

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ: ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ

В работе дана оценка существующих подходов к оценке эффективности использования экспортного потенциала. Проведена оценка состояния экспортной деятельности ОАО «Дзержинская швейная фабрика «ЭЛИЗ». Эффективность экспортного потенциала ОАО оценивалась с помощью системы показателей, предложенной учеными В. О. Мосейко и Ю. М. Азминой экспортного потенциала предприятия. На основе проведенного анализа были разработаны и экономически обоснованы направления повышения экспортного потенциала.

Актуальность данной работы подтверждается тем, что развитие экспорта является одним из приоритетных направлений развития белорусской экономики. Это продиктовано тем фактом, что более половины валового внутреннего продукта продается на внешних рынках. Разработана Национальная программа поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 гг. для определения конкретных целей и задач в рамках приоритета социально-экономического развития «Экспорт» и направлений их реализации.

Анализ различных подходов к определению понятия «экспортный потенциал» позволил сформулировать свое видение экспортного потенциала организации.

Экспортный потенциал организации — возможность предприятия производить необходимое количество конкурентоспособных товаров, отвечающих требованиям международного рынка, с целью экспортной реализации собственной продукции.

Экспортноориентированное 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.

ОАО «Дзержинская швейная фабрика «ЭЛИЗ» является экспортноориентированным предприятием. Фабрика производит поставку продукции на белорусский, российский рынки, а также в страны дальнего зарубежья.

Ключевым моментом в изучении экспортной деятельности предприятия является оценка эффективности экспортного потенциала. Анализ различных подходов оценки экспортного потенциала позволил выбрать наиболее подходящую систему показателей, предложенную учеными Мосейко и Азминой. Были разработаны анкеты для анализа влияния внешних и внутренних факторов на увеличение доли экспорта продукции ОАО «ДШФ «ЭЛИЗ»,

а также для анализа факторов, влияющих на конкурентоспособность продукции ОАО «ДШФ «ЭЛИЗ». Также был проведен SWOT-анализ для выявления возможностей и угроз, сильных и слабых сторон предприятия.

Результаты оценки экспортного потенциала по методике Мосейко, Азминой следующие: почти все показатели экспортного потенциала в 2014–2015 гг. снизились. Причинами такого падения стали военные действия на территории Украины, девальвация национальных валют на основных рынках (Россия, Украина), снижение покупательной способности населения России.

Однако стоит отметить, что в 2016 г. показатели имели тенденцию увеличения по сравнению с 2014–2015 гг. Так, к примеру, в 2016 г. доля прибыли от экспорта увеличилась и составила 47 % и темп роста к 2015 г. составил 130,5 %. В 2016 г. рентабельность продаж составила 24,5 %, и темп роста к 2015 г. составил 110,9 %.

Был предложен комплекс направлений по повышению эффективности экспортного потенциала:

1) для проведения эффективной работы по продвижению торговой марки ELIZ в Казахстане и странах среднеазиатского региона открытие торгового представительства ELIZ в г. Шымкент, Казахстан;

2) создание интернет-торговли и доставки почтой по территории СНГ.

Одним из недостатков в продвижении продукции ОАО «ДШФ «ЭЛИЗ» является отсутствие интернет-торговли. Не каждый покупатель имеет возможность посетить магазин с целью приобретения товара фирмы «ЭЛИЗ», а также не во все страны СНГ осуществляется экспорт;

3) расширение рынков продаж продукции.

В связи с частичной потерей основных рынков сбыта Украины из-за военных и политических действий в стране, а также рынков России из-за снижения покупательной способности населения данной страны было решено развигать поставки продукции на рынок Казахстана.

Рынок Казахстана является одним из перспективных рынков сбыта продукции ОАО «ДШФ «ЭЛИЗ». Объем экспорта продукции в данную страну увеличивается с каждым годом. Для стран-членов Таможенного союза применяется единая таможенная пошлина и упорядочены процедуры таможенного оформления товаров, а также возможно применения льготных или нулевых ставок НДС, что значительно упрощает процедуру оформления экспорта товаров из Беларуси в Республику Казахстан.

В результате открытия представительства в городе Шымкенте, объем продаж по оценкам экспертов составит 9317,5 единицы. Выручка от реализации продукции на зарубежных рынках будет составлять 184 486,5 дол. США. При этом выручка от реализации в целом по предприятию увеличится на 1,92 п.п., а дополнительная прибыль составит 45 199,2 долл. США в год.

Концерном «Беллегрпром», в состав которого входит ОАО «Дзержинская швейная фабрика «ЭЛИЗ», разработана Программа развития легкой промышленности в 2016–2020 гг. Были определены приоритетные страны для наращивания объемов экспорта.

Исходя из анализа данной программы, для расширения экспорта продукции были выбраны рынки Бельгии, Швеции и Норвегии.

Был проведен анализ населения данных стран по численности, плотности, полу и возрасту, а также анализ ВВП на душу населения и уровень безработицы. В результате приоритетным для сбыта продукции был определен рынок Бельгии. Также были проанализированы производители мужских сорочек в Бельгии. Открытие магазина ОАО «ДШФ «ЭЛИЗ» целесообразно, что подтверждается следующими показателями:

- окупаемость проекта менее 1 года;
- при реализации даже 30 % продукции магазин будет иметь прибыль;
- годовая прибыль в 2018 г. составит 104 510 долл. США, а в 2019 г. — 139 714 дол. США.

С учетом предложенных мероприятий были рассчитаны ключевые показатели экспортного потенциала ОАО «ДШФ «ЭЛИЗ» (см. таблицу).

Динамика показателей эффективности экспортного потенциала

Показатель	Год					
	2016 (факт)	2018 (план)	2019 (план)	2020 (план)	2021 (план)	2022 (план)
1	2	3	4	5	6	7
Стоимость продукции, выпускаемой на экспорт во внутренних ценах, млн р.	47 411,2	53 479,8	60 057,8	68 405,8	76 914,2	86 759,1
Себестоимость экспортной продукции, млн р.	30 817,3	33 375,1	36 952,7	40 824,1	44 350,1	48 325,3
Эффективность производства продукции для реализации на экспорт, р./р.	1,54	1,6	1,63	1,67	1,72	1,79
Прибыль от реализации продукции на экспорт, млн р.	11 615,7	14 519,6	17 585,1	22 718,2	29 863,9	37 425,4
Общая величина прибыли от реализации, млн р.	24 650	28 552	32 136	37 698	45 687,3	52 849,2
Доля прибыли от экспорта продукции в общей прибыли от реализации продукции, %	47	51	55	60	65	71
Рентабельность продаж на экспорт, %	24,5	27,1	29,3	33,2	38,8	43,1
Объем экспорта продукции, млн р.	53 876,4	64 651,7	72 409,9	78 202,7	86 022,9	97 205,8

1	2	3	4	5	6	7
Объем реализации продукции, млн р.	150 319	162 385	168 324	171 364	174 523	177 586
Удельный вес экспорта в общем объеме реализации продукции, %	35,8	39,8	43	45,8	49,3	54,7
Затраты на производство экспортной продукции, млн р.	30 817,3	33 289,4	36 248,2	40 387,4	45 871,5	49 624,3
Эффективность продаж экспортной продукции	0,38	0,43	0,48	0,56	0,65	0,74

Таким образом, при увеличении объемов реализации на рынок России, а также при открытии магазина в Чехии, предприятие сможет повысить экспортный потенциал. Так, из таблицы видно, что эффективность производства продукции для реализации на экспорт к 2018 г. достигнет значения 1,5. При этом рентабельность продаж в сравнении с 2014 г. увеличится с 10,5 % до 19,9 %. Прибыль компании вырастет в 2 раза к 2018 г. в сравнении с 2014 г.

Проанализировав таблицу, видим, что эффективность производства продукции для реализации на экспорт составит на конец 2022 г. 1,79 р./р. Темп роста данного показателя к 2016 г. составил 116,2 %. Также после внедрения предложенных мероприятий наблюдается увеличение доли прибыли от экспорта продукции в общей прибыли от реализации продукции. Планируется, что в 2022 г. значение данного показателя составит 0,71 р./р. и темп роста к 2016 г. будет равен 151,1 %. Следует заметить, что удельный вес экспорта в общем объеме реализации продукции имеет тенденцию роста и к 2022 году составит 54,7 %, что на 18,9 п.п. больше, чем в 2016 году. Эффективность продаж экспортной продукции в 2022 г. будет составлять 0,74. Темп роста данного показателя к 2016 г. составит 194,7 %. Также рентабельность продаж на экспорт увеличится к 2022 г. на 18,6 п.п. по сравнению с 2016 г. и будет равна 43,1 %.

Проанализировав эффективность предложенных мероприятий, можно сделать вывод, что все мероприятия эффективны, направлены на расширение рынков сбыта, а следовательно, и рост объема экспорта продукции, что в итоге повысит экспортный потенциал ОАО «ДШФ «ЭЛИЗ».

Источники

1. Мосейко, В. О. Многофакторная оценка экспортного потенциала малых и средних предприятий региона / В. О. Мосейко, Ю. М. Азмина // Вестн. ВолГУ. Сер. 3. Экономика. Экология. — 2012. — № 2. — С. 63–71.

2. Valdez, S. An Introduction to Global Financial Markets / S. Valdez, P. Molyneux. — UK : Palgrave Macmillan, 2010. — 528 p.

3. *Robock, H. S. International Business and Multinational Enterprises / H. S. Robock, K. Simmonds. — USA : Silver Arch Books, 2011. — 111 p.*
4. Дзержинская швейная фабрика «ЭЛИЗ» [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: <http://eliz.by/ru/about/manufacturing/>. — Дата доступа: 29.04.2017.
5. Население Земли. Счетчик населения мира [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: <http://countrymeters.info/ru/Kazakhstan>. — Дата доступа: 25.04.2017.
6. Kazdata. Маркетинговый справочник Казахстана [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: <http://kazdata.kz/04/2015-2014-kazakhstan-production-odezhda-tkani.html>. — Дата доступа: 24.04.2017.
7. Платформа для открытия интернет-магазина [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: <https://www.advantshop.net/blog/start/create-prise>. — Дата доступа: 03.05.2017.
8. Программа развития легкой промышленности в 2016–2020 гг. / Белорус. гос. концерн по производству и реализации товаров легкой пром-ти. — Минск, 2016. — 38 с.

*СНИЛ «Информационная экономика»
А. Дюба, М. Коломиец, Е. Шишкин
Научный руководитель — Д. А. Оськин*

УЛУЧШЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА «ЗЕЛЕНАЯ КАРТА» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДОЛОГИИ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ

В работе дано краткое описание методологии дизайн мышления, приведены примеры компаний использующих данную методологию. Представлены результаты проекта по улучшению экологического интернет-проекта «Зеленая карта» с применением методологии дизайн мышления.

Дизайн-мышление — это методология решения инженерных, деловых и прочих задач, основывающаяся на творческом, а не аналитическом подходе. Главной особенностью дизайн-мышления в отличие от аналитического мышления является не критический анализ, а творческий процесс, в котором порой самые неожиданные идеи ведут к лучшему решению проблемы. Программа разработана в городе Стэнфорд (США) [1].

Дизайн мышление состоит из взаимосвязанных звеньев: empathy, define, ideation, prototyping и test [2, 3].

Этап empathy включает в себя поиск сути проблемных ситуаций. Результат на данном этапе достигается через простое наблюдение, переживание опыта других людей.

Этап define. Понимание проблемы, четкое видение трудностей. К проблемам, выведенным из первого этапа, прибавляется исследование потребностей целевых пользователей и в рамках этих областей мишени для выбранной концепции.

Этап ideation. Когда объект пристального внимания уже определен, можно приступить к генерации идей в виде мозгового штурма с выдвиганием всех мыслимых и немыслимых решений выбранной проблемы.