

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ВЫХОДУ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Студент группы 10302118 Лашук К.А.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Короткевич Л.М.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

Одной из основных целей белорусских предприятий является выход на внешние рынки сбыта. Стоит отметить, что данная цель предполагает большой объем работы в сфере маркетинговых исследований, конкурентоспособности продукции, управления рисками, изучения экономических, политических и других условий предполагаемой страны сбыта. Факторы, исследуемые при разработке стратегии выхода на внешний рынок, помогут предприятию понять, какой товар и в каком объеме необходимо экспортировать в конкретную страну, а также соответствовать требованиям к упаковке и маркировке, качеству товаров и т.д.

Прежде, чем планировать выход предприятия на тот или иной рынок, ему необходимо оценить свой экспортный потенциал.

Экспортный потенциал – это способность предприятия производить и поставлять на внешние рынки в необходимом количестве конкурентоспособную продукцию. Он зависит от множества факторов, основные из которых представлены на рисунке 1.



Рисунок 6 – Факторы, формирующие экспортный потенциал предприятия

Все эти показатели можно измерить в числовом выражении, что позволяет сделать их анализ более наглядным. В таблице 1 представлены формулы для оценки экспортного потенциала и их описание.

Таблица 3 – Показатели оценки экспортного потенциала предприятия

№	Наименование показателя	Формула расчета	Характеристика
1	Эффективность производства экспортной продукции	$Э_{\text{прэ}} = \frac{Ц_{\text{э}}}{С_{\text{э}}}$	Показывает эффективность производства продукции для предприятия – экспортера. Чем выше показатель, тем более целесообразно производить данный вид продукции
2	Удельный вес «экспортной» прибыли в объеме общей прибыли	$У_{\text{двпэ}} = \frac{П_{\text{э}}}{П_{\text{о}}}$	Определяет долю прибыли от экспорта продукции в объеме общей прибыли от реализации продукции. Чем больше данный показатель, тем более значим данный вид экспортной продукции для предприятия
3	Рентабельность экспортных продаж	$Р_{\text{эп}} = \frac{П_{\text{э}}}{В_{\text{э}}}$	Характеризует прибыльность экспорта продукции. Чем выше показатель, тем выгоднее экспортировать данный вид продукции
4	Удельный вес экспортной продукции в общем объеме реализации	$У_{\text{двэ}} = \frac{O_{\text{э}}}{O_{\text{р}}}$	Характеризует экспортную ориентированность предприятия. Чем выше показатель, тем больше значимость экспорта для предприятия
5	Конкурентоспособность предприятия	$К_{\text{п}} = \frac{В_{\text{э}}}{(З_{\text{п}} + З_{\text{р}})}$	Данный коэффициент должен иметь значение выше единицы. Если значение < 1, то экспорт продукции не является прибыльным. Чем выше значение данного показателя, тем более конкурентоспособным оно является

№	Наименование показателя	Формула расчета	Характеристика
6	Доля продукции от общего объема, которая сертифицирована по международным стандартам	$ДП_{\text{серт}} = \frac{П_{\text{серт}}}{П_0}$	Характеризует возможности предприятия проникновения на внешние рынки сбыта. Чем выше значение данного показателя, тем в большие страны предприятие сможет экспортировать продукцию
7	Доля инновационной продукции	$Д_{\text{ин}} = \frac{П_{\text{и}}}{П_0}$	Показывает отношение инновационной продукции к общему объему производимой продукции. Чем выше этот показатель, тем больше шансов у предприятия реализовать продукцию на внешних рынках

Условные обозначения к таблице 1:

$Ц_3$  – стоимость экспортной продукции (во внутренних ценах);  $С_3$  – себестоимость экспортной продукции;  $П_3$  – прибыль от экспорта;  $В_3$  – выручка от реализации экспортной продукции;  $О_3$  – объем экспорта;  $О_p$  – общий объем реализации продукции;  $З_{\text{п}}$  – затраты на производство (внутри страны производителя);  $З_p$  – затраты на реализацию (на внешнем рынке);  $П_{\text{серт}}$  – количество сертифицированной продукции;  $П_0$  – общий объем продукции;  $П_{\text{и}}$  – количество инновационной продукции;  $П_{\text{эк}}$  – количество экспортной продукции.

Анализируя все описанные факторы и показатели, можно составить последовательность оценки экспортного потенциала предприятия, которая будет проводиться в четыре этапа:

1. Необходимо определить сильные и слабые стороны предприятия и самого товара, экспорт которого планируется. Наиболее важными объектами изучения и анализа являются стандарты (наличие международных стандартов НАССР, ISO, международных стандартов аккредитации), факторы, формирующие производственный потенциал (см. рисунок 1, например, уровень производительности труда, квалификация сотрудников, состав и структура основных средств), а также особенности товара или услуги, которые могут заинтересовать потребителей на внешних рынках.

2. Изучение статуса компании на внутреннем рынке и анализ возможности получения государственной поддержки.

На этом этапе следует проанализировать доли рынка, занимаемые похожими предприятиями в своей стране, уровень конкуренции, а также преимущества по выходу на внешние рынки. Отдельное внимание должно быть уделено возможности получения и использования государственных субсидий, преференций, специального кредитования.

3. Подготовка сотрудников к участию в экспортной деятельности. Этот этап предполагает изучение компетенций и навыков сотрудников, которые будут участвовать в деятельности предприятия за рубежом. При необходимости сотрудников нужно подготовить, распределить обязанности, повысить квалификацию и уровень иностранных языков.

Анализ состояния и перспективности отрасли/продукта на мировом рынке. На этом этапе изучается спрос на продукцию, мировые лидеры, тенденции мирового рынка и практика продаж предприятий-конкурентов.