

Copyright © 2018 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2018, 12(4): 373-384

www.vestnik.sutr.ru



UDC 339.56

Export Strategy as the Mechanism of Stabilisation of Flow of Import-Export Trade

Vladislav E. Bukharinov ^{a,*}

^a Perm state university, Russian Federation

Abstract

In this article, the subject of research is the factors influencing the foreign economic activity of companies, the export strategy, the specifics of foreign economic activity. The main types and forms of foreign economic activity are considered, the analysis of the use of certain types of foreign economic activity by Russian companies is carried out. The development of international activities involves the expansion of production and business functions of companies. The most important function is the development of an export strategy, which is a program of long-term effective functioning on the international market. Different approaches of existing companies are analyzed, as well as theoretical articles on this topic, and the most general algorithm for forming an export strategy is formed. It is a generalization that allows to include aspects that distinguish each approach. The article also discusses the criteria for analyzing markets. Without proper selection of the market it is impossible to form an effective export strategy. The criteria are considered only from theoretical sources, but also from the practice of domestic and foreign companies, which allows for a more accurate understanding of the logic of actions of large companies. Since the company's activity, and especially foreign economic activity, is always under the influence of internal and external factors, a tool was proposed for identifying and analyzing these factors, since it is these factors that have a significant impact on the development of foreign economic activity. The topic of the article corresponds to the current scientific areas, since it is of paramount importance for improving the competitiveness of companies and the development of foreign trade in general.

Keywords: foreign trade activities, flow of import-export trade, export strategy, international markets, competitiveness, competition, export, import, factors of influence, international trade, goods, control, markets, resources.

1. Введение

Основопологающим направлением роста торгового оборота компании является выход на международный рынок или развитие текущей внешнеэкономической деятельности, что положительным образом отражается на конкурентоспособности компании. Осознавая важность осуществления внешнеэкономической деятельности, следует изучить возможные факторы влияния и рассмотреть возможные действия, для сокращения влияния этих факторов. В научной литературе недостаточно внимания уделено изучению влияния совокупности факторов на внешнеторговую деятельность компаний.

Цель статьи – анализ внешнеэкономической деятельности и её видов, выявление особенностей формирования экспортной стратегии и анализ основных факторов влияния. Основными методами исследования для достижения цели были выбраны эмпирические и

* Corresponding author

E-mail addresses: bukharinovv@gmail.com (V.E. Bukharinov)

теоретические методы, включающие в себя: сравнение, анализ, формально-логический метод, системный подход.

Для определения основных факторов влияния необходимо рассмотреть определение внешнеэкономической деятельности компаний, выявить мотивы компаний, а так же цели и задачи.

2. Материалы и методы

В качестве основных источников информации использовались статьи и учебные пособия российских ученых-экономистов. Так же были использованы годовые отчеты и пресс-релизы компаний, деятельность которых ориентирована на экспорт.

При написании статьи использовались общенаучные методы, основной упор сделал на анализ, синтез, обобщение и индукцию. Данные методы позволили осуществить формирование факторов и выявления мер снижения влияния на объемы внешнеторговой деятельности.

Анализ статистических данных по направлениям экспорта позволяет выявлять тенденции в развитии рынка, прогнозировать формирование возможных факторов влияния и определить наиболее важные. Формально-логический метод способствует выявлению закономерных причинно-следственных связей между социально-экономическими показателями и состоянием рынка в целом.

3. Обсуждение

Основополагающим направлением роста торгового оборота компании является выход на международный рынок или развитие текущей внешнеэкономической деятельности, что положительным образом отражается на конкурентоспособности компании. Осознавая важность осуществления внешнеэкономической деятельности, следует изучить возможные факторы влияния и рассмотреть возможные действия, для сокращения влияния этих факторов [4; 9].

Внешнеэкономическая деятельность компаний отличается экономической и юридической независимостью от отраслевых и ведомственных структур. Основой внешнеэкономической деятельности компаний и предприятий является полная степень самостоятельности в разработке экспортной стратегии, выборе экспортного продукта, ассортимента продукции, товарной номенклатуры, исходя из собственных материально-сырьевых, производственно-технологических и финансовых ресурсов, а также конъюнктурных и маркетинговых оценок международных товарных рынков и степени соответствия уровня конкурентоспособности экспортной продукции международным критериям [10]. Кроме этого, компании сами выбирают иностранных партнеров, внешние рынки, финансово-экономические условия сотрудничества и сроки исполнения внешнеторговых сделок, определения размеры экспортной цены.

Существует множество определений внешнеэкономической деятельности, как официально определенных законодательством Российской Федерации, так и определений различных авторов учебных пособий. В соответствие со статьей 1 Федерального закона от 10 июля 1999г. №183-ФЗ «Об экспортном контроле», внешнеэкономическая деятельность – это внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности (правами на них). Исходя из этого определения, стоит выделить, что основным видом внешнеэкономической деятельности является внешнеторговая деятельность. Федеральный закон от 8 декабря 2003г. №164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеэкономической деятельности» в статье 2, определяет внешнеторговую деятельность, как деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью.

Стоит отметить, что Федеральный закон от 8 декабря 2003г. №164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеэкономической деятельности» и его более ранние модификации указывают, что внешнеэкономическая деятельность основывается на общепринятых правилах и принципах международного права и обязательствах Российской Федерации по международным договорам. Международное право, как и любые международные акты, регулирующие внешнеэкономическую деятельность, оказывают

сильное влияние на внешнеэкономическую деятельность в Российской Федерации, так и на эффективность регулирования этой деятельности.

Перейдем непосредственно к рассмотрению наиболее общего понятия внешнеэкономической деятельности компаний. Так, по мнению А.А. Бекетова, внешнеэкономическая деятельность предприятий – один из аспектов внешнеэкономических связей, под которыми понимают сферу организационной, экономической и коммерческой деятельности предприятий, направленных на взаимодействие иностранными партнерами [1].

Любая экспортная стратегия компании осуществляется через определенный вид внешнеэкономической деятельности и известных мировой практике формы международной торговли, выбор которых осуществляется в процессе разработки и определяет цели присутствия на внешнем рынке. Возможность использовать выбранный вид внешнеэкономической деятельности зависит от многих составляющих, присущих конкретной компании, и накладывает на неё определенные обязательства. Например, по исполнению всего комплекса внешнеэкономических функций и работ по выходу на внешний рынок; по обеспечению производственных процессов необходимыми капиталовложениями, производственными мощностями, комплектующими и материалами, и квалифицированным персоналом в целях создания конкурентоспособной экспортной продукции и обеспечения гарантий выполнения экспортных поставок.

Перейдем к рассмотрению основных видов внешнеэкономической деятельности и выделим их основные особенности, а так приведем примеры отраслей и компаний, внешнеэкономическую деятельность которых можно отнести к определенному виду. Полный перечень видов внешнеэкономической деятельности представлен в [Таблице 1](#).

Таблица 1. Существующие виды и режимы внешнеэкономической деятельности компаний [8]

Внешнеэкономическая деятельность компаний	
Виды ВЭД	Особые режимы ВЭД
Международное инвестиционное сотрудничество с зарубежными партнерами	Приграничная и прибрежная торговля Свободные экономические зоны
Международная производственная кооперация с зарубежным партнером	
Внешнеторговая деятельность	
Совместное производство продукции	
Производственное научно-техническое сотрудничество	
Создание совместного предприятия	
Валютно-финансовые и кредитные операции	

В основе внешнеторговой деятельности лежит традиционный метод исполнения внешнеторговых операций, когда при помощи внешнеторговых посредников осуществляется передача полномочий по реализации и доставке продукции иностранному покупателю, на условиях агентского соглашения или договора комиссии. Основным отличием является отсутствие производственной основы.

На практике, большинство небольших российских экспортоориентированных компаний и предприятий осуществляют внешнеэкономическую деятельность посредством внешнеторговой деятельности, поскольку не имеют финансовой возможности выполнять весь комплекс внешнеэкономических функций. Так же это связано отсталостью российских компаний от современных практик внешнеэкономической деятельности, процессов и форм взаимодействия с иностранными партнерами, низким профессиональным уровнем менеджмента или отсутствием опыта исполнения внешнеэкономических функций.

Крупные компании и предприятия производители экспортной продукции, обладающие достаточными финансовыми возможностями и опытом внешнеэкономической деятельности, осуществляют внешнеторговую деятельность путем создания специальных внешнеторговых фирм, находящихся в структуре самой компании. Стоит отметить, что

большая часть процессов в рамках внешнеторговой деятельности связана с осуществлением операций по закупке продукции иностранных производителей.

Поскольку внешнеторговая деятельность является самым распространенным видом внешнеэкономической деятельности, то можно утверждать, что все крупные компании в промышленной отрасли используют этот вид внешнеэкономической деятельности. Конкретным примером создания внешнеторговой фирмы для осуществления внешнеторговой деятельности – является открытие дочерних компаний ПАО "Газпром". В 2008 г. компания открыла дочернюю компанию "Gazprom Global LNG", для осуществления спотовых и разменных операций. А так же, была открыта дочерняя компания "Gazprom Marketing and Trading Singapore", для осуществления торговых операций в Азиатско-тихоокеанском регионе.

Рассмотрим еще один наиболее популярный вид внешнеэкономической деятельности – это международное инвестиционное сотрудничество, которое предполагает взаимодействие с иностранными компаниями на условиях взаимовыгодного объединения усилий финансового, производственного, технического и научного характера. Целью такого сотрудничества является привлечение новых технологий и расширение производственной базы для развития процессов выпуска конкурентоспособной экспортной продукции, систематического обновления товарной структуры и совершенствования качественных параметров в целях обеспечения доступа на зарубежные рынки и увеличения объемов реализации продукции. Достижения этих задач, формируются за счет преимуществ полученных от участия в международном разделении труда, а также обновления технологической структуры производства за счет новейших технологий и систем управления в результате совместной производственно-хозяйственной деятельности, с привлечением иностранных партнеров [6].

Стоит отметить, что именно международное инвестиционное сотрудничество осуществляется в рамках функционирующих концессий, консорциумов, международных неправительственных организаций и акционерных компаниях.

Еще одним способом достижения данной цели является организация совместного производства или создания совместной компании. Совместная компания в области производства продукции, возникает на базе обмена промышленными технологиями, технологиями управления производственным процессом, оказанием комплексных услуг с последующим формированием совместных программ выпуска и реализации продукции, а так же долевого распределения прибыли, полученной от реализации продукции.

Примером, формирования совместного предприятия, может являться заключение сделки Роснефти и ВР, о создании совместной компании "Харампур Нефтегаз", которая будет осуществлять разработку двух месторождений в Ямало-Ненецком автономном округе. Две крупных компании создают совместное дочернее предприятие, для реализации конкретного проекта и выполнения определенных функций.

Данные по основным направлениям реализации нефти ПАО "НК РОСНЕФТЬ" подтверждают важность внешнеэкономической деятельности. Так, в 2016г. доля экспорта составляла 55 %, а в 2017г. уже 54 %. Данное процентное соотношение показывает, что именно экспортная составляющая является основным источником доходов компании. Стоит отметить тенденцию сокращения экспорта в Европу, и рост экспорта в Азию и СНГ.

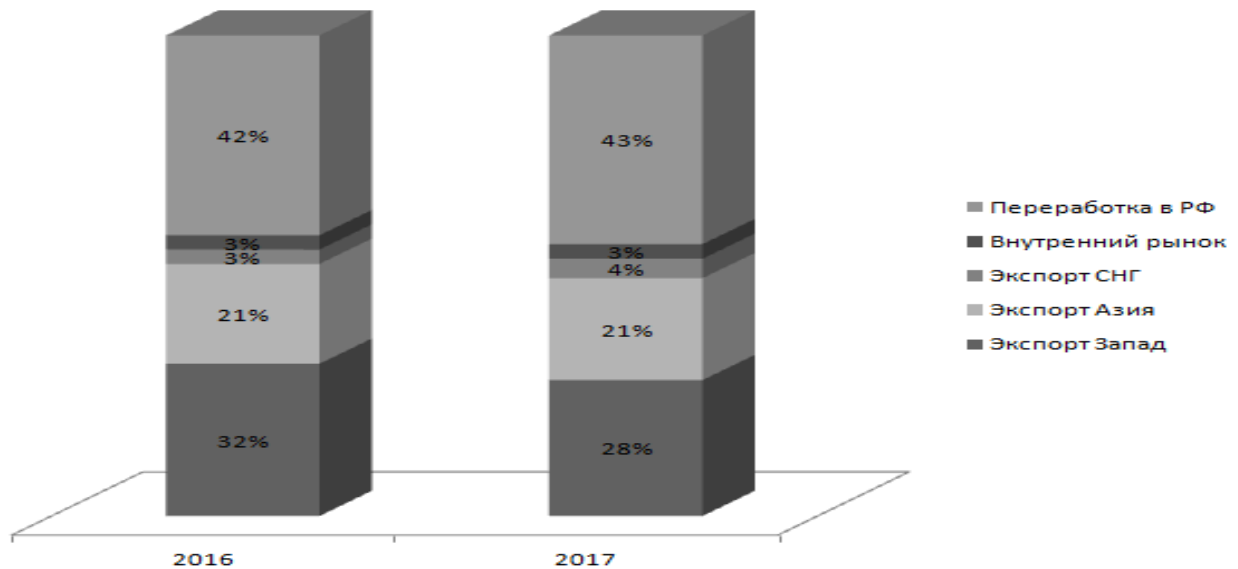


Рис. 2. Основные направления реализации нефти ПАО “НК РОСНЕФТЬ”, в %

Поскольку большинство Российских компаний – экспортноориентированные, именно управление внешнеэкономической деятельностью позволит компании увеличить процент экспорта и тем самым повысить доходы компании. При этом, основной задачей управления внешнеэкономической деятельности должна стать – стабилизация внешнеторгового оборота компании, которая должна быть достигнута путем сокращения факторов влияния, снижения различных политических и экономических рисков.

Базовой основой внешнеэкономической деятельности компаний и предприятий является производство экспортной продукции, которое обеспечивается в рамках важнейшей группы функций – производственно-хозяйственных. В состав этой группы функций входят: разработка экспортной стратегии и выбор вида внешнеэкономической деятельности; обеспечение производства экспортной продукции; установление межотраслевых связей с партнерами. Достижение задач, сформированных исходя из выделенных функций, осуществляется путем комплексного изучения внешних рынков, результаты которого являются основной краткосрочных и долгосрочных производственных и экспортным программ [3].

Важнейшим элементом в составе производственно-хозяйственных функций экспортноориентированных предприятий и компаний является – экспортная стратегия, которая представляет собой программу долгосрочного эффективного функционирования на международном рынке. При формировании экспортной стратегии определяется оптимальный вариант формы осуществления внешнеэкономической деятельности, а так же целый ряд решений связанных с тактикой поведения на международном рынке, с планированием объемом выпуска, выбор способов исполнения внешнеторговых операций.

Более детально остановимся на экспортной стратегии, постараемся структурировать и выделить основные этапы формирования. Разные авторы и разные компании имеют свой взгляд на этапы и структуру экспортной стратегии, обобщив различные подходы, был сформирован алгоритм формирования экспортной стратегии, который представлен на [Рисунке 3](#).

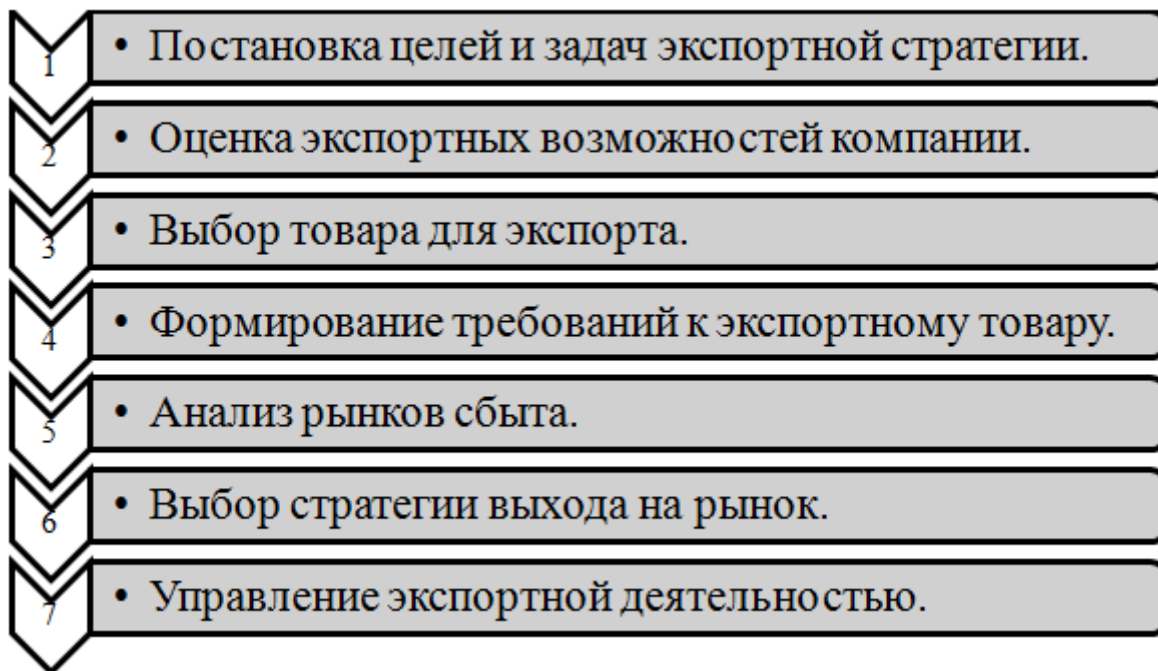


Рис. 3. Алгоритм формирования экспортной стратегии [8]

Абсолютно во всех экспортных стратегиях выделяют первый этап одинаково – это постановка целей и задач. Именно от постановки цели зависит количество необходимых ресурсов, для осуществления стратегии выхода на зарубежные рынки. Исходя из этого, выделим следующий этап – это оценка экспортных возможностей компании, которая включает в себя: финансовую оценку компании, экономическую оценку сырьевых, материально-производственных, управленческих и кадровых ресурсов. Анализа текущей ситуации в компании недостаточно для формирования экспортной стратегии, поэтому необходимо заранее выявить источники дополнительного капитала, выявить инновационно-технологические возможности производства.

Важно отметить, что именно для Российских компаний, основной сложностью при формировании экспортной стратегии, становится низкий уровень компетентности менеджмента. Поэтому необходимо сразу проанализировать, имеет ли менеджмент компании и сотрудники, необходимый уровень навыков и знаний. И в случае отсутствия, необходимо провести повышение квалификации сотрудников. К примеру, компания «Роснано» обратилась с предложением к Всероссийской академии внешней торговли разработать программу повышения квалификации сотрудников компании и отделений по вопросам осуществления внешнеэкономических операций.

Еще одним наиболее сложным этапом разработки экспортной стратегии является – выбор товара для экспорта и выбор товарной стратегии. Наиболее распространенной товарной стратегией для Российских компаний является – стандартизация товара, при которой товар не изменяется абсолютно, независимо от рынка сбыта. Поскольку уникальность товара является важным фактором, при выходе на зарубежный рынок, приведем примеры еще двух наиболее популярных товарных стратегий.

Одна из них – это стратегия адаптации товара, при которой берется произведенный компанией товар и адаптируется под выявленные потребности потребителей из других стран. Примером такой стратегии, может являть изменение форм упаковки, поскольку на многих зарубежных рынках, именно упаковка товара играет ключевую роль.

Еще одна товарная стратегия – это стратегия инновации товара, при которой компании поставляют на внешний рынок свой новый товар. Это не означает, что товар должен быть совершенно новым изобретением компании. Подразумевается, что компания может возобновить выпуск товара, в его раннее существовавших формах. К примеру, компания может начать запустить производство швейных машин, с системой ручного привода. Поскольку разные страны находятся в разной степени готовности использования определенных товаров и технологий [7].

После выбора, необходимо сформировать требования к экспортному товару. Необходимо произвести расчет единичных и групповых показателей цены предложения; выбрать параметры; определить соответствие международным нормам и требованиям по качеству продукции. Проведение необходимых расчетов и анализа позволяют выделить конкурентоспособные качества и оценить прогнозируемые затраты. Информационной базой для этого служит комплекс мер по анализу зарубежных рынков, конкурентов и потребителей товарной продукции. Анализ рынка и будет являться следующим этапом разработки экспортной стратегии.

Любой рационально мыслящий менеджмент компании пытается определить потенциально привлекательный рынок. Именно тот, на котором компания имеет возможность реализации своей продукции, при этом получая стабильный доход или потенциал роста доходов в течение времени.

Компании сами определяют для себя критерии, по которым они выбирают для экспорта зарубежные рынки сбыта продукции. Наиболее общие из них: емкость, затраты на вход, потенциальная доходность. При этом большую роль играет и количество выбранных рынков, поскольку выход на любой рынок сбыта имеет свою стоимость, и не всегда прибыль превышает затраты.

К примеру, крупные бренды производители люксовых сегментов, могут иметь точки продаж по всему миру, а основную прибыль получать с пары локаций, при этом нести огромные затраты за вход.

Для Российских компаний наиболее привлекательными зарубежными ранками являются рынки стран Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока. К примеру, динамично развивающиеся рынки Латинской Америки, Китая и Индии. При этом не стоит забывать про рынки Восточной Европы.

Поскольку, привлекательность рынка не единственный критерий выбора потенциального рынка, и компании сами определяют перечень критериев. К примеру, компании могут выбрать такие критерии, как: ВВП на душу населения, количество занятых в определенной отрасли, объем импорта, рост численности населения, уровень издержек на вход, уровень риска.

Следующий этап – это выбор стратегии выхода на зарубежный рынок. Компания может придерживаться одной или нескольких стратегий сразу. Наиболее популярной стратегией является стратегия экспорта. В случае прямого экспорта – заключается контракт с экспортером и компания сама занимается реализацией продукции. При этом компания полностью контролирует весь процесс, но имеет дополнительные затраты. Стратегия косвенного экспорта предполагает использование услуг посредника, который в свою очередь, обладает возможностями сбыта продукции. В данном случае, степень контроля намного ниже и при этом возникает риск связи с недобросовестными партнерами.

Одной из наиболее распространенных стратегий, для средних и мелких Российских компаний, является стратегия совместного экспорта. При которой компании кооперируются в рамках жесткого договора и создания совместных структур или в рамках свободного контракта, который предполагает лишь совместное маркетинговое продвижение. Использование данной стратегии и предполагает несколько плюсов для небольшой компании, например: использование экспортного опыта партнера, снижение рисков и издержек на экспорт продукции.

Еще одной популярной стратегией выхода на зарубежный рынок является франчайзинг. Данная стратегия предполагает передачу различных ресурсов компании, торговых марок, технологий, компании находящейся на привлекательном рынке сбыта. При этом компания-экспортер берет на себя дополнительные обязательства, связанные с обучением персонала, организацией деятельности, помощи в рамках лицензирования и организации управления. Основным преимуществом франчайзинга является минимизация затрат и рисков, при этом стоит отметить недостаток, связанный со снижением уровня контроля. Данная стратегия наиболее популярна у компаний в сфере услуг и розничной торговли [2]. Конкретным примером международного франчайзинга может являться международная сеть ресторанов KFC (Kentucky Fried Chicken).

Одной из набирающих популярность стратегий является стратегия лицензирования, которая выступает как форма кооперации компаний, при которой компания передает право компании-импортеру использовать свои уникальные процессы производства, технологии и ноу-хау. Компания, использующая лицензию для своей деятельности, обязуется выплачивать

вознаграждение, в рамках договора предоставления лицензии. Данная стратегия позволяет избежать возникновения конкурента на потенциальном рынке сбыта и снизить риски выхода на новый рынок, но в тоже время не гарантирует долгосрочность этих отношений. Данную стратегию используют компании, обладающие уникальными ресурсами, но не имеющими возможность самостоятельного выхода на потенциальный рынок сбыта. Например, компании КНР часто производят товары по лицензии Европейских компаний, поскольку из-за бюрократических проволочек не могут сами организовать производство в стране, кто рабочая сила и затраты на производство будет ниже.

Наиболее популярной стратегией для Российских компаний является организация совместного предприятия, поскольку такая стратегия позволяет использовать производственные мощности и инфраструктуру партнера на потенциальном рынке.

Каждая стратегия имеет свои плюсы и минусы, для успешного выхода на потенциальный рынок, необходимо правильно подобрать или скомбинировать несколько из них.

Последним этапом разработки экспортной стратегии является непосредственное управление экспортной деятельностью. Для реализации определенной или комбинации нескольких стратегий формируется механизм управления этими процессами. Непосредственное управление процессами связано с условиями реализации и факторами оказывающими влияние на внешнеэкономическую деятельность компании.

Определившись с типами внешнеэкономической деятельности компаний, изучив механизм формирования экспортной стратегии, перейдем к рассмотрению факторов влияния. Большинство факторов определяют выбор определенного типа или комбинации типов, а так же оказывают большое влияние, при формировании экспортной стратегии. Осознавая всю важность и сложность анализа, сформируем свою модель анализа факторов на основе PESTLE-анализа. Стоит заметить, что каждый фактор имеет свою оценку для каждого субъекта внешнеэкономической деятельности. При этом необходимо не только оценивать текущее состояние, но и прогнозировать возможное влияние и изменение. Примеры представим в виде таблицы и распределим их по группам. Полученный результат представлен в [Таблице 2](#).

Таблица 2. Примеры факторов воздействия на внешнеэкономическую деятельность компаний

Политические	Экономические	Социально-культурные	Технологические	Правовые	Экологические
Наличие политических конфликтов	Неравномерность экономического развития	Структура социальных групп	Уровень технологического развития страны	Налоговая политика государства	Уровень разведанных запасов
Наличие ограничений	Специализация производства	Гендерная структура	Наличие передовых разработок	Трудовое законодательство	Наличие природных ресурсов
Наличие торговых эмбарго		Уровень доходов населения	Наличие институтов развития технологий	Уровень защищенности интеллектуальной собственности	Наличие морских портов и доступа к ним
Вовлеченность в международные организации	Уровень доходов населения	Уровень миграции	Возможность внедрения передовых технологий	Уровень защищенности частной собственности	Возможность использования природных ресурсов
Наличие ограничений в рамках МО	Экономические ограничения внутри страны	Уровень жизни	Наличие эколого ориентированных технологий	Экологическое законодательство	Наличие квот или ограничений на добычу природных ресурсов
Внешняя политика	Уровень безработицы	Уровень развития социальных институтов	Количество зарегистрированных разработок технологий	Внешне экономическое законодательство	Доступность природных ресурсов
Наличие военных конфликтов	Уровень участия государства в экономике	Уровень развития науки	Уровень внедрения передовых технологий	Уровень защищенности иностранного капитала	Нахождение страны с точки зрения логистики
Вовлеченность в международные организации	Наличие финансовых ресурсов	Уровень развития медицины	Уровень развития энергосберегающих технологий	Антимонопольное законодательство	Климатические условия

Как видно из **Таблицы 2**, существует огромное количество возможных факторов влияния на внешнеэкономическую деятельность, которые определяются компанией и рынком, на который она выходит. Анализируя возможные примеры, сложно выделить группу, оказывающую наибольшее влияние на экспортную деятельность. При этом существуют определенные факторы, появление которых может заставить компанию прекратить любую внешнеэкономическую деятельность в определенной стране или рынке. Таким примером является наличие военных конфликтов. Любая компания не может напрямую влиять на данный фактор, но способна осуществлять меры по его снижению, примером таких мер будет: выбор рынков сбыта, где данный риск исключен, диверсификация деятельности в данном регионе.

Существуют и другие, которые могут отразиться на экономической эффективности экспортной деятельности. Таким примером может являться экологическое законодательство. Наличие экологических стандартов для продукции или производства, сильно усложняет деятельность компании и повышает издержки. Именно данный фактор заставил многие Европейские и Американские компании перенести свое производство в страны Азии.

Любой компании при разработке и управлении экспортной стратегией, и внешнеэкономической деятельностью в целом, необходимо прорабатывать каждую группу факторов влияния и искать способы снижения влияния на экспортную деятельность компании.

4. Результаты

Представлен анализ теоретических основ внешнеэкономической деятельности, структурированы виды внешнеэкономической деятельности; сформулирован алгоритм построения экспортной стратегии; выявлены основные факторы влияния на внешнеэкономическую деятельность; сформированы рекомендации по управлению данными факторами. Проанализирован механизм разработки экспортной стратегии, которая представляет собой программу долгосрочного эффективного функционирования на международном рынке. Проведен анализ различных подходов формирования экспортной стратегии. Обобщен и описан собственный взгляд, который позволяет включить аспекты, отличающие каждый подход. Выявлены критерии анализа рынков сбыта. Предложен инструмент выявления и анализа данных факторов, поскольку именно эти факторы оказывают существенное влияние на развитие внешнеэкономической деятельности.

5. Заключение

Внешнеэкономическая деятельность имеет колоссальное значение для любой крупной компании, что демонстрирует пример крупнейшей российской нефтяной компании – «НК РОСНЕФТЬ». Именно экспорт продукции за рубеж оказывает существенное влияние на финансовые показатели компании. Для расширения рынков сбыта продукции, и повышения объемов экспорта, необходимо правильно выбрать подходящий вид внешнеэкономической деятельности и сформировать цели и задачи. Формирование целей данной деятельности уже является частью алгоритма экспортной стратегии. Программа долгосрочного эффективного функционирования на международном рынке является механизмом стабилизации внешнеторгового оборота. Активная работа с факторами влияния, позволит компании осуществлять экспортную стратегию с минимальными рисками и избежать резких колебаний финансовых показателей.

Стоит отметить, важность анализа факторов для каждого конкретного рынка сбыта. Поскольку даже один из ряда факторов способен нанести существенный ущерб всей системе внешнеэкономической деятельности компании, который отразится на финансовых показателях компании. Приведенный пример анализа групп демонстрирует систему представления и контроля всех возможных факторов оказывающих влияние на конкретный рынок сбыта.

Литература

1. Бекетов А.А., Ларионова Н.А. Реализация экспортной стратегии как способ выхода промышленных предприятий на внешний рынок // Kant. 2012. №3 (6). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-eksportnoy-strategii-kak-sposob-vyhoda-promyshlennyh-predpriyatiy-na-vneshniy-rynok> (дата обращения: 10.04.2018).

2. Бурыкин А.Д., Бурыкина Н.М. Влияние факторов внешней и внутренней среды на деятельность предприятий // *Современные тенденции развития науки и технологий*. 2017. № 1-5. С. 18.
3. Головачев А. Конкурентоспособность организации // *Litres*, 2017. С. 214-254.
4. Жуковская С.Л., Оборин М.С. Основные подходы к анализу источников финансирования деятельности предприятия // *Фундаментальные исследования*. 2016. № 6-5. С. 969-973.
5. Колесников Д.И. Экспортный потенциал как один из факторов повышения конкурентоспособности региона // *Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности*. 2018. С. 159.
6. Магомедов Г.Д., Емельянов С.В. Внешнеэкономическая деятельность предприятий в России и их ориентация на формирование эффективной логистической системы // *Экономика и предпринимательство*. 2017. № 3-1. С. 819-824.
7. Неботов П.Г. Организационно-экономический механизм экспортного контроля: теоретико-методологический аспект // *Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов*. 2017. № 32.
8. Новоселов С.В., Мельник В.В., Агафонов В.В. Экспортноориентированная стратегия развития угольных компаний России – основной фактор обеспечения их финансовой устойчивости // *Уголь*. 2017. № 11 (1100).
9. Оборин М.С., Губанов Д.А. Информационные вызовы современной системе управления // *Друкерровский вестник*. № 3, 2018. С. 15-24.
10. Оборин М.С., Шерешева М.Ю., Иванов Н.А. Обоснование стратегических ориентиров социально-экономического развития малых городов России // *Вестник Пермского университета. Серия: Экономика*. 2017. Т. 12. № 3. С. 437-452.
11. Покровская, В.В. Внешнеэкономическая деятельность в 2 ч. Часть 1.: учебник для бакалавриата и магистратуры // В. В. Покровская. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2017. 376 с. (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).
12. Полячкова Д.В. Повышение эффективности экспортной деятельности промышленных предприятий [Электронный ресурс]. URL: <http://e-koncept.ru/2016/56056.htm>. (дата обращения 11.09.2018). Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 6. С. 101–105.
13. Прокушев, Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Ф. Прокушев, А.А. Костин ; под ред. Е. Ф. Прокушева. 10-е изд., перераб. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2017. 450 с. (Серия : Бакалавр. Прикладной курс).
14. Семенихин В. Внешнеэкономическая деятельность // *Litres*, 2017. С. 118-216.
15. Спартак А.Н. Возможности российской экспортной экспансии и ее государственная поддержка // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2017. Т. 2017. № 5.
16. Тимошук Т.А., Устаев Р.М. Экспортный потенциал России и методы его развития // *Развитие инструментов управления научной деятельностью*. 2017. С. 175-178.

References

1. Beketov A.A., Larionova N.A. Realizatsiya eksportnoi strategii kak sposob vykhoda promyshlennykh predpriyatii na vneshnii rynek // *Kant*. 2012. №3 (6). [Elektronnyi resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-eksportnoy-strategii-kak-sposob-vyhoda-promyshlennykh-predpriyatii-na-vneshniy-rynek> (data obrashcheniya: 10.04.2018).
2. Burykin A.D., Burykina N.M. Vliyanie faktorov vneshnei i vnutrennei sredy na deyatel'nost' predpriyatii // *Sovremennye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologii*. 2017. № 1-5. P. 18.
3. Golovachev A. Konkurentosposobnost' organizatsii // *Litres*, 2017. pp. 214-254.
4. Zhukovskaya S.L., Oborin M.S. Osnovnye podkhody k analizu istochnikov finansirovaniya deyatel'nosti predpriyatiya // *Fundamental'nye issledovaniya*. 2016. № 6-5. pp. 969-973.
5. Kolesnikov D.I. Eksportnyi potentsial kak odin iz faktorov povysheniya konkurentosposobnosti regiona // *Proryvnye ekonomicheskie reformy v usloviyakh riska i neopredelennosti*. 2018. P. 159.

6. Magomedov G.D., Emel'yanov S.V. Vneshneekonomicheskaya deyatel'nost' predpriyatii v Rossii i ikh orientatsiya na formirovanie effektivnoi logisticheskoi sistemy // *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. 2017. №. 3-1. pp. 819-824.
7. Nebotov P.G. Organizatsionno-ekonomicheskii mekhanizm eksportnogo kontrolya: teoretiko-metodologicheskii aspekt // *Ekonomicheskii vestnik universiteta. Sbornik nauchnykh trudov uchenykh i aspirantov*. 2017. №. 32.
8. Novoselov S.V., Mel'nik V.V., Agafonov V.V. Eksportnoorientirovannaya strategiya razvitiya ugol'nykh kompanii Rossii – osnovnoi faktor obespecheniya ikh finansovoi ustoichivosti // *Ugol'*. 2017. №. 11 (1100).
9. Oborin M.S., Gubanov D.A. Informatsionnye vyzovy sovremennoi sisteme upravleniya // *Drukerovskii vestnik*. № 3, 2018. pp. 15-24.
10. Oborin M.S., Sheresheva M.Yu., Ivanov N.A. Obosnovanie strategicheskikh orientirov sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya malykh gorodov Rossii // *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*. 2017. T. 12. № 3. pp. 437-452.
11. Pokrovskaya, V.V. Vneshneekonomicheskaya deyatel'nost' v 2 ch. Chast' 1.: uchebnik dlya bakalavriata i magistratury // V.V. Pokrovskaya. 2-e izd., pererab. i dop. M.: Izdatel'stvo Yurait, 2017. 376 s. (Seriya : Bakalavr i magistr. Akademicheskii kurs).
12. Polyachkova D.V. Povyshenie effektivnosti eksportnoi deyatel'nosti promyshlennykh predpriyatii [Elektronnyi resurs]. URL: <http://e-koncept.ru/2016/56056.htm>. (data obrashcheniya 11.09.2018). Nauchno-metodicheskii elektronnyi zhurnal «Kontsept». 2016. T. 6. pp. 101–105.
13. Prokushev, E.F. Vneshneekonomicheskaya deyatel'nost': uchebnik i praktikum dlya prikladnogo bakalavriata / E. F. Prokushev, A.A. Kostin ; pod red. E. F. Prokusheva. 10-e izd., pererab. i dop. M. : Izdatel'stvo Yurait, 2017. 450 p. (Seriya : Bakalavr. Prikladnoi kurs).
14. Semenikhin V. Vneshneekonomicheskaya deyatel'nost' // *Litres*, 2017. pp. 118-216.
15. Spartak A.N. Vozmozhnosti rossiiskoi eksportnoi ekspansii i ee gosudarstvennaya podderzhka // *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*. 2017. T. 2017. №. 5.
16. Timoshchuk T.A., Ustaev R.M. Eksportnyi potentsial Rossii i metody ego razvitiya // *Razvitie instrumentov upravleniya nauchnoi deyatel'nost'yu*. 2017. pp. 175-178.

УДК 339.56

Экспортная стратегия как механизм стабилизации внешнеторгового оборота

Владислав Эдуардович Бухаринов ^{а,*}

^а Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Российская Федерация

Аннотация. В данной статье предметом исследования являются факторы влияния на внешнеэкономическую деятельность компаний, экспортная стратегия, специфика внешнеэкономической деятельности. Рассматриваются основные виды и формы внешнеэкономической деятельности, проводится анализ использования российскими компаниями определенных видов внешнеэкономической деятельности. Развитие международной деятельности предполагает и расширение производственно-хозяйственных функций компаний. Важнейшей функцией становится – разработка экспортной стратегии, которая представляет собой программу долгосрочного эффективного функционирования на международном рынке. Анализируются различные подходы действующих компаний, а так же теоретические статьи, по данной теме, и формируется наиболее общий алгоритм формирования экспортной стратегии. Именно обобщение позволяет включить аспекты, отличающие каждый подход. В статье так же рассматриваются критерии анализа рынков сбыта. Без грамотного подбора рынка сбыта невозможно сформировать эффективную экспортную стратегию. Рассматриваются критерии нее только из теоретических источников, но и из практики отечественных и иностранных компаний, что позволяет более точно понять логику действий крупных компании. Поскольку деятельность компании, а в

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: bukharinovv@gmail.com (В.Э. Бухаринов)

особенности внешнеэкономическая деятельность, всегда находится под влиянием внутренних и внешних факторов, был предложен инструмент выявления и анализа данных факторов, поскольку именно эти факторы оказывают существенное влияние на развитие внешнеэкономической деятельности. Тема статьи соответствует актуальным научным направлениям, поскольку имеет колоссальное значение для повышения конкурентоспособности компаний, и развития внешнеторгового оборота в целом.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, внешнеторговый оборот, экспортная стратегия, международные рынки, конкурентоспособность, конкуренция, экспорт, импорт, факторы влияния, международная торговля, товары, управление, рынки, ресурсы.