М.: Экономика, 1996. – 98 с.
20. Аренков, И. А., Салихова, Я. Ю., Гаврилова, М. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития / И. А. Аренков, Я. Ю. Салихова, М. А. Гаврилова. // Проблемы современной экономики, — №4 (40), — 2011.- С.21-24.
21. Аткина, Н.А. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала./ Н.А. Аткина. // Менеджмент в России и за рубежом. - 2003. - №2. - С. 37–42.
22. Беломестнов, В.Г., Егоров, М.М. Управление потенциалом промышленного предприятия / В.Г. Беломестнов, М.М. Егоров. // Российское предпринимательство, - 2011. – №4. - С.74–78. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/11790/>
23. Белякова, Г.Я. Объективные предпосылки инновационного производства / Г.Я. Белякова, В.И. Лячин. // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М.Ф. Решетнева. – Красноярск. - 2008. - № 1. - С. 177– 180.

24. Белякова, Г.Я. Проблемы производства инновационных товаров и услуг на территории Российской Федерации и Красноярского края / Г.Я. Белякова, И.С. Ушанова // Проблемы современной экономики. – 2011.- №4.- С.33-37.
25. Белякова, Г.Я., Фокина Д.А. Классификационный анализ инструментов развития экспортного потенциала машиностроительного предприятия./ Г.Я. Белякова, Д.А. Фокина. // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - № 3. - С56-60.
26. Бендиков, М.А. Фролов И.Э. Рынки высокотехнологичной продукции: тенденции и перспективы развития/ М.А. Бендиков, И.Э. Фролов. // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - № 2. С. 57– 71.
27. Берглезова, Т. В. Понятие кадрового потенциала и его влияние на эффективность деятельности промышленного предприятия / Т. В. Берглезова. – [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/07.shtml>.
28. Бирман, Г. Экономический анализ инвестиционных проектов.— М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997. — 631 с.
29. Бородин, В.А. Методологические основы оценки экспортного потенциала региона / В.А. Бородин, А.М. Прибылов // Вестник алтайской науки. - 2012. - № 3-1. - С. 120-127.
30. Бородин, В.А. состояние и направления развития сельскохозяйственного машиностроения в Алтайском крае. / В.А. Бородин, С.В. Омельченко // Сибирский вестник сельскохозяйственной науки. - 2013. - № 5. - С. 102-107.
31. Варшавский, А.Е. Исследование динамики показателей рынков наукоемкой продукции (на примере рынков компонентов персональных компьютеров) / А.Е. Варшавский. // Экономика и математические методы. — 2004. - № 1. - С. 101–116.
32. Васюков, И.А. Словарь иностранных слов / И.А. Васюков. и др. – М.: АСТ, Астрель, Транзиткнига, 2005. – 992 с.
33. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. / Стровский Л.Е. и др., М.: Юнити, 2007, — 789 с.
34. Внешнеторговое дело: учеб. пособие / И. И. Кретов, К. В. Садченко и др. — М.: Дело и Сервис, 2006. — 400 с.
35. Волкодавова, Е.В. Экспортный потенциал промышленных предприятий: теория, методология, практика: монография / Е.В. Волкодавова. – Самара: Самарский гос. экон. ун–та, 2007. – 159 с.
36. Волкодавова, Е.В. Международные экономические миссии как фактор повышения экспортного потенциала промышленных предприятий: монография. / Е.В. Волкодавова. Саратов: Изд–во Саратовского университета, — 2002. — 102 с.

37. Воронкова, О.Н., Пузакова, Е.П. Внешнеэкономическая деятельность./ О.Н. Воронкова, Е.П. Пузакова, — М.: Экономист, 2008, — 622с.
38. Вступление России в ВТО Аналитический обзор. — М.: РБК, 2013. — 28с.
39. Гарифуллин, Р.Ф. Стратегии инновационного развития предприятия машиностроения // Вопросы инновационной экономики. — 2011.— № 6 (6). С. 27–34. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles /14540/>.
40. Глазьев, С.Ю. Возможности и ограничения социально–экономического развития России в условиях структурных изменений в мировой экономике. Научный доклад./ С.Ю. Глазьев. — М.: Наука, 2008. – 6 с.
41. Глазьев, С.Ю. О стратегии развития экономики России / С.Ю. Глазьев, В.В. Ивантер, В.Л. Макаров. – М.: ООИ РАН, 2011, — 48 с.
42. Гончаренко, Т.П. Оценка научно–технического потенциала предприятия по методу экспертных оценок/ Т.П. Гончаренко. // Вісник СумДУ. – 9 (68), 2004. – С. 95—100.
43. Горячая, А. Л. Методические подходы к оценке производственного потенциала предприятия/ А. Л. Горячая. // Вестник Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина, - 2004. - № 630. - С. 92–99.
44. Гутенев, В. В. Подъем экономики – адекватный ответ на вызовы времени./ В.В. Гутенев. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mashportal.ru/ machineryrussia – 37553.aspx>
45. Гранберг, А.Г. Основы региональной экономики Учебник для студ. вузов 4–е изд. / А.Г. Гранберг. — М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.— 495с.
46. Гринберг, Р.С. Оценка социально–экономических последствий присоединения РФ к Всемирной торговой организации / Р.С. Гринберг. — М.: Экономика, 2007. — 536 с.
47. Демина, И.Д. Концепция, теория и практика контроля внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов. / И.Д. Демина, — М. : Маркетинг, 2007. —116 с.
48. Дикань, В.В. Управление развитием экспортного потенциала предприятий машиностроительного комплекса / В.В. Дикань. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://conference.be5.biz/r2013/1802.htm>.
49. Дорошенко, Ю.А., Рудичев А.А., Балацкий О.Ф. Методика экономической оценки производственного потенциала региона / Ю.А. Дорошенко, А.А. Рудичев, О.Ф. Балацкий. // Хозяйственный механизм функционирования промышленности строительных материалов и стройиндустрии в условиях рынка: - сб. докладов. – Белгород: БелГТАСМ, 1997. – С. 16-21.
50. Дружкина, М. А. Эффективность управления экспортным потенциалом предприятия : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Дружкина Майя Анатольевна. – Екатеринбург, 2008. - 187 с.

51. Ежев, А. Н. Управление внешнеэкономической деятельностью предприятия/ А. Н. Ежев. — М: МИУ, 2002. — 194 с.
52. Елькин, В.А., Елькин, И.В. Экспортный потенциал развития территориальных экономических систем. Монография. / В.А. Елькин, И.В. Елькин. — Иркутск: БГУЭП, 2011. — 152 с.
53. Изюмченко, Г.В. Таможенное регулирование как фактор развития машиностроительного комплекса: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05/ Изюмченко Галина Васильевна. – Москва, 2002. - 195 с.
54. Лапин, Е. В. Экономический потенциал предприятия: монография / Е.В. Лапин и др. — М.: ИТД «Университетская книга», 2002. —310 с.
55. Клейнер, Г.Б. Производственные функции: Теория, методы, применение. / Г.Б. Клейнер. — М.: Финансы и статистика, 1986.— 239 с.
56. Кочетов, Э.Г. Геоэкономика: Освоение мирового экономического пространства. Учебник для вузов. / Э. Г. Кочетов — М.: Норма, 2010. — 528 с.
57. Круглов, В.С. Формирование и использование экспортного потенциала промышленных предприятий : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Круглов Вадим Сергеевич. - Саратов, 2006. - 194 с.
58. Крысин, Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. / Л.П. Крысин. – М.: Русский язык, 1998. – 848с.
59. Кузьмина, Е. В. Эффективность управления экспортным потенциалом предприятия / Е. В. Кузьмина // Труды МАИ. - 2008. - № 65. -[Электронный ресурс] – Режим доступа: [/www.mai.ru/upload/iblock/720/720429165f904486e0e8b215924d7673](http://www.mai.ru/upload/iblock/720/720429165f904486e0e8b215924d7673)
60. Куканина, К. С. Оценка экспортного потенциала предприятий развивающихся стран (на примере Демократической республики Конго). дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. / Куканина Кикади Серж. – Иваново, ИГУ, 2014. - 174 с.
61. Кутин, А.А., Люцук, С.В. Анализ структуры временных связей машиностроительного производства/ А.А. Кутин, С.В. Люцук // Технология машиностроения. –2010.– №3. - С.58–61.
62. Макрусев, В.В. Основы системного анализа. / В.В. Макрусев. - М.: РТА, 2006, -573 с.
63. Манин, П. В. Управление развитием экспортного потенциала промышленного предприятия / П. В. Манин. // Вестник Волжского университета имени.- 2010. - № 21. С. 57-60.
64. Мансурова, Н.А. Шутяева, Н.О. Методологические основы оценки производственного потенциала промышленного предприятия / Н.А. Мансурова, Н.О. Шутяева. - [Электронный ресурс]. // Экономические исследования, 2012. – № 4. – Режим доступа:

<http://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-osnovy-otsenki-proizvodstvennogo-potentsiala-promyshlennogo-predpriyatiya#ixzz34z6dcnW2>

65. Менеджмент процессов / под ред. Й. Беккера, Л. Вилкова, В. Таратухина и др. – М.: Эксмо, 2007. – 384 с.

66. Мерзликина, Г.С., Шаховская Л.С. Оценка экономической состоятельности предприятия: Монография / Г.С. Мерзликина, Л.С. Шаховская. — Волгоград: ВолгГТУ, 1998. — 63 с.

67. Мировая экономика: введение во внешнеэкономическую деятельность. / А.К. Шуркалина, Н.С. Цыпина и др.,— М.: Логос, 2008. — 247 с.

68. Мировая экономика и международные экономические отношения. / Булатов А.С., Н.Н. Ливенцева и др. — М.: Магистр, 2008. — 653 с.

69. Миролюбова, Т. В. Совершенствование внешнеэкономической деятельности в условиях рыночной экономики: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 . / Миролюбова Татьяна Васильевна. – Пермь, 1992. - 164с.

70. Миролюбова, Т. В. Концептуальные подходы к развитию внешнеэкономической деятельности региона / Т. В. Миролюбова. // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 3. С 34-36.

71. Мирскчй, Э. М. Новая философская энциклопедия: В 4 тт. / Под редакцией В. С. Стёпина. - М.: Мысль, 2001. – 312 с.

72. Николаевская, О.А. Стоимостная оценка эффективности управления компанией: Монография. / О.А. Николаевская. – М.: ИД «Библто–Глобус», 2013. – 256 с.

73. «РВК» официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rusventure.ru/ru/company/brief/>

74. Официальный сайт ФТС. Статистика внешней торговли. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.customs./index.php?option=comcontent&view=article&id=13858&Itemid=209>

75. Покровская, В.В. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник для вузов./ В.В. Покровская, — М.: Экономистъ, 2006. — 672 с.

76. 29. Попов, Е.В. Рыночный потенциал предприятия. / Е.В. Попов, — М.: ЗАО "Издательство "Экономика", 2002. — 559 с.

77. Порошин Ю.Б., Карташов Б.А., Баянова Ю.А. Таможенное дело. Организация и технология внешнеторговых сделок. Теоретическая часть. Учебное пособие./ Ю.Б. Порошин, Б.А. Карташов, Ю.А. Баянова. — Волгоград: ВолгГТУ, 2006. — 121 с.

78. Портер, Майкл, Э. Конкуренция. / М. Портер. – М.: Вильямс, 2001. – 495 с.

79. Райзберг, Б.А., Лозовский, Л.Ш., Стародубцева, Е.Б. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр./ Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 479 с.
80. Разиньков, П.И. Производственный потенциал предприятия, формирование и использование: Монография./ П.И. Разиньков. — Тверь: ТГТУ, 2005. — 131 с.
81. Русаков, И.А. Управление развитием экспортного потенциала предприятия машиностроительного комплекса: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05/ Русаков Илья Александрович. — Саратов, 2012. — 137с.
82. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. / Г.В. Савицкая, — М.: Инфра-М, 2007, — 512с.
83. Салихова, Я.Ю. Конкурентный потенциал предприятия: сущность, структура, методика оценки: учебное пособие. / Я.Ю. Салихова. — СПб.: СПбГУЭФ, 2011.— 52 с..
84. Сейфуллаева, М. Международный менеджмент. / М. Сейфуллаева. — М.: КноРус, 2012, —232 с.
85. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов. В 2 т. / Смит А. М.: Наука, 1993. - 570 с.
86. Старовойтов М.К., Фомин П.А. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием. Монография / М.К. Старовойтов, П.А. Фомин. — М.: Высшая школа. — 2009. —266 с.
87. Старовойтов, М.К., Фомин, П.А. Особенности оценки потенциала промышленных предприятий / Фомин П.А., Старовойтов М.К. // Антикризисное и внешнее управление. - 2006. - №2. - С. 27-41.
88. Стариков, Е.Н. Управление развитием экономического потенциала отраслевого комплекса: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 . / Стариков Евгений Николаевич Екатеринбург, 2008. — 214 с.
89. Сычев, М.С. Концептуальный подход к анализу экспортного потенциала предприятия / М.С. Сычев // Вопросы экономики и права. — 2012. — № 7. — С 131-134.
90. Токарев, Ю.В. Формирование и использование экспортного потенциала (на примере промышленных предприятий) : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 . / Токарев Юрий Владимирович. - Казань, 1997. — 214 с.
91. Толстых, Т.Н., Уланова, Е.М. Проблемы оценки экономического потенциала предприятия: финансовый потенциал/ Т.Н. Толстых, Е.М. Уланова //Вопросы экономики. — 2004. —№4. — С.21-25.

92. Трифонова, Е.Ю. Механизмы стратегического планирования внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий: монография./ Е.Ю. Трифонова, — Новгород: ННГУ, 2004. — 85 с.
93. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности: Учебное пособие. / Под ред. В.И. Бариленко. — М.: ИНФРА-М, 2009. - 458 с.
94. Фальцман, В.К. Варианты технологической модернизации России. / В.К. Фальцман. // Современная Европа.- 2012. - №. 4. - С. 5–18.
95. Фальцман, В.К. Измерение конкурентоспособности технически сложной продукции / В.К. Фальцман. // Проблемы прогнозирования. - 2012. - №5. - С. 47–60.
96. Фальцман, В.К. Российские товары на мировом рынке: как измерить конкурентоспособность?/ В.К. Фальцман. // Современная Европа. - 2014. - № 1. - С. 5–16.
97. Фальцман, В.К. Экономический рост. От прошлого к будущему. / В.К. Фальцман. - М.: Альпина Паблишер, 2003. - 240 с.
98. Федеральные и региональные программы поддержки экспортной деятельности. Информационный бюллетень. СПб.: Политехника–сервис, 2013.— 60 с.
99. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия./ Я.А. Фомин. - М.: Московская финансово-промышленная академия, - 2004. - 61 с.
- 100.Фролов, И.Э. Особенности возникновения и развития высокотехнологичных производств и инновационных рынков в зарубежных странах и России. / Фролов И.Э. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=asp-m>,
- 101.Ханжина В.Л., Попов Е.В. Структура рыночного потенциала предприятия / В.Л. Ханжина, Е.В. Попов. // Проблемы теории и практики управления. - 2006. - №6. - С. 76–84.
102. Хасбулатов, Р. И. Мировая экономика / Р. И. Хасбулатов, -М.: Юрайт, 2013. – 896 с.
103. Хлопова, Т.В. Дьякович, М.П. К оценке трудового потенциала предприятия / Т.В. Хлопова, М.П. Дьякович. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dissers.ru/1/15953-1-2003-tv-hloпова-dyakovich-ocenke-trudovogo-potenciala-predpriyatiya-hloпова-tatyana-vladimirovna-ka.php>.
104. Чиранова, Т. И. Комплексная оценка внешнеэкономического потенциала промышленного предприятия региона / Т. И. Чиранова. - [Электронный ресурс]. // Регионология. – 2009. – №2 . – Режим доступа: <http://regionsar.ru/node/321?page=0,0> .
105. Чурсин, А. А., Окатьев, Н. А. Инновации и инвестиции в деятельности организации: Монография. / А. А. Чурсин, Н. А. Окатьев. - М.: Машиностроение, 2010. -469 с.
106. Чурсин, А. А. Управление конкурентоспособностью организации. Управленческие, внешнеэкономические и конструкторско-технологические аспекты: Монография. / А. А.

Чурсин. - М.: ФГУП «НТЦ "Информтехника"», Редакция журнала "Оборонная техника", 2006. -372 с.

107. Швыдкий, В. В. Теория и практика формирования и реализации экспортного потенциала предприятий / В. В. Швыдкий. // Известия КГТУ. - 2010. - № 19. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.klgtu.ru/ru/magazine/2010_19/8.doc.

108. Шеремет, А.Д., Сайфулин, Р.С. Методика финансового анализа. / А.Д.Шеремет, Р.С. Сайфулин. - М.: Инфра–М, 1995, — 170 с.

109. Шмиттгофф К. Экспорт: право и практика международной торговли. /К. Шмиттгофф. – М. : Юридическая литература, 1993, - 511 с.

110. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Йозеф Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

111. Access Russia – A Guide to Doing Business in Russia. Enterprise Ireland. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.enterprise-ireland.com/ereader/Export/accessrussia/#/12/>

112. Building growth: Country-specific recommendations 2014 European Commission. [Electronic resource]. – Access mode: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-623_en.htm

113. Chesbrough, H. Open innovation: Researching a new paradigm / H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, J. West. – Oxford: Oxford University Press, 2006. - P.1 – 12.

114. Dianna DaSilva–Glasgow. Improving Export Diversification through Industry Clusters: Mapping for Potential Clusters in Guyana Improving Export Diversification through Industry Clusters: Mapping for Potential Clusters in Guyana., 2013. - 58 p.

115. Fact Sheet: National Export Initiative U.S. Department of Commerce May 24, 2013. – [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.commerce.gov/news/fact-sheets/2013/05/24/fact-sheet-national-export-initiative>

116. Freeman, C. The Economics of Industrial Innovation – 2 d. ed. / C. Freeman. – London: Pinter, 1982. – VIII. - 250 p.

117. Hausmann R., Klinger B., Structural Transformation and Patterns of Comparative Advantage in the Product Space, - : John F. Kennedy School of Government at Harvard University, Research Working Paper RWP06–041, 2006 RWP06—041.

118. Hausmann, R., Klinger, B. The Structure of the Product Space and the Evolution of Comparative Advantage. / R.Hausmann, B.Klinger. - Center for International Development at Harvard University, Working Paper, 2007. – 146 p.

119. Mansell, S. Capitalism, Corporations and the Social Contract: A Critique of Stakeholder Theory. / S. Mansell. - Cambridge: Cambridge University Press, 2013. - 185 p.

120. Office of National Statistics. 2013. Economic and labor market review [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.statistics.gov.uk/elmr/downloads/elmr2.pdf>.

121. Poberezhnyi, R. Forming the Strategic Potential for Development of Machine–building Enterprises: The Balanced Scorecard in Use / R.Poberezhnyi. // Club of Economics in Miskolc' TMP , 2013, - № 2. p. 79–83. 34.

122.Scherer, F.M. International High–Technology Competition. Cambridge (Mass); / F.M. Scherer. - London: Harvard univ. press, 1992. - 196 p.

123.The Future is a Foreign Country – A Passport to International Ecommerce // Interactive Media in Retail Group (IMRG). [Electronic resource]. – Access mode: [http:// www.imrg.org/ index .php?catalog=1256](http://www.imrg.org/index.php?catalog=1256)

124. United Nations Commission on Sustainable Development (CSD). Geneva, 2013. . – [Electronic resource]. – Access mode: <http://sustainabledevelopment.un.org /csd.html>

125.United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [Electronic resource] / Paris, 2013. – Access mode: <http://en.unesco.org/>

126. United Nations Conference on Trade and Development [Electronic resource] – Access mode: <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx />

127. United Nations Economic Commission for Europe. Paris, 2013. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.unece.org/>

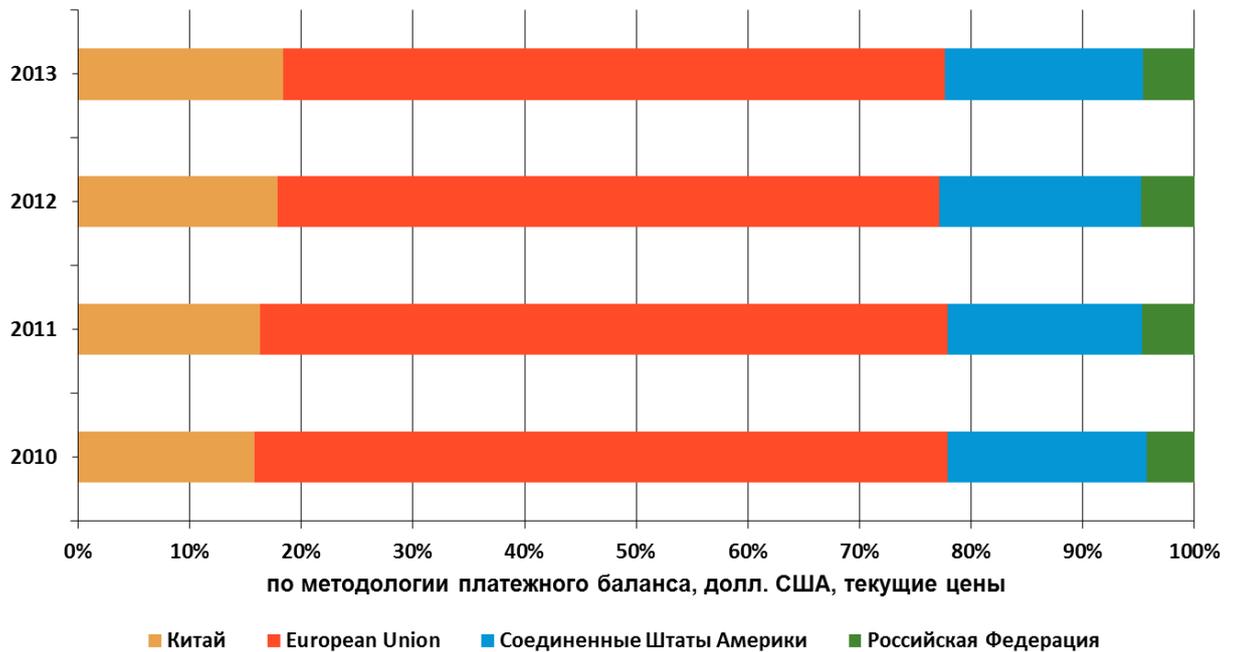
128. World Development Indicators 2014 / World Bank. [Electronic resource]. – Access mode: <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>

ПРИЛОЖЕНИЯ

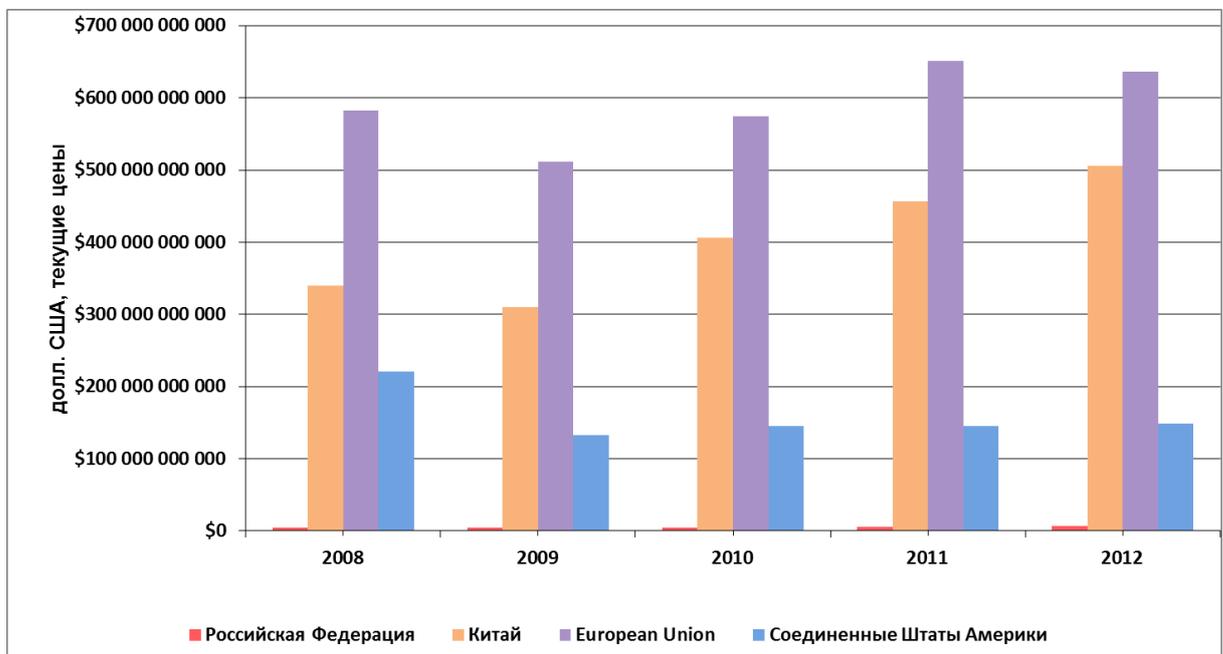
Определение понятия «Экспортный потенциал предприятия»

Экспортный потенциал предприятия – это совокупные возможности предприятия, которые имеются в наличии и могут быть мобилизованы для решения стоящих перед предприятием задач по самосохранению и развитию на мировом рынке посредством потребительских ценностей с учетом воздействия факторов внешней среды.	Кузьмина Е. [59]
Экспортный потенциал – динамично меняющаяся составляющая экономического потенциала, организационно–техническая структура которого, подчиняясь миссии и целям предприятия, с учетом воздействия факторов внешней среды и внутреннего состояния, обеспечивает стабильные объемы продаж с заданным уровнем рентабельности на рынках дальнего и ближнего зарубежья	Волкодавова. [35]
Экспортный потенциал промышленного предприятия представляет собой совокупную способность предприятия создавать и производить конкурентоспособную продукцию на экспорт, продвигать ее на внешнем рынке, реализовывать и обеспечивать требуемый уровень обслуживания.	Дружкина М. [50]
Экспортного потенциал – это настоящая или возможная способность предприятия, определяемая совокупностью его производственного, финансового, кадрового, маркетингового, инновационного и рыночного потенциалов осуществлять, под влиянием эндогенных и экзогенных факторов, экспорт производимой им продукции на ограниченный внешний рынок.	КУКАНИНА КИКАДИ СЕРЖ [60]
Под экспортным потенциалом предприятия понимается совокупная способность предприятия, основанная на его производственных и экономических возможностях, осуществлять продажи производимой продукции за рубеж, привлекать прямые иностранные инвестиции и участвовать в международных кооперационно–промышленных процессах.	Русаков И. [81]
Экспортный потенциал промышленных предприятий – объем востребованной на внешнем рынке конкурентоспособной продукции, которую могут произвести и реализовать хозяйствующие субъекты в существующих рыночных условиях.	Бариленко В. [93]
Экспортный потенциал – способность промышленности, всего общественного производства данной страны в целом производить необходимое количество конкурентоспособных товаров для внешнего рынка.	Большой экономический словарь
Экспортный потенциал – возможности производства необходимого количества товаров с целью экспортной реализации, соответствующих по своему качеству и конкурентоспособности потребностям международного рынка.	Словарь бизнес– терминов
Экспортный потенциал предприятия – это совокупность имеющихся ресурсов и возможностей для производства конкурентоспособной продукции, ее реализации и обслуживания на внешних рынках, как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде	Сычев М. [89]
Экспортный потенциал предприятия – это совокупность имеющихся ресурсов и возможностей для производства конкурентоспособной продукции, ее реализации и обслуживания на внешних рынках, как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде. Данное понятие интегрирует ресурсный и результативный подходы к выражению потенциала и реализует системный подход к управлению предприятием, где ресурсы выступают входом в систему, а реализация конкурентоспособной продукции – выходом из системы.	Дикань В. [45]

Экспорт товаров и услуг по странам



Экспорт высокотехнологичных товаров по странам



Источник: [World Development Indicators \(WDI\), September 2014](#)

Финансовые инструменты поддержки экспортеров РФ

1. Кредиты	
Предоставление льготных экспортных кредитов	ГК «Внешэкономбанк», ЗАО «Росэксимбанк», «МСП Банк»
Предоставление экспортных кредитов с субсидированием процентной ставки	ГК «Внешэкономбанк»
2. Страхование	
страхование кредита покупателю, страхование кредита поставщика, страхование рисков по аккредитиву, комплексное страхование экспортных кредитов, страхование инвестиций, страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера, страхование экспортного факторинга	«ЭКСАР»
3. Гарантии	
Государственные гарантии в обеспечение обязательств экспортера и иностранного покупателя	ЗАО «Росэксимбанк»
Нефинансовые меры поддержки экспорта	
1. Информационно–консультационные меры	Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах
	Региональные центры поддержки экспортно–ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства
	Европейский информационный корреспондентский центр
2. Промоутерско–организационные меры, в т.ч.	Минэкономразвития России
	Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах
	Региональные центры поддержки экспортно–ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства
Реализация паспортов проектов компаний и регионов	Минэкономразвития России, Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах
Поддержка выставочно–ярмарочной деятельности	Минпромторг России
Бизнес–миссии Минэкономразвития России	Минэкономразвития России, Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах
Межправительственные комиссии по торгово–экономическому и научно–тех.сотрудничеству	Минэкономразвития России
Российские Деловые советы с зарубежными странами	Торгово–промышленная палата Российской Федерации Российский союз промышленников и предпринимателей
3. Устранение барьеров для экспорта	
Улучшение условий по доступу товаров и услуг на внешние рынки	Минэкономразвития России
Упрощение таможенных процедур, Устранение административных барьеров	Минэкономразвития России, АНО «АСИ»

Анкета для руководителей экспортных программ.

Показатели для оценки экспортного потенциала машиностроительного предприятия

№	Наименование показателей, характеризующих элементы экспортного потенциала предприятия	Степень влияния (от 1 до 10)
Производственный потенциал предприятия ППП		
1	Стоимость технологического оборудования	8
2	Динамика амортизационных отчислений	9
3	Объем выпускаемой экспортной продукции	10
4	Коэффициент обновления производственного оборудования	5
5	Коэффициент обеспеченности технологическим оборудованием	6
6	Коэффициент старения производственных технологий	4
7	Эффективность использования производственных мощностей	3
8	Доля современного технологического оборудования	2
9	Доля внедренных в производство новых технологий	1
10	Уровень организации производственных процессов	7
Кадровый потенциал предприятия КПП		
1	Коэффициент повышения заработной платы персонала (рост ФОТ)	8
2	Коэффициент текучести кадров	9
3	Выработка на одного работающего	10
4	Коэффициент обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами	5
5	Коэффициент вовлеченности персонала в НИОКР	6
6	Коэффициент повышения квалификации персоналом предприятия	4
7	Удельный вес высококвалифицированных работников	2
8	Среднегодовой прирост производительности труда	3
9	Соотношение участвующих в НИОКР работников к общему количеству	1
10	Соотношение средней заработной платы на предприятии и в регионе	7
Интеллектуальный потенциал предприятия ИПП		
1	Количество освоенных новых технологий, новых видов продукции	8
2	Количество внедренных изобретений, рационализаторских предложений	9
3	Удельный вес собственных НИР в общем количестве внедренных НИР	10
4	Доля затрат на НИОКР	2
5	Доля инновационной продукции	3
6	Соотношение стоимости нематериальных активов к прочему имуществу	1
7	Количество собственных инновационных разработок	6
8	Привлечение к проведению НИОКР сторонних специалистов	5
9	Количество поданных патентных заявок	4
10	Материальное стимулирование работников, участвующих в НИОКР	7
Финансовый потенциал предприятия ФПП		
1	Рентабельность собственного капитала	8
2	Оборачиваемость капитала	9
3	Инвестиционные возможности предприятия	10

Продолжение приложения Г

4	Коэффициент автономии	3
5	Коэффициент текущей ликвидности	2
6	Коэффициент инвестиционной активности	1
7	Рентабельность экспортной продукции	6
8	Фондоотдача основных средств	5
9	Себестоимость готовой продукции	7
10	Обеспеченность запасов и затрат источниками средств	4
Рыночный потенциал предприятия РПП		
1	Жизненный цикл товара	3
2	Коэффициент потребления товара на локальном рынке	2
3	Наличие «сопутствующих» услуг	1
4	Соответствие продукции тех. стандартом локального рынка	10
5	Коэффициент роста локального рынка	6
6	Конкурентоспособности продукции (цена, качество, узнаваемость бренда)	8
7	Вовлеченность продукции в технологические цепочки добавленной стоимости локального рынка	9
8	Разработка маркетингового плана для каждого локального рынка	5
9	Наличие конкурентов на локальном рынке и их возможности	7
10	Нетарифные ограничения локального рынка	4

Расчет экспортного потенциала ООО «НПЦ МГД»

показатели	Значение показателей	парные произведения лучей радара	угол в градусах	угол в радианах	синус угла	S треугольников	Значение показателей (измененные)	парные произведения лучей радара	S треугольников
К1	0,68	0,5848	36	0,628	0,587	0,343	0,76	0,684	0,401
К2	0,86	0,5332	24	0,418	0,406	0,216	0,9	0,756	0,307
К3	0,62	0,5518	12	0,209	0,207	0,114	0,84	0,772	0,160
К4	0,89	0,1157	36	0,628	0,587	0,067	0,92	0,634	0,372
К5	0,13	0,0962	24	0,418	0,406	0,039	0,69	0,441	0,179
К6	0,74	0,2072	12	0,209	0,207	0,043	0,64	0,345	0,071
К7	0,28	0,2492	36	0,628	0,587	0,146	0,54	0,54	0,317
К8	0,89	0,1424	24	0,418	0,406	0,057	1	0,46	0,187
К9	0,16	0,1184	12	0,209	0,207	0,024	0,46	0,322	0,066
К10	0,74	0,3552	36	0,628	0,587	0,208	0,7	0,245	0,143
К11	0,48	0,2016	24	0,418	0,406	0,081	0,35	0,224	0,091
К12	0,42	0,42	12	0,209	0,207	0,087	0,64	0,204	0,042
К13	1	0,9	36	0,628	0,587	0,528	0,32	0,153	0,090
К14	0,9	0,72	24	0,418	0,406	0,292	0,48	0,384	0,156
К15	0,8	0,544	12	0,209	0,207	0,113	0,8	0,608	0,126
Суммарные значения		6,0827	360			2,366			2,716