



УДК 330:658(470.45)
ББК 65.9(2Р-4ВО)-12

МНОГОФАКТОРНАЯ ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА ¹

В.О. Мосейко, Ю.М. Азмина

В статье системно представлена многофакторная оценка экспортного потенциала малых и средних предприятий Волгоградской области в современных условиях глобализации и интеграции экономики в систему мирохозяйственных связей. Определены барьеры, препятствующие выходу малых предприятий на внешние рынки.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, международная интеграция и глобализация, малые и средние предприятия, экспортный потенциал, оценка экспортного потенциала.

Внешнеэкономическая деятельность является важнейшей экономической характеристикой социально-экономического развития страны, показывающей степень вовлеченности страны или отдельного региона в международное разделение труда и движение капитала, отражает уровень развития как субъекта экономики, так и страны в целом. Внешнеэкономическая деятельность реализуется через внешнюю торговлю, которая обеспечивает доходную часть бюджета региона [8].

Оценить внешнеэкономическую деятельность страны или отдельного хозяйствующего субъекта возможно через его экспортный потенциал. Многофакторная оценка позволяет определить количественный и качественный рост внешней торговли в перспективе, масштабы и эффективность участия субъекта в международном разделение труда с учетом быстроразвивающихся процессов глобализации мировой экономики и мирохозяйственных связей [9, с. 18]. Для оценки экспортного потенциала хозяйственного субъекта в экономической теории и хозяйственной практике не предложено единого критерия. Как правило, каждый фактор в отдельности не определяет изучаемое явление во всей полноте [4, с. 85]. Комплексный учет

влияния позволяет всесторонне оценить сущность изучаемого явления или процесса, выявить интегральные показатели, многоаспектно отражающие влияние на экспортный потенциал эндогенных и экзогенных факторов, отражающих специфику хозяйствования.

В целях получения независимой оценки экспортного потенциала предприятий малого и среднего бизнеса в регионе целесообразно использовать экспертные методы анализа, которые заключаются в привлечении специалистов к исследованию проблемы с последующей обработкой результатов и предложений в систему, на базе которой делаются выводы. Данный метод предпочтителен тогда, когда необходимо решение, требующее обобщения и анализа различных подходов к оценке явления, где недостаточно объективной статистической информации по анализируемой проблеме.

Основной целью проведения экспертных оценок является прогнозирование хода развития событий и явлений в будущем, а также оценка их в настоящем. Применительно к предмету настоящего исследования – это: выявление условий, ресурсов и факторов, способствующих выходу предприятий малого и среднего бизнеса Волгоградской области на внешние рынки; анализ и обобщение результатов, представленных другими экспертами; составление сценарных прогнозов развития событий.

Предлагаемая многофакторная оценка экспортного потенциала включает такие этапы, как ²:

1. Экспертная оценка возможностей выхода предприятия на внешние рынки на основе соответствующей системы показателей и результатов анкетирования.

2. Аналитическая оценка экспортного потенциала предприятий на базе концептуально-логических моделей предметной области.

3. Формирование информационно-аналитической системы оценки экспортного потенциала для принятия управленческих решений.

4. Сопоставление результатов исследования предприятий и мнений группы экспертов при анализе экспортного потенциала региона.

Первый этап представлен количественным исследованием на основе формализованного интервью по месту работы и жительства по половозрастной репрезентативной выборке в разрезе Волгоградской области. Объем выборки составил 500 человек. Возможная статистическая погрешность данных – 3,25 %. Обработка и интерпретация данных осуществлялась методами анализа частотных распределений и таблиц сопряжения в макетах программ SPSS 11.5 и Excel.

По своему характеру и форме проведения, структуре выборки и использованным способам сбора информации массовый опрос может быть отнесен к классу стандартных количественных исследований.

Анкетирование респондентов позволяет выявить:

- во-первых, общую информацию об экспортно-ориентированных предприятиях г. Волгограда и Волгоградской области, включающую сферу деятельности, организационно-правовую форму, возраст предприятия, численность, возрастную и квалификационный состав его сотрудников и др.;
- во-вторых, информацию об уровне экспортной деятельности, включающую оценку планов компаний в отношении их экспортной деятельности, направлений экспорта, стран-партнеров; уровне конкурентоспособности, информированности о рынке и статусе взаимодействия с рынком; уровне производственных мощностей предприятий и готовности для обеспечения других рынков; уровне внутренних сдерживающих факторов предприятия к увеличению доли экспорта продукции предприятия и др.;

- в-третьих, информацию о системе взаимодействия с таможенными органами и конфликтных ситуациях с должностными лицами таможенных органов;

- в-четвертых, информацию о возможностях предприятий, связанных с поддержкой развития их внешнеэкономической деятельности, включающую оценку действенных механизмов государственной поддержки экспорта; взаимодействие с государственными, общественными организациями по информационно-консультационной поддержке внешнеэкономической деятельности; мнение о необходимости целевой государственной поддержки экспортной деятельности;

- в-пятых, информацию о барьерах, препятствующих выведению продукции предприятия на экспортный рынок, и условиях, способствующих развитию и увеличению доли экспорта в обороте компании.

В результате анализа результатов анкетирования по предложенной методике выявлены внутренние и внешние факторы, сдерживающие увеличение доли экспорта продукции малых и средних предприятий Волгоградского региона (см. табл. 1).

Кроме того, проведенный анализ позволил выявить основные факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции малых и средних предприятий Волгоградской области в других странах (см. табл. 2), а также определить барьеры, препятствующие выведению продукции малых и средних предприятий Волгоградского региона на экспортный рынок (см. табл. 3).

Таким образом, результаты проведенного исследования позволили выявить внутренние (возникающие и действующие внутри предприятий) и внешние (создаваемые под влиянием складывающейся экономической конъюнктуры и рыночных условий) проблемы, препятствующие выходу предприятий области на международные рынки.

К внутренним проблемам следует отнести:

1. Весьма ограниченные возможности выделения финансовых ресурсов на оплату маркетинговых мероприятий по продвижению товаров, на реализацию программ по-

иска торговых, кооперационных и инвестиционных партнеров.

2. Нехватку информации о состоянии региональных и международных товарных рынков, о конкурентной ситуации, о сложившихся на данный момент потребительских предпочтениях.

3. Недостаточный уровень компетенции руководителей самих малых и средних предприятий для выработки эффективных маркетинговых стратегий повышения конкурентоспособности предприятий и производимой продукции, продвижения товаров на новые рынки.

Первая из обозначенных проблем, связанная с нехваткой финансовых ресурсов, порождает вторую – информационную. Маркетинговое информационное поле России развито недостаточно. Имеющиеся в открытой печати аналитические обзоры рынков, подготовленные специализированными исследовательскими агентствами, касаются в подавляющей своей массе отраслей, где преобладает крупный бизнес. И это понятно, исследователи, тем самым, стремятся привлечь к себе внимание потенциальных инвесторов, крупных заказчиков – крупные отечественные и зарубежные компании.

Таблица 1

Сдерживающие внутренние факторы увеличения доли экспорта малых и средних предприятий Волгоградской области на 10.12 2011 г.*

Варианты ответов	Доля респондентов, %
Отсутствие возможности расширения производственной базы (здания, сооружения, земля)	20
Отсутствие потенциальных объемов сырьевой базы	13
Отсутствие необходимого и достаточного количества квалифицированных кадров	18
Отсутствие финансовых ресурсов	67
Отсутствие контактов с научно-исследовательскими структурами	13
Отсутствие возможности увеличения производственных мощностей (оборудование)	11
Другое	9

Таблица 2

Факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции малых и средних предприятий Волгоградской области на внешних рынках на 10.12 2011 г.*

Варианты ответов	Доля респондентов, %
Высокие транспортные расходы	43
Устаревшие производственные мощности, отсутствие новых технологий	10
Высокая конкуренция со стороны третьих стран (Китай, Корея, Индия)	43
Отсутствие информации о рынках сбыта	40
Проблемы с возвратом НДС	19
Недостаток оборотных средств	36
Сложность процедур таможенного оформления товара	21
Высокие требования к сертификации в стране-импортере	14
Высокие экспортные пошлины на вашу продукцию в РФ	2

* Составлено по: [10].

**Барьеры, препятствующие выведению продукции малых и средних предприятий
Волгоградской области на экспортный рынок на 10.12 2011 г.***

Варианты ответов	Доля респондентов, %
Низкая конкурентоспособность выпускаемой продукции	20
Высокие затраты предприятия для выхода на внешний рынок	65
Отсутствие информации о зарубежных рынках и уровне спроса на ту или иную продукцию	37
Высокие затраты предприятий для внедрения современных управленческих технологий, в частности систем менеджмента качества ISO	15
Отсутствие информации о требованиях к сертификации и качеству продукции для продажи ее на зарубежных рынках	13
Низкая доступность инвестиционных ресурсов, отсутствие информации об источниках и возможностях привлечения иностранных инвестиций	17
Ограниченные возможности для коммерциализации инновационных технологий и разработок	4
Слабая правовая подготовка в области внешнеэкономической деятельности	20
Отсутствие информации о проектах и программах содействия экспорту	30
Отсутствие возможности для продвижения своей продукции на зарубежных выставках-ярмарках	15
Отсутствие доступа к источникам информации о благонадежности иностранных партнеров	22
Другое	2

* Составлено по: [10].

Третья проблема связана с низкой маркетинговой компетенцией самих руководителей малых и средних предприятий. Характерное для малых и средних предприятий совмещение функций собственника и менеджера в лице хозяина предприятия, стремление к минимизации непроизводственного персонала путем снижения управленческих издержек могут привести, и часто приводят, к самоэксплуатации предпринимателя во всех сферах деятельности предприятия, включая производство, финансы, снабжение, сбыт. Маркетинговое направление в исключительном большинстве случаев предприниматель оставляет за собой, опять же экономя деньги на оплату профессиональных менеджеров по маркетингу.

К проблемам внешнего характера в организации и осуществлении внешнеэкономической экспортной деятельности относятся:

1. Высокий уровень технического и организационного регулирования западных рынков, дополнительные требования к упаковке, условиям транспортировки и хранения.

2. Функционирование малых и средних предприятий на небольших рыночных сегментах, мелкая серийность их продукции, поскольку

они не способны конкурировать с крупными производителями, как зарубежными, так и отечественными.

3. Качество продукции малых и средних предприятий заметно проигрывает лучшим зарубежным и отечественным аналогам из-за отсутствия возможности широкого использования в производстве современных технологий, материалов, сырья.

4. Отсутствие в России рыночно-ориентированных и взятых на вооружение низкобюджетных маркетинговых технологий, позволяющих решать проблемы малых и средних предприятий, связанных с освоением новых рынков.

5. Недостаточная информированность малых и средних предприятий о возможностях получения поддержки со стороны профильных подразделений администрации города и области и организаций, занимающихся этой проблемой [10, с. 82].

Второй этап рассматриваемой методики предполагает анализ экспортного потенциала через совокупность статистических показателей.

Экспортный потенциал предприятия целесообразно определять по следующей формуле [там же, с. 39]:

$$I_{\text{ан}} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n k_i a_i}{n}}$$

где k_i – весовые коэффициенты, для критерийных показателей;

a_i – частные показатели экспортного потенциала (приведены в таблице 4).

Представленные показатели поддаются количественному и числовому измерению, что делает их учет и анализ доступным и повышает достоверность и объективность оценки. Кроме того, они позволяют оценить влияние на экспортный потенциал как эндогенных, так и экзогенных факторов социально-экономического развития региона.

Таблица 4

Система показателей для оценки экспортного потенциала малых и средних предприятий *

Показатели	Алгоритм расчета	Характеристика показателя
Эффективность производства экспортной продукции	$\mathcal{E}_{\text{гпр}} = \frac{\mathcal{I}_3}{C_3}$ где \mathcal{I}_3 – стоимость экспортной продукции во внутренних ценах; C_3 – себестоимость экспортной продукции	Характеризует эффективность производства продукции для предприятия-экспортера; чем выше показатель, тем более целесообразно производство данного вида продукции
Удельный вес экспорта в общем объеме реализации продукции предприятия-экспортера	$У_{\text{двз}} = \frac{O_3}{O_3^*}$ где O_3 – объем экспорта продукции; O_3^* – общий объем реализации продукции	Характеризует экспортную ориентированность производства предприятия; чем выше данный показатель, тем более значимо экспортное направление реализации продукции для предприятия-экспортера
Удельный вес прибыли от экспорта продукции в общем объеме прибыли предприятия-экспортера	$У_{\text{пз}} = \frac{П_3}{П_3^*}$ где $П_3$ – прибыль от экспорта продукции; $П_3^*$ – общая величина прибыли предприятия-экспортера	Показывает долю прибыли от экспорта продукции в общей сумме прибыли от реализации продукции предприятия-экспортера; чем выше $У_{\text{пз}}$, тем больше значимость экспорта данного вида продукции для предприятия
Рентабельность экспортных продаж	$Р_{\text{э}} = \frac{П_3}{В_3^*}$ где $П_3$ – прибыль от экспорта продукции; $В_3^*$ – выручка от реализации продукции на экспорт	Показывает рентабельность экспортной продукции; чем выше данный показатель, тем выгоднее предприятию экспорт данного вида продукции
Доля инновационной продукции	$Д_{\text{ин}} = \frac{П_{\text{ин}}}{П_3^*}$ где $П_{\text{ин}}$ – количество инновационной продукции; $П_3^*$ – общее количество продукции	Определяет отношение инновационной продукции к общему количеству выпускаемой продукции и характеризуют долю продукции, которую можно вывести на внешний рынок
Коэффициент автономии	$К_{\text{а}} = \frac{С_3}{\mathcal{B}_3}$ где $С_3$ – собственные средства; \mathcal{B}_3 – баланс общий (в валюте)	Определяет долю собственных средств в валюте баланса (нормальное ограничение больше либо равно 50 %)
Коэффициент текущей ликвидности	$К_{\text{тл}} = \frac{O_{\text{БА}}}{E_{\text{ЛС}}}$ где $O_{\text{БА}}$ – оборотные активы, принимаемые в расчет при оценке структуры баланса; $E_{\text{ЛС}}$ – краткосрочные долговые обязательства	Дает общую оценку ликвидности активов, показывая, сколько рублей текущих активов предприятия приходится на один рубль текущих обязательств (нормальное ограничение 80 %)
Эффективность продаж экспортной продукции	$\mathcal{E}_{\text{п}} = \frac{П_{\text{пз}}}{З_{\text{прз}}}$ где $П_{\text{пз}}$ – прибыль от продажи экспортной продукции; $З_{\text{прз}}$ – затраты на производство экспортной продукции	Характеризует эффективность продаж экспортной продукции; чем выше показатель, тем более выгодно производство данного вида продукции на экспорт

* Составлено по: [1; 6; 10].

В рамках третьего этапа методики многофакторной оценки экспортного потенциала Волгоградского региона реализована информационно-аналитическая система, позволяющая аккумулировать в себе различные объемы актуальной и архивной информации по качественным и количественным характеристикам системы управления экономикой региона и обеспечивающая анализ эффективности принимаемых на ее основе решений [5; 7]. Спроектированная информационно-аналитическая система отражает информацию, на основе которой можно определять интегральные показатели экспортного потенциала малых и средних предприятий Волгоградской области. Она

позволяет получать достоверную статистическую и расчетную аналитическую информацию, обновляемую с заданной периодичностью.

В рамках четвертого этапа многофакторной оценки проведен анализ экспортного потенциала группой экспертов, в которую входили представители органов государственной власти, организаций инфраструктуры, поддержки малого и среднего предпринимательства, финансово-кредитных организаций, имеющих стаж профессиональной деятельности не менее пяти лет. В результате были выявлены факторы, сдерживающие конкурентоспособность малых и средних предприятий Волгоградской области на внешних рынках (см. рис. 1 и 2).



Рис. 1. Результаты оценки экспертами основных причин, влияющих на конкурентоспособность малых и средних предприятий Волгоградской области на внешних рынках (по пятибалльной шкале) на 10.12 2011 г.*

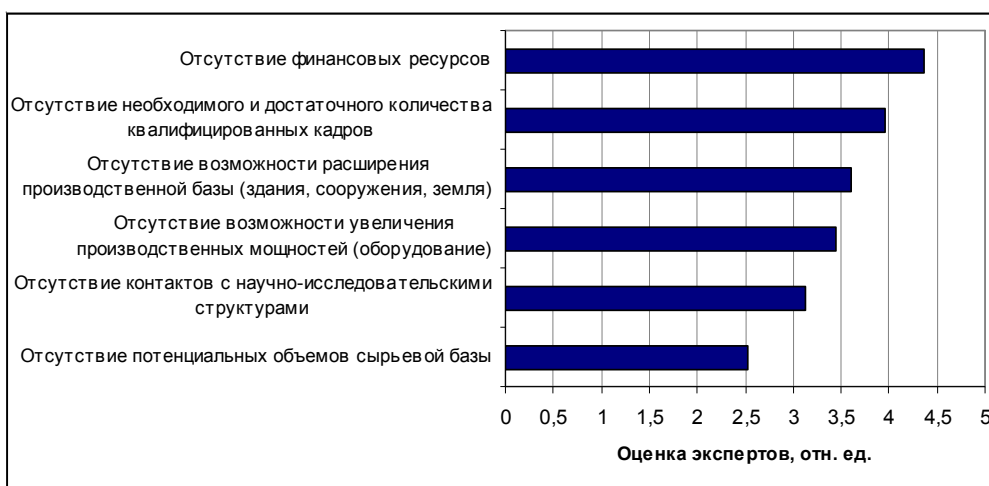


Рис. 2. Результаты оценки экспертами внутренних факторов, сдерживающих экспорт продукции малых и средних предприятий Волгоградской области (по пятибалльной шкале) на 10.12 2011 г.*

* Составлено по: [10].

При сопоставлении результатов исследования предприятий и мнений экспертов относительно экспортного потенциала малых и средних предприятий Волгоградской области были выявлены следующие результаты:

1. По экспортному потенциалу секторов экономики Волгоградской области.

Результаты социологического исследования и экспертного опроса совпадают в оценке наиболее значимых отраслей экономики региона (химия и нефтехимия, металлургия и металлообработка, сельское хозяйство, строительное сырье и материалы). Исключение составляют сферы туризма (отмечена только экспертами) и оптовой торговли (отмечена предприятиями) [3].

2. По оценке барьеров входа малых и средних предприятий Волгоградской области на внешние рынки.

Мнения экспертов и результаты опроса предприятий имеют расхождения: эксперты видят барьеры в слабой правовой подготовке к внешнеэкономической деятельности, низкой конкурентоспособности продукции, низкой доступности инвестиций и ограниченных возможностях в коммерциализации научных разработок, в то время как предприятия отмечают следующие барьеры: отсутствие доступа к источникам информации о внешних рынках и возможности участия в зарубежных выставках-ярмарках. В остальном оценки сопоставимы (см. рис. 3).

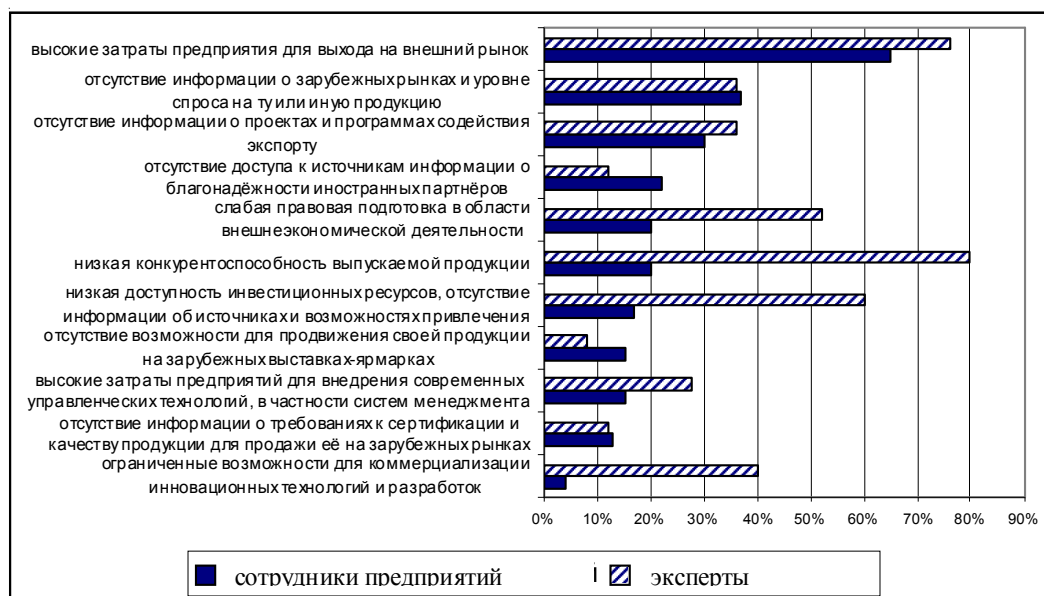


Рис. 3. Сопоставление результатов анкетного опроса сотрудников малых и средних предприятий и мнений экспертов относительно барьеров входа малых и средних предприятий Волгоградской области на внешние рынки на 10.12.2011 г.*

* Составлено по: [10].

По оценке основных причин, влияющих на конкурентоспособность малых и средних предприятий Волгоградской области на внешних рынках, мнения экспертов и результаты опроса предприятий имеют существенные расхождения: предприятия не считают свои производственные мощности устаревшими, не считают высокими экспортные пошлины и чрезмерными требования к сертификации в стране-экспортере (см. рис. 4).

Продолжение динамичного развития внешнеэкономических и международных связей, укрепление международного авторитета и влияния Волгоградской области на мировом рынке является основной целью в стратегии внешнеэкономической деятельности региона на фоне роста мировой экономики с учетом ориентиров развития внешней торговли РФ, содержащихся в концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации [2].

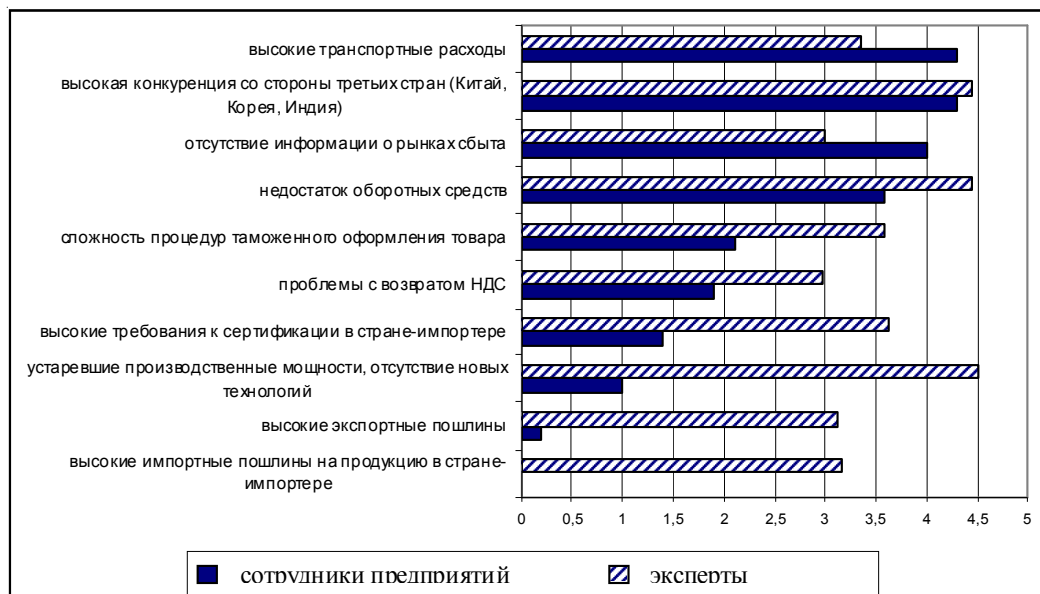


Рис. 4. Сопоставление результатов анкетного опроса сотрудников малых и средних предприятий и мнений экспертов относительно причин, влияющих на конкурентоспособность продукции малых и средних предприятий Волгоградской области на внешних рынках на 10.12.2011 г.*

* Составлено по: [10].

Современное активное экономическое интеграционное взаимодействие различных хозяйствующих субъектов способствует совершенствованию системы управления и оценки экономического развития регионов. Представленная многофакторная оценка экспортного потенциала в современных условиях глобализации хозяйственных связей позволит увеличить объемы производства региона, пополнить бюджет, создаст возможности привлечения зарубежных партнеров, инвестиций, капитала, возможность перенимать зарубежный опыт внешнеэкономической деятельности, адаптируя его к российским условиям хозяйствования, внедрять инновационные идеи создания инфраструктуры малого и среднего бизнеса, а также предложенные разработки могут эффективно использоваться при оценке внутреннего состояния предприятия, динамики производства его продукции, ориентированной на реализацию как на внутреннем, так и на внешнем рынках с учетом отраслевой специфики.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Работа выполнена в рамках гранта РГНФ и Администрации Волгоградской области № 12-12-

34018. Региональный конкурс «Волжские земли в истории и культуре России». Проект «Мониторинг и корректировка механизма управления инновационными процессами в экономике региона с использованием естественнонаучных методов».

² В разработке методики и проведении оценки экспортного потенциала малых и средних предприятий Волгоградской области принимали участие ученые и аспиранты Волгоградского государственного университета – профессора А.Э. Калинина, О.В. Иншаков, В.О. Мосейко, М.Э. Буянова, Е.А. Петрова, И.А. Гришин, доцент А.В. Шевандрин, старший преподаватель А.А. Голодова, аспирант Ю.М. Азмина – в рамках Госконтракта № 12 от 1 ноября 2011 г. на выполнение научно-исследовательских работ по изучению экспортного потенциала малых и средних предприятий Волгоградской области в рамках Долгосрочной областной целевой программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Волгоградской области» на 2009–2012 годы, утвержденной Постановлением Администрации Волгоградской области от 30 марта 2009 года № 85-и.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Буянова, М. Э. Оценка региональных рисков Южного федерального округа / М. Э. Буянова // Регионоведение. – 2006. – № 3. – С. 20–32.
- Закон Волгоградской области о стратегии социально-экономического развития Волгоградской об-

ласти до 2025 года. № 1778-ОД. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://economics.volganet.ru/export/sites/economics/folder_5/normativeDocs/downloads/1778-OD_ot_21-11-2008.pdf. – Загл. с экрана.

3. Информация о Волгоградской области / Администрация Волгоградской области. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://economics.volganet.ru/foreign/folder_1/. – Загл. с экрана.

4. Иншакова, Е. И. Устойчивое развитие макрорегиона: Методологические и теоретические аспекты исследования / Е. И. Иншакова, А. В. Самохин // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3. Экономика. Экология. – 2008. – № 1 (12). – С. 80–85.

5. Калинина, А. Э. Интегральная многофакторная оценка эффективности управления регионом в условиях модернизационных преобразований российской экономики / А. Э. Калинина // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3. Экон. Экол. – 2012. – № 1 (20). – С. 76–84.

6. Мосейко, В. О. Система индикаторов устойчивого развития как инструмент управления муници-

пальным образованием / В. О. Мосейко, В. В. Фесенко, И. В. Богомолова // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3. Экон. Экол. – 2008. – № 2. – С. 78–85.

7. Перцухов, В. Методология оценки и прогнозирование уровня экономического потенциала и уровня экономического риска территориальных образований / В. Перцухов // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2010. – № 4. – С. 352–359.

8. Рогов, В. В. Экспортный потенциал России: состояние, ориентиры и условия развития. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://stra.teg.ru/lenta/innovation/1822>. – Загл. с экрана.

9. Татаркин, А. И. Регион как саморазвивающаяся социально-экономическая система: переход через кризис / А. И. Татаркин, С. В. Дорошенко // Экономика региона. – 2001. – № 1. – С. 15–22.

10. Экспортный потенциал малых и средних предприятий Волгоградской области: метод. материалы / авт. колл.: А. Э. Калинина (науч. рук.) [и др.]; Федер. гос. бюдж. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2011. – 148 с.

MULTIFACTOR ASSESSMENT OF THE EXPORT POTENTIAL OF SMALL AND MEDIUM REGIONAL ENTERPRISES

V.O. Moseiko, Yu.M. Azmina

The article is devoted to the multi-factor assessment of the export potential of small and medium enterprises of the Volgograd region in the current economic situation of globalization and economic integration into the world economy. The barriers impeding an exit of small enterprises on foreign markets are defined.

Key words: *foreign economic activity, international integration, globalization, small and medium enterprises, export potential, estimating the export potential.*