

На правах рукописи

КУКАНИНА КИКАДИ СЕРЖ

**ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН (НА ПРИМЕРЕ
ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ РЕСПУБЛИКИ КОНГО)**

Специальность:

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

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Иваново - 2014

Работа выполнена в ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный химико-технологический университет»

Научный руководитель кандидат экономических наук, доцент
Рычихина Наталья Сергеевна

Официальные оппоненты: **Колибаба Владимир Иванович**
доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина», зав. кафедрой экономики и организации предприятия

Савельев Игорь Игоревич
кандидат экономических наук, доцент
Владимирский филиал ФГОБУ ВПО
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Ведущая организация: **ФГБОУ ДПО «Государственная академия промышленного менеджмента имени Н.П. Пастухова»**

Защита состоится 5 декабря 2014 года в 16.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.062.05 при ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет» по адресу: 153025, г. Иваново, ул. Тимирязева, д.5, учебный корпус № 6, ауд. 819 (конференц-зал).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет» и на сайте ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет» <http://ivanovo.ac.ru>.

Автореферат разослан « ____ » _____ 2014 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Е. Е. Николаева

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В настоящее время глобализация мировой экономики подталкивает промышленные предприятия к активной экспортной деятельности, которая дает новые возможности для сбыта продукции, роста прибыли, увеличения стоимости компании, получения мировой известности. Особенно остро данная проблема стоит перед промышленными предприятиями африканских стран, имеющими огромный ресурсный потенциал для развития, но в силу специфических особенностей, присущих экономике развивающихся стран, низкую долю экспортируемой продукции, проблемы с ее продвижением и сбытом на зарубежных рынках. Активизация экспортной деятельности промышленных предприятий африканских стран позволит им увеличить объемы сбыта, улучшить финансовое положение, извлечь дополнительную прибыль и направить ее на развитие бизнеса, модернизацию предприятий, внедрение новых технологий, улучшение условий труда рабочих и повышение заработной платы сотрудникам.

Оценка экспортного потенциала – широко используемый метод планирования экспортной деятельности, позволяющий определять потенциальные возможности предприятия поставлять на внешний рынок в необходимом количестве и в определенные сроки конкурентоспособную продукцию, и обосновано выбрать рынок сбыта. Для российских и европейских предприятий оценка экспортного потенциала при планировании внешнеэкономической деятельности процесс естественный (это подтверждает большое количество публикаций по данной проблеме) и детально проработанный. Слабая экспортноориентированность предприятий Африканского континента и низкая эффективность экспортных операций, вызывают необходимость внедрения в управленческую деятельность современных инструментов стратегического планирования внешнеторговой деятельности и адаптации, успешно используемых в российской практике методических подходов оценки экспортного потенциала, к специфическим условиям функционирования промышленных предприятий развивающихся стран. Важность предпринятого исследования заключается в том, что в результате совершенствования методики оценки экспортного потенциала, на примере

конголезских предприятий, может быть решена практическая задача активизации эффективной внешнеторговой деятельности промышленных предприятий многих развивающихся стран Африки и Азии.

Степень проработанности проблемы.

В изучение теории экспортной деятельности промышленных предприятий, инструментов стратегического планирования внешнеторговой деятельности существенный вклад внесли российские и европейские ученые: Ф. Котлер, К. Л. Келлер, И. Л. Акулич, А. Дайан, Ф. Беккерель, Р. Ланкар, Т. А. Шишлова, Е. И. Фролов, Н. И. Быкова и др. В работах этих ученых рассматриваются вопросы планирования экспортной деятельности предприятий, а именно, исследование внутрифирменных ресурсов промышленных предприятий для начала ими внешнеторговой деятельности, изучение факторов внешней среды, оказывающих влияние на экспортный потенциал, а также вопросы выбора стратегий и инструментов продвижения товаров на зарубежные рынки.

Особенности формирования экспортоориентированной стратегии развития промышленных предприятий разных стран рассмотрены в публикациях: А. Г. Кайгородова, В. И. Колибабы, М. В. Андреева, Л. И. Мацкевич, Т. В. Миролюбовой, Т. И. Чирановой, В. В. Погова (для российских предприятий), Nicole Madariaga, Jean-Lois Mucchielli, Henri Dou, Flora Bellone, Sarach Guillou (для предприятий Франции и Германии), Antoine Kernен (для китайских предприятий), Theophile Dzaka-Kikouta, Andre Moulemvo (для конголезских предприятий).

Изучению экспортного потенциала промышленного предприятия с целью определения его потенциальных возможностей для осуществления внешнеторговой деятельности посвящено значительное число исследований и разработок российских и зарубежных ученых: П. В. Манина, П. М. Медведева, Н. В. Невской, Ю. В. Токарева, М. С. Сычева, М. Е. Портера, Ф. Котлера, К. Л. Келлера и др. В публикациях и научных изданиях этих ученых отражены основные составляющие экспортного потенциала предприятия, факторы, оказывающие на него влияние; формируются и обосновываются методические прин-

ципы формирования и проведения оценки экспортного потенциала промышленного предприятия.

Тем не менее, оценка экспортного потенциала промышленных предприятий относится к малоизученным экономической наукой методам управления внешнеторговой деятельностью. Теоретические и прикладные методики, предложенные российскими учеными, не отображают особенности страны, в которой функционирует предприятие, и не учитывают особенностей стран, в которые планируется экспорт (уровень экономического развития, платежеспособность местного населения, плотность населения и др.), и требуют адаптации к конголезским промышленным предприятиям, которые имеют незначительный опыт работы на внешних рынках и, порой, даже его отсутствие. Таким образом, требуется дальнейшее совершенствование теоретических аспектов и методических подходов оценки экспортного потенциала для промышленных предприятий развивающихся стран.

Цель исследования: теоретически обосновать и практически разработать методику оценки локального экспортного потенциала предприятия, как инструмента стратегического планирования внешнеторговой деятельности в условиях глобализации товарных рынков. Цель исследования определила необходимость решения следующих **задач**:

1) Уточнить экономико-теоретическое содержание понятия «экспортоориентированная политика государства», «экспортоориентированное промышленное предприятие», выделить критерии отнесения промышленного предприятия к экспортоориентированному;

2) Изучить особенности экспортной деятельности промышленных предприятий развивающихся стран Африки на примере Демократической Республики Конго (ДРК) и выявить факторы, которые в условиях глобализации экономики сдерживают развитие внешнеторговой деятельности промышленных предприятий ДРК, провести SWOT-анализ экспортоориентированности предприятий ДРК;

3) Уточнить экономико-теоретическое содержание понятия «локальный экспортный потенциал»; составляющие

элементы локального экспортного потенциала промышленного предприятия; проанализировать факторы, на него влияющие;

4) Провести анализ методических подходов российских и зарубежных ученых-экономистов к оценке экспортного потенциала промышленных предприятий, как инструмента стратегического планирования внешнеэкономической деятельности, и адаптировать их к условиям развивающихся стран;

5) Разработать методику оценки локального экспортного потенциала, учитывающую факторы внутренней среды работы предприятия, опыт его работы на внутреннем и внешнем рынке, и факторы внешней среды планируемого рынка сбыта продукции (оказания услуг);

6) Определить систему факторных взаимосвязей между показателями уровня локального экспортного потенциала предприятия и выбором адаптивных стратегий осуществления экспортной деятельности;

7) Апробировать методику оценки локального экспортного потенциала на примере конголезских предприятий разных сфер деятельности и разработать рекомендации по организации внешнеэкономической деятельности на новых рынках.

Объект исследования: действующие промышленные предприятия крупного и среднего бизнеса, планирующие начать экспортную деятельность в специфических условиях экономики развивающихся стран.

Предмет исследования: методы и инструменты стратегического планирования экспортной деятельности промышленного предприятия, как часть экономических отношений субъектов товарных рынков в условиях глобализации экономики.

Методологическую базу исследования составили труды российских и зарубежных авторов по экономике предприятия, внешнеэкономической деятельности, стратегическому менеджменту, маркетингу. В исследованиях использованы правовые и нормативные акты Демократической Республики Конго, а также обзорные материалы по другим развивающимся странам из регулярных и периодических изданий.

Информационной базой исследования являются официальные и разрешенные к открытому доступу источники информации, в том числе, научные фонды библиотек, периодические издания, материалы научных конференций, официальные статистические данные по Демократической Республики Конго, информационные ресурсы сети Интернет и др.

Содержание диссертационного исследования соответствует пункту 1.1.4. «Инструменты внутрифирменного и стратегического планирования на промышленных предприятиях, отраслях и комплексах», 1.1.9. «Инструменты функционирования товарных рынков с ограниченной и развитой конкуренцией в условиях глобализации мировой экономики и свободной торговли», 1.1.10. «Внешнеторговая деятельность предприятия в условиях либерализации внешнеэкономической деятельности», Паспорта специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами - промышленность».

Научная новизна исследования. Наиболее существенные научные результаты, полученные соискателем и представленные к защите, состоят в следующем:

1) Предложено авторское определение экспортоориентированного предприятия, как субъекта бизнеса, производящего конкурентоспособные товары, имеющего четко сформулированную стратегию экспортной деятельности, обладающего достаточным потенциалом для устойчивой работы на международном рынке и поставляющим на внешний рынок более 30% выпускаемой продукции. Отличительными особенностями данного определения от предложенных в научной литературе являются:

-предприятие является экспортоориентированным, если поставляет на внешний рынок более 30% выпускаемой продукции. Если предприятие поставляет меньшее количество выпускаемой продукции на внешний рынок, оно считается ориентированным на внутренний рынок страны;

-экспортоориентированное предприятие имеет сформулированную стратегию экспортной деятельности, включающую географию экспортных поставок, ресурсную базу.

2) Расширена классификация экспортоориентированных конголезских промышленных предприятий, за счет следующих критериев: форма собственности предприятия, уровень конкурентоспособности товаров, продуктовая специализация, используемая стратегия, инновационность предприятия.

3) Уточнено определение понятия локального экспортного потенциала - 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 (локальный) внешний рынок. Отличительными особенностями данного определения от уже существующих являются:

-расширен список компонентов, составляющих экспортный потенциал предприятия; введены маркетинговый потенциал и инновационный - как важные составляющие экспортного потенциала предприятия;

-на экспортный потенциал предприятия влияют факторы внешней среды, которые определяют особенности экспорта в той или иной стране, поэтому мы считаем, что экспортный потенциал предприятия должен исследоваться при выходе на определенный ограниченный рынок. Этим обусловлено включение в определение экспортного потенциала предприятия уточнения при выходе на ограниченный (локальный) внешний рынок;

4) Выявлены факторы, стимулирующие развитие экспортного потенциала конголезских промышленных предприятий и сдерживающие развитие внешнеторговой деятельности.

5) Предложен методический подход к управлению экспортоориентированной стратегией развития промышленного предприятия, в рамках которого разработан алгоритм оценки локального экспортного потенциала. Авторский подход к оценке локального экспортного потенциала промышленного предприятия отличающийся от существующих, следующими положениями:

- учитывает специфические факторы макро- и микросреды, оказывающие влияние на экспортный потенциал конголезских промышленных предприятий;

- многовекторной практической направленностью;
- интегральным многофакторным подходом оценки локального экспортного потенциала;
- пошаговым алгоритмом оценки экспортного потенциала с возможным выбором стратегии экспорта;
- балльной шкалой для оценки составляющих элементов локального экспортного потенциала;
- градацией интегрального значения локального экспортного потенциала на высокий, средний и низкий.

Теоретическая значимость исследования состоит в расширении теории экономического анализа и управления стратегией внешнеторговой деятельности промышленных предприятий, осваивающих новые рынки в условиях глобализации экономики. Теоретическое значение результатов исследования обусловлено необходимостью дальнейшего совершенствования научно-методического обеспечения в связи с возрастанием роли оценки экспортного потенциала промышленных предприятий при планировании экспортной деятельности и несовершенством методической базы ее проведения.

Практическая значимость результатов работы. Разработанные в диссертации научно-методические рекомендации частично реализованы при составлении планов развития внешнеторговой деятельности на трех промышленных конголезских предприятиях (что подтверждено документально) и могут применяться на других предприятиях при разработке стратегии их развития. Материалы диссертации могут быть использованы в учебном процессе по профильным дисциплинам на экономических факультетах университетов.

Апробация результатов исследования. Основные положения, выводы и результаты диссертационного исследования доложены автором: на международной научно-практической конференции «Российские регионы в условиях перемен: исторический опыт и современность» в Филиале РГГУ (Иваново, 2011); на научно-практической конференции «Модернизация современного общества: пути созидания и развития (экономические, правовые и социальные тенденции)» (Саратов, 2011); на 15-ой Международной научно-практической

конференции Независимого научного аграрно-экономического общества России (Немчиновские чтения) в Российском государственном аграрном университете - МСХА имени К.А. Тимирязева (Москва, 2011); на 14-ой Международной научно-практической конференции «Маркетинг в развитии территорий» в Ярославском филиале МЭСИ (2011) на Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов» в ФГБОУ ВПО «Вятский государственный гуманитарный университет» (2013); на Международной научно-практической конференции «Наука и образование в 21 веке» (Тамбов, 2013).

Публикации. Основные результаты исследования и выводы полностью отражены в 9 научных работах общим объемом 2,33 п.л. (автора – 2,17 п.л.), в том числе 3 научные статьи опубликованы в журналах, включенных в Перечень ВАК.

Объем и структура диссертации. Структура и объем диссертации обусловлены логикой проведения исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и 5 приложений. Диссертация изложена на 177 страницах машинописного текста, в том числе 39 таблицы и 20 рисунков. Работа имеет следующее содержание:

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1 ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1 ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

1.2 ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

1.3 ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

1.4 ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ПРОБЛЕМЫ, ТОРМОЗЯЩИЕ ЭКСПОРТНУЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ РЕСПУБЛИКИ КОНГО

ГЛАВА 2 МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЛОКАЛЬНОГО ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНУТРИФИРМЕННОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

2.1 МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

2.2 ФАКТОЛОГИЧЕСКАЯ БАЗА ОЦЕНКИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.3 МЕТОДИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ ОЦЕНКИ ЛОКАЛЬНОГО ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА

2.4 ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ ОСВОЕНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ
ТОВАРОПРОИЗВОДЯЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**ГЛАВА 3 ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПО-
ТЕНЦИАЛА КОНГОЛЕЗСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РАЗЛИЧНЫХ СФЕР
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

3.1 ПРИНЦИПЫ И КРИТЕРИИ СТРАТЕГИИ РЫНОЧНОГО ПОЗИЦИОНИ-
РОВАНИЯ ТОВАРОПРОИЗВОДЯЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ
ГЛОБАЛИЗАЦИИ И СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ

3.2 ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАЦИОННОГО ПРЕД-
ПРИЯТИЯ

3.3 ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОДО-
ВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЫ

3.4 ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ СТРОЙМА-
ТЕРИАЛОВ

3.5 НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РЫНОЧНОЙ ЭКС-
ПАНСИИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНГО

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ЛИТЕРАТУРА

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

II. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Предложено авторское определение экспортоориен- тированного предприятия.

Демократическая Республика Конго яркий представитель группы развивающихся стран Африканского континента. С каждым годом в Конго, как и во всем мире, растет количество промышленных предприятий, желающих быть экспортоориентрированными. Работа на экспорт позволяет увеличить объемы продаж, получить желаемый доход, привлечь инвестиции. На стадии «зрелости» жизненного цикла конголезских промышленных предприятий рыночная экспансия является одной из эффективных стратегий развития бизнеса.

Экспортоориентрированное предприятие – это субъект бизнеса, производящий конкурентоспособные товары, имеющий четко сформулированную стратегию экспортной деятельности, обладающий достаточным потенциалом для устойчивой работы

на международном рынке и поставляющий на внешний рынок более 30% выпускаемой продукции.

Исследование работы десяти конголезских промышленных предприятий и компаний (Generale des Carrieres et des mines, Ste de devpt indust Et du Congo, Societe Nationale D'electricite, Cacaoyer de Bulu, Palmeraies de Gosuma, Caisse de Stabilisation Cotonniere и других), работающих в разных отраслях, показало, что если предприятие поставляет на внешний рынок более 25-30% выпускаемой продукции, то оно имеет разработанную стратегию экспортной деятельности и в его организационной структуре есть подразделение, отвечающее за внешне-торговые операции. На основании этого автором сделан вывод: предприятие является экспортоориентированным, если поставляет на внешний рынок более 30% выпускаемой продукции. Если предприятие поставляет менее 30% продукции на внешний рынок, оно считается ориентированным на внутренний рынок страны.

2. Расширена классификация экспортоориентированных конголезских промышленных предприятий.

Анализ экспортной деятельности конголезских промышленных предприятий, позволил всех их систематизировать по ряду характеристики расширить классификацию экспортоориентированных предприятий, предложенных в экономической литературе, за счет следующих критериев: форма собственности предприятия, уровень конкурентоспособности товаров, продуктовая специализация, используемая стратегия, инновационность предприятия. С учетом данных предложений, классификация экспортоориентированных промышленных конголезских предприятий представлена на рис. 1.



Рис. 1 Классификация экспортоориентированных конголезских промышленных предприятий

3. Уточнено определение понятия локального экспортного потенциала. Планирование успешной работы на внешнем рынке промышленное предприятие должно начать с оценки экспортного потенциала. Уровень экспортного потенциала предприятия будет меняться в зависимости от выбранного рынка (например, для экспорта в страны ближнего зарубежья потребуются одни финансовые ресурсы, в страны дальнего зарубежья – другие; или то, что в одной стране является технологической инновацией, в другой - уже давно используется в производстве). Автор считает необходимым ввести определение локального экспортного потенциала, т.е. экспортного потенциала предприятия в определенную страну. Локальный экспортный потенциал предприятия – 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 (локальный) внешний рынок.

Оценка локального экспортного потенциала позволяет определить готовность предприятия к экспорту и правильно выбрать внешний рынок сбыта.

4. Выявлены факторы стимулирующие развитие экспортного потенциала конголезских промышленных предприятий и сдерживающие развитие внешнеторговой деятельности.

SWOT-анализ экспортной деятельности конголезских промышленных предприятий позволил выявить факторы, стимулирующие развитие экспорта: удобное географическое положение страны, благоприятные природно-климатические условия, развитые транспортные коммуникации, большое количество полезных ископаемых для развития предприятий добывающей промышленности, высокие темпы развития в стране (по сравнению с соседними развивающимися странами) пищевой отрасли и отрасли производства строительных материалов, дешевая рабочая сила (позволяет поставлять на внешний рынок продукцию по конкурентоспособным ценам); специфические

факторы макросреды, присущие развивающимся странам, которые сдерживают развитие экспортной деятельности: политическая нестабильность в стране, слабый уровень экономического развития, колебание курса национальной валюты, коррупция, отсутствие эффективных механизмов и инструментов государственной поддержки выхода местных промышленных предприятий на зарубежные рынки. Выявлены внутренние факторы работы промышленных предприятий, препятствующие активному развитию внешнеторговых отношений: не достаточное владение специалистами конголезских промышленных предприятий инструментами внешнеторговой деятельности, отсутствие образования у управляющего персонала в области международных операций, низкая квалификация персонала. Данные факторы в дальнейшем будут учтены при разработке методического подхода к управлению экспортоориентированной стратегией развития промышленного предприятия.

5. Предложен методический подход к управлению экспортоориентированной стратегией развития промышленного предприятия, в рамках которого разработан алгоритм оценки локального экспортного потенциала.

Алгоритм оценки локального экспортного потенциала представлен на рис. 2 и начинается с исследования внутренней среды работы предприятия, опыта работы на внешнем и внутреннем рынках и факторов локального рынка сбыта(рис. 2).



Рис. 2 Алгоритм оценки локального экспортного потенциала

Автором работы был проведен опрос и анкетирование 30-ти специалистов экспортной деятельности трех крупных фирм африканского рынка разных отраслей промышленности (горнодобывающей отрасли, текстильной отрасли и промышленности строительных материалов), со среднесписочной численностью более 500 человек. По мнению респондентов, важность внутреннего потенциала предприятия при определении локального экспортного потенциала составляет - 40%, важность опыта работы на внутреннем и внешнем рынках при определении локального экспортного потенциала - 27%, и потенциала локального рынка 33%. На основании обработки результатов экспериментального социологического опроса, автором была предложена формула интегрального показателя локального экспортного потенциала ЛЭП промышленного предприятия:

$$\text{ЛЭП} = 0,4\text{ВПП} + 0,27\text{УП} + 0,33\text{ПЛР},$$

где ЛЭП – интегральное значение локального экспортного потенциала;

ВПП – внутренний потенциал промышленного предприятия, в баллах;

УП – успешность предприятия на рынке, в баллах;

ПЛР – потенциал локального рынка, в баллах.

Предложены составляющие элементы внутреннего потенциала предприятия, успешности предприятия на рынке и потенциала локального рынка, и, на основе статистической обработки результатов анкетирования, проведена балльная оценка факторов, оказывающих влияние на локальный экспортный потенциал (табл. 1).

Таблица 1

Шкала балльной оценки компонент интегрального индикатора локального экспортного потенциала предприятия

Показатели оценки локального потенциала	Баллы
1. Факторы внутренней среды работы предприятия	
1.1. Производственно-инновационные факторы	
качество продукции	Высокое- 1 балл, низкое – 0 баллов
соответствие продукции международным техническим, санитарным и экологическим стандартам	Да-1 балл, нет – 0 баллов
использование современных технологий	Да-1 балл, нет – 0 баллов
наличие достаточных производственных мощностей;	Да-1 балл, нет – 0 баллов
уровень инновационности предприятия (интенсивность совершенствования)	Высокая -1 балл, низкая – 0 баллов

Продолжение табл. 1

1.2. Финансовые факторы	
наличие собственных финансовых ресурсов для изучения рынков и продвижения продукции	Да-1 балл, нет – 0 баллов
наличие определенных источников для привлечения капитала	Да-1 балл, нет – 0 баллов
финансовоустойчивое положение предприятия (высокий уровень платежеспособности и ликвидности)	Да-1 балл, нет – 0 баллов
1.3. Трудовые факторы	
высокая квалификация персонала	Да-1 балл, нет – 0 баллов
низкий уровень текучести рабочей силы	Да-1 балл, нет – 0 баллов
высокая производительность труда	Да-1 балл, нет – 0 баллов
2. Рыночные факторы	
2.1. Факторы успешности предприятия на внутреннем рынке	
емкость охваченного внутреннего рынка (интенсивность роста на внутреннем рынке)	Высокая – 2 балла, средняя -1 балл, низкая - 0.
рентабельность деятельности на внутреннем рынке,	Высокая – 2 балла, средняя -1 балл, низкая - 0.
репутация предприятия на внутреннем рынке (брендовость)	Отличная -1 балл, низкая или безызвестность – 0 баллов
2.2. Опыт работы на внешнем рынке	
емкость охваченного внешнего рынка	Высокая – 2 балла, средняя -1 балл, низкая (отсутствует) – 0
рентабельность экспортной деятельности	Высокая – 2 балла, средняя -1 балл, низкая -0
удельный вес прибыли от экспорта продукции в общем объеме прибыли предприятия-экспортера	Высокий – 2 балла, средний -1 балл, низкий – 0
наличие экспортного отдела	Да - 1 балл, нет - 0 баллов
наличие четко проработанной стратегии выхода и продвижения на внешнем рынке	Да - 2 балла, нет - 0 баллов
владение сотрудниками отделов маркетинга и экспортного отдела инструментами междун.маркетинга	Да – 1 балл, нет-0 баллов
наличие у управляющего персонала образования в вопросах внешнеэкономической деятельности	Да-1 балл, нет – 0 баллов

Окончание табл. 1

3. Факторы, планируемого рынка сбыта	
3.1. Прогнозные показатели экспортной деятельности:	
планируемый темп изменений физического объема экспорта	Высокий – 1 балла, низкий -0
планируемая рентабельность экспортной деятельности	Высокая – 2 балла, средняя -1 балл, низкая – 0
планируемая прибыль по экспорту	Высокая – 2 балла, средняя -1 балл, низкая – 0
емкость экспортного рынка	Высокая – 2 балла, средняя -1 балл, низкая -0
3.2. Факторы макро- и микросреды локального рынка	
политическая стабильность	Стабильна-1 балл, нет – 0 баллов
географические особенности	Удобна для экспорта -1 баллов, в ином случае - 0 баллов
численность населения (плотность)	Высокая -1 баллов, низкая - 0 баллов
природно-климатические	Благоприятно влияют -1 баллов, не влияют – 0 баллов
таможенная политика государства	Благоприятная-1 балл, не благоприятная – 0 баллов
уровень экономического развития страны	Экономически развития -1балл, низкий уровень развития - 0 баллов
экономическая стабильность (колебания курса национ. валюты)	Стабильная-1 балл, нет – 0 баллов
теневая экономика, коррупция	Да-0 балл, нет – 1 баллов
уровень конкуренции на рынке	Низкий -1 балл, высокий – 0 баллов
Итого	

В результате анализа деятельности конголезских промышленных предприятий, экспортирующих продукцию на внешние рынки, были просчитаны интервалы для определения интегрального значения локального экспортного потенциала. Расчетное значение интегрального показателя локального экспортного потенциала ≥ 12.4 считается высоким. В этом случае предприятие обладает оптимальным потенциалом для внешнеэкономической деятельности и им правильно подобран рынок сбыта. Если расчетное значение интегрального показателя локального экспортного потенциала от 9, то 12.3, он оценивается как средний. Рекомендуется еще раз пересмотреть составляющие локального экспортного потенциала, чтобы устранить сла-

бые места в работе предприятия и предупредить негативные последствия при экспортной деятельности. Если расчетное значение интегрального показателя локального экспортного потенциала от 6.6 до 8.9, он оценивается как низкий. Менеджерам предприятия рекомендуется устранить слабые места в работе предприятия и возможно подобрать новый рынок сбыта. В случае, если расчетное значение локального экспортного потенциала ≤ 6.5 , промышленному предприятию не рекомендуется заниматься экспортной деятельностью. Она будет убыточной и грозит банкротством предприятия. Для того чтобы сделать процесс выбора стратегии экспортной деятельности и способов ее реализации экономически обоснованным, автором предлагается зависимость между расчетным значением экспортного потенциала предприятия и рекомендуемой стратегией экспортной деятельности, предложенная на рис. 3.

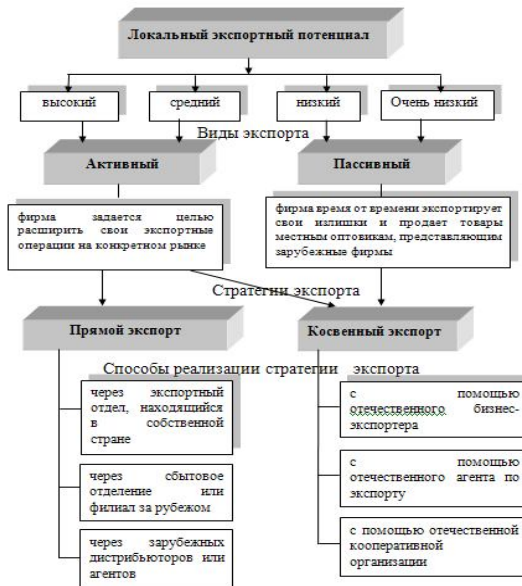


Рис. 3 Схема взаимосвязи между расчетным значением локального экспортного потенциала и рекомендуемой стратегией экспортной деятельности для предприятия

В третьей главе методика оценки локального экспортного потенциала предприятия была апробирована на трех конголезских промышленных предприятиях. Интегральная оценка локального экспортного потенциала предприятия «Тиго» показала, что из трех выбранных стран для экспорта (Ангола, Конго-Браззавиль и Руанда) наибольший потенциал имеет экспорт в Анголу (локальный экспортный потенциал составил 10.31 баллов). Это говорит о том, что руководство «Тиго» правильно выбрало потенциальный локальный рынок сбыта продукции и предприятие обладает всеми необходимыми ресурсами для осуществления эффективной экспортной деятельности. В этом случае предприятию, согласно авторской методике, предложенной на рис.3 предлагается начать активно заниматься экспортом, выбрав стратегию прямого проникновения на рынок путем открытия филиала в Анголе.

Предложенный автором методический подход к управлению экспортоориентированной стратегией развития промышленного предприятия позволяет обосновано принять решение о расширении бизнеса путем выхода на внешний рынок, оценить локальный экспортный потенциал и выбрать стратегию осуществления экспортной деятельности.

III. ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. **КуканинаКикади, Серж. Оценка локального экспортного потенциала промышленных предприятий развивающихся стран / КуканинаКикади Серж, Н.С. Рычихина // Экономика и предпринимательство. - Москва. 2014. № 2. - С.41-45.**
2. **КуканинаКикади, Серж. Оценка локального экспортного потенциала предприятия / КуканинаКикади Серж, Н.С. Рычихина // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2013. № 3 (35). - С.73-78.**
3. **КуканинаКикади, Серж. Эволюция концепций маркетинга, и его российская специфика / КуканинаКикади Серж, Н.С. Рычихина // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2011. № 2 (26). - С.68-72.**
4. **КуканинаКикади, Серж. Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия / КуканинаКикади Серж // Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов:**

сборник Всероссийской научно-практической конференции ФГБОУ ВПО «Вятский государственный гуманитарный университет», 2013, с. 45-47.

5. КуканинаКикади, Серж. Оценка локального экспортного потенциала предприятия / КуканинаКикади Серж // Наука и образование в 21веке: сборник Международной научно-практической конференции. - Тамбов, 2013. - С. 87-89.
6. КуканинаКикади, Серж. Роль универсальных и специализированных фирм в продвижении товаров на зарубежных рынках / КуканинаКикади Серж, Н.С. Рычихина // Российские регионы в условиях перемен: исторический опыт и современность: материалы междунар. заочн. науч.-прак. конф. Иваново: РГГУ, 2011. - С. 44-46.
7. КуканинаКикади, Серж. К вопросу о стратегии выхода конголезских предприятий на внешний рынок / КуканинаКикади Серж, Н.С. Рычихина // Маркетинг в развитии территорий: сборник 14-ой Международной научно-практической конференции. - Ярославский филиал МЭСИ, 2011. - С. 56-59.
8. КуканинаКикади, Серж. Экспортный потенциал республики Конго в агропродовольственном секторе / А.Н. Ильченко, КуканинаКикади Серж, Н.С. Рычихина // Материалы 15-ой Международной научно-практической конференции Независимого научного аграрно-экономического общества России (Немчиновские чтения). - Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К.А. Тимирязева. - Москва, 2011. - С. 254-258.
9. КуканинаКикади, Серж. Эволюция концепций маркетинга и его особенности в современных условиях / КуканинаКикади Серж // Модернизация современного общества: пути созидания и развития: материалы научно-практической конференции (экономические, правовые и социальные тенденции) - 3ч., отв. ред. В.И. Долгий. - Саратов: ООО «Издательство КУБ и К», 2011. - С.174-176.