

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Кафедра мировой экономики и экономической безопасности

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
Направленность (профиль): Мировая экономика

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: **«РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИ-  
НОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ АО  
«ЭНЕРПРЕД ХОЛДИНГ»)»**

Заведующий кафедрой: \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. О. А. Чепинога

Руководитель: \_\_\_\_\_ к.э.н., доц. Н. Р. Эпова

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_ к.п.н. Т. П. Головченко

Студент гр. МЭК-16-1 \_\_\_\_\_ Н. И. Михайлова

Иркутск, 2020 г.

## ЗАДАНИЕ НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

Студенту: Нине Ивановне Михайловой

Тема: Развитие экспортного потенциала машиностроительной отрасли России  
(на примере АО «Энерпред Холдинг»)

Дата выдачи задания: 12 марта 2020 г.

Этап выполнения выпускной квалификационной работы	Срок выполнения		Подпись руководителя
	план	факт	
Выбор темы, согласование плана ВКР	до 18.03.2020 г.	18.03.2020 г.	
Подготовка теоретического раздела ВКР (1 глава)	до 30.03.2020 г.	30.03.2020 г.	
Подготовка аналитического раздела ВКР (2 глава)	до 27.04.2020 г.	27.04.2020 г.	
Подготовка конструктивного раздела ВКР (2-3 глава)	до 17.05.2020 г.	17.05.2020 г.	
Завершение работы над ВКР, выполнение требований по оформлению	до 03.06.2020 г.	03.06.2020 г.	
Предоставление готовой ВКР на кафедру МЭ и ЭБ	05.06.2020 г.	05.06.2020 г.	

Руководитель \_\_\_\_\_ канд. экон. наук, доцент Н. Р. Эпова

Согласовано:

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ канд. экон. наук, доцент О. А. Чепинога

Задание принял к исполнению

Студент:

Группа МЭК-16-1 \_\_\_\_\_ Н. И. Михайлова

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ .....	7
1.1. Особенности внешнеторговой деятельности и ее регулирование.....	7
1.2. Экспортный потенциал: понятие, оценка и значение для экономики.....	14
1.3. Способы выхода фирмы на внешний рынок и ее экспортная политика .....	22
1.4. Машиностроительный комплекс: характеристика отрасли.....	28
2. ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ (В СЕГМЕНТЕ ГИДРАВЛИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ).....	38
2.1. Анализ мирового рынка машиностроения и гидравлики .....	38
2.2. Машиностроительная отрасль России (сегмент гидравлики): современное состояние и анализ экспортного потенциала .....	51
2.3. Внешнеторговая деятельность АО «ТД «Энерпред» и экспортный потенциал компании .....	58
3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ И РАЗРАБОТКА ПРАКТИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ.....	80
3.1. Определение основных направлений развития экспортного потенциала машиностроительной отрасли России .....	80
3.2. Развитие экспортного потенциала компании «Энерпред» .....	88
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	100
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	102
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Некоторые виды гидравлического оборудования и область их применения .....	111
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. 10 крупнейших производителей гидравлического оборудования .....	112
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Примеры применения трендов соц. сети Instagram для повышения узнаваемости бренда «Энерпред».....	114

## **ВВЕДЕНИЕ**

В связи со сложившейся геополитической ситуацией в мире, когда все страны вовлечены в глобальный процесс интернационализации мировой экономики, развитие промышленных отраслей становится необходимым для обеспечения стабильности экономики государства. Кроме того, чтобы укрепить позиции на внешних рынках государству необходимо анализировать экспортный потенциал той или иной отрасли, для определения конкурентоспособности и возможности продвижения отечественных товаров за рубежом.

Одной из важнейших отраслей промышленности в России является отрасль машиностроения. Ее роль для экономики страны огромна, ведь машины и оборудование обеспечивают работоспособность практически всех иных отраслей производства и не только. Одним из востребованных видов продукции в данном сегменте является гидравлическое оборудование, которое позволяет механизмам или спецтехнике выполнять задачи в крайне сложных климатических условиях и с легкостью справляться с предельно большими нагрузками в течение долгого периода эксплуатации.

Рынок гидравлического оборудования играет важную роль в мировом промышленном производстве. Сегодня гидравлика используется в таких отраслях как машиностроение, сельское хозяйство, энергетические и нефтехимические отрасли, судостроение и многие другие. Основой для выработки рыночной стратегии является изучение не только показателей деятельности фирмы и ее конкурентоспособности на российском рынке гидрооборудования, но и оценка ее экспортного потенциала. Развитие российского рынка гидравлики как промышленной отрасли и появление конкурентоспособных производителей приведет не только к развитию отечественного производства гидравлики, но и, возможно, станет толчком для развития машиностроительной отрасли в России в целом.

Таким образом, актуальность бакалаврской работы обусловлена перспективностью отрасли гидравлического оборудования, способной занять значимую долю не только на российском, но и на зарубежных рынках. В данном случае

оценка состояния экспортного потенциала играет важную роль, т. к. оценка данного показателя для предприятия необходима для разработки стратегии развития внешнеэкономических связей, определения маркетинговой стратегии продвижения товара на том или ином рынке, а также для изучения его конкурентоспособности в целом.

Для полного анализа положения российских производителей промышленного оборудования на мировом рынке необходимо рассмотреть и общие тенденции развития отрасли. Экспортный потенциал машиностроительной отрасли России в сегменте гидравлического оборудования выступает в качестве объекта исследования. Предметом исследования являются возможности развития экспортного потенциала российских производителей на мировом рынке машиностроения, в частности, в секторе гидравлического оборудования.

Целью исследования является разработка рекомендаций и способов повышения экспортного потенциала машиностроительной отрасли России (на примере компании «Энерпред»).

Для достижения данной цели в работе поставлен ряд необходимых задач:

- раскрыть сущность понятий «экспорт» и «экспортный потенциал»;
- рассмотреть основные факторы, влияющие на экспортный потенциал компании;
- провести анализ мирового рынка гидравлики и определить место российских производителей;
- провести анализ хозяйственной деятельности АО «ТД «Энерпред»;
- разработать рекомендации по повышению экспортного потенциала данного предприятия.

В работе использовались такие методы исследования, как анализ литературы по теме исследования, сравнение, измерение, наблюдение. Основой исследования послужили теории и концепции, представленные в современной мировой и отечественной экономической науке по проблеме экспорта и экспортного потенциала, аналитические обзоры рынков и статистические данные международных организаций; научные публикации, данные статистических организаций, публикации в СМИ и сети «Интернет».

Структура бакалаврской работы будет включать в себя три главы: в первой главе рассмотрены теоретические положения внешнеторговой деятельности и экспортного потенциала; вторая глава содержит анализ мирового рынка гидравлического оборудования и деятельности АО «Торговый Дом «Энерпред», в третьей главе приведены рекомендации по развитию экспортного потенциала компании и машиностроительной отрасли в целом.

# **1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

## **1.1. Особенности внешнеторговой деятельности и ее регулирование**

В современных условиях, внешнеэкономическая деятельность является важным компонентом, формирующим структуру, динамику и стабильность национальной экономики. Сегодня нет такой страны в мире, которая сможет развиваться без эффективной системы экономических отношений, позволяющих интегрироваться в мировую экономику. Что касается терминологии, в законе приведено следующее определение внешнеэкономической деятельности: внешнеэкономическая деятельность – внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности (правами на них).<sup>1</sup>

Экспорт и импорт товаров являются частью внешнеэкономической деятельности, а именно это напрямую относится к внешнеторговой деятельности компании или государства. К внешней торговле, помимо всех возможных операций, связанных с экспортом и импортом продукции или услуг, также относят иные товарообменные операции, осуществляемые в рамках взаимодействия с иностранными контрагентами.

С экономической точки зрения, международный обмен товарами является выгодным только при условии того, что, импортируя иностранную продукцию создается возможность экономии на производстве данных товаров внутри страны и получении прибыли.

В законе приведено следующее определение внешнеторговой деятельности: внешнеторговая деятельность – это деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллекту-

---

<sup>1</sup>Об экспортном контроле: Федер. закон РФ от 18 июля 1999 г. № 183-ФЗ. Ст. 1. (ред. от 13 июля 2015) // СПС «КонсультантПлюс».

альной собственностью.<sup>2</sup>

Участниками внешнеторговой деятельности могут быть любые российские и иностранные лица, однако право осуществлять внешнеторговую деятельность у данных лиц может быть ограничено в случаях, предусмотренных международными договорами Российской Федерации, а также федеральными законами РФ. Кроме того, Российская Федерация, субъекты Российской Федерации и муниципальные образования также осуществляют внешнеторговую деятельность, однако только в случаях, установленных федеральными законами.

Основной целью государственного регулирования внешней торговли является обеспечение благоприятных условий для внешнеторговой деятельности и защиты экономических и политических интересов Российской Федерации.

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности основывается на Конституции. К национальным нормативно-правовым актам, регламентирующим внешнеторговую деятельность в РФ, относят, прежде всего, Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» № 164 – ФЗ от 8.12.2003. Этот закон определяет основные цели внешнеторговой политики Российской Федерации, ее принципы, а также инструменты государственного регулирования этой сферы, подразделяя последние на инструменты таможенно-тарифного и нетарифного регулирования. Кроме того, внешнеторговая деятельность также регулируется другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, общепризнанными принципами и нормами международного права, а также международными договорами Российской Федерации.<sup>3</sup>

В РФ высшим уровнем регулирования и управления внешнеэкономической деятельностью следует считать деятельность главных органов законодательной, исполнительной и судебной власти.

Согласно статье 11 Конституции РФ государственную власть осуществляет президент (он является главой государства и гарантом Конституции), в си-

---

<sup>2</sup>Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности: Федер. закон РФ от 08 дек. 2003 г. № 164 – ФЗ (ред. от 01 мая 2019). Ст.2. // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>3</sup> Бердина М. Ю. Регулирование внешнеэкономической деятельности: учеб. пособие. СПб. 2011. С. 10.

стеме федеральных органов поставлен на первое место и не отнесен непосредственно ни к одной из ветвей власти.

Президент Российской Федерации в соответствии с Конституцией Российской Федерации и федеральными законами, в области внешнеторговой деятельности:

1. Определяет основные направления торговой политики Российской Федерации.

2. Определяет в соответствии с международными договорами Российской Федерации и решениями Комиссии Таможенного союза особенности порядка ввоза в Российскую Федерацию из стран, не входящих в Таможенный союз в рамках ЕврАзЭС, и вывоза из Российской Федерации в страны, не входящие в Таможенный союз в рамках ЕврАзЭС, драгоценных металлов и драгоценных камней.

3. Устанавливает запреты и ограничения внешней торговли товарами, услугами и интеллектуальной собственностью в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

4. Осуществляет иные полномочия.

Правительство РФ, в рамках своих полномочий относительно регулирования внешнеторговой деятельности наделено следующими полномочиями:

1. Применяет специальные меры (антидемпинговые, компенсационные и иные) по защите экономических интересов РФ.

2. Устанавливает ставки таможенных пошлин, вводит количественные ограничения экспорта и импорта товаров.

3. Вводит количественные ограничения экспорта и импорта товаров.

4. Устанавливает разрешительный порядок экспорта и (или) импорта отдельных видов товаров.

5. Определяет порядок формирования и ведения федерального банка выданных лицензий.

6. В пределах своих компетенций, принимает решения о проведении переговоров и подписании международных договоров Российской Федерации.

7. Принимает решения о введении в качестве ответных мер в отношении

иностранных государств ограничений внешней торговли товарами, услугами и интеллектуальной собственностью.

8. Устанавливает порядок ввоза в Российскую Федерацию и вывоза из Российской Федерации делящихся (расщепляющихся) ядерных веществ.

9. Устанавливает порядок вывоза из Российской Федерации товаров, составной частью которых является информация, составляющая государственную тайну.

10. Обеспечивает проведение в Российской Федерации единой торговой политики и осуществляет меры по ее реализации, принимает соответствующие решения и обеспечивает их выполнение.

11. Осуществляет иные возложенные на него полномочия в области государственного регулирования внешнеторговой деятельности и государственного контроля в этой области.

Согласно ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» государственное регулирование внешнеторговой деятельности осуществляется несколькими способами. К таким способам, в первую очередь, относят способы таможенно-тарифного регулирования.

В данном случае таможенный тариф представляет собой свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу, систематизированный в соответствии с товарной номенклатурой ВЭД.

Таможенная пошлина, в свою очередь — это обязательный платеж в федеральный бюджет, взимаемый таможенными органами в связи с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного Союза (ТС), а также в некоторых других случаях, которые установлены в международных договорах государств- членов ТС и в законодательстве РФ.<sup>4</sup>

Таможенная пошлина взимается в соответствии с Таможенным кодексом Евразийского экономического союза<sup>5</sup>, в также законом РФ «О таможенном та-

---

<sup>4</sup>Майбуров И. А. Налоговые и таможенные платежи: учеб. пособие. — Екатеринбург.: Изд-во Урал. ун-та, 2017. С. 130.

<sup>5</sup>Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // СПС «КонсультантПлюс».

рифе»<sup>6</sup> и Федеральным законом «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»<sup>7</sup> и другими федеральными законами.

Таможенные пошлины выполняют фискальную, протекционистскую и балансирующую функцию. Это происходит потому, что платежи по таможенным пошлинам являются одной из статей доходной части бюджета; с помощью импортных пошлин государство ограждает местных производителей от нежелательной иностранной конкуренции; а с помощью экспортных пошлин государство предотвращает нежелательный экспорт по товарам, внутренние цены на которые, по различным причинам ниже мировых.

Существует различная классификация таможенных пошлин. Так, в зависимости от направления движения товаров различают экспортные, импортные и транзитные пошлины. По способу взимания они подразделяются на адвалорные, специфические и комбинированные, а в зависимости от торгового режима на договорные и генеральные. Также органы государственного регулирования внешней торговли вправе применять сезонные, антидемпинговые и компенсационные таможенные пошлины.

Вторым способом государственного регулирования внешнеторговой деятельности является применение методов нетарифного регулирования внешней торговли.

К методам нетарифного регулирования относят количественные ограничения на ввоз и вывоз товара, технические барьеры т. е. различные стандарты, включая требования к упаковке и маркировке, лицензирование в сфере внешней торговли товарами, наблюдение за экспортом и (или) импортом отдельных видов товаров, специальные защитные меры, антидемпинговые меры и компенсационные меры.

Помимо этого, государство также использует методы запретов и ограни-

---

<sup>6</sup>О таможенном тарифе: Закон РФ от 21 мая 1993 г. № 5003-1 (ред. от 18 фев. 2020) // СПС «КонсультантПлюс». Ст. 4.

<sup>7</sup>О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федер. закон РФ от 03 авг. 2018 г. № 289 – ФЗ (ред. от 27 дек. 2019) // СПС «КонсультантПлюс».

чений внешней торговли услугами и интеллектуальной собственностью, например, мерами, принятие которых необходимо для участия Российской Федерации в международных санкциях.

Еще одним способом регулирования внешнеторговой деятельности является применение мер экономического и административного характера, способствующих развитию внешнеторговой деятельности.

В соответствии с международными договорами РФ, законодательством РФ Правительство Российской Федерации и органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в рамках своей компетенции осуществляют мероприятия, содействующие развитию внешнеторговой деятельности, в том числе обеспечивают: кредитование участников внешнеторговой деятельности; функционирование систем гарантий и страхования экспортных кредитов; организацию торговых выставок и ярмарок, специализированных симпозиумов и конференций и участие в них; а также проведение кампаний по продвижению российских товаров, услуг, интеллектуальной собственности на мировые рынки.

Таким образом, в целях защиты национального рынка государством, могут быть использованы такие инструменты как: пересмотр таможенных пошлин на импортные товары, введение квот, а также упрощенное оформление таможенных документов, в том числе автоматизированное и удаленное предоставление услуг.

Кроме того, государственное регулирование внешнеторговой деятельности включает прямые и косвенные способы. К прямым методам относится административный контроль: лицензии и квоты на экспорт и импорт, временные меры по стабилизации и насыщению внутреннего рынка, государственная монополия внешнеторговой деятельности.

Этот метод может применяться в виде исключительных прав на исполнение государственной компанией отдельных зарубежных операций или поддержание внешнеэкономических связей. В целом эти меры касаются методов нетарифного регулирования, которые были рассмотрены ранее.

Косвенные способы регулирования внешней торговли более эффективны

и актуальны для развития международных отношений. К ним относятся: таможенные пошлины, процентные ставки по валютным кредитам, ставка по облигациям, прочие ценные бумаги, выплаты денежных средств.<sup>8</sup>

Помимо осуществления различного рода методов регулирования внешней торговли тарифного и нетарифных ограничений, а также мер экономического и административного характера государство разрабатывает торговую политику, в рамках которой происходит развитие внешнеторговой деятельности в стране.

Торговая политика Российской Федерации входит в состав экономической политики РФ. Основной целью торговой политики Российской Федерации является создание благоприятных условий отечественных экспортеров, импортеров, а также производителей и потребителей товаров и услуг. Правительство Российской Федерации в пределах своей компетенции наделило правом государственного регулирования деятельности, связанной с внешней торговлей уполномоченный федеральный орган исполнительной власти, который осуществляет разработку предложений, касающихся торговой политики Российской Федерации, государственного регулирования внешнеторговой деятельности, заключения международных торговых договоров и иных договоров Российской Федерации в области внешнеэкономических связей. В случае, когда затрагиваются интересы субъектов Российской Федерации, разработка указанных предложений осуществляется при участии соответствующих органов исполнительной власти субъектов государства.

Согласно Распоряжению Правительства РФ «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года», приоритетными направлениями внешнеэкономической политики России на данный момент являются:

1. Обеспечение ведущих позиций России на мировых рынках высокотехнологичных товаров и услуг в соответствии с ее специализацией в глобальной научно-технологической сфере.

2. Содействие экспорту и достижению глобальной конкурентоспособно-

---

<sup>8</sup>Веселова Н. А. Внешнеторговая деятельность: сущность, задачи и способы регулирования // Молодой ученый. 2019. № 52. С. 350-352. URL: <https://moluch.ru/archive/290/65651/> (дата обращения: 06.04.2020).

сти обрабатывающих отраслей и сферы услуг.

3. Интеграция России в глобальную транспортную систему и реализация транзитного потенциала российской экономики.

4. Повышение роли России в обеспечении глобальной энергетической безопасности и укрепление ее позиций на рынке углеводородов.

5. Формирование интегрированного евразийского экономического пространства.

6. Создание в России международного финансового центра, превращение рубля в региональную резервную валюту и расширение использования рубля во внешнеторговом обороте.

7. Усиление роли России в решении глобальных вопросов и формировании мирового экономического порядка.<sup>9</sup>

Таким образом, исходя из приведенной выше информации, развитие внешнеторговой деятельности является одним из важнейших способов развития экономики России, укрепления ее внешнеэкономических связей и позиций на мировом рынке. Регулирование внешнеторговой деятельности в России четко регламентировано, государственное регулирование внешнеторговой деятельности включает в себя комплекс экономических, правовых и административно-управленческих мер со стороны государства. Главной целью, которую преследует государство реализуя меры регулирования внешнеторговой деятельности является создание и поддержание благоприятных условий для внешнеторговой деятельности и защиты экономических и политических интересов Российской Федерации.

## **1.2. Экспортный потенциал: понятие, оценка и значение для экономики**

На сегодняшний день, находясь в условиях растущих темпов глобализации, крупный бизнес имеет направленность к интернационализации своей деятельности в целях продвижения своей продукции на зарубежных рынках. Кро-

---

<sup>9</sup> О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ от 17 ноя. 2008 г. № 1662-р (ред. от 28 сен. 2018) (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года») // СПС «КонсультантПлюс».

ме того, развитие компанией внешнеторговой деятельности способствует улучшению качества производства, снижению издержек за счет дешевой иностранной рабочей силы и иных ресурсов. Государства также становятся все больше вовлечены в международную торговлю, а так как сегодня, самым простым методом выхода на зарубежный рынок является экспорт товаров или услуг, его повышение становится одной из важнейших задач, которую ставят перед собой субъекты международных отношений.

Оценка состояния экспортного потенциала предприятия необходима для разработки стратегии развития внешнеэкономических связей, определения маркетинговой стратегии продвижения товара на том или ином рынке, а также, эффективное использование экспортного потенциала позволит обеспечить подготовку и принятие качественных управленческих решений, направленных на достижение устойчивого развития предприятия.

На данный момент, существует множество различных определений понятия экспортный потенциал. Например, И. А. Русаков дал следующее определение экспортному потенциалу предприятия: это совокупная способность предприятия, основанная на его производственных и экономических возможностях, осуществлять продажи производимой продукции за рубеж, привлекать прямые иностранные инвестиции и участвовать в международных промышленных процессах.<sup>10</sup>

Еще один исследователь Ю. В. Токарев под экспортным потенциалом предприятия понимает его совокупную способность создавать и производить конкурентоспособную продукцию на экспорт, продвигать ее на внешние рынки, выгодно реализовывать там товары и обеспечивать требуемый уровень обслуживания.<sup>11</sup> Из данного определения следует, что при расчете экспортного потенциала необходимо проводить оценку конкурентоспособности продукции фирмы, т. к. именно конкурентоспособность рассматривается как ключевой элемент экспортного потенциала.

---

<sup>10</sup> Русаков И. А. Управление развитием экспортного потенциала предприятий машиностроительного комплекса: автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05. / И. А. Русаков. Саратов, 2012. С. 7.

<sup>11</sup> Токарев Ю. В. Формирование и использование экспортного потенциала (на примере промышленных предприятий): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Ю. В. Токарев. Казань, 1997. С. 8.

Очевидно, что экспортный потенциал присущ не только предприятиям, но и иным субъектам экономики- региону внутри страны, отрасли, национальной экономике и т. д. Данный потенциал реализуется ими путем развития международной торговли, прежде всего, экспорта.

Экспортный потенциал государства — это способность национальной экономики производить продукцию, конкурентоспособную на мировых рынках, и экспортировать ее в достаточных объемах по мировым ценам.<sup>12</sup> В. В. Швыдко считает, что экспортный потенциал страны можно определить как динамично меняющуюся составляющую экономического потенциала, организационно-техническая структура которого, подчиняясь миссии и целям предприятия, с учетом воздействия факторов внешней среды и внутреннего состояния, обеспечивает стабильные объемы продаж с заданным уровнем рентабельности на зарубежных рынках.<sup>13</sup> Экспортный потенциал страны состоит из экспортных потенциалов отдельных отраслей, в первую очередь промышленности как важнейшего продуцента готовых изделий, а экспортный потенциал отрасли - из экспортных потенциалов отдельных предприятий из чего следует, что повышение конкурентоспособности, производимой фирмами продукции и повышение экспортной деятельности на предприятиях повышает экспортный потенциал как отдельной отрасли, так и государства в целом.

Экспортный потенциал характеризуется количественным, качественным, структурным состоянием имеющихся у субъекта производственных, финансовых, трудовых и иных ресурсов; их взаимосвязью и возможностью в определенный момент времени мобилизовать резервы для достижения поставленных целей; увеличения и совершенствования всех составляющих экспортного потенциала и их соединительных звеньев.

Также экспортный потенциал непосредственно предприятия определяется как готовность, способность предприятия осуществлять внешнеэкономическую

---

<sup>12</sup>Экспортный потенциал России // Financial Guide информ. агентство. 2020. URL: <https://www.financialguide.ru/article/economics/eksportnyj-potencial-rossii> (дата обращения: 12.03.2020).

<sup>13</sup>Савинов Ю. А. Экспортный потенциал отрасли по разработке и сбыту информационно-коммуникационных технологий / Ю. А. Савинов, В. А. Орешкин, А. А. Лебедев // Российский внешнеэкономический вестник. 2013. № 6. С. 31.

деятельность, в частности экспортную деятельность, которая заключается в выходе на целевые внешние рынки сбыта. Таким образом, факторы, влияющие на развитие экспортного потенциала также косвенно влияют и определяют процедуру формирования стратегии выхода предприятия на внешний рынок и уровень репрезентативности предприятия на внешнем рынке.<sup>14</sup>

К наиболее значимым факторам развития экспортного потенциала предприятия целесообразно отнести: организацию управления предприятием, информационное обеспечение внешнеторговой деятельности фирмы, плановые показатели и текущее состояние экспортного производства, финансовое положение фирмы; ценовой фактор, производственная активность предприятия, кадровый потенциал компании. Все указанные факторы являются системообразующими, то есть они формируют экспортный потенциал предприятия, и взаимозависимыми, т. е. они объединены единой целью - обеспечить развитие внешнеторговой деятельности предприятия.

Реализация мероприятий по каждому фактору развития экспортного потенциала будет способствовать повышению конкурентных позиций предприятия, эффективному продвижению продукции предприятия на целевом внешнем рынке. То есть указанные факторы влияют не только на развитие экспортного потенциала, а в конечном итоге они способны усилить конкурентоспособность предприятия в целом.

Как было упомянуто ранее, экспортный потенциал тесно связан с понятием конкурентоспособности, оценка которой, в свою очередь, вызывает ряд сложностей, ввиду отсутствия единой методологической базы для проведения данной оценки. Как правило, исследования экспортного потенциала заканчиваются прогнозными разработками экспорта по товарной и отраслевой структурам, которым предшествует анализ его ретроспективной динамики товарной и географической структуры. Это связано с невозможностью количественной оценки экспортного потенциала через некоторую субъективность этого поня-

---

<sup>14</sup>Экономика. Потенциал и развитие предприятия // Studwood.ru: офиц. портал. URL: [https://studwood.ru/2037619/ekonomika/eksportnyy\\_potentsial\\_suschnost\\_naznachenie\\_metody\\_otsenki](https://studwood.ru/2037619/ekonomika/eksportnyy_potentsial_suschnost_naznachenie_metody_otsenki) (дата обращения: 13.03.2020).

тия, отсутствием прямой зависимости между потенциалом и рыночной позицией фирмы.

Несмотря на это, все же существует ряд исследователей, выдвинувших собственные методики оценки экспортного потенциала. Одной из наиболее часто используемых является методика оценки экспортного потенциала С. С. Морозова (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Основные показатели анализа экспортного потенциала предприятия

Показатели	Алгоритм расчета	Характеристика показателей
Эффективность производства экспортной продукции	$\mathcal{E}_{\text{пр}} = \frac{\mathcal{C}_3}{C_3},$ <p>где <math>\mathcal{C}_3</math> – стоимость экспортной продукции во внутренних ценах; <math>C_3</math> – себестоимость экспортной продукции</p>	Чем выше показатель, тем более целесообразно производство данного вида продукции
Доля инновационной продукции	$D_{\text{инп}} = \frac{\Pi_{\text{и}}}{\Pi_0},$ <p>где <math>\Pi_{\text{и}}</math> – количество инновационной продукции; <math>\Pi_0</math> – общее количество продукции.</p>	Определяет отношение инновационной продукции к общему количеству выпускаемой продукции и характеризуют долю продукции, которую можно вывести на внешний рынок
Эффективность продаж экспортной продукции	$\mathcal{E}_{\text{п}} = \frac{\Pi_{\text{пэ}}}{\mathcal{Z}_{\text{прэ}}},$ <p>где <math>\Pi_{\text{пэ}}</math> – прибыль от продажи экспортной продукции; <math>\mathcal{Z}_{\text{прэ}}</math> – затраты на производство экспортной продукции.</p>	Чем выше показатель, тем более выгодно производство данного вида продукции на экспорт

Источник: Сухих Д. Г. Методики оценки экспортного потенциала предприятия. Российский опыт // Вестник науки Сибири. 2015. № 2. С. 69.

Еще одним, наиболее часто используемым методом расчета экспортного потенциала является интегральная методика, которая позволяет более точно отразить возможности предприятия на внешнем рынке, при помощи показателей, определенным образом взвешенных между собой. Преимущество данного метода – простота в расчетах и однозначно интерпретируемые результаты. Таким образом, оценка эффективности использования экспортного потенциала  $K_k$  рассчитывается по формуле:

$$K_k = \sqrt{\alpha * K_{\text{внутр}} * (1 - \alpha) * K_{\text{внеш}}} \quad (1.1)$$

где  $K_{\text{внутр}}$  – комплексная оценка внутреннего экспортного потенциала предприятия. Формула его расчета:

$$K_{\text{внутр}} = K_{\text{исп}} * K_{\text{рпа}} * K_{\text{рп}} \quad (1.2)$$

где  $K_{исп}$  – показатель соотношения производственной программы к производственной мощности предприятия;  $K_{рпа}$  – показатель рентабельности производственных активов;  $K_{рп}$  – показатель рентабельности продукции.

Следующий показатель-  $K_{внеш}$  – рассчитывается по формуле:

$$K_{внеш} = K_{соот} * K_{цр} * K_{марк} * K_{рпр} \quad (1.3)$$

где  $K_{соот}$  – показатель соотношения объема производства и объема продаж;  $K_{цр}$  – доля продукции на целевом рынке;  $K_{марк}$  – доля маркетинговых затрат в общей сумме затрат;  $K_{рпр}$  – показатель рентабельности продаж предприятия.

Коэффициент сопряженности экспортного потенциала  $\alpha$  зависит от колебания рыночной конъюнктуры. При улучшении ситуации на рынке, росте рыночной активности, увеличивается внешний экспортный потенциал, компания имеет возможность развиваться, увеличивать количество экспортируемых товаров. При ухудшении экономической конъюнктуры, спаде экономической активности, внешний потенциал предприятия также снижается, но увеличивается внутренний, т. к. в подобных условиях фирма проводит оптимизацию своей деятельности, более экономно использует имеющиеся ресурсы, создает необходимые условия для подъема производства.

В сумме коэффициенты сопряженности внутреннего и внешнего экспортного потенциала должны составлять единицу. Уровень развития экспортного потенциала предприятия отражает конкретное число, что позволяет сделать один из следующих выводов:

1. В товаре присутствуют значительные недостатки, выход на внешний рынок может привести к значительным потерям.
2. В товаре присутствуют определенные недостатки, однако их можно сократить и плавно начать выход на внешний рынок.
3. Ничто не препятствует экспортной деятельности, товар можно выводить на внешний рынок в ближайшее время.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Сухих Д. Г. Оценка экспортного потенциала предприятия с помощью методов математического моделирования / Д. Г. Сухих, В. М. Кац // Экономика России в XXI веке: сб. науч. тр. XI Международной научно-практической конференции «Экономические науки и прикладные исследования: фундаментальные проблемы модернизации экономики России». Томск, 2014. С. 122.

Одной из основных проблем оценки экспортного потенциала является отсутствие информационной базы для нее. Большинство авторов в своих методиках ограничиваются моделированием показателей без указания источников для их расчета, что снижает их практическую значимость.

Стоит отметить, что при всем многообразии методов расчета экспортного потенциала путем вычисления показателей продаж, эффективности производства экспортной продукции и т. д., в Российской практике получил популярность также такой метод оценки экспортного потенциала, как метод экспертных оценок.

Томское агентство поддержки малого и среднего предпринимательства с целью оценки экспортного потенциала предложило метод экспортной диагностики компании, состоящий в оценке основных функций предприятия, определяющих его готовность к экспортной деятельности:

1. Производство. Оценка имеющихся у предприятия производственных мощностей, емкости складов, а также качества поставщиков.

2. Логистика. Здесь в компании проводится оценка знаний таможенных операций, надежности и эффективности работы субподрядчиков, а также возможности выполнять заказы точно в срок.

3. Финансы. Оценивается кредитоспособность предприятия, а также размер акционерного и собственного капиталов, показатели устойчивости фирмы.

4. Рынок. Оценка объема продаж на внутреннем и внешнем рынке, конкурентных преимуществ товаров и услуг предприятия.

5. Цена. Это один из главных факторов оценки, здесь оценивается процесс формирования стоимости работ или услуг предприятия, возможности приспособления цены продукции к другим валютам.

6. Юридические аспекты. Оценивается возможность предприятия использовать государственную поддержку экспортной деятельности и знание международного законодательства торговли и заключения контрактов.

Каждый критерий оценивается по пятибалльной шкале, а затем результаты по каждому критерию складываются. Сложность заключается в определении шкалы ценностей. Предприятию следует основываться на реальных и точных

показателях и доверить оценку независимому эксперту, который сможет выявить проблемные зоны предприятия, которым следует уделить большее внимание.

За рубежом также существует множество методов оценки экспортного потенциала. Одним из таких методов является метод оценки экспортного потенциала путем определения и анализа индекса экспортных цен или индекса экспортного потенциала (ЕPI). Данный индекс определяет товары, которые страна уже экспортирует и которые имеют хорошие перспективы дополнительного экспорта на заданном целевом рынке или в мире. Значение потенциального экспорта прогнозируется экономической моделью, основанной на характеристиках экспортера, целевом рынке и силе взаимосвязи между ними. Данный показатель основан на оценке предложения и потенциального спроса на товар, с учетом поправок на удаленность и доступность региона, а также условий доступа на рынок. Оценочная стоимость в долларах служит ориентиром для сравнения с фактическими показателями экспорта и не должна интерпретироваться как предельная стоимость. В действительности, фактическая стоимость сделки может быть ниже или выше потенциальной стоимости. Данный показатель по странам, товарной группе или конкретному товару можно найти на портале международного центра торговли.<sup>16</sup>

Компании, изучив показатели индекса экспортного потенциала, и основываясь на внутренних данных относительно финансовой устойчивости, производственных мощностей, кадрового потенциала, технической оснащенности, положения на внутреннем рынке и коммерческих возможностей организации анализируют и дают оценку экспортного потенциала фирмы, и только после этого запускают программы, направленные на развитие экспортной деятельности предприятия.<sup>17</sup>

Таким образом, несмотря на многообразие методов оценки экспортного потенциала, на практике возникают определенные сложности их качественного

---

<sup>16</sup> Export potential map // International trade centre. URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/resources/learning/glossary#realized-potential> (дата обращения: 16.05.2020).

<sup>17</sup> Does my company have export potential? // Web-site connectamericas.com. URL: <https://connectamericas.com/content/does-my-company-have-export-potential> (дата обращения: 16.05.2020).

использования. На современном этапе теоретические исследования и разработка наиболее подходящего варианта методики оценки экспортного потенциала имеет важное значение для фирмы, потому что корректная оценка экспортного потенциала позволяет выбрать правильную стратегию, направленную на интернационализацию деятельности фирмы и укрепления ее внешнеэкономических связей, а также определить реальные перспективы развития компании на новых рынках и установить объемы производства экспортной продукции для наибольшей эффективности деятельности компании.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что развитие экспортного потенциала предприятия – достаточно сложное и многоплановое явление. Экспортная деятельность субъектов предпринимательства каждой страны затрагивает политические и экономические интересы других стран, подстраивается под их рынок и культурные особенности, поэтому в процессе построения концепции учитывается множество факторов и иных вопросов, связанных с управлением и регулированием деятельности фирмы.

Управление эффективностью реализации экспортного потенциала направлено на увеличение объемов экспорта организации в стоимостном выражении и снижение издержек. Этого можно достичь путем осуществления различных маркетинговых стратегий, которые помогают продукту закрепиться на отдельном рынке. Расчет экспортного потенциала важен для понимания позиций и перспектив развития не только отдельных компаний, но и целых отраслей т. к. данный показатель определяет конкурентоспособность определенной продукции на мировом рынке, что позволяет спрогнозировать спрос на тот или иной товар, произведенный в разных странах.

### **1.3. Способы выхода фирмы на внешний рынок и ее экспортная политика**

Развитие внешнеторговой деятельности предприятия ведет к развитию технологий производства товаров и услуг, число которых с каждым годом увеличивается, а, следовательно, объемы выпуска и реализации обретают все большие масштабы и большее значения для развития компании.

Для продвижения фирмы на иностранном рынке руководители и мене-

дженеры фирмы уделяют большое внимание вопросам, необходимым к рассмотрению перед началом деятельности по выходу и продвижению своей продукции на зарубежных рынках. Так, сначала необходимо изучить потенциал и условия на новом рынке, оценить конкурентов, их методы позиционирования товаров и долю на рынке, а после этого необходимо также проанализировать цели и возможности предприятия, которых стоит придерживаться и которые можно осуществить в процессе деятельности компании в конкретной стране.

Итак, в общемировой практике существует 3 базовых метода выхода на зарубежный рынок: экспорт, посредничество и иерархичное построение бизнеса.<sup>18</sup>

Последовательность применения методов выхода фирмы на внешний рынок в большинстве случаев проходит следующие ступени:

1. Экспортные операции, заключающиеся вначале разовым, а затем долгосрочными контрактами между контрагентами разных стран.
2. Совместные выступления на мировой арене, с возможностью образования консорциумов.
3. Международная передача технологии.
4. Совместная предпринимательская деятельность.
5. Прямое инвестирование.<sup>19</sup>

На сегодняшний день, самым простым методом выхода на зарубежный рынок является экспорт товаров или услуг.

Существует следующие виды экспорта, исходя из различий в происхождении товара:

1. Вывоз иностранных товаров после их переработки в данной стране под таможенным контролем.
2. Вывоз товаров, ранее ввезенных, но не подвергшихся обработке (ре-экспорт).
3. Вывоз иностранных товаров, прошедших транзитом через страну без

---

<sup>18</sup> Беликова И. В. К вопросу о способах выхода на внешний рынок // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2014. № 1 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sposobah-vyhoda-na-vneshniy-rynok>. (дата обращения: 16.03.2020).

<sup>19</sup> Солодков М. В. Международный бизнес: учеб. пособие. // Иркутск.: Изд-во БГУЭП, 2007. С. 157.

помещения на таможенные склады.

#### 4. Вывоз товаров, произведенных на территории страны- экспортера.

Ф. Котлер классифицирует экспорт на нерегулярный и активный. Нерегулярный экспорт – это пассивный уровень вовлечения, в данном случае фирма занимается экспортом товара без определенной периодичности, лишь в случаях, когда у нее образуются излишки, тогда предприятие, в большинстве случаев, продает товары местным оптовикам, представляющим зарубежные фирмы.

Если экспортом продукции занимается непосредственно фирма-производитель, либо данная фирма активно участвует в экспортных операциях и имеет налаженные каналы сбыта, то такой экспорт является активным и осуществляется либо напрямую - через материнскую компанию, либо косвенно - с помощью посредников.<sup>20</sup>

Созданию собственного сбытового филиала фирмы за рубежом при прямом экспорте должна предшествовать правовая и экономическая проработка данного вопроса, кроме того, самостоятельный выход на внешние рынки всегда подразумевает большие дополнительные расходы, что может себе позволить не каждая компания. В таком случае будет уместен косвенный экспорт. Косвенный экспорт, подразумевает продвижение продукции за рубежом через посреднические организации, которые получают комиссионные или делают торговую наценку, тем самым обеспечивая себе доход, а фирме производителю реализацию их продукции на внешнем рынке и получение прибыли, хотя и не такой высокой. Отличным примером таких посреднических организаций могут служить магазины косметики, которые заключают договора с фирмами-производителями парфюмерии, косметики, уходовых средств, а затем реализуют брэнды в своих магазинах<sup>21</sup>.

Помимо экспорта также выделяют следующие методы выхода компании на внешний рынок:

---

<sup>20</sup>Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: учеб. пособие. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. С. 564.

<sup>21</sup>Савинов Ю. А. Посредническая деятельность в международной торговле // Российский внешнеэкономический вестник. 2017. № 2. С. 6.

- Консорциумы, совместные выступления на внешнем рынке.

Временное объединение организаций или предприятий, независимых друг от друга, возникшее с целью совместной реализации коммерческих целей и задач. Основной их плюс заключается в том, что предприятия могут сотрудничать для выполнения крупных, сложных заказов, при этом не теряя своей независимости. В данном случае консорциум несет общую ответственность перед заказчиком-экспортером за выполнение полного объема работ, однако конкретные работы и ответственность распределяются между всеми участниками.

- Международная передача технологии.

Международный трансфер технологий или международная передача технологий - это межгосударственное перемещение научно-технических достижений на коммерческой и безвозмездной основе.<sup>22</sup> Международное продвижение технологии может осуществляться в форме торговли патентами, оборудованием, ноу-хау и лицензиями, а также торговлей различной технической информацией и т. д. Основным плюсом данного метода является доступность технологий, которые могут дать определенное преимущество при реализации товара, повысить его качество, снизить затраты на его производство и т. д.

- Совместная предпринимательская деятельность.

Совместная предпринимательская деятельность – это объединение усилий с коммерческими фирмами государства-партнера для увеличения финансовых и производственных мощностей или, исходя из международных стандартов финансовой отчетности - это предпринимательская деятельность, которая контролируется совместно двумя или более сторонами.<sup>23</sup>

Ключевой особенностью совместного предпринимательства является то, что стороны соглашения не являются должниками или займодателями по отношению друг к другу. Имущество, необходимое для совместной деятельности, не обособляется, поэтому обе стороны рискуют и отвечают по общей задол-

---

<sup>22</sup>Бертош Е. В. Международная передача технологий: барьеры и стратегии // «Научные стремления»: сб. науч. ст. 2013. № 8. С. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-peredacha-tehnologiy-bariery-i-strategii> (дата обращения: 01.04.2020).

<sup>23</sup>О введении Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) Министерства финансов Российской Федерации: Приказ Минфина России от 28 дек. 2015 г. № 217н (ред. от 11 июля 2016) // СПС «КонсультантПлюс».

женности в долевом порядке и осуществляют совместное управление хозяйственной деятельностью предприятия. Согласно, Ф. Котлеру существуют 4 типа совместных предприятий: лицензирование, подрядное производство, управление по контракту, предприятия совместного владения.

- Прямое инвестирование.

Покупка акций компании с целью участия в ее управлении или создание за рубежом собственных дочерних предприятий.

Прямое инвестирование требует значительных инвестиций, но вместе с тем фирма может контролировать свои капиталовложения за счет открытия филиала за рубежом, а также это приносит определенные выгоды за счет наличия более дешевых сырья и рабочей силы. Именно поэтому, на сегодняшний день более 50 % прямых иностранных инвестиций направляются в развивающиеся страны, однако крупнейшим получателем ПИИ остаются Соединенные Штаты Америки, приток капитала в 2019 г. здесь составил 251 млрд долларов, на втором месте Китай с притоком в 140 млрд долларов, далее Сингапур – 110 млрд долл.<sup>24</sup>

Таким образом, выбор метода выхода на внешний рынок зависит от множества факторов, таких как: потенциал и условия на рынке, размер фирмы и объем ее деятельности, наличие квалифицированных управленческих кадров, доход фирмы от коммерческой деятельности и многое другое.

Для фирм, осуществляющих экспортную деятельность очень важно разработать и тщательно соблюдать экспортную политику компании. Политика экспорта является одним из показателей экономической эффективности компании, как на макроэкономическом, так и на микроэкономическом уровнях.

Экспортная политика предприятия предполагает разработку стратегии и принципов работы предприятия на внешнем рынке, а также формирование экспортного ассортимента товаров, определение темпов обновления экспортной продукции, цен, уровня качества, гарантий и сервисного обслуживания. Следует отметить, что разработку и осуществление экспортной

---

<sup>24</sup> Global Investment Trend Monitor // UNCTAD, № 33. P. 3.

политики компании следует проводить только фирме, имеющий определенный экспортный потенциал после тщательного его анализа.

Самой важной составляющей экспортной политики компании является определение, формирование и управление ассортиментом товара. Основная задача фирмы состоит в том, чтобы своевременно предлагать определенную совокупность товаров, которые соответствуют профилю производственной деятельности фирмы и способны в наиболее полной мере удовлетворить спрос покупателей на данную продукцию на зарубежном рынке.

Формирование такого ассортимента – это проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определения соотношений между старыми и новыми товарами, товарами единичного и серийного производства, наукоемкими обычными товарами, товарами или лицензиями, ноу-хау.

Исходя из международной практики, целесообразно выпускать не одно какое-либо изделие, а их параметрический ряд, например, набор станков одного типа, но отличающихся производительностью. Чем шире параметрические ряды и ассортиментный набор, тем вероятнее нахождение покупателем своего товара, что позволяет расширить количество клиентов компании, а также укрепить позиции фирмы на зарубежном рынке.<sup>25</sup>

Экспорт отличается от внутренней торговли еще и тем, что здесь появляются дополнительные риски, как коммерческие, так и политические. Коммерческие риски, в данном случае усиливаются за счет поиска сбытовых каналов на внешнем рынке, перевозкой груза на более дальние расстояния, приемкой товаров покупателем, а также колебаниями валютного курса и дополнительными затратами на разработку рекламы, поиска зарубежных партнеров для продвижения продукции на иностранном рынке.

Политические риски определяются политикой государства в области экспорта и импорта, так существенными барьерами для выхода на иностранный рынок может стать: введение запретов на экспорт или импорт определенных

---

<sup>25</sup> Операции предприятия по экспорту. Особенности экспортной политики предприятия. // Economy-Ru: информ. портал. URL: <https://economy-ru.com/ekonomika-predpriyatij-rf/operatsii-predpriyatija-eksportu-osobennosti-34299.html> (дата обращения: 16.03.2020)

товаров либо товаров из определенных стран, перевод денежных средств и конвертируемость валют, высокие таможенные барьеры и др., а также риски, связанные с забастовками, войнами, ухудшением политической и экономической ситуации в стране и т. п.

Таким образом, для успешного выхода компании на внешний рынок необходимо тщательно изучить возможные методы проникновения на зарубежные рынки, определить экспортный потенциал компании и исходя из полученных данных разработать ее экспортную политику, с учетом всех возможных рисков и дополнительных издержек. Только после этого, следует предпринимать шаги непосредственно по осуществлению внешнеторговой деятельности.

#### **1.4. Машиностроительный комплекс: характеристика отрасли**

Машиностроительный комплекс представляет сложное межотраслевое образование, включающее машиностроение и металлообработку. Машиностроение объединяет специализированные отрасли, сходные по технологии и используемому сырью. Металлообработка включает промышленность металлических конструкций и изделий, а также ремонт машин и оборудования.

Машиностроительный комплекс сложный по своей структуре. В его состав входит более 70 отраслей, которые обычно объединяют в группы в зависимости от назначения производимой продукции, сходной технологии и используемого сырья.

В состав машиностроительного комплекса входят 4 основные подотрасли, специализирующиеся на производстве различного оборудования и машин:

##### **1. Тяжелое и энергетическое машиностроение.**

Данный вид машиностроения делится на: металлургическое машиностроение, горное, подъемно-транспортное машиностроение, станкостроение, тепловозостроение и путевое машиностроение, вагоностроение, дизелестроение, котлостроение, турбостроение, атомное машиностроение, полиграфическое машиностроение.

Производство металлургического оборудования, занимающее первое место в отрасли по стоимости продукции, расположено, как правило, в районах

крупного производства стали и проката. Подотрасль выпускает оборудование для агломерационных фабрик, доменные и электроплавильные печи, а также оборудование для прокатного и дробильно-размольного производства.

Основной продукцией производственных предприятий горного машиностроения являются машины для разведки, а также открытого и закрытого способов добычи, дробления и обогащения твердых полезных ископаемых на предприятиях черной и цветной металлургии, химической, угольной, промышленности и промышленности строительных материалов, транспортного строительства. Заводы данной отрасли в основном производят очистные и горнопроходческие комбайны, роторные и шагающие экскаваторы.

Огромное экономическое значение имеет продукция подъемно-транспортного машиностроения, это обуславливается тем, что на погрузочно-разгрузочных работах в промышленности, на строительстве, транспорте и в других отраслях народного хозяйства занято около 5 млн человек, в том числе и ручным трудом. Подотрасль производит мостовые электрические краны, стационарные и ленточные конвейеры, оборудование для комплексной механизации складов.

Станкостроение и инструментальная промышленность производит оборудование, главным образом потребляемое самим машиностроением. Станкоинструментальная промышленность включает производство металлорежущих станков, кузнечнопрессового оборудования, деревообрабатывающего оборудования, металлообрабатывающего инструмента, централизованный ремонт металлообрабатывающего оборудования.

Тепловозостроение, вагоностроение и путевое машиностроение обеспечивает железнодорожный транспорт магистральными грузовыми, пассажирскими и маневровыми тепловозами, грузовыми и пассажирскими вагонами и т. д. Эта подотрасль производит также путевые машины, а также укладочные, рельсосварочные, снегоочистительные и др. механизмы.

Заводы турбостроения производят паровые, газовые и гидравлические турбины для энергетики. Предприятия данного типа занимаются выпуском оборудования для тепловых, атомных, гидравлических и газотурбинных элект-

тростанций, а также газоперекачивающего оборудования для магистральных газопроводов, компрессорного, нагнетательного и утилизационного оборудования для химической и нефтеперерабатывающей промышленности, черной и цветной металлургии.

Атомное машиностроение выпускает корпусные реакторы и другое оборудование для обеспечения работы АЭС.

Основные центры тяжелого машиностроения связаны с металлургическими базами (Урал) или районами добычи полезных ископаемых (Сибирь и Дальний Восток). В таких городах как: Екатеринбург, Орск, Анжеро-Судженск, Новокузнецк, Абакан, Черемхово, Иркутск, Дарасун, Комсомольск-на-Амуре.

Энергетическое машиностроение тяготеет к Центру, таким городам как Москва и Белгород, где производится оборудование для ТЭС, Северо-Западу в Санкт-Петербург (ГЭС) и Колпино (АЭС) и Северному Кавказу- Волгодонск (АЭС) и Таганрог (ТЭС);<sup>26</sup>

## 2. Еще один вид машиностроения- общее машиностроение.

Группа отраслей общего машиностроения характеризуется средними нормами потребления металла, энергии, не высокой трудоемкостью. Предприятия общего машиностроения производят технологическое оборудование для нефтеперерабатывающей, химической, бумажной, лесной, строительной промышленности, дорожных и простейших сельскохозяйственных машин.

Преобладают специализированные предприятия, связанные с изготовлением заготовок и сборкой конструкций, агрегатов и деталей, поставляемых в порядке кооперации. Ряд предприятий, выпускающих оборудование для отраслей промышленности с химической технологией, нуждается в специальных видах сталей, цветных металлов и пластмасс. Предприятия общего машиностроения – одни из самых многочисленных в отрасли и размещаются во многих районах страны;

## 3. Помимо тяжелого и общего машиностроения, также выделяют еще

---

<sup>26</sup> Характеристика машиностроения России // stav-geo.ru: Ставропольский краевой информационный портал. URL: [https://stav-geo.ru/load/prezentacii/prezentacii\\_po\\_geografii/zadani\\_2\\_kharakteristikamashnostroenija\\_rossii/14-1-0-1644](https://stav-geo.ru/load/prezentacii/prezentacii_po_geografii/zadani_2_kharakteristikamashnostroenija_rossii/14-1-0-1644) (дата обращения: 07.04.2020).

один вид - среднее машиностроение.

Среднее машиностроение объединяет предприятия малой металлоемкости, но повышенной энергоемкости и трудоемкости. Основными технологическими процессами в среднем машиностроении являются механическая обработка деталей, сборка их на конвейерах в узлы, агрегаты и готовые машины. Эта отрасль потребляет большое количество разнообразных черных и цветных металлов, пластмасс, резины, стекла. Предприятия среднего машиностроения наиболее многочисленны, узко специализированы, имеют широкие кооперированные связи. Их продукция массовая и крупносерийная, она включает производство автомобилей и самолетов, тракторов, комбайнов, двигателей для них, средних и небольших металлорежущих станков и кузнечнопрессовых машин, насосов и компрессоров, машин и различного технологического оборудования для легкой, пищевой, полиграфической промышленности.

Ракетно-космическая промышленность выпускает орбитальные космические корабли, ракеты для вывода спутников, грузовых и обитаемых кораблей и корабли многоразового использования, сочетающая высокие технологии с широкой межотраслевой комплексностью производства.

Большинство предприятий судостроительной отрасли, несмотря на потребляемое ими значительное количество металла больших параметров, что неудобно для транспортировки, находится за пределами крупных металлургических баз, это происходит из-за того, что строение современных судов достаточно сложное и для них требуется устанавливать разнообразное оборудование, а это в свою очередь ведет к образованию кооперационных связей с предприятиями других отраслей экономики.

В состав машиностроения для легкой и пищевой промышленности входят такие подотрасли как: производство оборудования для текстильной, трикотажной, швейной, обувной, кожевенной, меховой промышленности, производства химических волокон и оборудование для пищевой промышленности. Основным фактором для принятия решения о размещении таких предприятий является близость к потребителю;

4. Еще одна подотрасль машиностроения – наукоемкое (точное) машино-

строение.

Сюда относят приборостроение, электронику, электротехнику и др., а также производство технологически сложного оборудования для отдельных отраслей промышленности.

Машиностроение играет очень большую роль в жизни страны. Оно обеспечивает оборудованием все другие комплексы страны, обуславливает уровень развития всех отраслей экономики, именно здесь, в первую очередь внедряются все достижения научно-технического прогресса, кроме того от развития машиностроительного комплекса страны зависит и ее обороноспособность, а также данный комплекс обеспечивает наличие дополнительных рабочих мест для населения страны.

Технологический процесс в машиностроении включает три стадии: заготовку, механическую обработку, сборку.

При этом конечная продукция состоит из большого числа отдельных деталей и комплектующих, которые невозможно произвести в рамках одного предприятия. Поэтому в машиностроении широко развиты специализация (предметная, поддетальная, технологическая и функциональная) и кооперирование.<sup>27</sup>

На машиностроение приходится 12 % объема выпуска промышленности России. В 2018 г. объем выпуска в машиностроении составил 128 млрд долл., в том числе производство транспортных средств – 56 %, производство электрооборудования – 12 %, прочие отрасли – 32 %.<sup>28</sup>

Достижения машиностроительного комплекса характеризуются не только ростом объемов его производства, но и созданием и выпуском прогрессивных видов продукции, внедрением более современных технологий.

В последние десятилетия машиностроительный комплекс формировался в

---

<sup>27</sup> Машиностроительный комплекс: состав, значение и технологические особенности // «Интерда»: информ. портал. URL: <https://interneturok.ru/lesson/geografy/9-klass/bobwaya-harakteristika-hozyajstva-rossiib/mashinostroitelnyy-kompleks-sostav-znachenie-i-tehnologicheskie-osobennosti> (дата обращения: 07.04.2020).

<sup>28</sup> Машиностроение России // Википедия: Свободная энциклопедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5\\_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8) (дата обращения: 07.04.2020).

соответствии с текущими потребностями экономики и обороны страны под конкретную номенклатуру конечной продукции. В результате были созданы предметно-специализированные предприятия с жесткими технологическими связями, низкой гибкостью и мобильностью производства.

По оценке аналитиков РИА Рейтинг, в 2018 году, рост производства в машиностроительной отрасли составил 3,6 %, что в два раза меньше того же показателя в предыдущем, 2017 г. При этом существенное ухудшение динамики произошло в последние месяцы года, когда спад производства по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года составил более 2 %.

Наилучшая динамика зафиксирована как в 2017, так и в 2018 г. в отрасли автотранспортного машиностроения. Также положительная динамика производства наблюдается в производстве электрического оборудования, но в обеих этих отраслях темпы роста на 2018 г. оказались ниже, чем в 2017 г.

Замедление роста в автотранспортном машиностроении произошло из-за сокращения финансирования льготного кредитования и льготного лизинга автотранспортной техники. Кроме того, во втором полугодии пошел на спад рост потребительского автокредитования, а также снизился спрос на грузовые автомобили из-за окончания реализации ряда крупных инфраструктурных проектов.

Наихудший результат среди машиностроительных отраслей по итогам 2018 г. отмечен в производстве прочих транспортных средств и оборудования, тогда как годом ранее здесь был зафиксирован рост. В данной отрасли большую долю занимает оборонная продукция, поэтому ее результаты, как правило, подвержены высокой волатильности.

Таким образом, из пяти машиностроительных отраслей, указанных в рейтинге РИА устойчивый рост отмечен в автомобилестроении, железнодорожном машиностроении, а также в производстве дорожно-строительной техники. Что касается крупного энергетического машиностроения, здесь результат оказался неоднозначным, единственный довольно ярко выраженный спад зафиксирован в сельскохозяйственном машиностроении.

Такой результат в отрасли сельскохозяйственного машиностроения во многом обусловлен снижением финансирования мер государственной под-

держки, а именно субсидирования предприятий в размере 25 % от цены техники. Примечательно, что в четвертом квартале процент субсидирования был повышен до 30 %, в результате чего динамика производства в сельскохозяйственном машиностроении, в отличие от других отраслей, стала улучшаться.<sup>29</sup>

По итогам первых двух месяцев 2020 г. в российском машиностроении наблюдался рост производства. В январе суммарное производство в пяти машиностроительных отраслях выросло на 1.5 % по отношению к январю 2019 г. В феврале индекс обрабатывающих отраслей промышленности составил 105.0 % в годовом сравнении. В целом по машиностроению, итог двух месяцев 2020 г. остался положительным. Наилучший результат среди машиностроительных отраслей достигнут в производстве электроники и оптических изделий, электрического оборудования. Не очень хорошими показателями оказались только показатели автомобилестроения, в годовом сравнении данной отрасли наблюдается падение на 11.3 %.

Что касается мирового автомобильного рынка, в феврале текущего года он понизился на 19.9 % до 5.077 млн легковых и легких коммерческих автомобилей. По итогам первых двух месяцев 2020 г. реализация автомобилей в мире составила 11.565 млн единиц, что на 14.8 % ниже результата аналогичного периода 2019 года. Мировым лидером по продажам автомобилей в феврале оказались США с показателем 1.357 млн машин. Автомобильные рынки стран Западной Европы в феврале составили 1.1 млн машин, что показало снижение на -6.5 %. Продажи автомобилей в странах Восточной Европы увеличились на 4.5 % до 304.6 тыс. единиц. Давление на рынки оказывает фактор пандемии коронавируса COVID – 19, из-за чего многие автопроизводители останавливают производственные мощности.

Производство автомобильной техники в январе-феврале 2020 г. в России также сократилось. Так, производство легковых автомобилей за январь 2020 г. по отношению к предыдущему году уменьшилось на 16.6 %, выпущено 94 тыс.

---

<sup>29</sup> Обзор: в 2018 году машиностроение притормозило. Что ждать в 2019 году // Россия сегодня: информ. агентство. URL: [https://riarating.ru/industry\\_newsletters/20190325/630120657.html](https://riarating.ru/industry_newsletters/20190325/630120657.html) (дата обращения: 07.04.2020)

штук машин. Объем выпуска грузовых автомобилей снизился на 16.1 % до 3.7 тыс. шт. Зато объемы выпуска автобусов увеличились на 1.3 % до 1.1 тыс. шт. По предварительным данным Росстата, в феврале наступившего года спад в производстве легковых и грузовых автомобилей сохранился, и составил по итогам двух месяцев -14.1 % и -13.7 % соответственно.

По прогнозам, в 2020 г. российскими предприятиями будет произведено около 300 маневровых локомотивов, что сопоставимо с уровнем предыдущего года. Такие оценки приводит Институт проблем естественных монополий. Основным потребителем будет ОАО «РЖД», закупки которого в период с 2018 г. выросли более чем на 50 %. Также локомотивы будут приобретаться для эксплуатации на путях необщего пользования. В этом направлении будет востребовано более 60 тепловозов на сумму более 4.5 млрд р. Недавно опубликованный проект изменений в федеральный бюджет на 2020 г. предполагает выделение 950 млн р. субсидий на приобретение грузового железнодорожного подвижного состава. По информации Министерства промышленности и торговли России, указанная мера будет направлена в том числе на обновление парка маневровых локомотивов промышленных предприятий.

Выручка одного из крупнейших промышленных машиностроительных предприятий ПАО «Силловые машины», имеющего компетенцию в области проектирования, изготовления и комплектной поставки оборудования для тепловых, атомных, гидравлических и газотурбинных электростанций, по итогам 2019 г. выросла в 1.5 раза, до 39.8 млрд р. Убыток от продаж составил 8.737 млрд р., сократившись за отчетный период в 4.6 раза. поступления в 2019 г. от продажи продукции выросли на 17 %, до 21.9 млрд р., объем полученных авансов увеличился сразу на 70 %, до 36.3 млрд р. Тем не менее, по итогам года компания зафиксировала убыток на уровне 21.8 млрд р., сократив его величину в абсолютном выражении в 2.9 раза по отношению к 2018 г.

В связи со сложившейся на рынке ситуацией, принято постановление Правительства, предусматривающее субсидирование затрат по кредитным и лизинговым платежам в целях строительства средне- и крупнотоннажных судов. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.02.2020 № 150

устанавливает, что размер субсидий, предоставляемых на строительство средне- и крупнотоннажных судов, не может превышать 15 % объемов бюджетных ассигнований, предусмотренных в федеральном законе о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год и плановый период.<sup>30</sup>

Исходя из данных индекса производства, в машиностроительном комплексе (рис. 1.1.) объем производства в денежном выражении в 2019 г. оказался на 5 % выше, чем прошлогодний объем производства, однако и показатель индекса в 2018 г. был на 1 % выше, чем в 2019 г., что говорит о том, что темпы роста объемов промышленного производства машиностроительного комплекса сравнялись с 2017 г. и замедляются по сравнению с 2018 г.

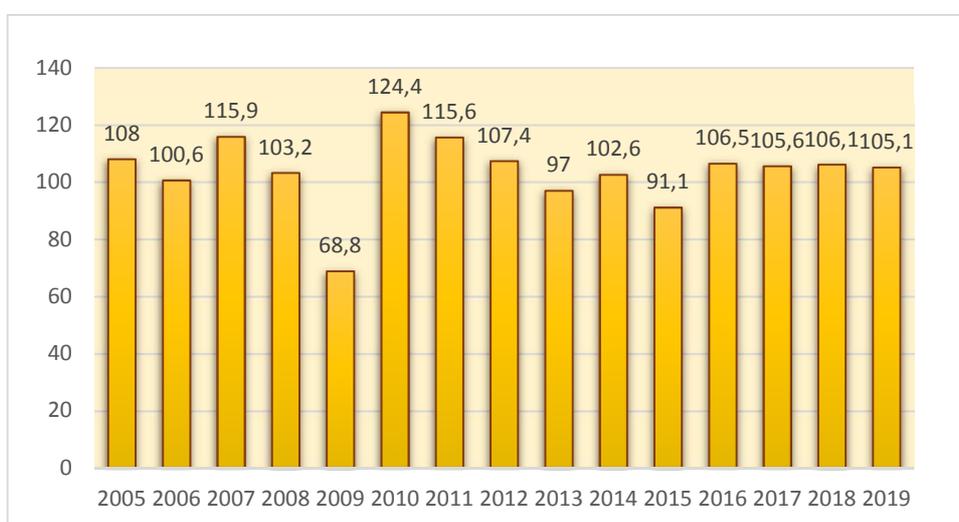


Рис 1.1. Индекс производства в машиностроительном комплексе России

Источник: составлено автором по данным аналитического бюллетеня РИА Рейтинг. URL: [http://vid1.rian.ru/ig/ratings/mechanical\\_engineering\\_demo37.pdf](http://vid1.rian.ru/ig/ratings/mechanical_engineering_demo37.pdf)

По данным Федеральной службы государственной статистики в период с 2017-2018 гг. в России увеличилось производство таких категорий машин и оборудования как: электродвигатели переменного тока многофазные мощностью от 750 Вт до 75 кВт (увеличение на 14 тыс. штук); генераторы переменного тока или синхронные генераторы (на 984 тыс. кВт); холодильники и морозильники бытовые (в 2018 г. производство составило 3 420 тыс. штук, что выше на 268 тыс. штук); турбины на водяном паре и прочие паровые турбины (увеличилось на 2 149 тыс. кВт и в 2018 г. составило 4 161 кВт); станки металлоре-

<sup>30</sup> Анализ отраслей: Машиностроение / Аналитический бюллетень «Отрасли российской экономики: производство финансы, ценные бумаги» // Магазин аналитических бюллетеней и исследований ak&m. URL: <http://www.akm.ru/rus/analyt/analyt/mashin.htm> (дата обращения: 08.04.2020).

жущие (производство увеличилось на 434 штуки и составило 4 619 единиц техники) и др.

Снижение же объемов выпуска наблюдается в производстве таких товаров отрасли как: приборы полупроводниковые и их части (снижение на 16,4 млн штук); косилки (включая устройства режущие для установки на тракторе), не включенные в другие группировки (снижение на 1 039 штук, в 2018 г. произведено 5 725 единиц техники); средства автотранспортные грузовые (объем производства упал на 6 000 штук и составил 157 тыс. единиц техники).<sup>31</sup>

Таким образом, можно сделать вывод о том, что машиностроительный комплекс Российской Федерации является стратегически важной отраслью не только для развития экономики РФ, но также для обеспечения безопасности страны. На данном этапе машиностроительному комплексу России недостает научно-технической базы, а также иных ресурсов для стабильного развития, однако, здесь все-же наблюдается рост производства, хотя темпы и небольшие, отсутствие отрицательной динамики говорит о том, что производители с каждым годом повышают производственные мощности и, в совокупности с вложениями в НИОКР и государственной поддержкой есть все шансы существенно повысить темп роста производства и внедрения новых технологий в машиностроительной отрасли, далее, путем создания качественных технологически-сложных товаров не только обеспечить отечественный рынок, но занять достойное место среди производителей машин и оборудования на мировой арене.

---

<sup>31</sup> Промышленное производство / Росстат // Федеральная Служба Государственной статистики. 2019. URL: [https://gks.ru/free\\_doc/new\\_site/business/prom/natura/god17.htm](https://gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/natura/god17.htm) (дата обращения: 09.04.2020).

## 2. ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ (В СЕГМЕНТЕ ГИДРАВЛИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ)

### 2.1. Анализ мирового рынка машиностроения и гидравлики

Одной из тенденций современной экономики является рост экспорта промышленной продукции, к которой относится и отрасль машиностроения. Согласно данным UNCTAD, на 2018 г. объем торговли химическими веществами составил более 2 трлн долл., что занимает значительную долю мировой торговли (Рис 2.1).

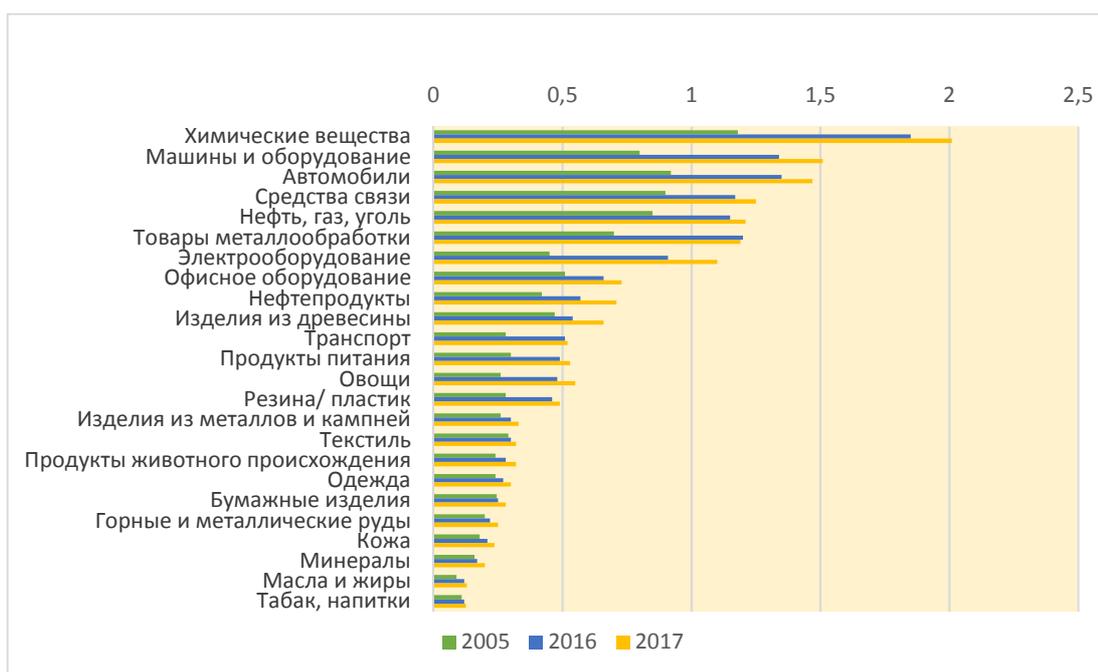


Рис 2.1. Торговля товарами по видам продукции, трлн долл.

Источник: составлено автором по данным Key Statistics and Trends in International Trade 2018. p. 14.  
URL: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2446>

Далее, немалую долю мировой торговли в 2018 г. заняли энергетические продукты (нефть, газ, уголь и нефтепродукты), машины и оборудование, а также средства связи. Табачная продукция, масла и жиры заняли в данный период наименьшую долю в мировой торговле.

Исходя из того, что машины и оборудование находятся в данном рейтинге на втором месте, следует, что машиностроение – одна из важнейших отраслей мировой промышленности. В промышленности экономически развитых стран на данную отрасль приходится 25-40 % стоимости всей произведенной промышленной продукции, а на мировой машиностроительный комплекс

приходится около 35 % стоимости всей выпускаемой в мире продукции. Всего в мире, в машиностроении занято более 80 млн человек, а количество производимых индивидуальных изделий достигает 3 млн<sup>32</sup>

Машиностроительная отрасль представляет собой систему взаимосвязанных отраслей, производящих машины и оборудование, что позволяет обеспечивать техническое перевооружение всего хозяйства, удовлетворять потребительский спрос населения на разнообразные аппараты и приборы бытового назначения, кроме того, продукция машиностроительной отрасли является одним из основных активов практически любого производственного предприятия, а также создает экономический и оборонный потенциал отдельных стран.

Существенное влияние развитие машиностроительной отрасли оказывает на ускорение темпов научно-технического прогресса, интенсификацию экономического развития, а также на повышение производительности труда как за счет непрерывного технического прогресса в самой отрасли, так и за счет обеспечения всех отраслей хозяйства новейшими инструментами производства, обработки промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции. Для машиностроения характерны особенно большая сложность и разветвленность внутриотраслевой структуры, широкий ассортимент товаров, активное участие в территориальном и международном разделении труда.<sup>33</sup>

Признанными мировыми лидерами в производстве и экспорте машин и оборудования являются Китай, США, Япония и ФРГ, на долю этих стран приходится около 50 % производства машин и оборудования, также примерно равная часть экспорта этой продукции приходится на промышленно развитые страны. В последние годы существенный рывок в развитии производства и экспорта машиностроительной продукции совершил Китай. Показатели экспорта машин и оборудования по странам представлены в табл. 2.1.

---

<sup>32</sup>Машиностроение / Экономика России, цифры и факты. Часть 10. // УТМАГ: Аналитический портал. URL: <https://utmagazine.ru/posts/10563-ekonomika-rossii-cifry-i-faktychast-10-mashinostroenie> (дата обращения: 25.03.2020).

<sup>33</sup>Савинов Ю. А. Абрамова А. В. Международная торговля машинами и оборудованием: динамика и структура // Российский внешнеэкономический вестник. 2017. № 1. С. 33.

## Экспорт машин и оборудования по странам, млрд долл.

Страна	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Мир	6 075,8	5 921,6	5 860,7	6 428,9	6 878,1
Китай	1071,8	1060,7	985,5	1085,5	1152,1
Германия	711,4	644,7	649	707,3	752,3
США	552	527,2	505,9	527,5	541
Япония	400,1	366,7	385,5	410,7	433,1
Республика Корея	315,1	310,6	290,7	339	347,5
Франция	217,6	196,5	198,8	208,2	225,7
Италия	186,6	166,1	169	183,5	195,3
Великобритания	176,5	164	161,1	169,7	177,1
Канада	119,2	117,4	117,3	117,6	118,4
Россия	20,1	18,5	14,5	19,7	20,6

Источник: составлено автором по данным UNCTADstat. URL: <https://unctadat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>

Итак, исходя из представленных данных видно, что лидером по экспорту продукции машиностроительной отрасли является Китай. Отчасти это происходит из-за того, что, благодаря дешевой рабочей силе и удобному географическому положению на территории страны сконцентрировано большое количество заводов-производителей, принадлежащих иностранным фирмам. Доля Китая составляла около 17 % от мирового экспорта и, наблюдая данный показатель в динамике, можно сделать вывод о том, что экспорт машиностроительной отрасли Китая с каждым годом растет. Что касается России, здесь положительная динамика не наблюдается. Доля стран в мировом экспорте машин и оборудования представлена на рис. 2.2.

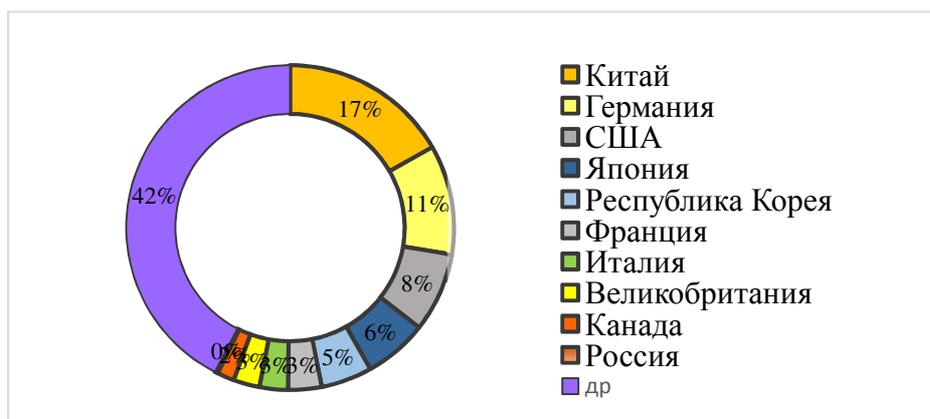


Рис 2.2. Доля стран в мировом экспорте машин и оборудования, в %, 2018 г.

Источник: составлено автором по данным UNCTADstat. URL: <https://unctadat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>

Согласно данным за 2018 г. на долю Китайской Народной Республики

пришлось 16,75 % мирового экспорта машин и оборудования. И хотя с 2014 г. данный показатель понизился на 0,8 %, что свидетельствует о повышении производств машиностроительной отрасли на территории других стран, влияние КНР на данную отрасль все же велико. Доля Германии и США составила 10,9 % и 7,8 % соответственно.

По сравнению с тем же 2014 г. США и Германия сократили долю в мировом экспорте машин и оборудования на 0,9 % и 0,8 % соответственно. Доля таких стран как Республика Корея и Франция в мировом экспорте машин и оборудования сократилась менее чем на полпроцента. Россия же, исходя из данных UNCTAD повысила экспорт машин и оборудования на 0,5 млрд долл., что не принесло значительного изменения доли страны в мировом экспорте данной продукции и показатель понизился всего на 0,03 % и в 2017 г. составил 0,3 %. Это свидетельствует о том, что спрос на отечественную продукцию на зарубежных рынках не имеет положительной динамики, а влияние Российских производителей в данной отрасли на мировой арене минимально. Такое положение машиностроительной отрасли в России связано с нестабильной политической и экономической ситуацией в стране. Введенные антироссийские санкции, квоты и нестабильность мировой политики оказывают негативное влияние на состояние экономики России, как следствие, экспортный потенциал страны снижается за счет нехватки средств и комплектующих, непопулярности российских брендов за рубежом, низкой доли финансирования высокотехнологичного сектора экономики, как следствие, экспорт произведенной в стране продукции за рубеж нестабилен.

Кроме того, следует отметить, что в годы текущего десятилетия мировой рынок в целом испытывал влияние экономического кризиса, наблюдалась некая нестабильность мировой экономики, что привело к тому, что в период с 2014-2016 гг. наблюдался спад мирового экспорта и в этот период его показатели составляли 18,8 и 15,8 трлн долл. соответственно. Однако, несмотря на это, общая динамика экспорта оставалась положительной, объемы экспорта росли относительно невысокими темпами, но уже за период 2011-2018 гг. объем мирового экспорта вырос с 18,1 до 19,2 трлн долл.

Что касается отдельных сегментов машиностроительной отрасли, экспорт оборудования общего назначения к 2018 г. повысился до 2,07 трлн долл., по сравнению с 2,05 трлн в 2011 г., а экспорт электронного оборудования за тот же период увеличился на 0,6 трлн долл. и составил 2,7 трлн в 2018 г.<sup>34</sup>

В статистических публикациях международных организаций вся номенклатура продукции машиностроения делится на три укрупненных группы: производство оборудования общего назначения (технологическое оборудование для различных отраслей промышленности, станки, кузнечнопрессовое оборудование и прочее), электронное (оборудование обработки данных, телекоммуникационное оборудование, электронные приборы потребительского назначения, электронные компоненты) и электротехническое оборудование (генераторы, трансформаторы, электродвигатели, распределительное оборудование), а также группа отраслей, занятых производством всех видов транспортного оборудования (железнодорожно-подвижной состав, автомобили, авиатехника, суда).

В развитых странах в составе общего машиностроения преобладает производство оборудования, станкостроение.

Отрасль производства оборудования играет важную роль в экономике, т. к. для стабильного функционирования любого предприятия добывающей или обрабатывающей промышленности необходимо наличие подходящего, инновационного и качественного оборудования.

Сегодня в промышленности активно используется огромное количество вариантов гидравлического оборудования. Гидравлическое оборудование-это всевозможные изделия, действие которых основывается на использовании энергии сжатой жидкости.<sup>35</sup> К гидравлическому оборудованию можно отнести прессы, домкраты, гидравлические насосы, моторы, компрессоры, цилиндры, гидротурбины, вытеснители, преобразователи, гидросистемы. Основной объем поставок гидравлического оборудования приходится на подотрасли тяжелого и

---

<sup>34</sup> Machinery export / Trade Map // International Trade Centre. URL: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx) (дата обращения: 26.03.2020).

<sup>35</sup> Компания «TDOCS»: офиц. сайт. URL: <https://tdocs.su/31008> (дата обращения: 25.03.2020).

общего машиностроения. Наибольшие поставки наблюдаются на сектора тяжелого металлургического, железнодорожного и сельскохозяйственного машиностроения, а также в горношахтном, станочном, подъемно-транспортном машиностроении и судостроении.<sup>36</sup>

Так, такое оборудование как гидросистема представляет собой устройство для преобразования небольшого усилия в значительное усилие с использованием для передачи энергии какой-либо жидкости. Популярность гидравлических систем объясняется прежде всего высокой эффективностью их работы, надежностью и относительно простой конструкцией.

Гидросистемы получили широкое применение в промышленности, особенно как элемент металлорежущих станков, гидрооборудования, предназначенного для транспортировки продукции, ее погрузки/разгрузки и т. д. Кроме того, в рулевом управлении судна, а также при перемещении корабля в судоремонтном и судостроительном предприятии также применяется гидравлическое оборудование. В сельском хозяйстве именно посредством механизма гидравлики происходит навесное управление оборудованием тракторов, комбайнеров и другой техники, в авиакосмической промышленности как по отдельности, так и во взаимодействии с пневматикой системы, применяются в шасси и управляющих устройствах. Даже в строительной отрасли спецтехника имеет оснащение специальными гидрофицированными узлами.

К основным преимуществам использования гидравлического оборудования относят в первую очередь возможность по средствам его, перемещать и поднимать различные грузы и иные крупногабаритные и тяжелые объекты. Ряд производителей как положительный фактор рассматривают точное позиционирование и неограниченный диапазон скорости такого оборудования, а также синхронность и плавность работы всей гидравлической системы.<sup>37</sup> Кроме того, такое оборудование более износостойко, обладает малой чувствительностью к

---

<sup>36</sup> Market Overview / Hydraulic Equipment Market by Application, Component, and Geography – Forecast and Analysis 2020-2024. URL: <https://www.technavio.com/report/hydraulic-equipment-market-industry-analysis> (дата обращения: 24.03.2020).

<sup>37</sup> Компания «HYDROFAB»: офиц. сайт. URL: <https://hydrofab.pro/2018/12/27/gidravlicheseskaya-sistema/> (дата обращения: 23.03.2020).

воде, пыли, низкой температуре и иным факторам, что повышает его надежность и продлевает срок службы. Экономичность в работе и малогабаритные размеры, обеспечивают гидравлике мобильность, а простота в использовании снижает риск непредвиденного выхода оборудования из строя и дополнительных издержек по вводу его в эксплуатацию. А за счет сформировавшихся на рынке цен, данное оборудование является одним из наиболее приемлемых вариантов, так как конкуренция среди производителей не позволяет им резко завышать цену на данное оборудование.

Гидравлическое оборудование применяется во всех сферах производственной деятельности предприятий, в том числе для выработки электроэнергии, при проведении сварочных работ, обеспечении цехов и инструментов сжатым воздухом, пожаротушения и т. д. Некоторые виды гидравлического оборудования, а также область их применения представлены в прил. 1.

Гидравлическое оборудование имеет код ОКВЭД 28 «производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки». Эта группировка включает производство машин и оборудования, которые оказывают на материалы механическое или термическое воздействие, или при помощи которых выполняются операции с материалами (такие как обработка, напыление, взвешивание или упаковка), включая производство их деталей и составных частей, которые производят и используют энергию. В эту группировку включено производство стационарных и передвижных или переносимых устройств, независимо от того изготовлены они для промышленности, строительства, сельского хозяйства или бытового назначения.<sup>38</sup>

На практике принято разделение рынка гидравлики на мобильный и промышленный. К первому относятся, например, дорожно-строительная, муниципальная и сельскохозяйственная техника, а также техника для горнодобывающей промышленности. К промышленному рынку относятся решения для нефтегазовой, металлообрабатывающей, деревообрабатывающей и целлюлоз-

---

<sup>38</sup> ОКВЭД 2 2020 с расшифровкой кодов по видам деятельности // Regforum.ru: офиц. портал. М., 2020. URL: [https://regforum.ru/okved/klass\\_28/](https://regforum.ru/okved/klass_28/) (дата обращения: 19.03.2020).

но-бумажной отраслей, машиностроения и других индустрий.<sup>39</sup>

Ведущее место в экспорте промышленного оборудования занимают США, Германия, Япония. Доля промышленного оборудования в экспорте отдельных стран составляет от 35 до 60 %. Это страны Центральной Европы (Болгария, Чехия), Украина, Россия, Китай, Израиль и др. Основными импортерами промышленного оборудования на мировом рынке выступают развивающиеся страны. Особенностью рынка промышленного оборудования является его высокая монополизация, большое количество лизинговых операций.

Исходя из данных, представленных в прил. 2. странами базирования самых крупных компаний в чью деятельность входит производство гидравлического оборудования являются: Германия, США, Япония, Франция. По оценкам некоторых исследователей, в будущем на рынок гидравлики должны прийти страны, в данный момент реформирующие свою экономику. Потенциал России позволяет в будущем занять ведущие позиции на данном рынке. Благодаря широкой области применения, производство гидравлического оборудования и инструмента осуществляется во многих развитых странах. Глобальный рынок гидравлических компонентов сегментирован на пять основных регионов: Северная Америка, Европа, Азиатско-Тихоокеанский регион, Латинская Америка и Австралия. При этом оно имеет географически распределенную специализацию: австралийские компании концентрируются преимущественно на сегменте производства клапанов, американские компании являются признанными лидерами в производстве насосов, а немецкие предприятия сделали упор на гидросистемах, используемых в оборонной промышленности.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup>Соколов И. Гидравлические решения Eaton: инновации, создающие тренды // Индустрия. 2015. № 1. URL: [http://www.eaton.ru/ecm/groups/public/%40pub/%40eatonru/%40elec/documents/content/pct\\_1353544.pdf](http://www.eaton.ru/ecm/groups/public/%40pub/%40eatonru/%40elec/documents/content/pct_1353544.pdf). (дата обращения: 10.04.2020).

<sup>40</sup> Шубин В. Анализ и тенденции развития гидравлики в мировой экономике // СПб, 2010. URL: <https://refdb.ru/look/2039906-pall.html> (дата обращения: 10.04.2020).

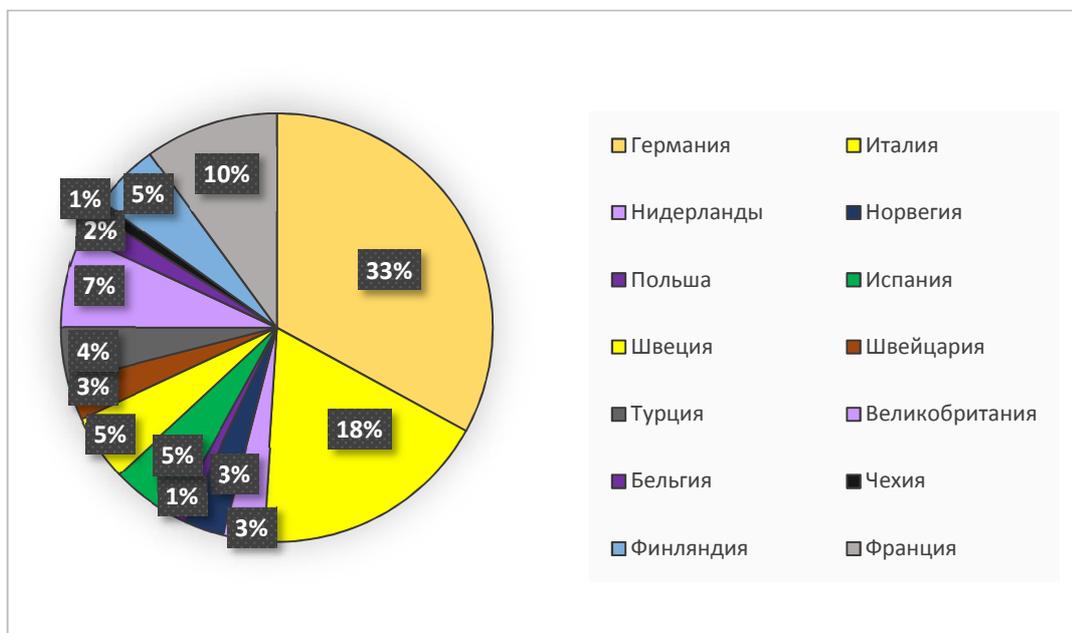


Рис 2.3. Структура европейского рынка гидравлического оборудования, в %, 2019 г.

Источник: составлено автором по European Fluid Power DIRECTORY 2019/2020, p. 6.

Согласно ежегоднику European Fluid Power Directory, наибольшую долю на европейском рынке гидравлического оборудования занимает Германия, она составляет 33 % от общего объема рынка гидравлики в Европе. Далее идет Италия – 18 %, Франция – 10 % и Великобритания – 7 % от объема рынка.

Европейские поставщики гидравлического оборудования, как правило, имеют узкую специальность для производства ограниченного ассортимента товаров. Главным критерием здесь считается качество продукции, следить за которым станет гораздо труднее, если предприятие предпочтет расширять производство различных товаров. Следствием столь узкой специализации является увеличение количества европейских компаний, так, в Европе насчитывается порядка 200 ключевых компаний-производителей в секторе гидравлического оборудования. Среди них такие немецкие гиганты как Bosch RexRoth и Hawe, английские USC Hydraulics и Hydra Products LTD, турецкая Bekiroglu Hidrolik и многие другие.

На европейском рынке на долю гидравлических насосов приходится 13 %, на гидроприводы и клапаны 40 % и на комплектующие 12 % европейского рынка гидравлики (табл.2.2).

Доля отдельных видов товара на европейском рынке гидравлического оборудования

Вид товара	Доля
Гидравлические насосы	13 %
Гидроприводы	20 %
Клапаны	20 %
Комплектующие	12 %
Другие виды гидрооборудования	35 %

Источник: составлено автором по данным European Fluid Power DIRECTORY 2019/2020. p. 7.

На платформе Trade Map существует возможность посмотреть показатели экспорта по виду продукции. Т. к. гидравлические двигатели и насосы входят в более крупные категории, рассмотреть экспорт именно гидравлического оборудования на примере данных систем не рационально, однако, одна из товарных категорий имеет название «гидравлические турбины, водяные колеса и регуляторы для них». Проанализировав показатели данной категории, можно будет выявить страны, занимающиеся экспортом и импортом данного оборудования и посмотреть их динамику.

Итак, на рис. 2.4. видно, что Германия действительно имеет высокие показатели экспорта гидравлических турбин, стоит также отметить, что показатели Франции и Индии, хотя и не представлены на диаграмме, но также являются достаточно высокими. В 2018 году сумма экспорта гидравлических турбин Франции составила 56 млн долл., тот же показатель у Индии равнялся 61 млн долл. Япония, судя по показателям снижает экспорт гидравлического оборудования и перенаправляет всю свою деятельность на производство более технологичной продукции. В 2018 г. экспорт гидравлических турбин здесь составил 17 млн долл., что в сравнении с 2014 г., когда эта же страна поставляла оборудование на 51 млн долл., несомненно является достаточно низким показателем.

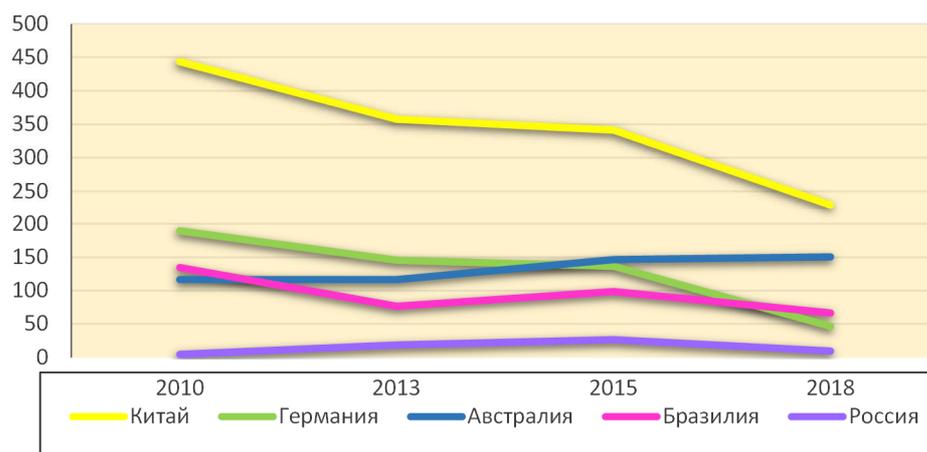


Рис 2.4. Экспорт гидравлических турбин 2010-2018 гг., млн долл.

Источник: составлено автором по Trade Map. URL: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx).

Исходя из графика, также видно, что наблюдается заметное снижение экспорта гидравлических турбин из Китая, Германии, Бразилии. Скорее всего данное положение связано со сменой специализации данных стран, например, Австралия ориентирована на производство клапанов и, вместе с этим повышает производство и турбин, однако Германия и Китай направляют свои производственные мощности на более высокотехнологичное оборудование, поэтому экспорт такой продукции как гидравлические турбины снижается. Однако если провести анализ рынка России, то можно заметить огромное количество других видов китайского и немецкого гидравлического оборудования. Так, например, такие немецкие компании как DILP.ING.K.DIETZEL GMBH и MULLER HYDRAULIK GMBH являются крупными экспортерами промышленного гидравлического оборудования, гидравлики грузовых автомобилей, компонентов гидравлики, гидравлики высокого давления, а также занимаются обслуживанием гидравлического оборудования.

Что касается России, то в данном случае страна имеет низкий экспортный показатель, однако возможно это отчасти связано с нестабильной экономической ситуацией в стране, либо перекалфикации производителей на производство более сложной продукции гидравлического оборудования, таких как, например, гидравлические двигатели и насосы. Такой вывод можно сделать, проанализировав динамику экспорта России в данной категории. С 2011 по

2016 г. данный показатель показывал положительную динамику, в 2016 г. он составлял 48 млн долл., однако с 2017 г. наблюдался резкий спад и в 2018 г. экспорт снизился почти в 5 раз, составив всего лишь 10 млн долл.

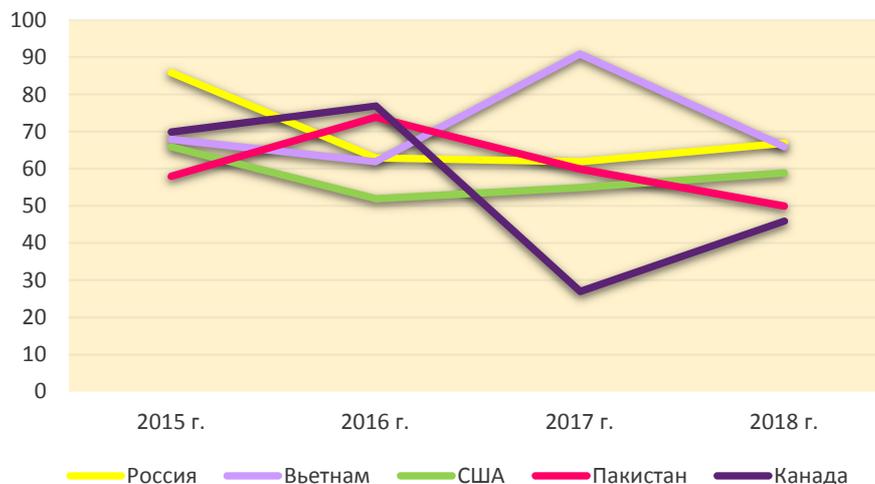


Рис 2.5. Импорт гидротурбин по странам, млн долл.

Источник: составлено автором по Trade Map. URL: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx).

Как видно, исходя из динамики импорта гидравлических турбин, которая представлена на рис.2.5, основными импортерами гидравлических турбин являются Россия, США, Вьетнам, Пакистан и Канада.

В 2015 г. импорт России данного оборудования составил 86 млн долл., однако к 2018 г. этот показатель упал до 67 млн долл. Во Вьетнаме данный показатель в 2018 г. составил 66 млн, динамика импорта здесь нестабильна. Пакистан также снижает импорт гидравлических турбин. Так с 2015 г. импорт сократился на 8,5 млн и составил 50 млн в 2018 г. Что касается Канады, то в 2018 г. страна импортировала гидравлические турбины на сумму 46,5 млн, что на 18 млн больше, чем в предыдущем году. Динамика импорта США схожа с Российской и в 2018 г. составляет 59 млн долл.

Сокращение импортных поставок гидротурбин в Россию может быть связано как с проводимой в стране политикой импортозамещения, так и с тем, что спрос на гидравлические турбины мог снизиться ввиду того, что срок службы данного оборудования достаточно велик, поэтому полной замены оборудования после его приобретения не требуется порядка 20 лет, а новые клиенты, не имеющие в распоряжении такого оборудования появляются реже в связи с эко-

номической ситуацией в стране, в условиях которой компании все больше стремятся к экономии и отказываются от осуществления крупных проектов, кроме того, гидротурбины используются в качестве привода электрического генератора на гидроэлектростанциях, а что касается стратегически важных отраслей российской экономики, к которым относится и электроэнергетика, то данные отрасли переходят на отечественное оборудование.

Помимо гидравлических турбин, среди исследователей мирового рынка гидравлического оборудования популярностью также пользуется рынок гидравлических цилиндров, это обусловлено тем, что данный товар имеет огромную сферу применения т. к. такое оборудование широко применяют во всех отраслях техники, где используют объемный гидропривод т. е. в подъемно-транспортных машинах, металлорежущих станках, авиации, а также кузнечно-прессовых машинах и в космонавтике. Объем мирового рынка гидравлических цилиндров в 2017 г. составил 11,05 млрд долл., в 2019 г. вырос до 14,9 млрд долл. Некоторые аналитики прогнозируют рост данного показателя до 19.4 млрд к 2024 г.<sup>41</sup>

Таким образом, проанализировав состояние машиностроительной отрасли в мире можно сказать, что данная отрасль оказывает огромное влияние на развитие мировой экономики и экономики отдельных государств, кроме того развитие машиностроительной отрасли обеспечивает производственную деятельность большинства существующих предприятий, в том числе благодаря производству и усовершенствованию гидравлического оборудования, без которого невозможно нормальное функционирование предприятий энергетической, металлургической, нефтехимической промышленности, а также железнодорожных, угольных и крупных строительных фирм.

---

<sup>41</sup> Hydraulic Equipment Market by Application, Component, and Geography- Forecast and Analysis 2020-2024 // technavio.com. URL: <https://www.technavio.com/report/hydraulic-equipment-market-industry-analysis> (дата обращения: 24.03.2020).

## 2.2. Машиностроительная отрасль России (сегмент гидравлики): современное состояние и анализ экспортного потенциала

В 2019 г. товарооборот России составил 666 558 млн долл. США, уменьшившись на 3,13 % (21 557 млн долл.) по сравнению с 2018 г. Экспорт России в 2019 г. составил 422 777 млн долл., уменьшившись на 6,04 % по сравнению с 449 964 млн долл. в 2018 г. Импорт России в 2019 г. составил 243 781 млн долл., увеличившись на 2,36 % (5 629 млн долл.) по сравнению с 2018 г.<sup>42</sup>

В составе экспорта РФ, такая категория как «машины, оборудование и транспортные средства» в 2019 г. занимает долю 5,32 % от всего объема экспорта (рис. 2.6). Данный показатель всего на 0,19 опережает показатель 2018 г., когда доля машин в экспорте РФ составляла 5,13 %. В то время, как импорт данной категории в России имеет 43,90 % от всего объема импорта в 2019 г. и 44,58 % в 2018 г. И, хотя наблюдается снижение данного показателя, все же в процентном соотношении изменение достаточно мало, что говорит о низком уровне развития отечественного машиностроения.

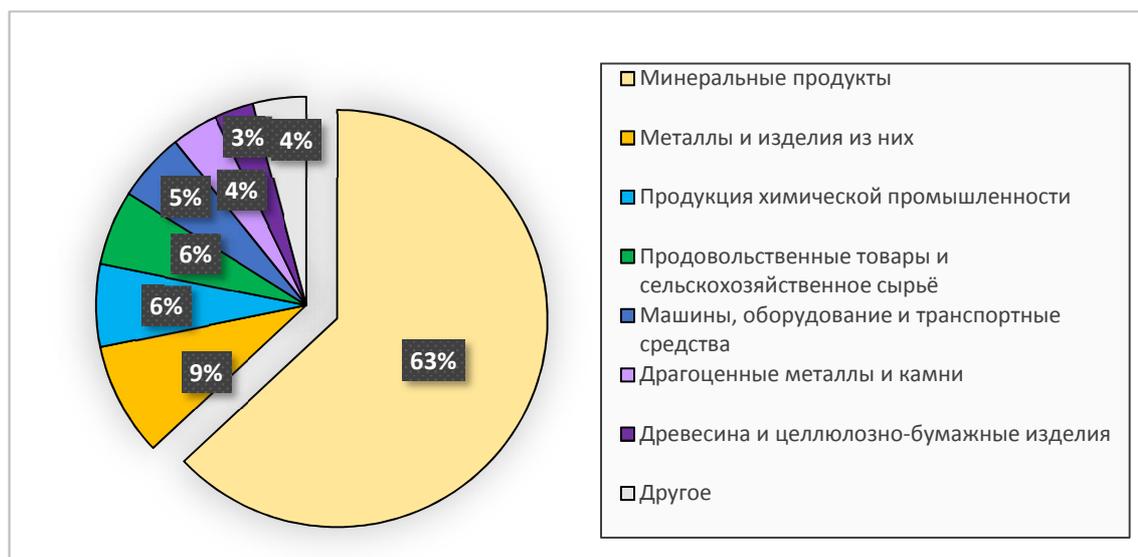


Рис 2.6. Структура экспорта России, 2019 г.

Источник: составлено автором по данным URL: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2020-02/vneshnyaya-torgovlya-rossii-v-2019-godu/>

Экспорт продукции машиностроения России в 2019 г. составил 33,3 млрд долл., что на 0,21 млрд долл. меньше, чем год назад. Таким образом, последние три года экспорт машиностроения стабилизировался на рекордном

<sup>42</sup> Внешняя торговля России // Russian-Trade.com: офиц. портал. 2020. URL: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2020-02/vneshnyaya-torgovlya-rossii-v-2019-godu/> (дата обращения: 15.05.2020).

уровне 33-33,3 млрд долл. (таким же он был в 2013 г.).<sup>43</sup>

Согласно данным с сайта международного центра торговли, показатели экспортного потенциала России в сегменте машин и оборудования не соответствуют реальному положению экспорта страны. Это говорит о том, что экспортный потенциал в РФ в данном сегменте превосходит фактические объемы продаж. Данные показателей ЕРІ представлены на рис 2.7.

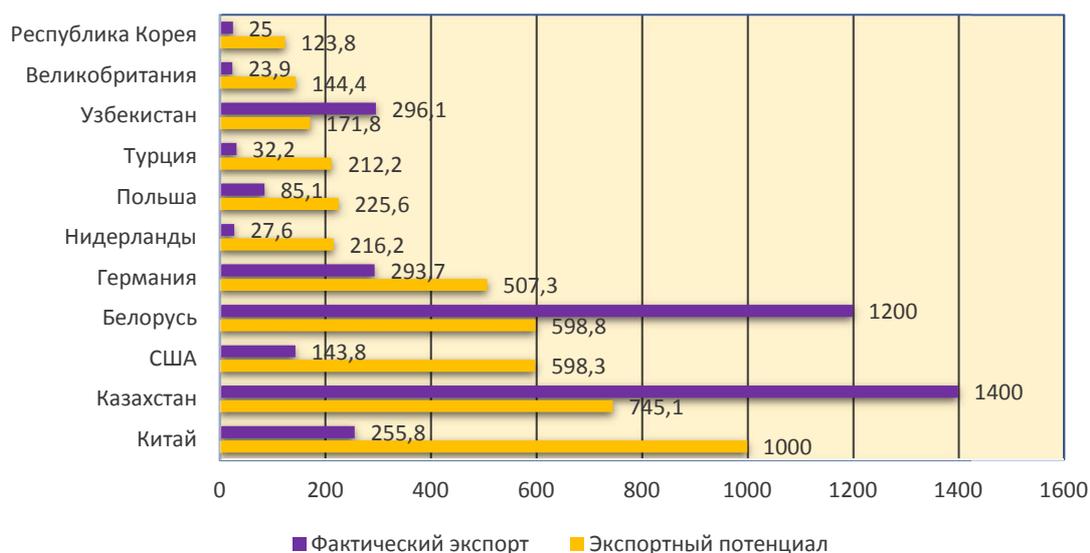


Рис. 2.7. Экспортный потенциал России и фактический экспорт товаров категории машины по странам, млн долл.

Источник: составлено автором по Export potential map // International trade centre. URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/resources/learning/glossary#realized-potential>

На рисунке видно, что в таких странах как Китай, США, Германия, Нидерланды, Польша, Турция, Великобритания и Южная Корея российские машины и станки имеют экспортный потенциал выше, чем фактический объем поставляемой на данные рынки продукции такого типа. Это означает, что страна имеет все возможности повысить продажи товаров машиностроительной отрасли, а следовательно и увеличить объемы их производства. Что касается тех стран, где фактический экспорт превышает экспортный потенциал, следует отметить, что это те страны, которые находятся в тесном сотрудничестве с Российской Федерацией и являются ее стратегическими партнерами. Так, на долю России в 2019 г. пришлось 49,2 % всего товарооборота Беларуси, в том числе

<sup>43</sup> Экспортные достижения машиностроения России в 2019 г. // Информационный портал «Сделано у нас»: офиц. сайт. М., 2020. URL: <https://sdelanounas.ru/blogs/130853/> (дата обращения 23.03.2020).

55,9 % импорта.<sup>44</sup> В общем объеме внешнеторгового оборота Республики Казахстан на Российскую Федерацию в 2019 г. пришлось 20,5 %, а 25,21 % от всего объема экспорта России в Казахстан занимает экспорт машин и оборудования.<sup>45</sup> Именно поэтому здесь продукция российских поставщиков не просто обеспечивает рынок недостающей продукцией, но, пользуясь преимуществами в виде снижения таможенных барьеров, контрактами на поставку стратегически важного оборудования и т. д. вытесняет с рынка данных стран продукцию, которая оказалась менее конкурентоспособной и выходит за рамки экспортного потенциала.

Таким образом, можно сделать вывод, что для развития экспорта машин и оборудования российским поставщикам целесообразно будет изучить не только ближайшие рынки, но и рынки таких стран, как: Китай, Германия, Польша и Нидерланды. Данные государства не являются ближайшими торговыми партнерами России, как например, страны СНГ, однако на их рынках существует неудовлетворенный спрос на разного рода продукцию, в том числе и на продукцию отрасли машиностроения.

Товары одной из категорий машиностроительной отрасли, а именно «насосы и компрессоры», львиная доля которых приходится на гидронасосы и компрессоры в 2018 г. имеют объем экспорта 533 млн долл., и поставляются по большей мере в Казахстан, Беларусь и другие страны СНГ, а импортируются товары этой же категории на 2 962 млн долл.<sup>46</sup> Данные показатели свидетельствуют о том, что российский рынок не насыщен качественными насосами и компрессорами, что приводит к большому объему зарубежных поставок, однако с другой стороны, такое положение дел показывает, что на российском рынке, в том числе и гидравлического оборудования, существует огромная ниша, которую могут занять отечественные производители.

---

<sup>44</sup> Товарооборот Беларуси и России в 2019 году // DairyNews.ru: информ. портал. URL: <https://www.dairynews.ru/news/tovarooborot-belarusi-i-rossii-v-2019-godu-snizils.html> (дата обращения: 21.05.2020).

<sup>45</sup> Торговля между Россией и Казахстаном 2019 // Russian-Trade.com: информ. портал. URL: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2020-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-kazahstanom-v-2019-g/> (дата обращения: 15.04.2020)

<sup>46</sup> Торговля в России. 2019: Стат. сб. / Росстат // Федеральная служба государственной статистики. М., 2019. 228 С. 171, 178.

Что касается всего рынка гидравлического оборудования, то в России, представлены гидравлические устройства и запчасти, как отечественного, так и зарубежного производства.

Ведущими игроками российского рынка гидравлического оборудования являются такие компании как: «Пневмостроймашина», ООО «ЭНЕРПРОМ», АО «Энерпред холдинг», ООО «Гидроруль», ООО КЗ «Ростсельмаш», холдинг «Силовые машины», компания «РуссГидравлик», Артиллерийский завод № 9, АО «Шахтинский завод Гидропривод» и др.<sup>47</sup> Однако, несмотря на широкий выбор среди отечественных производителей, по данным с сайта [subscribe.ru](https://subscribe.ru), потребители гидравлики на российском рынке больше отдают предпочтение зарубежным компаниям: итальянским (Atos, CBF), японским (Hitachi, Komatsu), чешским (Jihostroj), болгарским, немецким и турецким (Hydrotime) заводам производителям гидравлического оборудования, т. к. их оборудование выполнено согласно правилам европейских стандартов.

Объем рынка импорта гидравлических компонентов и готовых изделий в России в 2016 году превысил 50 млрд р. Среди основных проблем, с которыми сталкиваются российские производители гидравлики, они выделяют: узкую линейку выпускаемой продукции, недостаточно высокие стандарты качества, которых придерживаются российские производители, а также отсутствие высококвалифицированного персонала для выполнения работ по НИОКР, острая необходимость в техническом перевооружении.<sup>48</sup>

Важной особенностью российского рынка гидравлического оборудования является то, что рынок гидравлического оборудования – это рынок комплектных товаров, на его развитие целиком и полностью влияет ситуация на рынках потребителей.

Основными потребителями гидравлического оборудования в России являются нефтегазовые и нефтеперерабатывающие компании, муниципальная

---

<sup>47</sup> Список отечественных производителей гидравлики // Chipmaker: офиц. сайт. 2020. URL: <https://www.chipmaker.ru/topic/63285/> (дата обращения: 20.03.2020).

<sup>48</sup> Техника. Объем рынка импорта гидравлических компонентов // Федеральный журнал «Агробизнес»: ежедн. интернет-изд. М., 2020. URL: <https://www.agbz.ru/news/obyem-ryinka-importa-gidravlicheskih-komponentov-i-gotovyyih-izdeliy-v-rossii-v-2016-godu-prevyisil-50-mlrd-rub/> (дата обращения: 23.03.2020).

сфера (коммунальная техника, строительство дорог), авиа- и автомобилестроение, сельскохозяйственная техника, строительные компании, машиностроение и лесозаготовительная промышленность.

На конференции, организованной Минпромторгом России при поддержке Ассоциации «Росспецмаш», которая прошла на площадке комбайнового завода «Ростсельмаш» в 2018 г., одним из ключевых вопросов стал вопрос о повышении доли российских производителей гидравлики на отечественном рынке. Генеральный директор ООО КЗ «Ростсельмаш» Валерий Мальцев сообщил, что стоимостная доля применения гидравлических компонентов в составе агромашин Ростсельмаш, в зависимости от модели, составляет от 11 до 35 %.

По информации компании, в 2017 г. продукция отечественных предприятий на внутреннем рынке гидравлических компонентов занимает долю порядка 10 %. В результате этого машиностроители вынуждены использовать для комплектации продукцию зарубежных заводов, что влияет на себестоимость техники.

Переходя к вопросу что же все-таки мешает отечественным производителям самим производить данные компоненты, стоит учитывать тот факт, что в основном, российские компании производят достаточно узкий перечень товаров гидравлического сектора, а для повышения продаж и производства наиболее сложного оборудования необходимо расширить объемы производства, повысив при этом качество продукции, ведь от объемов производства товаров в данном секторе напрямую зависит конечная цена продукта, ведь штучное производство обойдется гораздо дороже, нежели массовое. Дмитрий Патраков, вице-президент по взаимодействию с государственными органами ООО «СЕР-КОНС» считает, что российские производители могут не просто производить продукцию европейского качества, но и превзойти его. Однако для этого понадобится не просто перенять европейские стандарты качества, но и принять их на доработку, учитывая географические, районы Крайнего Севера, и технологические особенности производств, расположенных в России. Далее необходимо внедрить на производствах работающую систему менеджмента качества, которая четко регламентирует все процессы в организации и позволит свести

к минимуму процент брака, а также необходимо повышать квалификацию сотрудников данной отрасли, путем целевого набора в вузах и повышения квалификации на работе.<sup>49</sup>

Также стоит отметить, что несмотря на проблемы, существующие на российском рынке гидравлики, в некоторых сегментах российские производители довольно успешны и на мировом рынке. Так, доля PSM-HYDRAULICS (бренд ОАО «Пневмостроймашина») составляет 2,5 % в сегменте аксиально-поршневых гидромашин, а в гидроагрегатах более 1,5 %.<sup>50</sup>

Проведенный ассоциацией «Росспецмаш» опрос среди крупнейших российских заводов, направленный на выявление потребности предприятий в отечественной гидравлике показал, что в таких сегментах, как гидромоторы, гидронасосы, гидрораспределители, гидротрансформаторы и гидравлические трансмиссии доля импорта составляет от 59 до 98 %. Более того, согласно прогнозам, к 2030 году спрос на гидравлическое оборудование российского производства составит около 55 млрд р. без учета экспорта.<sup>51</sup>

Среди представленного ассортимента, на российском рынке имеют повышенный спрос шестеренные насосы от ГК «Гидросила», которые, с течением времени, только и набирают обороты в востребованности, среди производителей техники. Потребители данного оборудования, не хотят использовать другие шестеренные насосы, после того, как имели опыт работы с этими, тем более, что цена на насосы — доступнее, чем у зарубежных производителей.

Еще одной причиной по которой покупатели обращают внимание на отечественную продукцию является сложность доставки оборудования из-за рубежа, среди таких товаров: гидроцилиндры для гидроприводов спецтехники, клапанная аппаратура, фильтры. Конечно существуют и потребители, которым не важно качество, а в первую очередь, важна стоимость оборудования и не важ-

---

<sup>49</sup>Гидравлика: импортная vs. российская на bauma-СТТ 2018 // Яндекс. Дзен: информ портал. URL: <https://zen.yandex.ru/media/igrader/gidravlika-importnaia-vs-rossiiskaia-na-baumastt-2018-5ba336ea9202e100a9d71ab4> (дата обращения: 21.03.2020).

<sup>50</sup>Компания «Пневмостроймашина»: офиц. сайт. Екатеринбург, 2020. URL: <http://www.psm-hydraulics.ru> (дата обращения: 26.03.2020).

<sup>51</sup>Каким будет будущее российской гидравлики / Официальный аккаунт ассоциации «Росспецмаш» // ЯндексДзен: информ. портал. 2020. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/59300fe48e557d4d1372cf53/kakim-budet-buduscee-rossiiskoi-gidravliki-5bfcf14adde28b00aacdb51> (дата обращения: 26.03.2020).

но, какая страна-производитель у данного устройства. Одной из мер поддержки отечественных производителей гидравлики, направленных на повышение качества, станут изменения в постановлении правительства № 719<sup>52</sup>. Изменения необходимы для четкой регламентации технологических операций при производстве техники и компонентов, в том числе гидравлических, необходимых для признания этой продукции российской. Процесс локализации будет проводиться поэтапно.

Что касается экспортного потенциала гидравлического оборудования России, то можно с уверенностью сказать о том, что перспективы развития в данном направлении есть, однако, данный процесс требует времени, ведь для продвижения Российской продукции за рубеж, производителям необходимо устанавливать четкие стандарты качества, а также постоянно следить за инновациями в данном секторе. Также, для повышения узнаваемости компаниям необходимо комплексно подходить к вопросам продвижения на рынке своей продукции. Это обусловлено тем, что недостаточный объем российской гидравлики на мировом рынке не позволяет получить необходимые преимущества узнаваемости бренда, а также ставит российские компании в жесткую зависимость от лидеров рынка - Китая и Германии.

Потенциальными импортерами российской гидравлики могут стать такие страны как: Китай, США, Нидерланды, Бразилия, Польша, Греция, Япония, Финляндия, Турция и др. Так, например, в Китае показатель ЕРІ на российские гидравлические двигатели и моторы превышает фактический экспорт на 10 млн долл., а в Турции на 850 тыс. долл.<sup>53</sup>

Таким образом, мировое развитие в сегменте гидравлического оборудования и расширение спроса на данную продукцию дает отечественным производителям возможность выхода на зарубежные рынки, однако российским компаниям необходимо принимать во внимание инновационный подход к про-

---

<sup>52</sup>О подтверждении производства промышленной продукции на территории Российской Федерации: Постановление Правительства РФ от 7 июля 2015 года № 719 (в ред. от 12 марта 2020) // СПС «Консультант-Плюс».

<sup>53</sup>Export Potential Map // International trade center. URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/markets/gap-chart?fromMarker=i&exporter=643&whatMarker=k&what=841221&toMarker=j> (дата обращения: 16.05.2020).

изводству такого оборудования за рубежом, а также расширение ассортимента продукции с целью закрепления на рынке и повышения узнаваемости бренда, кроме того, необходимо проводить дополнительные исследования для реализации проектов по производству гидравлического оборудования с учетом особенностей российских предприятий.

### **2.3. Внешнеторговая деятельность АО «ТД «Энерпред» и экспортный потенциал компании**

Компания ТД «Энерпред» является по своей организационно-правовой форме акционерным обществом, относится к малому бизнесу и осуществляет свою деятельность в составе холдинга «Энерпред Холдинг». Организация имеет общую систему налогообложения и располагается в г. Иркутск. Предприятие занимается оптовой торговлей, производит продукцию (в составе холдинга), а также осуществляет коммерческо-посредническую деятельность. К основным сферам и направлениям деятельности компании «Энерпред» относятся: проектирование, производство, закупка, торговля, гарантийное и постгарантийное обслуживание гидравлического оборудования. Торговый дом «Энерпред» занимается реализацией не только продукции собственного производства, но также выступает в качестве дистрибьютера таких брендов как: PosiLock (США), ИНТЕХРОС (Россия), POWERMASTER (Индия).

Фирма «Энерпред» была основана в 1991 г. в г. Усть-Илимск. Первая партия инструментов, произведенная компанией, тогда составила 150 комплектов. Первыми клиентами стали: Усть-Илимский ЛПК, Братский ЛПК, Ангарский НХК и предприятия Иркутскэнерго.

Через три года с момента основания, «Энерпред» начал сотрудничать с машиностроительными заводами страны, формируя систему производственной кооперации, которая позволила использовать для производства комплектующих высокие наукоемкие технологии, применяемые в оборонной промышленности. Тогда, ЗАО «Энерпред» собственными силами стало осуществлять самостоятельно сборку гидроинструментов из комплектующих. В этот же период начинается создание на территории России дилерской сети, число предприятий, пользующихся продукцией марки «Энерпред», возрастает до 500, а номенкла-

тура гидроинструмента расширяется до 63 наименований.

В 2001 году компания начинает выход на внешний рынок и сотрудничает с предприятиями Дании, Швеции, Индии, Китая, Кореи, Монголии. В 2002 г. начата активная работа по сертификации производства гидроинструмента по системе качества ISO 9001:2001. Компания очень ответственно подходит к вопросу поддержания качества, производимой продукции и регулярно проходит процедуры сертификации и по сей день, последний сертификат по системе качества ISO 9001:2015 был получен компанией в июле 2019 г.

Согласно Приказу МЧС России от 23.12.2005 № 999 комплект аварийно-спасательного инструмента «КРУГ-АМ», произведенного компанией «Энерпред» включен в перечень инженерного имущества, в соответствии с которым осуществляется оснащение нештатных аварийно-спасательных формирований.

В конце 2006 года компания «Энерпред» становится холдингом во главе с Управляющей организацией ЗАО «Энерпред-Холдинг», в структуру которого входят ЗАО «Энерпред» как производитель продукции под ТМ ЭНЕРПРЕД, «Торговый дом «Энерпред» как поставщик этой продукции, а также дочерние предприятия. Актуальная на данный момент структура холдинга представлена на рис 2.8.



Рис 2.8. Структура АО «Энерпред Холдинг»

Источник: составлено автором по данным АО «Энерпред Холдинг»

Изначально, «Энерпред-Гидравлик» было создано для проектирования и производства привода для оборудования и инструмента торговой марки «ЭНЕРПРЕД», однако, сейчас предприятие специализируется на производстве гидравлических насосных станций (маслостанций на 16.70 МПа), гидравлического оборудования для восстановительных поездов (АВСО), алюминиевых

гидравлических домкратов.

Вся коммерческая деятельность, связанная с поставкой продукции, производимой под товарным знаком ЭНЕРПРЕД и не только, а также заключением договоров с покупателями, передана Акционерному Обществу «Торговый дом «Энерпред» (АО «ТД «Энерпред»). Основным направлением деятельности АО «Энерпред» является производство гидравлических и пневматических силовых установок, и двигателей (по коду ОКВЭД 28.12.1). ТД «Энерпред» занимается реализацией продукции или, согласно коду ОКВЭД 51.90 – торговлей оптовой неспециализированной. По договору поставки между и на основании письменных технических заявок и указаний, АО «Энерпред» поставляет продукцию ТД «Энерпред» для продажи.

Торговый дом «Энерпред» имеет линейно-функциональную организационную структуру (рис. 2.9). В структуру торгового дома «Энерпред» входят пять подразделений: отдел маркетинга, закупок, сбыта, сервисный отдел и отдел продаж. Отдел продаж также разделен на отдел внутренних продаж, отдел продаж на транспорте, отдел по тендерным торгам, отдел по работе с дилерами и отдел экспортных продаж. Помимо этого, в подчинении директора по продажам находится и отдел продаж в московском филиале «Энерпред – Гидравлик». Экономические службы предприятия, такие как бухгалтерский и финансовый отдел, а также департамент логистики состоят в структуре компании «Энерпред Холдинг».

Структура организации имеет именно такой вид потому, что линейно-функциональная структура позволяет организации четко разделить обязанности при управлении звеньями структуры, что, в свою очередь ведет к более глубокой подготовке решений и планов, связанных со специализацией работников и делает организацию более устойчивой. Что касается недостатков данной структуры, то наиболее частой проблемой здесь является то, что каждый отдел предприятия заинтересован в достижении своей узкой цели, а не общей цели фирмы, кроме того, сложная система взаимосвязи функциональных подразделений друг с другом ведет к тому, что для принятия окончательного решения по различным вопросам требуется достаточно много времени.

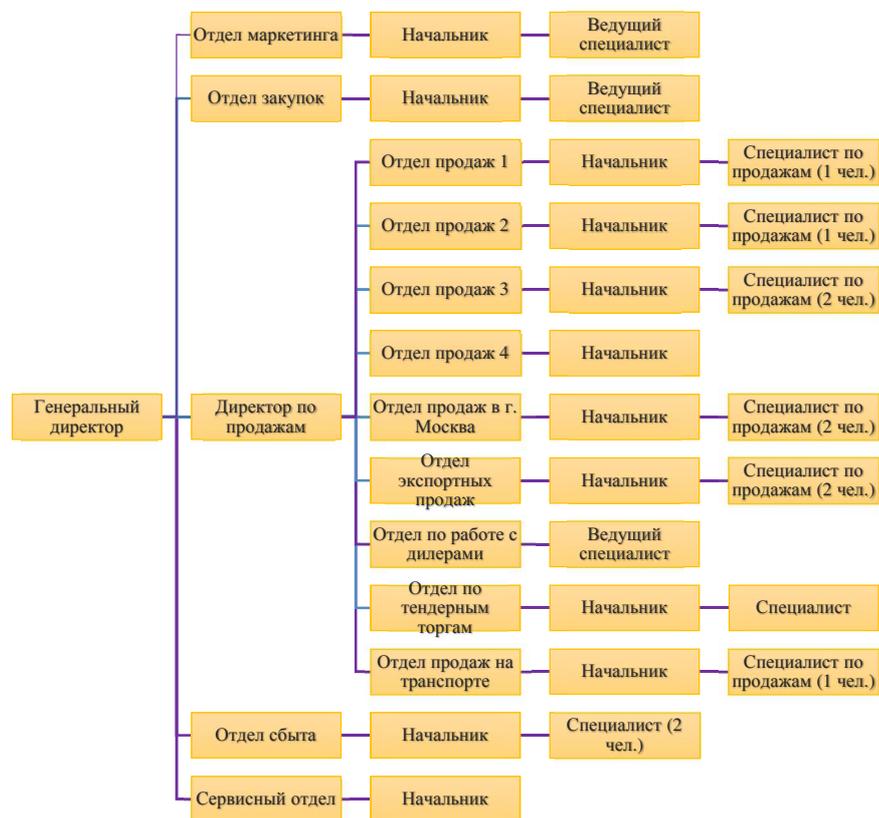


Рис. 2.9. Организационная структура АО «ТД «Энерпред»

Источник: составлено автором по данным АО «ТД «Энерпред»

Однако, если проанализировать масштабы предприятия и посмотреть среднесписочную численность сотрудников, то можно выявить, что с 2011 г. число работников организации увеличилось на 7,4 %, что, учитывая изначально небольшую среднесписочную численность сотрудников является довольно низким показателем (рис 2.10.).



Рис 2.10. Среднесписочная численность персонала АО «ТД «Энерпред»

Источник: составлено автором по данным АО «ТД «Энерпред»

Исходя из приведенной информации следует, что предприятие имеет небольшой размер и малую численность сотрудников, за счет чего негативные факторы линейно-функциональной системы не оказывают влияния на работу

организации т. к. все сотрудники имеют возможность свободной коммуникации с представителями других отделов.

«Торговый дом «Энерпред» помимо своей основной марки «Энерпред», с 2006 г. занимается продажей продукции марки «Риклайн». Данная продукция изготавливается по заказу АО «ТД «Энерпред» на предприятиях Китая и, также, как и товар основной марки, проходит жесткий контроль качества. Такая диверсификация помогает продавать гидроинструменты по более низкой цене, что выгодно отличает данный инструмент от аналогов, предлагаемых на рынке гидравлического инструмента в России и странах СНГ.

Как уже было упомянуто, АО Энерпред имеет эксклюзивное соглашение о дистрибуции продукции Posi Lock – крупнейшего в США производителя съемников – на территории Российской Федерации и стран СНГ. Также Энерпред является дистрибьютором компании «Powermaster» в РФ, которая является одним из мировых лидеров по производству инструмента для ремонта, очистки и изготовления теплообменных аппаратов, котлов и конденсаторов.

Помимо дистрибьюторской деятельности, АО Энерпред совместно с лизинговой компанией Уралсиб предоставляет своим клиентам возможность лизинга промышленного гидравлического оборудования.

Рекламная политика АО «Энерпред» проводится посредством контекстной рекламы компании в сети интернет, кроме того компания занимается продвижением собственного сайта и имеет свой канал на видео-хостинге YouTube, где у потенциальных клиентов есть возможность ознакомиться с ассортиментом продукции и посмотреть на то, как работает то или иное оборудование марки «Энерпред». Кроме того, Энерпред распространяет рекламную продукцию в виде электронных и печатных каталогов реализуемого оборудования, различные информационные брошюры, листовки, календари, сувенирную продукцию с логотипом компании. Для презентации продукции компания также ежегодно участвует в различных выставках и организует выезды к клиентам.

Основными конкурентами фирмы «Энерпред» являются крупные российские производители гидравлического оборудования, среди которых: «КЗСГ «Гидротех» (г. Калуга), Энерпром (г.Иркутск), Завод СпецПромОбору-

дование (г. Иркутск), «Русский домкрат» (г. Мытищи), «СТС-Холдинг» (г. Нерюнгри, Якутия), «Калугатрансмаш» (г. Калуга) и др. На мировом рынке «Энерпред» соперничает с такими компаниями, как: «Plarad» (Германия), «Hi-Force» (Англия), Enerpac (США), Holmatro (Голландия), Lukas (Германия), Larzer (Испания) и др.

Основная реализация продукции компании «Энерпред» осуществляется прямыми отделами продаж в г. Иркутск и г. Москва, а также через официальную дилерскую сеть в России и за рубежом. В перечень дистрибьюторов компании Энерпред входят такие отечественные предприятия как: АО «ПО «Гидромеханика» (Санкт-Петербург), ООО «Энергопред» (Красноярск), ООО «ВЭЛТО» Высоковольтное электротехническое оборудование (Екатеринбург), АО МГК «ИНТЕХРОС» (Воронеж), ООО «ДОМКРАТОФ» (Ростов-на-Дону, Краснодар), ООО «ЭНТЕЛ-НСК» (Новосибирск), ООО «Думеко Веркцойге» (Волгоград), ООО «ТГМ-Групп» (Пермь), ООО «ВостокТехМаш» (Благовещенск), ООО «Промсистемы» (Владивосток), ООО «ГидроТех» (Петропавловск-Камчатский), ООО «ГидроТорг» (Улан-Удэ), ООО «Проминструмент» (Хабаровск), ООО «ПневмоПром» (Чита), ООО «ПТК» (Южно-Сахалинск), ООО «Гидроинструмент» (Якутск).

Помимо Российских предприятий «Энерпред» сотрудничает с зарубежными компаниями, и дилерская сеть постоянно расширяется. На данный момент зарубежными дистрибьюторами компании являются: ХХК «ШУДО» (Монголия), ОсОО «Азия-ПрофЭкспресс» (Кыргызстан), ТОО «Kair Co» (Казахстан), ООО «Завод гидравлических домкратов и инструмента» (Беларусь), ЧП «Инстэл» (Беларусь), ООО «GIDRAVLIK USKUNA» (Узбекистан), ООО «Энерпред-Украина» (Украина), ООО «Металлопром» (Украина), SANKYO CO., LTD (Япония), Shanghai Tianben Industrial Co., Ltd (Китай), а также компания имеет своего регионального представителя в Африке (Республика Кения).

Продукция компании Энерпред востребована ведущими компаниями различных отраслей. Среди клиентов компании: Газпром, Полиметалл, Роснефть, Русал, Северсталь, Уралмаш, Башнефть, EVRAZ, TATNEFT, Российские железные дороги, МЧС России и др.

В связи с высокой востребованностью качественного гидроинструмента для различных целей, компания Энерпред усовершенствует производимую продукцию, разрабатывает новые модели гидроинструментов, расширяет ассортимент, а также выполняет индивидуальные заказы клиентов. Как следствие данной работы в каталогах гидроинструмента Энерпред появляются собственные разработки, такие как: «ножницы для резки труб» НРТ-70, «гидроцилиндр захвата грейфера», «съемник компенсаторов СТК5», «пресс для клепки заклепок ПК12», последней разработкой компании является новая модель гидравлического гайковерта ГГ1600М, которая была официально представлена в 2019 г. и по своим характеристикам не уступает оборудованию ведущих мировых производителей аналогичной продукции.

Благодаря успешным своевременным поставкам гидравлического оборудования компанией Энерпред, ООО «Строймост» приступило к выполнению работ по надвижке пролетного строения моста через р. Шексна на автомобильной дороге федерального значения. Также оборудование компании применялось фирмой АО «Мостострой-11» в процессе строительства мостов через р. Обь и р. Иртыш и другими подрядными организациями при строительстве Керченского (Крымского) моста.

Помимо оборудования, используемого в мостостроении, другая продукция компании, например, такой продукт, как комплект АВСО (аварийно-спасательное оборудование), предназначенный для рельсового транспорта имеет важное значение и занимает высокую долю в продажах компании. Такое оборудование эффективно используется при ведении аварийно-восстановительных работ в выемках, тоннелях, на электрифицированных участках и в метрополитенах. Заказчиками данного типа оборудования являются железнодорожные компании, в их числе: ОАО «Российские железные дороги», ПАО «Українська залізниця», Бакинский метрополитен, дирекции по ремонту пути, вагонные депо, ремонтные заводы.

Еще одним важным продуктом компании, является гидравлический аварийно-спасательный инструмент. Так, только в 2019 г. компанией был заключен контракт на поставку данного оборудования с ГУ МЧС России по Иркут-

ской области на сумму 2 139 234,70 р., а также с ФГБУ «Северо-Западный АСЦ МЧС России» на сумму 248 750,00 р.

В конструкторско-технологическом бюро АО «Энерпред», в 2016 г. был обновлен станочный парк: куплены несколько станков с ЧПУ, шахтная печь для закалки крупногабаритных деталей, токарно-фрезерные станки, а также иное производственное оборудование. На сегодняшний день данным бюро разработаны гидравлические установки для перемещения тяжеловесного оборудования (УГ), для бестраншейной прокладки труб. Данная разработка запатентована и имеет разрешение от Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору на применение на опасных производственных объектах. Кроме того, полностью завершены работы по проектированию оборудования для оснащения любых кустовых буровых установок нефтегазовой отрасли. Уже были спроектированы и произведены домкраты и цилиндры для самых современных российских установок, предназначенных для бурения.

Компания «Энерпред», помимо исключительно самостоятельного производства гидрооборудования, активно участвует в кооперации с другими крупными российскими компаниями. Так, совместно с компанией ООО «Уралмаш НГО Холдинг» фирма кооперируется в производстве и поставке на отечественный рынок оборудования для буровых установок (БУ), такого как: домкраты и цилиндры для подъема и перемещения БУ, домкраты центрирования БУ, механизм демпфирования вышки (демпфирующее устройство), механизм закрепления-раскрепления замков буровых и обсадных труб (гидрораскрепитель), агрегаты гидравлические механизма перемещения и выравнивания БУ Иркутской области и др.

Также, компания «Энерпред» является участником промышленного машиностроительного кластера Иркутской области, целью которого является повышение конкурентоспособности машиностроительной отрасли Иркутской области за счет формирования необходимых институциональных условий для развития конкурентоспособных компаний и их встраивания в глобальные цепочки добавленной стоимости. По данным за 2019 г. в данный кластер входят следующие компании: АО «Энерпред», ООО «Ангарск Монтажэнергоремонт»,

ООО «Гидравлические насосы», ООО «Регионэлектро», ООО «Сибтехномаш», ООО «Иркутский завод низковольтных устройств», ООО «Метконструкция», ООО «ИРМАШ», ООО НПФ «Атака+», ООО «Белур», а также научно-образовательный блок, включающий ФГБОУ ВО «ИрНИТУ» и ФГБОУ ВО «АнГТУ».<sup>54</sup>

На данный момент предприятие развивается и продолжает сотрудничать с городскими, областными и федеральными службами экономического развития для продвижения продукции на отечественный и зарубежные рынки, активно участвует в программе государственных закупок.

Анализ экономической деятельности предприятия в первую очередь связан с изучением основных финансовых показателей компании. Для проведения данного анализа были использованы показатели финансовой отчетности АО «ТД «Энерпред», которые находятся в открытом доступе и публикуются на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики, а также в иных источниках. Основные финансовые показатели деятельности организации приведены в табл. 2.3.

Исходя из приведенной информации, видно, что на протяжении четырех лет с 2014-2017 гг. такие экономические показатели как выручка, валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до уплаты налогов и чистая прибыль возрастали. В 2018 г. наблюдается спад показателей, что, в большей степени объясняется спецификой продукции, а именно - единовременным характером спроса на промышленное оборудование, например, скачек спроса, зафиксированный в 2017 г. В сравнении с тем же 2016 г. объемы выручки, валовой прибыли и прибыли от продаж до 2018 г. все же имеют положительную динамику.

---

<sup>54</sup>Промышленный машиностроительный кластер // Центр кластерного развития Иркутской области: офиц. портал. Иркутск, 2020. URL: [http://irkcluster.ru/?page\\_id=2353](http://irkcluster.ru/?page_id=2353) (дата обращения: 11.04.2020).

## Основные финансовые показатели АО «ТД «Энерпред», тыс. р.

Показатель.	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	факт.	факт.	из-мен., %							
Выручка	206343	256496	24,31	342891	33,68	538410	57,02	395685	-26,51	
Валовая прибыль	57995	72377	24,8	88767	22,65	142914	61	109096	- 23,66	
Прибыль от продаж	11244	25092	123,16	35639	42,03	80058	124,64	50110	-37,41	
Прибыль до уплаты налогов	6568	19693	199,83	33722	71,24	51044	51,37	28972	- 43,24	
Чистая прибыль (убыток)	5119	15622	205,18	26782	71,44	35970	34,31	19391	-46,09	

Источник: составлено автором по финансовой отчетности АО «ТД «Энерпред»

Прибыль до налогообложения с 2014 г. возросла на 22404 тыс. р. Однако, в 2018 г., по сравнению с предыдущим периодом, наблюдается спад на 43 % и на 14 % по сравнению с 2016 г.

После уплаты налогов, чистая прибыль организации в 2018 г. составила 19391 тыс. р. Это на 46 % ниже показателя 2017 г. и на 84 % больше в сравнении с показателем 2014 г. В целом, с 2014 года наблюдается положительная динамика основных экономических показателей, а спад в 2018 г. вполне может носить сезонный характер, т. к. показатели компании уже снижались в 2014 г., после чего успешно возросли и увеличились, относительно предыдущих периодов.

Далее, в табл. 2.4. представлены основные показатели финансовой устойчивости предприятия, которые характеризуют независимость по каждому элементу активов предприятия и по имуществу в целом, дают возможность измерить, достаточно ли устойчива компания в финансовом отношении.<sup>55</sup>

<sup>55</sup> 11. Анализ финансового состояния предприятия / Коэффициенты финансовой устойчивости // Afdanalyse.ru: офиц. сайт. 2020. URL: [https://afdanalyse.ru/publ/finansovyj\\_analiz/fin\\_koeffitcenti/analiz\\_finansovoj\\_ustojchivosti/3-1-0-22](https://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/fin_koeffitcenti/analiz_finansovoj_ustojchivosti/3-1-0-22) (дата обращения: 13.04.2020).

## Показатели финансовой устойчивости АО «ТД «Энерпред»

-	2014	2015	2016	2017	2018
Коэффициент автономии (финансовой независимости)	0,2	0,36	0,35	0,31	0,34
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,2	0,36	0,35	0,31	0,33
Коэффициент покрытия инвестиций	0,2	0,36	0,35	0,31	0,34
Коэффициент обеспеченности запасов	0,56	0,8	0,76	1,53	1,28
Фондоотдача	944,36	1171,21	1583,8	3765,1	1934,89

Источник: составлено автором по финансовой отчетности АО «ТД «Энерпред»

Коэффициент автономии организации АО «ТД «Энерпред» за последние 4 года в среднем имеет показатель 0,34, что допустимо для предприятия данного типа. В мировой практике считается минимально допустимым до 30-40 % собственного капитала. Согласно данным сайта [www.audit-it.ru](http://www.audit-it.ru) средний показатель коэффициента по предприятиям, основной деятельностью которых является деятельность кода ОКВЭД 46.90 «Торговля оптовая неспециализированная» составляет 0,1, что на 0,24 меньше чем показатель рассчитанный исходя из отчета компании АО «ТД «Энерпред». Это свидетельствует о том, что множество аналогичных организаций имеют долю собственных средств меньше, а следовательно, их финансовая устойчивость ниже.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами показывает достаточность у организации собственных средств для финансирования текущей деятельности. Данный коэффициент используется только в российской практике финансового анализа и его нормальное значение должно составлять не менее 0,1. На данном предприятии значение коэффициента за последние четыре года составляло не ниже 0,31, что говорит о том, что оборотные средства хорошо обеспечены собственным капиталом организации.

Коэффициенты покрытия инвестиций и обеспеченности запасов также превосходят показатели нормы (она должна быть выше 0,06 и 0,04 соответ-

ственно), что свидетельствует о том, что организация имеет высокую степень покрытия имеющихся материально-производственных запасов собственными средствами и, что активы организации финансируется за счет устойчивых источников.

Рост коэффициента фондоотдачи с 2014 г. свидетельствует о повышении предприятием эффективности использования оборудования и показывает объем выручки, приходящийся на единицу стоимости основных средств.

Следующими показателями, необходимыми для анализа предприятия являются показатели, описывающие способность организации покрыть свои обязательства - показатели платежеспособности. Значения коэффициентов данных показателей приведены в табл. 2.5.

Таблица 2.5

Показатели платежеспособности АО «ТД «Энерпред»

Показатель:	Норма	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\geq 0,2$	0,68	0,03	0,26	0,34	0,17
Коэффициент быстрой ликвидности	$\geq 0,7$	0,8	0,86	0,84	1,16	1,11
Коэффициент текущей ликвидности	2	1,25	1,55	1,53	1,46	1,5

Источник: составлено автором по финансовой отчетности АО «ТД «Энерпред»

Проанализировав показатели платежеспособности, можно сделать вывод, что на данном этапе своей деятельности компания является достаточно платежеспособной. Коэффициент абсолютной ликвидности характеризует возможность компании погасить свои текущие обязательства. Согласно расчетам, данный коэффициент составляет 0,17, что является ниже нормы и показывает, что компания может погасить 17 % своих текущих обязательств. Следующий показатель «Коэффициент быстрой ликвидности» раскрывает способность организации погасить свои краткосрочные обязательства за счет продажи ликвидных активов. В 2018 г. компания может покрыть все свои текущие обязательства при условии своевременных расчетов.

Последний рассматриваемый показатель платежеспособности- «Коэффи-

циент текущей ликвидности». Он показывает какую долю текущих обязательств организация способна погасить текущими активами. Показатель 2018 г. на 0,5 ниже нормы, однако, учитывая особенности отрасли следует заметить, что в мировой практике норму данного показателя снижают до 1,5, но и в российской практике, низким считается показатель менее 1.

Об экономической и деловой активности организации можно судить, изучив интенсивность использования активов или показателей оборачиваемости. Данные показатели представлены в табл. 2.6.

Таблица 2.6

Показатели оборачиваемости средств организации АО «ТД «Энерпред»

Показатели:	2016		2017		2018	
	обороты	средний срок обращения, дней	обороты	средний срок обращения, дней	обороты	средний срок обращения, дней
Дебиторская задолженность	7,13	51,33	5,74	63,52	2,96	123,16
Кредиторская задолженность	7,3	50,02	5,06	72,1	2,95	123,69
Запасы	6,81	53,68	9,69	37,67	7,5	48,34
Операционный цикл	105,02		101,2		171,5	
Финансовый цикл	55		29		47,81	

Источник: составлено автором по финансовой отчетности АО «ТД «Энерпред»

Снижение оборотов дебиторской задолженности свидетельствует о том, что компания имеет задержки по оплате за товары (работы, услуги) от своих покупателей и срок погашения данного долга вырос с 51 дня в 2016 г. до 123 дней в 2018 г. Кроме того, сама организация также имеет тенденцию к наращиванию сроков оплаты своих долгов. Так, с 2016 г. данный показатель сократился на 4 оборота, т. е. срок погашения кредиторской задолженности увеличился почти на 74 дня.

Оборачиваемость товарных запасов - это скорость, с которой товарные запасы производятся и отпускаются со склада. В 2018 г. данный показатель снизился на два оборота по сравнению с предыдущим периодом, увеличился на 0,7 по сравнению с 2016 г. и средний срок обращения запасов за последний год составил 48 дней.

Сокращение финансового цикла говорит о том, что на предприятии АО «ТД «Энерпред» происходит улучшение финансового состояния. Однако увеличение операционного цикла, свидетельствует о том, что на данный момент организация не слишком эффективно управляет кредиторской, дебиторской задолженностью, а также оборотными активами.

Одними из самых важных показателей, показывающих эффективность организации являются показатели рентабельности. Значения данных показателей представлены в табл. 2.7.

Таблица 2.7

Показатели рентабельности организации, %

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Рентабельность продаж	5,45	9,78	10,39	14,87	12,66
Норма чистой прибыли	2,48	6,09	7,81	6,68	4,9
Рентабельность продаж по EBIT	4,83	8,71	10,13	9,6	7,4
Рентабельность активов	6,01	16,96	20,3	14,37	9,51
Рентабельность инвестиций	44,2	78,06	85,52	81,6	39,15
Рентабельность собственного капитала	34,45	61,92	67,92	57,5	26,21

Источник: составлено автором по финансовой отчетности АО «ТД «Энерпред»

Рентабельность продаж по прибыли в 2018 г. составила 12,66 %, что ниже того же показателя за предыдущий период, однако все же выше показателей 2014-2016 гг. Значение показателя показывает, что в 2018 г. 12 % выручки организации составляет прибыль от продаж. Норма чистой прибыли характеризует не только прибыльность основной деятельности организации (как рентабельность продаж), а эффективность такой деятельности в целом. В данном случае показатель говорит о том, что на 1 р. выручки приходится 0,049 р. чистой прибыли.

Рентабельность продаж по EBIT характеризует тот объем прибыли от продаж, который организация получает до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки. Этот коэффициент является промежуточным между валовой и чистой прибылью. Среднеотраслевое значение данного показателя по коду ОКВЭД 46.90 «Торговля оптовая неспециализированная» составляет 1,65 %, что существенно ниже показателей ТД «Энерпред».

Рентабельность активов организации существенно снизилась за последние 4 года и в 2018 г. составила 9,51 %. Такое положение дел говорит о том, что эффективность деятельности предприятия в целом с 2016 г. понижается, на 1 р. имущества компании приходится 0,09 р. прибыли.

Показатель «Рентабельность инвестиций» в 2018 г. резко упал и составил 39,15 %, что почти на 45,5 % меньше показателя за предыдущий год. Рентабельность собственного капитала также снизилась на 31,3 %, что говорит о том, что вложенный в компанию капитал используется не так эффективно, как этого бы хотелось и на 1 р. собственных средств в 2018 г. приходится всего 0,28 р. чистой прибыли, что на 0,31 р. меньше, чем в предыдущем периоде.

Итак, проведя анализ, можно сделать вывод о том, что АО «ТД «Энерпред» является достаточно платежеспособным, финансово устойчивым предприятием, однако наблюдается спад показателей в 2018 г., что обусловлено не только единовременным спросом на производимую компанией продукцию, но и растущим объемом дебиторской задолженности, которая также влияет на финансовую устойчивость предприятия, возможность вовремя рассчитываться с поставщиками и другого вида кредиторской задолженностью.

Компания «Энерпред» активно осуществляет внешнеторговую деятельность с 2001 г. На данный момент «Энерпред» является крупным производителем гидравлического оборудования и осуществляет поставки своей продукции в Казахстан, Белоруссию, Азербайджан, Армению, Монголию, Кыргызстан, Узбекистан, Грузию и в другие страны.

Следует отметить, что помимо осуществления экспортной деятельности, компания «Энерпред» является дилером иностранной продукции под марками Posi Lock и PowerMaster, а также российского бренда «Интех». Структура продаж по брендам приведена на рис. 2.11.

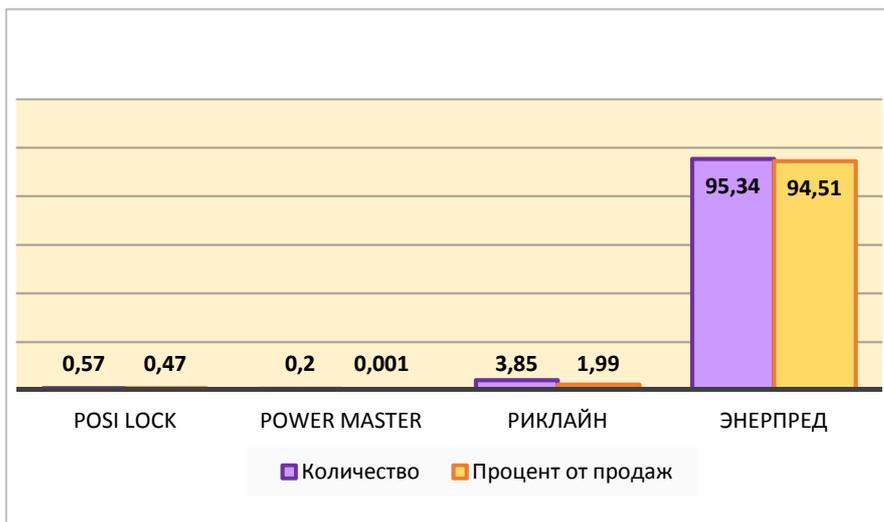


Рис 2.11. Распределение продукции компании «Энерпред» по брендам, 2018 г.

Источник: составлено автором по данным компании АО «ТД «Энерпред»

Исходя из графика видно, что, все же, основная доля продаж организации приходится на продукцию собственного производства марки «Энерпред», что является показателем того, что спрос на продукты данной марки достаточно высок.

Относительно экспортной деятельности компании, следует отметить, что по данным компании, на 2018 г. доля экспорта фирмы составляет 8 % от продаж. Зарубежные продажи приходятся в основном, на страны Евразийского экономического союза (Рис. 2.12.).

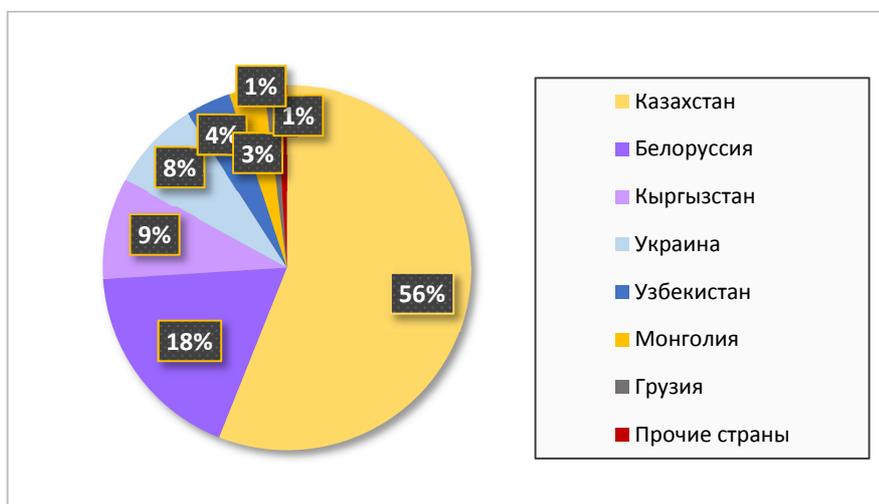


Рис 2.12. Структура экспортных продаж АО «ТД «Энерпред», 2018 г.

Источник: составлено автором по данным АО «ТД «Энерпред»

Казахстан является лидером среди стран, импортирующих продукцию компании «Энерпред», его доля составляет 56 %. Лидерство Казахстана обусловлено географической близостью страны, развитой промышленностью, отсутствием языковых барьеров, общими историческими корнями. Также, следу-

ет отметить, что в Казахстане интересы компании «Энерпред» представляют сразу два дилера.

После Казахстана следом идут такие страны как Белоруссия и Кыргызстан. На них приходится соответственно 18 % и 9 % экспорта компании «Энерпред». И хотя Киргизия имеет не очень развитую промышленность, что не позволяет данной стране выйти на лидирующие позиции в структуре экспорта, все же наличие политических и экономических предпосылок для взаимовыгодной торговли позволяет Кыргызстану иметь потенциал для увеличения объемов поставок в данную страну.

Несмотря на напряженные политические отношения, доля Украины в структуре экспорта продукции компании «Энерпред» занимает 8 %. Это обусловлено длительными партнерскими отношениями с предприятиями Украины, наличием там собственного дилера, отсутствием языковых и ментальных барьеров. Политические разногласия внесли свою лепту в развитие отношений с данной страной, например, в 2016 г. продажи осуществлялись через посредника из Словакии, что создало дополнительные накладные расходы и несколько снизило рентабельность продаж, однако поставки в страну продолжают.

Одним из наиболее перспективных регионов в плане экспорта для компании «Энерпред» является Узбекистан. Страна промышленно развита, а также имеет курс на открытость экономики, что делает Узбекистан привлекательным экономическим партнером. Для продвижения продукции в эту страну компанией разработан и утвержден в Министерстве экономического развития Российской Федерации паспорт проекта продвижения продукции «Энерпред» на рынок Узбекистана.

Исходя из того, что проведение оценки экспортного потенциала не имеет общепринятой структуры, на основе имеющихся данных компании, была проведена его оценка, путем изучения динамики продаж предприятия АО «ТД «Энерпред» и анализа их экспортной составляющей, а также был проведен анализ наиболее значимых факторов развития экспортного потенциала фирмы.

АО «ТД «Энерпред», по данным 2018 г. реализует 51 % от всей продукции компании «Энерпред». Согласно данным фирмы, в 2017 г. был разработан

план повышения продаж АО «ТД «Энерпред», с учетом производственных мощностей предприятия. Показатели, приведенные в отчете показывают, что организация планировала увеличение реализуемой продукции на 9,9 % в 2018 г., а затем, ежегодный прирост на 15 % до 2022 г. Представленные данные позволяют сделать вывод, о том, что производственные мощности компании позволяют произвести в 2,5 раза больше продукции, чем фактически реализовано компанией «ТД «Энерпред» в 2018 г., с учетом оптимизации производственных процессов. Плановый рост продаж продукции представлен на рис. 2.13.



Рис. 2.13. Плановые показатели динамики продаж АО «ТД «Энерпред», тыс. р.

Источник: составлено автором по данным компании АО «ТД «Энерпред»

Исходя из объемов экспорта компании, можно рассчитать долю продукции, реализованной на территории РФ. Распределение продукции АО «ТД «Энерпред» представлено в табл. 2.8.

Исходя из фактического объема продаж компании АО «ТД «Энерпред» выручка в 2018 г. составила 395 685 тыс. р., из которой 364 030 тыс. р. приходится на продажи внутри страны, а 8 % составляет экспорт. Исходя из данных продаж с 2014 г., объемы реализации продукции на российском рынке, в среднем возросли с 2014-2017 гг. на 27,19 %, что говорит о том, что на российском рынке наблюдается рост спроса на продукцию компании «Энерпред». С учетом спада в 2018 г. данный показатель прироста составляет в среднем, 11,75 %. Учитывая экономическую обстановку в России в 2020 г., рациональнее будет

использовать именно показатель прироста в 11,75 %, а не 27,19 % поскольку ситуация на рынке вряд ли быстро стабилизируется и даже значение показателя 11,75 % может оказаться выше фактического прироста.

Таблица 2.8

Распределение продаж АО «ТД «Энерпред», тыс. р.

Год	Экспорт		Внутренние продажи		Итого	
	факт.	доля, %	факт.	доля, %	факт.	доля, %.
2014	19566	9,5	186777	90,5	206343	100
2015	18 962	7,4	237534	92,6	256496	100
2016	31 120	9,07	311771	90,92	342891	100
2017	48456,9	9	489953,1	91	538410	100
2018	31654,8	8	364030,2	92	395685	100

Источник: составлено автором по данным компании АО «ТД «Энерпред»

Таким образом, если компания ежегодно будет увеличивать объем продаж на 15 %, а внутренние продажи будут увеличиваться на 11,75 %, то, с учетом данных показателей, на экспорт должно приходиться 47 480,98 тыс. р., то есть экспортный потенциал компании будет возрастать почти на 4 %.

Для наиболее точной оценки экспортного потенциала необходимо применить методы его оценки. С учетом имеющихся данных, можно сделать вывод, что применение методов оценки экспортного потенциала Морозова, как и интегрального метода невозможно, т. к. требует большого объема информации, которая может быть предоставлена лишь сотрудниками компании и в условиях полной конфиденциальности. Данные методы имеют место быть, однако стороннее лицо, либо лицо, не располагающее всей необходимой информацией для расчетов, не имеет возможности оценить экспортный потенциал компании опираясь на данные методики. Однако, провести оценку экспортного потенциала можно, основываясь на другой методике, а именно - на методе экспертных оценок, учитывая при этом значения показателей экспортного потенциала (ЕPI) на определенный вид продукции и анализа наиболее значимых факторов развития экспортного потенциала фирмы. Данный анализ также позволит выявить ключевые проблемы, препятствующие развитию экспортного потенциала компа-

нии.

Итак, прежде чем приступить непосредственно к оценке экспортного потенциала методом экспертных оценок, необходимо провести SWOT-анализ компании «Энерпред», который позволит выявить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможные угрозы и перспективы развития. SWOT-анализ предприятия «Энерпред» представлен в табл. 2.9.

Таблица 2.9

SWOT-анализ компании «Энерпред»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Собственное конструкторское бюро и производство.</li><li>2. Обновленный парк оборудования и высокая производительная мощность.</li><li>3. Наличие патентов на продукцию.</li><li>4. Широкая линейка продукции (более 1500 позиций).</li><li>5. Собственный отдел продаж.</li><li>6. Наличие дилеров в России и за рубежом.</li><li>7. Наличие кооперации с компанией ООО «Уралмаш НГО Холдинг».</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Нехватка квалифицированных специалистов</li><li>2. Высокая дебиторская задолженность</li><li>3. Удаленность от основных рынков сбыта.</li><li>4. Недозагруженность оборудования</li><li>5. Низкая узнаваемость бренда на зарубежных рынках.</li></ol>
Угрозы	Возможности
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ухудшение экономической и политической ситуации.</li><li>2. Рост цен на сырье.</li><li>3. Появление конкурентов.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Рост спроса на гидравлическое оборудование.</li><li>2. Реализация проектов в рамках импортозамещения и совместных проектов.</li><li>3. Появление новых сфер применения оборудования.</li><li>4. Появление новых партнеров.</li></ol>

Источник: составлено автором

Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод о том, что сильной стороной предприятия является наличие собственного производства и запатентованных разработок компании, кооперация с компанией ООО «Уралмаш НГО Холдинг», а также широкий ассортимент продукции, который позволяет расширить круг потребителей и в большей степени использовать производственные мощности. Обновленный парк оборудования позволяет изготавливать качественную продукцию в необходимом объеме. Что касается продвижения то-

вара на рынке, здесь сильной стороной является собственный отдел продаж фирмы и наличие широкой сети дистрибьюторов, что позволяет реализовать продукцию в различных регионах страны и за рубежом.

Среди слабых сторон предприятия стоит уделить внимание проблеме недозагруженности производства т.к. постоянные затраты не зависят от объемов производства, а следовательно их доля в стоимости единицы товара будет возрастать при сокращении числа произведенной продукции и наоборот. Среди слабых сторон можно также выделить недостаток квалифицированных специалистов, как в производстве, так и в числе управленческих кадров, а также удаленность производства от основных потребителей, что повышает затраты на транспортировку продукции и увеличивает время ожидания товара покупателем, что сказывается на увеличении спроса на продукцию фирмы и репутации компании, а также ведет к росту дебиторской задолженности.

Проанализировав слабые и сильные стороны организации, были выявлены следующие угрозы: во-первых, предприятие имеет зависимость от внешней среды, поэтому изменение экономической и политической обстановки в стране может иметь достаточно серьезные последствия. На данный момент, из-за ухудшения экономической активности наблюдается спад спроса на продукцию предприятия, т. к. многие фирмы вынуждены экономить на оборудовании либо их деятельность и вовсе приостановлена. Изменение политической обстановки также может оказать определенное влияние на компанию т. к. на сегодняшний день предприятие активно пользуется программами государственной поддержки в сфере импортозамещения, а также участвует в программах государственных закупок. Во-вторых, в силу изменения экономической ситуации, связанной в том числе и с падением рубля, цены на сырье могут значительно увеличиться т. к. часть продукции для переработки компания импортирует из таких стран как: Китай, Южная Корея, США и Япония. В-третьих, на российском рынке за последние годы наблюдается повышение активности китайских производителей, в том числе это касается и сегмента гидравлического оборудования, а также иностранные компании из других стран также стремятся закрепиться на отечественном рынке, что ведет к повышению уровня конкуренции среди произ-

водителей гидравлического оборудования.

Однако, путем анализа данных предприятия и выявления его сильных и слабых сторон были сформулированы не только угрозы деятельности компании, но и возможности развития предприятия. Одной из таких возможностей является рост спроса на гидравлическое оборудование, в связи с повышением производства другого промышленного оборудования, увеличением строительства, добычи нефти и т. д. Также, потенциал развития предприятия кроется в возможности расширения сфер применения гидравлического оборудования, а т. к. компания ведет собственные разработки, то расширяя ассортимент продукции, включая в производство гидравлическое оборудование, которое может использоваться, например, в медицине, аэрокосмической, нефтехимической, металлургической и оборонных отраслях, предприятие будет развиваться, повысит свой экспортный потенциал и другие экономические показатели. Также, на данный момент, одной из возможностей является использование государственной поддержки импорта, а также организации совместных проектов и поиск партнеров среди представителей крупных компаний (например, со строительной компанией или компаниями по производству специализированного оборудования).

Таким образом, на основании данных, представленных в текущей главе, можно сделать вывод о том, что машиностроительная отрасль оказывает огромное влияние на развитие мировой экономики и экономики отдельных государств и обеспечивает производственную деятельность большинства существующих предприятий. Проведенный анализ мирового рынка гидравлического оборудования показал, что спрос на данный вид продукции достаточно устойчив, а следовательно, данное направление может стать одним из путей развития машиностроительной отрасли России. Также, на основании приведенных данных компании АО «ТД «Энерпред», можно сделать вывод, что «Энерпред» является достаточно платежеспособным и финансово устойчивым предприятием, активно развивающим внешнеторговую деятельность. Компания имеет сильные и слабые стороны, которые следует учитывать при оценке ее экспортной деятельности, а также при развитии экспортного потенциала фирмы.

### **3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ И РАЗРАБОТКА ПРАКТИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ**

#### **3.1. Определение основных направлений развития экспортного потенциала машиностроительной отрасли России**

На сегодняшний день мировая экономика переживает не лучшие времена, поэтому, для нашей страны на данный момент очень остро встал вопрос о развитии внутреннего потенциала с целью стабилизации российской экономики (уровень экономической активности, по данным Минпромторга в мае 2020 г. упал на 33 %) <sup>56</sup>, а также налаживании и укреплении внешнеэкономических связей с зарубежными партнерами. Это связано как с изменениями в мировой экономике и внешнеэкономических отношениях Российской Федерации, так и с необходимостью перехода российской экономики на инновационный путь развития.

Для определения основных направлений развития экспортного потенциала машиностроительной отрасли России, как и для любой другой отрасли, в первую очередь, необходимо определить основные проблемы, препятствующие развитию данного потенциала.

За последнее десятилетие наблюдается активный рост выхода российских компаний на мировой рынок. В данной ситуации, как следствие такой тенденции, у предприятий возникает потребность в системной и масштабной поддержке государства в регулировании и создании благоприятных условий для отечественных производителей по проведению экспортно-импортных операций, а также в сфере инвестирования в зарубежных странах и помощи в преодолении барьеров по доступу на внешние рынки. Осуществление надлежащих мер становится необходимым для дальнейшего продвижения продукции отечественных компаний на зарубежные рынки.

Исходя из проведенного анализа мирового и российского рынка машин и оборудования, можно сделать вывод о том, что машиностроительная отрасль

---

<sup>56</sup>Экономическая активность в России из-за борьбы с COVID снизилась на треть // «Новости»: информ. агентство. 2020. URL: <https://www.rbc.ru/economics/06/05/2020/5eb2d7d19a7947914acf8e5e> (дата обращения: 08.05.2020).

наиболее развита в странах, с высоким уровнем развития НТП, государственной поддержкой экспорта, развитой логистической системой, а также налаженной системой таможенных проверок, чего нельзя в полной мере сказать о ситуации в РФ. Также, к проблемам отрасли можно отнести слабую технологическую оснащенность российских предприятий, отсутствие репутации на зарубежных рынках, нехватку квалифицированных кадров (в особенности менеджеров, работающих с иностранными бизнес-компаниями) и др.

Изучив природу сложившихся проблем были разработаны предложения по минимизации их влияния на развитие экспортного потенциала отрасли, либо по полному устранению существующих проблем. Часть рекомендаций возможно осуществить только на государственном уровне, т. к. некоторые проблемы вытекают из-за недостатков внешней среды, на которую невозможно повлиять в рамках предприятий отрасли.

Итак, в перечень факторов, негативно влияющих на развитие экспортного потенциала машиностроительной отрасли России, входят:

1. Недостаток государственного финансирования.

На современном этапе существует множество программ государственного финансирования в России, к таким программам относят: программу поддержки импортозамещения, поддержки экспорта, кредитование и страхование поставщиков. Однако, как показывает практика, данные меры не способны в полном объеме устранить проблемы экспортеров. Получение государственных субсидий и льгот довольно трудоемкий процесс, требующий сбора большого количества документов и обладающий большим количеством нюансов, поэтому добиться успехов в получении субсидий и налоговых вычетов удастся не всем нуждающимся компаниям. В России, к финансовым мерам поддержки экспортеров относят: государственные кредиты и их страхование, таможенные и налоговые льготы, а также компенсацию затрат на транспортировку товара. Следует отметить, что компенсация затрат на перевозку касается только продукции сельского хозяйства, а не машиностроения, также размер данной компенсации должен быть не больше 50 % затрат и 50 % стоимости перевезенной продукции. Для получения кредита на льготных условиях, также необходимо соблюдать

обязательные требования. Так, например, для получения кредитов с целью финансирования расходов по экспортному контракту, без твердых залогов для экспортеров-субъектов МСП необходимо использование общей системы налогообложения, что является вполне выполнимым условием, однако, среди таких обязательных условий присутствует и то, что организация обязана иметь один (и более) исполненный экспортный контракт, сумма которого должна составлять не менее 6 000 000 р.,<sup>57</sup> что для малого предприятия является существенной суммой. Стоит отметить, что подобные особенности по оказанию мер государственной поддержки встречаются нередко.

Как уже было упомянуто, подобные проблемы невозможно решить на уровне компании, такие вопросы требуют государственного вмешательства. Так, например, неплохое, на мой взгляд, предложение было внесено предпринимателем Анастасией Татуловой, которая предлагает такую меру поддержки предпринимательства, как беспроцентный кредит сроком на 3 года равный сумме налоговых выплат компании за 2019 г.<sup>58</sup> Такая мера поможет предприятиям закрыть часть убытков и, в случае прекращения пандемии, направить деньги в развитие и восстановление деятельности организаций. Применение такой меры для фирм-производителей помимо прочего ведет и к повышению экспортного потенциала, т. к. предприятие не потеряет своей устойчивости, либо сможет минимизировать это падение.

## 2. Демпинг цен на отечественную продукцию.

Это происходит из-за снижения спроса и увеличения дешевых некачественных товаров в условиях возрастающей тенденции интернет торгов. Одним из возможных решений является создание имиджа высокого качества отечественной продукции. Такую стратегию можно осуществлять по средствам агитации в масс-медиа, социальных сетях, специализированных журналах. Также следует уделить внимание и иностранным ресурсам.

---

<sup>57</sup>Экспортный стандарт // Российский экспортный центр: офиц. сайт. URL: [https://www.exportcenter.ru/services/kreditno-garantiynaya-podderzhka/kredity-na-podderzhku-eksporta/eksportnyu\\_standart/](https://www.exportcenter.ru/services/kreditno-garantiynaya-podderzhka/kredity-na-podderzhku-eksporta/eksportnyu_standart/) (дата обращения: 12.05.2020).

<sup>58</sup>Анастасия Татулова / Утренний разворот «Живой гвоздь», выпуск от 13.05.2020 // Радиоккомпания «Эхо Москвы»: офиц. сайт. М., 2020. URL: <https://echo.msk.ru/guests/820690-echo/> (дата обращения: 14.05.2020).

### 3. Нехватка квалифицированных кадров

Для повышения экспортного потенциала необходимы прежде всего квалифицированные управленческие кадры (менеджеры), владеющие иностранными языками и имеющие достаточную квалификацию для работы с крупными клиентами (B2B рынок), однако, в зависимости от спецификации востребованность сотрудников других сфер также высока. Данная проблема, на наш взгляд, обуславливается несколькими факторами, такими как: различие в целях и мотивации управленческого звена и других сотрудников, а также напряженная обстановка в коллективе, что приводит к увольнениям по собственному желанию; недостаток опыта у сотрудников; недостаток профессиональных знаний в определенной сфере и на специфическом оборудовании; отсутствие умения применять знания на практике, чрезмерная загруженность сотрудников; недостатки технологической проработки организации производственного процесса.

Для решения данных проблем существует несколько способов. Во-первых, для создания дружеской атмосферы и следования единым целям предприятия, как вариант, можно проводить совместные выезды и тренинги, например, на базе отдыха на Байкале, для подведения годовых результатов компании, а также оглашения ее основных целей и планов на следующий год в формате конференции. Такой формат позволяет сотрудникам не только почувствовать себя частью компании, но и пообщаться и отдохнуть вместе, а при правильно подготовленной программе выезда, можно провести тренинг на взаимодействие участников отдела и наладить связь между сотрудниками различных служб, а также услышать предложения по развитию компании от сотрудников. Такой подход, при правильной его организации ведет к повышению сплоченности и командного духа, что повышает эффективность работы такой группы, а также сотрудники чувствуют себя более вовлеченными в дела компании. Кроме того, наличие хорошего коллектива и мотивации сотрудника внести вклад в общее дело позволяет избежать утечки кадров и повысить имидж компании в качестве работодателя для привлечения новых работников. Во-вторых, сотрудничество с университетами также может положительно повлиять на кадровый состав предприятия. Это можно сделать в качестве организации мест практик, либо,

организации целевого набора студентов для дальнейшего трудоустройства в компании. Второй вариант подходит не для всех компаний, т. к. это требует дополнительных вложений (стоимость обучения в российских университетах может колебаться в пределах 80-500 тыс. р.). Несмотря на это, такой метод привлечения квалифицированных кадров очень эффективен, поскольку позволяет получить готового специалиста, имеющего полное представление о работе компании, т. к. практику студент будет проходить уже в организации. Однако, даже организация практики на предприятии требует дополнительного внимания, поскольку если работодатель действительно хочет обрести новых сотрудников, при прохождении практики у студентов должна быть возможность выступать не только в роли наблюдателя, но и получить практические профессиональные навыки. С этой точки зрения, предприятию, которое все-таки решило организовать набор студентов, необходимо разработать организацию процесса их деятельности в компании. На мой взгляд, хорошим предложением здесь будет создать кураторов, а именно, сотрудников, отвечающих за коммуникацию и теоретические аспекты обучения студентов. Конечно, у каждого отдела есть непосредственный руководитель, однако, куратор мог бы выступать как специалист, который собирает и обрабатывает информацию возможную для использования в работах студента, помогает с организационными вопросами, а также непосредственно ведет набор практикантов. Таких кураторов может быть один или два на все предприятие. Например, специалист, отвечающий за проведение практики для управленческих кадров и тот, кто имеет необходимые знания для привлечения и работы с производственным персоналом. Наличие такого специалиста, обеспечит нормальное функционирование отделов, т. к. снизит ответственность работников, представленных в качестве руководителей к студентам, за обучение, предоставление информации и подписание договоров, а также решение иных вопросов связанных с организацией практик, распределением часов и т. д. Кроме того, тесное сотрудничество с университетами обеспечивает пассивную рекламу компании и повышение узнаваемости бренда.

#### 4. Необходимость в обеспечении ходового товара на складе.

Это увеличивает затраты на содержание склада. Данная проблема может

решаться путем создания сквозного склада, либо организации такого склада вблизи точек розничной продажи, что повысит шанс продажи продукта при отмене заказа или иных проблем.

5. Сложности оформления товара при его пересечении через таможенную границу и длительные сроки поставки товара.

В данном случае, основной проблемой является увеличение сроков доставки товаров из-за сложностей, связанных с пересечением ими таможенной границы. Поставка товара за территорию таможенного союза осуществляется, в среднем от 20 дней, что не всегда устраивает контрагентов. Срок поставки может сыграть ключевую роль при выборе поставщика, поэтому если, скажем, фирма-заказчик находится в Польше, даже при прочих равных условиях, а может и при перевесе качества или цены в сторону российского производителя, компания скорее предпочтет иметь дело с европейскими поставщиками т. к. срок поставки здесь составляет от 3 до 7 дней.

Кроме того, дополнительные сложности возникают из-за универсальности некоторой продукции, например, некоторые виды гидравлического оборудования имеют двойное назначение, следовательно, необходимо получать подтверждение, о том, что данный инструмент или оборудование продается не в военных целях, а это, также значительно увеличивает срок продажи товара. В случае, если при прохождении таможенной границы таможенные органы потребовали оформления лицензии ФСТЭК России, срок поставки увеличивается т. к. срок оформления разовой лицензии может составлять до 12 дней со дня поступления в ФСТЭК России надлежащим образом оформленного заявления и необходимых документов.<sup>59</sup>

Решением проблемы с оптимизацией сроков доставки товаров для компании является подписание соглашения по сотрудничеству с транспортными компаниями, гарантирующими наилучшие условия поставки. Такими компаниями могут быть «СДЕК», «DHL», «Transimperial», «PonyExpress» или «Express.ru».

---

<sup>59</sup>Выдача ФСТЭК России лицензий и разрешений на осуществление операций по экспорту/импорту // СПС «КонсультантПлюс».

Что касается сокращения сроков, связанных с таможенным оформлением, если товары не изготавливаются на заказ, лучше отправлять их на дилерские (консигнационные) склады большой партией, чтобы избежать дополнительной отправки грузов и оформления лицензий. Если же речь идет об индивидуальном товаре, то, учитывая расходы на приобретение лицензии, организации следует подать необходимые документы заранее, не дожидаясь требований таможенных органов.

#### 6. Защита национального производителя в других странах.

Защита национального производства проявляется зачастую в том, что в некоторых странах (например, в КНР) товар облагается дополнительными антидемпинговыми пошлинами, что, в совокупности с высокими издержками может вести к потере его конкурентоспособности. К сожалению, прямого решения данной проблемы не существует и урегулирование данного вопроса проходит путем государственных соглашений, либо государственных программ поддержки экспорта, что снизит влияние данного фактора на изменение себестоимости отечественной продукции на зарубежном рынке.

#### 7. Проблемы поиска новых партнеров и организации дилерских сетей.

Проблемы в данном секторе связаны не только с затратами на изучение зарубежного рынка, но и со сложностью вывоза товара для участия в международных выставках и ярмарках, где зачастую и проводятся встречи с потенциальными клиентами. В данном случае, очень часто требуется проведение дополнительной сертификации товара для вывоза за рубеж. Решением такой проблемы может стать установка единой системы стандарта качества, основанной на соблюдении мировых/ европейских стандартов, с целью упрощения прохождения процедуры дополнительной сертификации или ее отмене.

Также, решением проблемы поиска контрагентов, является обращение представителей компании в торгово-промышленную палату, где можно купить сведения об иностранных компаниях, а также иную информацию, необходимую при поиске партнеров или клиентов. Кроме того, можно обратиться в «Российский экспортный центр», где также есть возможность получить необходимую информацию.

## 8. Дороговизна оборудования.

На современном этапе, для развития и поддержания стабильной работы машиностроительных предприятий им необходимо иметь качественное, исправно работающее оборудование, которое будет иметь не только длительный срок эксплуатации, но и с помощью которого можно будет производить наиболее востребованную, а значит и инновационную продукцию. Однако, обновление имеющегося в распоряжении компаний оборудования является достаточно трудоемким и финансово затратным процессом.

Для решения данной проблемы на западе существуют специальные программы. Так, например, США, а также многие европейские страны большое внимание уделяют поддержке финансового лизинга. Часто зарубежные предприниматели берут капиталоемкую продукцию (оборудование, машины) в лизинг, вместо их обычной покупки за счет кредита. Причем в этом процессе тоже обеспечиваются различные компенсации, гарантии сделок. В России этому процессу уделялось крайне мало внимания, однако, с 2017 г. наблюдается рост в этой сфере, а объем лизингового портфеля на 01.01.2020 г. составил 4,9 трлн. р.<sup>60</sup> Таким образом, заключение договора лизинга является наиболее рациональным решением проблемы с покупкой дорогостоящих машин и оборудования. Крупнейшими лизинговыми компаниями в России являются: «Государственная Транспортная Лизинговая Компания», «Газпромбанк лизинг», «Сбербанк лизинг», «Европлан» и др.

## 9. Низкий уровень НТП.

Внедрение новых технологий требует значительных вложений на использование прогрессивных технологий, на осуществление технического перевооружения. Кроме того, необходимо обучить специалистов для их эффективной работы в новых условиях. Для повышения уровня НТП машиностроительные компании могут предпринять такие меры как: создание на базе предприятия системы НИОКР, организацию стажировок для лучших сотрудников, привлечение молодых специалистов - выпускников университетов, сотрудничество с

---

<sup>60</sup>Исследование: рынок лизинга в России в 2019 году вырос на 15 % // «Новости»: информ. агентство. 2020. URL: <https://ria.ru/20200212/1564573052.html> (дата обращения: 15.05.2020).

ВУЗами и техникумами, а также осуществление производственной кооперации с крупными компаниями.

Рост проблем в приведенных выше пунктах, приводит к вытеснению предприятий не только с мирового, но и с внутреннего рынка. В настоящее время по экспортно-импортным поставкам машин и оборудования Россия имеет растущее отрицательное сальдо. В структуре российского экспорта доля машиностроения на 2019 г. составляет всего 22 млрд долл. или 5,32 %, а в структуре импорта — 43,90 % или 185 млрд долл.<sup>61</sup> Стоит заметить, что преобладает в российском экспорте промышленного оборудования низкотехнологичная продукция, что еще раз подчеркивает низкий уровень развития НТП в России, около 40 % приходится на рядовую промышленность. В вывозе продукции обрабатывающих отраслей промышленности более половины занимает низко технологичная продукция, чуть более 40 % — рядовая и лишь 1,5–1,8 % — наукоемкая, высокотехнологичная. Конкурентоспособен лишь экспорт военной (второе место в мире после США)<sup>62</sup> и космической техники.

### **3.2. Развитие экспортного потенциала компании «Энерпред»**

Для развития экспортного потенциала отдельного предприятия, также как и для повышения данного показателя по отрасли, в первую очередь необходимо оценить текущее состояние компании, выявить проблемы, которые могут повлиять на процесс развития организации и предложить решения представленных проблем.

Для данных целей, на базе проведенного SWOT-анализа компании «Энерпред», была составлена матрица стратегических решений, направленная на поиск конкретных решений по устранению либо минимизации проблем, связанных с наличием слабых сторон и угроз, а также для повышения влияния сильных сторон предприятия и развития его потенциальных возможностей. Матрица представлена в табл. 3.1.

---

<sup>61</sup>Внешняя торговля России //Russian-Trade.com: информ. портал. URL: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2020-02/vneshnyaya-torgovlya-rossii-v-2019-godu/> (дата обращения: 15.05.2020)

<sup>62</sup>Алимов Т. Названы крупнейшие экспортеры оружия в мире // Российская газета: офиц. портал. М., 2020. URL: <https://rg.ru/2020/03/09/nazvany-krupnejshie-eksportery-oruzhiia-v-mire.html> (дата обращения: 15.05.2020).

## Матрица стратегических решений компании АО «Энерпред»

	Сильные стороны	Слабые стороны
Угрозы	-производственная кооперация; -повышение уровня узнаваемости бренда.	-открытие филиала (дилера) ближе к рынкам сбыта; -заключение договоров с университетами о практике с последующим трудоустройством; - заключение договора цессии, либо разработка индивидуальных графиков погашения дебиторской задолженности.
Возможности	-концентрация на сегменте; -повышение универсальности продукции.	- увеличение выпуска продукции / локализация производства для иностранной продукции.

Источник: составлено автором

Итак, компания может минимизировать риски, связанные с угрозами ухудшения экономической и политической ситуации, а как следствие, вытеснения с рынка, путем кооперации с крупными компаниями, у которых имеется большой объем закупок и с которыми появится возможность работы над крупными проектами, которые не под силу выполнить рядовым компаниям. Для минимизации рисков вытеснения с рынков, необходимо повысить уровень узнаваемости бренда «Энерпред». Для того чтобы минимизировать влияние удаленности производства от основных рынков сбыта и предотвратить утраты доли рынка, за счет появления на данной территории новых конкурентов, организации необходимо открыть производственный филиал ближе к границам с основными российскими контрагентами и импортерами. Для решения проблем с недостатком специалистов организации необходимо сотрудничать с кадровыми центрами, университетами и колледжами, а для предотвращения роста дебиторской задолженности организация может использовать такой инструмент как заключение договора цессии с должниками, передающей третьему лицу обязательства дебитора, а также разработку детальных индивидуальных графиков погашения дебиторской задолженности для каждого из партнеров-должников.

Для усиления позиций компании, с учетом возможности роста спроса на гидрооборудование и высокой производительной мощности предприятия, необходимо четко разделять и уделять внимание самым продаваемым сегментам оборудования, а также повышению универсальности продукции. Что каса-

ется решения проблемы с недозагруженностью производственных мощностей, данную проблему можно решить путем организации кооперации производства с крупными промышленными компаниями, а также при помощи поиска новых, постоянных партнеров, например, производить комплектующие и иное гидрооборудование для зарубежных производителей спецтехники, производственные филиалы которых находятся на территории РФ.

Таким образом, можно сделать вывод, о том, что существует несколько путей повышения эффективности деятельности предприятия и его экспортного потенциала. Деятельность по данным предложениям может осуществляться как отдельно, так и параллельно.

Согласно методу экспертной оценки экспортного потенциала, для оценки данного показателя, необходимо провести анализ ряда факторов, влияющих на развитие экспортного потенциала фирмы. В методике анализ факторов разделен на следующие группы: производство, логистика, финансы, положение на рынках, цена и юридические аспекты деятельности компании. Однако, для полноты картины, на наш взгляд, необходимо также провести анализ организации управления предприятием и его кадрового состава, поскольку эти факторы также напрямую влияют на деятельность компании, в том числе и на ее экспортный потенциал. Бальная оценка факторов развития экспортного потенциала фирмы представлена в табл. 3.2.

Таблица 3.2

Оценка основных функций предприятия, определяющих его готовность к экспортной деятельности

Фактор	Балльная оценка, +(1 балл), -(0 баллов)
<b>Производство</b>	
1. Широкий ассортимент.	+
2. Положительная динамика экспортного производства .	-
3. Наличие проверенных поставщиков и качественного оборудования.	+
4. Качество продукции.	+
5. Гарантия .	+
<b>Логистика</b>	
1. Знание таможенных операций.	+
2. Эффективность работы дилеров.	+
3. Надежность дилеров.	+

Фактор	Балльная оценка, +(1 балл), -(0 баллов)
4. Возможность выполнять заказы точно в срок.	+
5. Наличие собственных складов ближе к потребителям.	-
<b>Финансы</b>	
1. Кредитоспособность предприятия.	+
2. Платежеспособность предприятия.	+
3. Финансовая устойчивость.	+
4. Рост рентабельности собственного капитала.	-
5. Стабильность сроков оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности.	-
<b>Рынок</b>	
1. Наличие экспортного отдела.	+
2. Конкурентные преимущества.	+
3. Рост спроса на оборудование.	+
4. Узнаваемость бренда за рубежом.	-
5. Информированность.	+
<b>Цена</b>	
1. Гибкая ценовая политика.	+
2. Возможность приспособления к другим валютам.	+
3. Устойчивость валютного курса.	-
4. Соответствие критерию цена-качество.	+
5. Скидки и специальные предложения.	+
<b>Юридические аспекты</b>	
1. Использование гос. поддержки.	+
2. Использование международных стандартов качества.	+
3. Оформление сертификатов качества.	+
4. Опыт работы с международными контрактами.	+
5. Наличие юридического отдела.	+
<b>Организация управления предприятием и его кадровый состав</b>	
1. Четкая структура компании.	+
2. Существует система плановых показателей.	+
3. Полная укомплектованность кадрового состава.	-
4. Переподготовка и обучение персонала.	+
5. Механизмы мотивации сотрудников.	+

Источник: составлено автором

Итак, факторы производственной деятельности предприятия были оценены в 4 из 5 баллов, поскольку компания располагает всем необходимым производственным оборудованием, дает гарантию на весь перечень производимой продукции. Фирма работает с постоянными поставщиками отдельных комплектующих, что обеспечивает стабильность поставок. Годовой объем производства в холдинге за последний год составляет 570 млн р.<sup>63</sup>, что говорит о высокой

<sup>63</sup> Компания «Энерпред»: офиц. сайт. Иркутск, 2020. URL: <http://www.enerpred.com> (дата обращения: 10.04.2020).

производственной мощности компании.

Текущее состояние экспортного производства - это фактор, имеющий особое влияние на развитие экспортного потенциала. На 2018 г. порядка 8 % продаж, или, по расчетам от общей выручки 31 654 тыс. р. приходится на иностранных клиентов. Однако, следует отметить, что спад в продажах компании в 2018 г. также повлиял и на динамику данного показателя. Так, по данным 2016 г. сумма экспорта компании равнялась 31 120 тыс. р., что, хоть и на 534 тыс. р. меньше показателя 2018 г., но в процентном отношении равняется уже 9 % от выручки 2016 г. Такое положение дел говорит о том, что предприятие не в полной мере осуществляет стратегию экспорта продукции и для успешного развития внешнеэкономической деятельности, необходимо повышать долю экспорта в продажах компании. С другой стороны, такое падение доли экспортных продаж можно объяснить резким скачком спроса в 2017 г., после которого требуется поиск новых клиентов, поскольку уже имеющиеся партнеры в ближайшее время не нуждаются в большом количестве поставок т. к. уже сделали крупный заказ в предыдущем периоде.

Следующая группа факторов - логистика. Здесь в компании проводится оценка знаний и соблюдения таможенного законодательства и таможенных барьеров, надежности и эффективности работы дилерских центров, а также возможности выполнять заказы точно в срок. Оценка группы факторов составила 4 балла, что является довольно неплохим показателем. В ходе анализа была выявлена такая проблема как отсутствие собственных складов вблизи части потребительских компаний, однако данную проблему решают дилерские склады. Что касается доставки точно в срок, компанией был разработан перечень продукции, который наиболее востребован в различные сезоны на предприятиях разных отраслей. Данная продукция поддерживается в нужном количестве на складе компании и готова к отгрузке в любое время. Постоянное наличие и оперативность поставки продукции делает предложение «Энерпреда» более привлекательным по сравнению с продукцией конкурентов. Так, одним из практических случаев, подтверждающих эффективность данного метода- это контракт с Кайраккумской ГЭС (Таджикистан). Запланированный график вы-

полнения ремонтных работ на ГЭС составлял 20 дней. Благодаря оперативной поставке (авиадоставка) продукции «Энерпред» (гидравлические гайковерты) вся работа была выполнена за 5 дней. Несмотря на понесенные расходы, заказчик остался доволен и предпочел заплатить больше за товар, имеющийся в наличии, чем платить меньше, но за товар, который будет поставлен через какое-то более длительное время.

Следующей группой факторов, влияющих на развитие экспортного потенциала является группа финансовых показателей компании. Балльная оценка группы факторов составила 3 балла.

Финансовое состояние АО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ЭНЕРПРЕД» в 2018 г., судя по основным показателям деятельности фирмы, лучше финансового положения 50 % малых предприятий, которые занимаются неспециализированной торговлей.<sup>64</sup> Однако, в 2018 г. данное состояние все же ухудшилось. Фирма является вполне платежеспособной и имеет неплохие финансовые показатели, однако проблемными моментами здесь является повышение сроков оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, а также единовременный характер спроса на часть товара предприятия. Также из-за определенных проблем, связанных с трудностями в прогнозировании спроса на 2020 г. (из-за нестабильной ситуации в мире), спрогнозировать дальнейшую динамику развития предприятия становится нелегко. Однако, стоит отметить что с проблемой снижения оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности сталкиваются большинство предприятий, осуществляющих продажу дорогостоящей продукции, либо осуществляющих поставку оптовыми партиями, в данном случае компании нужно проводить более тщательный контроль за своими дебиторами.

Положение компании не только на внешних, но и на внутреннем рынке также оказывает огромное влияние на развитие ее экспортного потенциала. В ходе анализа было установлено, что компания имеет относительно невысокую узнаваемость бренда за рубежом, отсутствие прямых упоминаний продуктов

---

<sup>64</sup>Финансовое состояние АО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ЭНЕРПРЕД» // Testfirm.ru: информ. портал. 2020. URL: [https://www.testfirm.ru/result/3810044308\\_ao-torgovyy-dom-enerpred](https://www.testfirm.ru/result/3810044308_ao-torgovyy-dom-enerpred) (дата обращения: 12.04.2020)

компании на самых просматриваемых вкладках в поисковых системах при поиске гидравлического оборудования. Группа показателей положения фирмы на рынке была оценена в 4 балла. Отдельное внимание в данной группе следует уделить также информационному обеспечению внешнеторговой деятельности фирмы, которое имеет положительную оценку в проведенном анализе. В понятие информационного обеспечения входит как владение информацией, необходимой для укрепления компанией своей позиции на внешнем рынке, так и предоставляемая потенциальным и фактическим клиентам на зарубежных рынках информация о деятельности организации (реклама). Следует отметить, что важным маркетинговым инструментом здесь является e-mail маркетинг – реклама продукции путем рассылки информационных писем и каталогов по электронной почте потенциальным клиентам предприятия. Данные каталоги составлены на двух языках - русском и английском. Для установления связей с крупными бизнес-компаниями данный способ является одним из наиболее эффективных, так как дает возможность с помощью наименьших затрат охватить достаточно большое количество предприятий- потенциальных клиентов компании. Для работы с клиентами в компании работает отдел продаж. Event-маркетинг также является одним из ключевых каналов продвижения компании в сегменте B2B, так как позволяет выстроить личные отношения между партнерами. Компания «Энерпред» является постоянным участником специализированных выставок как в России, так и за рубежом.

Помимо упомянутых выше факторов развития экспортного потенциала фирмы, немалую роль играет ценовая политика компании. Для обеспечения гибкой ценовой политики существует два направления продаж, нацеленных на реализацию качественной продукции из более прочного материала по средней и выше среднего цене под маркой «Энерпред» и нацеленных на реализацию также достаточно качественной продукции, однако с использованием менее качественных материалов и произведенных в Китае под маркой «Риклайн». Главной проблемой ценообразования является неустойчивость курса валют, однако за счет небольшого объема импортных комплектующих, а также работы с постоянными надежными партнерами влияние данного фактора не является угрозой

для стабильной работы компании. Также компания обладает гибкой системой скидок, рассчитанной на постоянных клиентов. Оценка факторов ценообразования, с учетом анализа приведенных в таблице факторов составила 4 балла.

Что касается юридических аспектов деятельности фирмы, организация имеет юридический отдел в структуре головного предприятия, опыт заключения международных контрактов на покупку и продажу оборудования, система менеджмента качества компании имеет подтверждение ее соответствия требованиям международного стандарта ИСО 9001, предприятие пользуется программами государственной поддержки, участвует в программах государственных закупок.

Последними из рассматриваемых мной факторов развития экспортного потенциала являются факторы организации управления предприятием и кадрового потенциала. Данные факторы были в совокупности оценены в 4 балла. Как уже было рассмотрено, компания «Энерпред» имеет очень четкую структуру, холдинг разделен на 3 основные фирмы, выпускающие и реализующие продукцию компании и ее поставщиков. Компания имеет обширную дилерскую сеть, обязанности филиалов имеют четкую направленность и ориентированы на достижение положительного результата их деятельности. В организации четко спланирован и определен качественный и количественный состав управленческого персонала, технических средств, информационных технологий, организации труда, существует система плановых показателей, механизмы мотивации сотрудников (личные поощрения, премии, бесплатное обучение, и т. д.). Компания имеет достаточно высокий кадровый потенциал, хотя и есть некоторые проблемы, связанные с поиском и трудоустройством высококвалифицированных работников. Однако, предприятие предпринимает все меры по обеспечению компании такого рода сотрудниками: публикует вакансии на официальном сайте, сотрудничает с университетами, проводит практику на предприятиях, проводит переподготовку собственных кадров.

Реализация мероприятий по каждому фактору развития экспортного потенциала способствует повышению конкурентных позиций предприятия и продвижению продукции компании на внешнем рынке. Бальная оценка по всем

группам факторов в совокупности составила 28 из 35 баллов, что, учитывая тот факт, что в среднем, по каждой группе был потерян 1 балл, является достаточно хорошим показателем. Таким образом, усовершенствование данных факторов ведет не только к повышению экспортного потенциала, но к повышению конкурентоспособности организации в целом.

Итак, исходя из проведенного анализа следует, что весомых угроз для нарушения работы компании на данном этапе не выявлено, что говорит о том, что фирма является не только платежеспособной, но и финансово и экономически устойчивой, а факторы повышения экспортного потенциала компании говорят о возможности роста данного показателя и конкурентоспособности компании «Энерпред» на внешних рынках.

Таким образом, на основании проведенного анализа внешнеэкономической деятельности предприятия, а также анализа его экспортного потенциала стоит отметить, что экспортный потенциал фирмы довольно высок, хотя и существуют некоторые вопросы, требующие доработки. Кроме того, высокие показатели индекса экспортного потенциала на российское оборудование также свидетельствует о том, что на зарубежных рынках существует спрос на оборудование, в том числе и на гидравлическое. Так, например, индекс экспортного потенциала российских гидравлических прессов на рынке Китая имеет значение на 1 млн долл. выше, чем объем фактического экспорта в данную страну, а экспорт данной группы товаров в Польшу и Мексику ниже показателя ЕРІ на 157 и 170 тыс. долл. соответственно. В связи с этим, можно сделать вывод о том, что данное предприятие придерживается абсолютно правильной стратегии открывая дилерские сети на зарубежных рынках и экспортируя свою продукцию в другие страны и, определенно компании необходимо решать проблемы связанные с внешнеэкономической деятельностью, повышать показатели экспортного потенциала т. к. организация обладает возможностью расти и расширяться, приобретать новых клиентов не только за рубежом, но и в России, а без тщательной проработки данных вопросов дальнейшее укрепление на зарубежных рынках невозможно.

Исходя из анализа факторов развития экспортного потенциала АО

«Энерпред», было выявлено, что значительные недостатки, требующие предотвращения имеют сектора текущего экспортного производства, что напрямую влияет на экспортный потенциал фирмы.

В условиях современной обстановки на мировом рынке применение всех данных рекомендаций невозможно из-за роста издержек компании в процессе их выполнения, однако, следующие действия все же можно применить:

1. Использование производственных мощностей предприятия посредством заключения договора на производство комплектующих для иностранных производителей оборудования, располагающих заводы в России.

Рынок спецтехники в России всегда был перспективным также благодаря выгодным условиям, которые могут предоставить регионы за счет особых экономических зон и индустриальных парков. Возможность получения субсидий из регионального бюджета за счет открытия новых предприятий позволяет сокращать издержки и ускорять окупаемость инвестиций. Выпускать технику там, где она будет применяться, гораздо выгоднее, чем поставлять ее из-за рубежа, выплачивая ввозные пошлины.

Благодаря высокому потенциальному спросу, отечественный рынок спецтехники всегда привлекал иностранных игроков. Однако доступ на него на волне политики импортозамещения ограничивается. Чтобы получать поддержку государства и конкурировать с российскими машинами по цене, зарубежные компании вынуждены открывать заводы в России. На территории РФ действует четыре завода спецтехники всемирно известных брендов – Caterpillar (завод в г. Тосно), Komatsu (завод в г. Ярославль), Hitachi (завод в индустриальном парке «Раслово») и Volvo (завод в Зеленограде).<sup>65</sup>

Для производства спецтехники, используются самые разные виды гидравлического оборудования, один из таких товаров - гидроцилиндр т. к. основное его предназначение – это подъем и перемещение грузов за счет подачи односторонней силы. С ростом производства на территории России, потреб-

---

<sup>65</sup>Обзор зарубежных заводов землеройной техники, локализованных в России // Перевозка 24: федер. интернет-портал. М., 2020. URL: <https://perevozka24.ru/pages/obzor-zarubezhnyh-zavodov-zemleroynoy-tehniki-lokalizovannyh-v-rossii>. (дата обращения: 17.05.2020).

ность в качественных гидроцилиндрах существует у многих производителей спецоборудования.

АО «Энерпред» не имеет установленного прайс-листа, цена на каждую конкретную сделку определяется отделом маркетинга. Для целей исследования была рассчитана средняя стоимость группы «гидроцилиндры и домкраты». Итак, данная группа товаров, на 2018 г. составляла 29,8 % от продаж. В количественном выражении это 13,3 % от всего произведенного оборудования.

Повысив продажи, за счет заключения контрактов с данными фирмами хотя бы на 2 % в год, повышение прибыли составит 3 550 тыс. р., а учитывая, что данные компании занимаются оптовым производством спецтехники, достичь такого показателя, путем заключения подобных контрактов вполне реально.

2. Усовершенствование системы кадровой подготовки и привлечение молодых специалистов. Для данной цели предприятию необходимо заключить договора с ведущими вузами Иркутской области и набирать необходимых специалистов на прохождение практики с последующим трудоустройством. Провести курсы для обучающихся и специалистов. Организовать экскурсии на предприятие для желающих, а также проводить презентацию компании, организовывать различные проекты (например, конкурс на лучшую статью на английском языке или на лучшее рекламное предложение) на базе университетов.

Для проведения усовершенствования системы кадровой подготовки, требуются дополнительные специалисты, отвечающие за набор и обучение студентов, подготовку необходимой документации, организации программы практики, проведения курсов.

Итак, если рассчитать, что для проведения практики необходимо 2 человека с функциями так называемых «кураторов», с зарплатой в 30 тыс. р. в месяц, в год это 720 тыс. р. Однако, если учитывать, что данные специалисты помимо курирования студентов будут заниматься установлением связи с общественностью и привлечением новых кадров, а также могут проводить экскурсии на предприятие, расходы на обеспечение их заработной платы вполне сопоставимы с затратами на рекламу. Также, на должность куратора, можно взять вре-

менного сотрудника, например, студента, уже успешно прошедшего практику в организации. Конечно, решение можно реализовать и без дополнительных кадров, однако в этом случае это будет гораздо менее эффективно.

3. Проведение рекламной компании. Написание статей для публикации в открытых источниках сети интернет, с упоминанием деятельности компании, аренда рекламных мест в профессиональных журналах, например, в журнале Гидравлика, использование контекстной рекламы на зарубежных платформах. Развитие инстаграмм аккаунта, с учетом трендов соцсети (прил. 3.).

4. Разработка и запуск специальной пробной программы по производству и продаже самого востребованного на российском рынке продукта гидравлического оборудования (гидравлические двигатели и насосы), которое импортируется из других стран в рамках государственной программы по импортозамещению.

5. Уменьшение дебиторской задолженности за счет применения договора цессии по рисковым контрактам. Предприятие договаривается с должниками о заключении цессии, передающей третьему лицу обязательства дебитора.

6. Также, выгодным решением, после стабилизации компании и мировой экономики может стать открытие филиала ближе к клиентам. Однако открытие филиала сопровождается весьма крупным капиталовложением, что в текущей ситуации, учитывая спад прибыли, является не совсем целесообразным решением.

Таким образом, проанализировав основные проблемы, влияющие на развитие экспортного потенциала предприятий машиностроительного комплекса России, в частности в сегменте гидравлического оборудования, были разработаны рекомендации по минимизации данного влияния на развитие экспортного потенциала отрасли, а также предложены пути решения для развития экспортного потенциала компании «Энерпред».

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного научного исследования было определено, что машиностроение является главной отраслью мировой промышленности. На мировой машиностроительный комплекс приходится около 35 % стоимости всей выпускаемой в мире продукции. Главными центрами машиностроения являются США, Китай, Япония и страны Западной Европы. На мировой арене российский рынок промышленного оборудования занимает всего 1 % продаж, доля страны на рынке гидравлического оборудования также довольно мала. Кроме того, российский рынок гидравлического оборудования на данный момент также практически полностью контролируется иностранными производителями. Однако, на европейском рынке в последние годы наблюдается спад производства гидравлики, что дает возможность отечественным компаниям занять долю на данном рынке.

АО «Торговый дом «Энерпред» в составе «Энерпред Холдинг» является одним из ведущих российских поставщиков гидравлического оборудования. На базе организации осуществляется производство и продажа гидравлического оборудования. Компания имеет широкую дилерскую сеть в России и за рубежом, а также самостоятельно занимается разработками новейшего гидрооборудования. Экономический анализ предприятия показал, что «Энерпред» является ликвидным и платежеспособным предприятием, и имеет нормальную финансовую устойчивость. В ходе анализа факторов, влияющих на развитие экспортного потенциала компании были выявлены следующие проблемы: недозагрузка оборудования, нехватка квалифицированных кадров, а также низкая узнаваемость бренда за рубежом. Следует отметить, что проблема нехватки кадров возникает у множества российских предприятий машиностроительной отрасли. Для решения выявленных проблем были сформированы следующие стратегические решения:

1. Использование производственных мощностей предприятия посредством заключения договора на производство комплектующих для иностранных производителей оборудования, располагающих заводы в России.

2. Усовершенствование системы кадровой подготовки и привлечение мо-

лодых специалистов.

3. Проведение рекламной компании, направленной на зарубежную аудиторию, посредством контекстной рекламы, статей и других методов продвижения товара.

4. Разработка и запуск специальной пробной программы по производству и продаже оборудования в рамках государственной программы по импортозамещению.

5. Уменьшение дебиторской задолженности за счет применения договора цессии по рисковым контрактам.

6. Создание филиала, однако данное предложение имеет смысл рассматривать при условии скорой стабилизации в экономике.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // СПС «КонсультантПлюс».

2. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г.: (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 дек. 2008 № 6-ФКЗ, от 30 дек. 2008 № 7-ФКЗ, от 05 фев. 2014 № 2-ФКЗ, от 21 июля 2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.

3. Об экспортном контроле: Федер. закон РФ от 18 июля 1999 г. № 183-ФЗ (ред. от 13 июля 2015) // СПС «КонсультантПлюс».

4. Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности: Федер. закон РФ от 08 дек. 2003 г. № 164-ФЗ (ред. от 01 мая 2019) // СПС «КонсультантПлюс».

5. О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федер. закон РФ от 03 авг. 2018 г. № 289 – ФЗ (ред. от 27 дек. 2019) // СПС «КонсультантПлюс».

6. О таможенном тарифе: Закон РФ от 21 мая 1993 г. № 5003 - 1 (ред. от 18 фев. 2020) // СПС «КонсультантПлюс».

7. О подтверждении производства промышленной продукции на территории Российской Федерации: Постановление Правительств РФ от 7 июля 2015 года № 719 (в ред. от 12 марта 2020) // СПС «КонсультантПлюс».

8. О введении Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) Министерства финансов Российской Федерации: Приказ Минфина России от 28 дек. 2015 г. № 217н (ред. от 11 июля 2016) // СПС «КонсультантПлюс».

9. Алимов Т. Названы крупнейшие экспортеры оружия в мире / Т. Алимов // Российская газета: офиц. портал. – Москва, 2020. – URL:

<https://rg.ru/2020/03/09/nazvany-krupnejshie-eksportery-oruzhiia-v-mire.html> (дата обращения: 15.05.2020).

10. Анализ отраслей: Машиностроение. / Аналитический бюллетень «Отрасли российской экономики: производство финансы, ценные бумаги» // АК&М: магазин аналитических бюллетеней и исследований. – Москва, 2020. – URL: <http://www.akm.ru/rus/analyt/analyt/mashin.htm> (дата обращения: 08.04.2020).

11. Анализ финансового состояния предприятия / Коэффициенты финансовой устойчивости // Afdanalyse.ru: офиц. сайт. 2020. – URL: [https://afdanalyse.ru/publ/finansovyj\\_analiz/fin\\_koefitcienti/analiz\\_finansovoj\\_ustojc\\_hivosti/3-1-0-22](https://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/fin_koefitcienti/analiz_finansovoj_ustojc_hivosti/3-1-0-22) (дата обращения: 13.04.2020).

12. Анастасия Татулова / Утренний разворот «Живой гвоздь», выпуск от 13.05.2020 // Радиокompания «Эхо Москвы»: офиц. сайт. – Москва, 2020. – URL: <https://echo.msk.ru/guests/820690-echo/> (дата обращения: 14.05.2020).

13. Аудиторская фирма «Авдеев и Ко»: аудиторские и бухгалтерские услуги: офиц. сайт. – Москва, 2020. – URL: [www.audit-it.ru](http://www.audit-it.ru) (дата обращения: 15.04.2020).

14. Беликова И. В. К вопросу о способах выхода на внешний рынок / И. В. Беликова, А. И. Солодовник // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2014. - № 1 (4). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sposobah-vyhoda-na-vneshniy-rynok> (дата обращения: 16.03.2020).

15. Бердина М. Ю. / Регулирование внешнеэкономической деятельности- учеб. пособие // М. Ю. Бердина, А. В. Даюб, Ю. С. Кузьмова. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2011. – 101 с.

16. Бертош Е. В. Международная передача технологий: барьеры и стратегии/ Е.В.Бертош // «Научные стремления»: сб. науч. ст. 2013. – № 8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-peredacha-tehnologiy-bariery-i-strategii>. (дата обращения: 13.03.2020).

17. Веселова Н. А. Внешнеторговая деятельность: сущность, задачи и способы регулирования / Н.А. Веселова // Молодой ученый. 2019. – № 52. –

URL: <https://moluch.ru/archive/290/65651/> (дата обращения: 06.04.2020).

18. Внешняя торговля России // Russian-Trade.com : офиц. портал. 2020. – URL: <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2020-02/vneshnyaya-torgovlya-rossii-v-2019-godu/> (дата обращения: 15.05.2020).

19. Выдача ФСТЭК России лицензий и разрешений на осуществление операций по экспорту/импорту // СПС «КонсультантПлюс».

20. Гидравлика: импортная vs. российская на bauma-СТТ 2018 // Яндекс.Дзен: информ. портал. 2018. – URL: <https://zen.yandex.ru/media/igrader/gidravlika-importnaia-vs-rossiiskaia-na-baumastt-2018-5ba336ea9202e100a9d71ab4> (дата обращения: 21.03.2020).

21. Исследование: рынок лизинга в России в 2019 году вырос на 15 % // «Новости»: информ. агентство. 2020. – URL: <https://ria.ru/20200212/1564573052.html> (дата обращения: 15.05.2020).

22. Каким будет будущее российской гидравлики / Официальный аккаунт ассоциации «Росспецмаш» // ЯндексДзен: информ. портал. 2020. – URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/59300fe48e557d4d1372cf53/kakim-budet-buduscee-rossiiskoi-gidravliki-5bfcf14adde28b00aacddb51> (дата обращения: 26.03.2020).

23. Компания «Bergbau Industrial Group»: офиц. сайт. 2020. – URL: <http://berggroup.ru/> (дата обращения: 21.03.2020).

24. Компания «Bosch RexRoth» в России: офиц. сайт. 2020. – URL: <https://www.boschrexroth.com/ru/ru/> (дата обращения: 21.03.2020).

25. Компания «Daikin» в России: офиц. сайт. 2020. – URL: <https://daikin.com.ru/search/> (дата обращения: 21.03.2020).

26. Компания «Eaton» в России: офиц. сайт. 2020. – URL: <https://www.eaton.com/ru/ru-ru.html> (дата обращения: 21.03.2020).

27. Компания «Hawe hydraulik» в России: офиц. сайт. 2020. – URL: <https://www.hawe.com/ru-ru/> (дата обращения: 21.03.2020).

28. Компания «HYDROFAB»: офиц. сайт. – Санкт-Петербург, 2020. – URL: <https://hydrofab.pro/2018/12/27/gidravlicheskaaya-sistema/> (дата обращения: 23.03.2020).

29. Компания «Kawasaki» в России: офиц. сайт. 2020. – URL:

<https://www.kawasaki.ru/ru/> (дата обращения: 21.03.2020).

30. Компания «Liebherr» в России: офиц. сайт. 2020. – URL: <https://www.liebherr.com/ru> (дата обращения: 21.03.2020).

31. Компания «Poclain» в России: офиц. сайт. 2020. – URL: <http://www.poclain-hydraulics.ru/ru> (дата обращения: 21.03.2020).

32. Компания «TDOCS»: офиц. сайт. 2020. – URL: <https://tdocs.su/31008> (дата обращения: 25.03.2020).

33. Компания «ГидроМоторс» в России: офиц. сайт. 2020. – URL: <https://parkerservice.ru/> (дата обращения: 21.03.2020).

34. Компания «Пневмостроймашина»: офиц. сайт. – Екатеринбург, 2020. – URL: <http://www.psm-hydraulics.ru> (дата обращения: 26.03.2020).

35. Компания «Энерпред»: офиц. сайт. – Иркутск, 2020. – URL: <http://www.enerpred.com> (дата обращения: 10.04.2020).

36. Компания Энерпред.: офиц. аккаунт. // [instagram.com](https://www.instagram.com/enerpred_equipment/). – Иркутск, 2020. – URL: [https://www.instagram.com/enerpred\\_equipment/](https://www.instagram.com/enerpred_equipment/) (дата обращения: 25.05.2020).

37. Котлер Ф. - Основы маркетинга. Краткий курс: учеб. пособие / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.

38. Майбуров И. А. Налоговые и таможенные платежи: учеб. пособие / И. А. Майбуров, Е. В. Яренникова, В. Н. Загвоздина. — Екатеринбург: Изд-во Урал. унта, 2017. – 188 с.

39. Машиностроение России // Википедия: Свободная энциклопедия – URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 07.04.2020).

40. Машиностроение / Экономика России, цифры и факты. Часть 10. // UTMAG: аналитический портал. – Москва, 2020. – URL: <https://utmagazine.ru/posts/10563-ekonomika-rossii-cifry-i-faktychast-10-mashinostroenie> (дата обращения: 25.03.2020).

41. Машиностроение: тенденции и прогнозы // Аналитический бюллетень РИА Рейтинг № 37. 2020. – URL: [http://vid1.rian.ru/ig/ratings/mechanical\\_engineering\\_demo37.pdf](http://vid1.rian.ru/ig/ratings/mechanical_engineering_demo37.pdf) (дата обращения: 08.04.2020).

42. Машиностроительный комплекс: состав, значение и технологические особенности / Общая характеристика хозяйства России // Машиностроительный комплекс: состав, значение и технологические особенности // «Интерда»: информ. портал.– Москва, 2020. – URL: <https://interneturok.ru/lesson/geografy/9-klass/bobwaya-harakteristika-hozyajstva-rossiib/mashinostroitelnyy-kompleks-sostav-znachenie-i-tehnologicheskie-osobennosti> (дата обращения: 07.04.2020).

43. Обзор зарубежных заводов землеройной техники, локализованных в России // Перевозка 24: федер. интернет-портал. – Москва, 2020. – URL: <https://perevozka24.ru/pages/obzor-zarubezhnyh-zavodov-zemleroynoy-tehniki-lokalizovannyh-v-rossii>. (дата обращения: 17.05.2020).

44. Обзор: 10 крупнейших производителей гидравлики // Интернет магазин e-hydro.ru. – Москва, 2020. – URL: [https://e-hydro.ru/blog/obzory-tovarov/obzor\\_10\\_biggest\\_hydraulics\\_manufactories/](https://e-hydro.ru/blog/obzory-tovarov/obzor_10_biggest_hydraulics_manufactories/) (дата обращения: 26.03.2020).

45. Обзор: в 2018 году машиностроение притормозило. Что ждать в 2019 году // Россия сегодня: информ. агентство. 2020. – URL: [https://riarating.ru/industry\\_newsletters/20190325/630120657.html](https://riarating.ru/industry_newsletters/20190325/630120657.html) (дата обращения: 07.04.2020).

46. ОКВЭД 2 2020 с расшифровкой кодов по видам деятельности // Regforum: офиц. портал. - Москва, 2020. – URL: [https://regforum.ru/okved/klass\\_28/](https://regforum.ru/okved/klass_28/) (дата обращения: 19.03.2020).

47. Операции предприятия по экспорту. Особенности экспортной политики предприятия. // Economy-Ru: информ. портал. 2020. – URL: <https://economy.ru.com/ekonomika-predpriyatij-rf/operatsii-predpriyatiya-eksportu-osobennosti-34299.html> (дата обращения: 16.03.2020).

48. Промышленный машиностроительный кластер // Центр кластерного развития Иркутской области: офиц. портал. – Иркутск, 2020. – URL: [http://irkcluster.ru/?page\\_id=2353](http://irkcluster.ru/?page_id=2353) (дата обращения: 11.04.2020).

49. Русаков И. А. Управление развитием экспортного потенциала предприятий машиностроительного комплекса: автореф. дис. ... канд. эконом. наук:08.00.05 / И.А. Русаков. — Саратов, 2012. – 24 с.

50. Савинов Ю. А. Международная торговля машинами и оборудованием: динамика и структура / Ю. А. Савинов, А. В. Абрамова // Российский внешне-экономический вестник. 2017. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-torgovlya-mashinami-i-oborudovaniem-dinamika-i-struktura> (дата обращения: 19.03.2020).

51. Савинов Ю. А. Посредническая деятельность в международной торговле / Ю. А. Савинов, Д. А. Рыбец // Российский внешнеэкономический вестник. 2017. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/posrednicheskaya-deyatelnost-v-mezhdunarodnoy-torgovle/viewer> (дата обращения: 24.03.2020).

52. Савинов Ю. А. Экспортный потенциал отрасли по разработке и сбыту информационно-коммуникационных технологий / Ю. А. Савинов, В. А. Орешкин, А. А. Лебедев // Российский внешнеэкономический вестник. – 2013. – № 6. – С. 28-39.

53. Соколов И. Гидравлические решения Eaton: инновации, создающие тренды / И. Соколов // Индустрия. 2015. № 1. – URL: [http://www.eaton.ru/ecm/groups/public/%40pub/%40eatonru/%40elec/documents/content/pct\\_1353544.pdf](http://www.eaton.ru/ecm/groups/public/%40pub/%40eatonru/%40elec/documents/content/pct_1353544.pdf) (дата обращения: 26.03.2020).

54. Солодков М. В. Международный бизнес: учеб. пособие / М. В. Солодков, И. В. Цвигун. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2007. – 254 с.

55. Список отечественных производителей гидравлики // Chipmaker: офиц. сайт 2020. – URL: <https://www.chipmaker.ru/topic/63285/> (дата обращения: 20.03.2020).

56. Сухих Д. Г. Оценка экспортного потенциала предприятия с помощью методов математического моделирования / Д. Г. Сухих, В. М. Кац // Экономика России в XXI веке: сб. науч. тр. XI Международной научно-практической конференции «Экономические науки и прикладные исследования: фундаментальные проблемы модернизации экономики России». – Томск, – 2014. – С. 118-123.

57. Техника. Объем рынка импорта гидравлических компонентов // Федеральный журнал «Агробизнес»: ежедн. интернет-изд. – Москва, 2020. – URL: <https://www.agbz.ru/news/obyem-ryinka-importa-gidravlicheskih-komponentov-i-gotovyyih-izdeliy-v-rossii-v-2016-godu-prevyisil-50-mlrd-rub/> (дата обращения:

23.03.2020).

58. Товарооборот Беларуси и России в 2019 году // DairyNews.ru: информ. портал. URL: <https://www.dairynews.ru/news/tovarooborot-belarusi-i-rossii-v-2019-godu-snizils.html> (дата обращения: 21.05.2020).

59. Токарев Ю. В. Формирование и использование экспортного потенциала (на примере промышленных предприятий): автореф. дис ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Ю. В. Токарев. – Казань, 1997. – 14 с.

60. Торговля в России. 2019 / Росстат // Федеральная служба государственной статистики. – Москва, 2019. – URL: [https://gks.ru/storage/mediabank/Torgov\\_2019.pdf](https://gks.ru/storage/mediabank/Torgov_2019.pdf) (дата обращения: 28.04.2020).

61. Финансовая отчетность АО «Торговый Дом «Энерпред» / Росстат // Федеральная служба государственной статистики. – URL: [https://www.gks.ru/accounting\\_report](https://www.gks.ru/accounting_report) (дата обращения: 16.04.2020).

62. Финансовое состояние АО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ЭНЕРПРЕД» // Testfirm.ru: информ. портал. 2020. – URL: [https://www.testfirm.ru/result/3810044308\\_ao-torgovyuy-dom-enerpred](https://www.testfirm.ru/result/3810044308_ao-torgovyuy-dom-enerpred) (дата обращения: 12.04.2020).

63. Характеристика машиностроения России // stav-geo.ru: Ставропольский краевой информационный портал. – Ставрополь, 2020. – URL: [https://stav-geo.ru/load/prezentacii/prezentacii\\_po\\_geografii/zadanie\\_2\\_kharakteristika\\_mashino\\_stroeniya\\_rossii/14-1-0-1644](https://stav-geo.ru/load/prezentacii/prezentacii_po_geografii/zadanie_2_kharakteristika_mashino_stroeniya_rossii/14-1-0-1644) (дата обращения: 07.04.2020).

64. Шубин В. Анализ и тенденции развития гидравлики в мировой экономике / В. Шубин // Энциклопедический фонд России. – Санкт-Петербург, 2010. – 12 с. – URL: <https://refdb.ru/look/2039906-pall.html> (дата обращения: 23.03.2020).

65. Экономика. Потенциал и развитие предприятия // Studwood.ru: офиц. портал. 2020. – URL: [https://studwood.ru/2037619/ekonomika/eksportnyy\\_potentsial\\_suschnost\\_naznachenie\\_metody\\_otsenki](https://studwood.ru/2037619/ekonomika/eksportnyy_potentsial_suschnost_naznachenie_metody_otsenki) (дата обращения: 13.03.2020).

66. Экономическая активность в России из-за борьбы с COVID снизилась на треть // «Новости»: информ. агентство. 2020. – URL:

<https://www.rbc.ru/economics/06/05/2020/5eb2d7d19a7947914acf8e5e> (дата обращения: 08.05.2020).

67. Экспортные достижения машиностроения России в 2019 г. // «Сделано у нас» офиц. сайт: – Москва, 2020. – URL: <https://sdelanounas.ru/blogs/130853/> (дата обращения: 23.03.2020).

68. Экспортный потенциал России // Financial Guide: информ. агентство. 2020. – URL: <https://www.financialguide.ru/article/economics/eksportnyj-potencial-rossii> (дата обращения: 12.03.2020).

69. Экспортный стандарт // Российский экспортный центр: офиц. сайт. 2020. – URL: [https://www.exportcenter.ru/services/kreditno-garantiynaya-podderzhka/kredity-na-podderzhku-eksporta/eksportnyy\\_standart/](https://www.exportcenter.ru/services/kreditno-garantiynaya-podderzhka/kredity-na-podderzhku-eksporta/eksportnyy_standart/) (дата обращения: 12.05.2020).

70. Does my company have export potential? // Web-site connectamericas.com. 2020. – URL: <https://connectamericas.com/content/does-my-company-have-export-potential> (дата обращения: 16.05.2020).

71. Export potential map // International trade centre. 2020. – URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/resources/learning/glossary#realized-potential> (дата обращения: 16.05.2020).

72. Global Investment Trend Monitor // UNCTAD, № 33. – URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaeiainf2020d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaeiainf2020d3_en.pdf) (дата обращения: 15.03.2020).

73. Industrial Equipment Market Trends / Hydraulic Components – A Global Market Overview. 2016. – 476 p.

74. Market Overview / Hydraulic Equipment Market by Application, Component, and Geography- Forecast and Analysis 2020-2024. 2019. – URL: <https://www.technavio.com/report/hydraulic-equipment-market-industry-analysis> (дата обращения: 24.03.2020).

75. Key Statistics and Trends in International Trade 2019. UNCTAD. – URL: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2446> (дата обращения: 25.03.2020).

76. Machinery export / Trade Map // International Trade Centre. – URL:

[http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx) (дата обращения: 26.03.2020).

77. European Fluid Power DIRECTORY 2019/2020. P. 7. 2020. – URL: <http://www.akder.org/katalog/cetop.pdf> (дата обращения: 23.03.2020).

78. UNCTADstat / United Nations Conference on Trade and Development. – URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=2439> 7. (дата обращения: 23.04.2020).

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### Некоторые виды гидравлического оборудования и область их применения

Описание оборудования	Иллюстрация
<p>Домкрат гидравлический - это устройство, принципом работы которого является использование несжимаемой рабочей жидкости (масла) нагнетаемой в гидроцилиндр с помощью гидравлического насоса, что обеспечивает надежный подъем тяжелых и сверхтяжелых грузов.</p>	
<p>Гидравлический съемник – это слесарный инструмент для съема с валов зубчатых колес, муфт, шкивов, подшипников, рычагов и т.д.</p>	
<p>Гидравлический насос - это устройство, которое преобразует энергию механическую двигателя в энергию масла, с помощью которого жидкость может перемещаться вертикально, горизонтально, или по кругу, в зависимости от типа работы устройства.</p>	
<p>Гидравлический пресс - это машина, которая использует гидравлический цилиндр для создания усилия сжатия для выполнения операций по запрессовке, выпрессовке, гибке, штамповке и др.</p>	
<p>Аварийно-спасательный инструмент предназначен для ведения аварийно-спасательных, ремонтно-строительных, монтажно-демонтажных, а также специальных работ.</p>	
<p>Гидравлические трубогибы находят свое применение в строительстве, при прокладке инженерных коммуникаций, а также при выполнении ремонтных и проектно-монтажных работ</p>	
<p>Торцевой гидравлический гайковерт предназначен для завинчивания и отвинчивания гаек, болтов и других крепежных деталей больших диаметров, требующих значительных усилий.</p>	

Источник: составлено автором по данным официального сайта компании Энерпред. URL:  
[http://www.enerpred.com/production/trubogiby\\_s\\_zakrytoy\\_ramoy--81](http://www.enerpred.com/production/trubogiby_s_zakrytoy_ramoy--81)

10 крупнейших производителей гидравлического оборудования

Название компании	Данные о компании	Страна
Bosch RexRoth	Основана 1 мая 2001 года в результате слияния между компаниями Mannesmann RexRoth и Robert Bosch GmbH. Основные группы товаров: сборочные и конвейерные технологии, промышленная гидравлика, мобильная гидравлика, электроприводы и системы управления, техника линейных перемещений, технологии сварки, система затяжки.	Германия
Daikin	Daikin Industries известна системами кондиционирования и вентиляции. Производит в том числе и передовые решения для гидравлических систем, в основном для промышленной гидравлики, как правило это готовые решения для OEM.	Япония
Danfoss	Производит героторные гидромоторы, а также аксиально-поршневые насосы и моторы, которые компания начала производить после приобретения компании Sauer Sundtrand. В последние годы компания Danfoss поступательно поглощает конкурентов на рынке производства высокоскоростных гидромоторов.	Дания
Eaton	Eaton — машиностроительная корпорация, производитель электротехнического и гидравлического оборудования, автокомплектующих, компонентов для авиационной промышленности. В ассортименте компании выделяется такое гидравлическое оборудование, как: гидравлические источники питания и теплообменники, гидравлические моторы и генераторы, гидроцилиндры, гидронасосы, гидрораспределители и клапаны.	США
Hawe hydraulik	Компания HAWE Hydraulik является ведущим производителем технологичных высококачественных гидравлических компонентов и систем. Все работающие под давлением детали изготавливаются из стали и выдерживают давление до 700 бар. За счет этого изделия, предназначенные для среднего диапазона давления, отличаются особой компактностью, долговечностью и надежностью.	Германия
Kawasaki	Производство самолетов, вертолетов, космических станций, поездов, кораблей, газовых турбин, тоннелепроходческих машин, промышленных роботов, двигателей, мотоциклов и гидравлики. Самым известным гидравлическим оборудованием на российском рынке является гидронасос K3V112, который производители считают образцовым изделием для экскаваторов.	Япония

Название компании	Данные о компании	Страна
Liebherr	Один из крупнейших в мире производителей строительной техники. Основанная в 1949 году Хансом Либхерр (Hans Liebherr) компания начала свою работу в Германии с производства кранов. И до сих пор крановая техника является визитной карточкой данного производителя. Хотя специалисты отлично знакомы например с холодильниками Liebherr. Качество - вот основа концепции данного производителя. Есть в производственной программе Liebherr и гидравлические агрегаты собственного производства, разработку которых провели бывшие инженеры компании Vickers.	Германия
Linde Hydraulics GmbH & Co. KG	В Германии действуют четыре производственных комплекса, открыты дочерние компании в США, Европе, Китае. Количество сотрудников превышает 1400 человек. Ассортимент продукции – гидравлические насосы, моторы, распределители, электроника и периферийные устройства, электродвигатели и приводы.	Германия
Parker	Parker является поставщиком практически полного ассортимента мобильной и промышленной гидравлики на рынок. Компания производит гидравлические насосы и моторы, гидравлические цилиндры, гидроаккумуляторы, а также распределители, теплообменники, трубные соединения и пневматическое оборудование.	США
Poclain	Компания ведущий мировой специалист в области гидростатистических трансмиссий. В ассортимент продукции входят: гидравлические моторы, насосы, клапаны, а также насосные станции.	Франция

Источник: составлено автором по данным сайта E-hydro.ru. URL: [https://e-hydro.ru/blog/obzory-tovarov/obzor\\_10\\_biggest\\_hydraulics\\_manufactories/](https://e-hydro.ru/blog/obzory-tovarov/obzor_10_biggest_hydraulics_manufactories/)

## ПРИЛОЖЕНИЕ 3

### Примеры применения трендов соц. сети Instagram для повышения узнаваемости бренда «Энерпред»

Сегодня, социальная сеть является не просто местом хранения информации и возможностью коммуникации с людьми, но и отличным инструментом продвижения компании, повышения ее узнаваемости. Однако, для наиболее эффективного продвижения фирмы в социальной сети, необходимо учитывать ее особенности, а также особенности механизма продвижения аккаунта на базе того или иного приложения.

Компания «Энерпред» уже имеет свой аккаунт в Instagram, где с 13 апреля 2019 г. публикует посты. Однако, проанализировав данную страницу, было обнаружено, что техника подачи информации здесь и на официальном сайте практически не отличается. Формальные посты, отсутствие обращения к пользователям сети, сухие факты и картинки из интернета, а также с официального сайта компании не делают продвижение ее в этой соц. сети эффективным. Поэтому, было предложено несколько пересмотреть формат работы на базе этого приложения.

Далее приведены некоторые предложения, которые смогут повысить количество просмотров аккаунта:

1. Использование emoji-символов в строке описания компании сделает аккаунт более запоминающимся.

2. Для повышения активности аккаунта можно публиковать истории. Данная функция удобна тем, что история исчезает через 24 часа после публикации и содержит в себе изображение, что позволит сэкономить время на публикации поста, но не снизит активность пользователя.

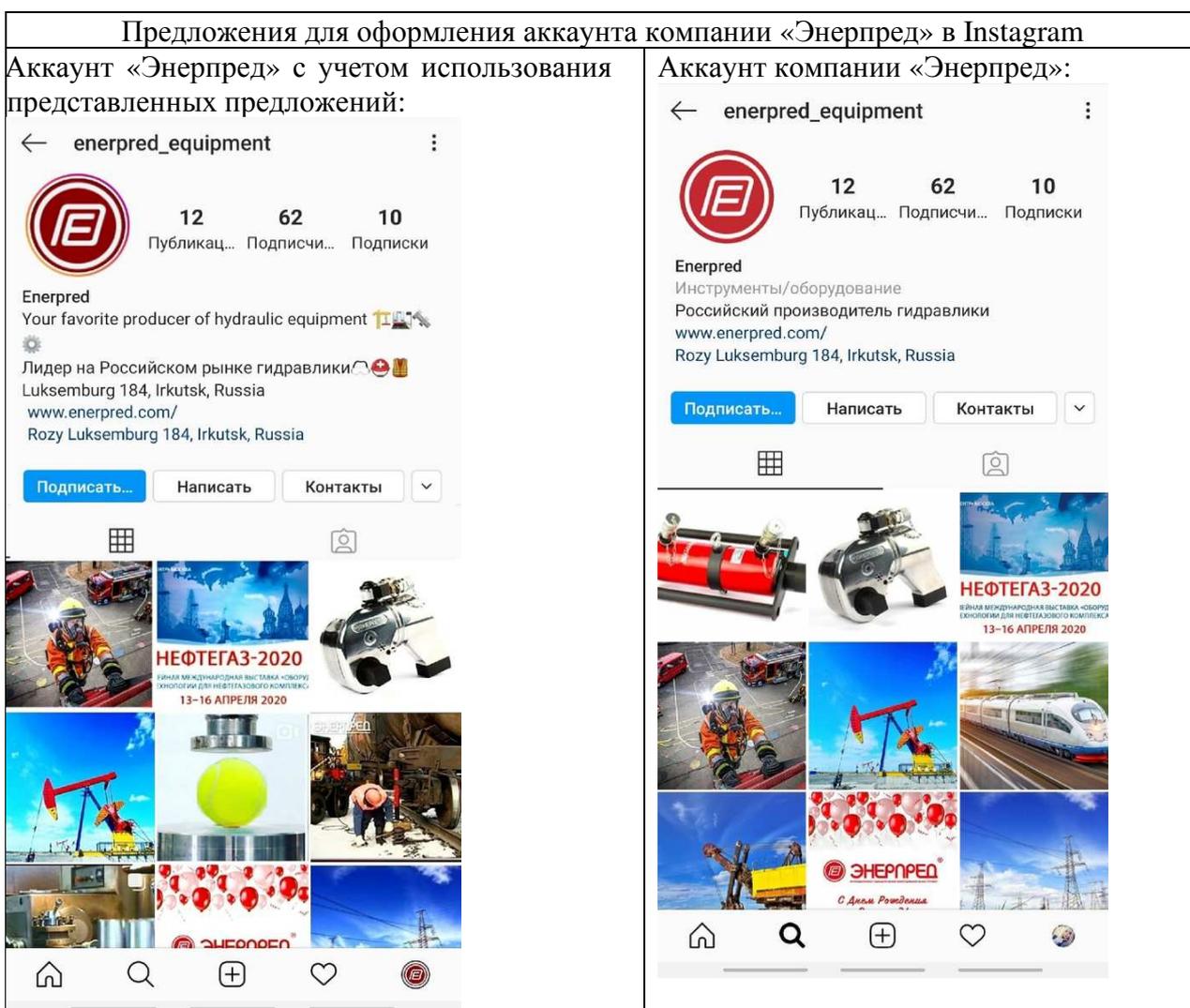
3. Для того, чтобы посты компании смогли найти как можно большее количество потенциальных клиентов необходимо использовать как можно большее количество хештегов, обозначающих не только основной продукт компании (#гидравлическоеоборудование), но и названия отдельных категорий товаров (#гидронасосныестанции) и отрасли (#строительство, #добычанефти). Хештеги лучше писать через пробел, т.к. это займет меньше места.

4. Для того, чтобы сделать аккаунт более запоминающимся необходимо разработать стиль оформления страницы (например, размещение изображений с текстом и видео строго по центру), размер поста также не следует делать слишком большим, а сухие факты лучше разбавить обращением к клиентам.

5. В публикациях, вместо картинок из интернета лучше использовать фотографии реального оборудования, находящегося в эксплуатации.

6. Также, необходимо следить за трендами соц. сети и подстраивать их под деятельность компании (например, набравшие популярность ролики с использованием гидравлического пресса).

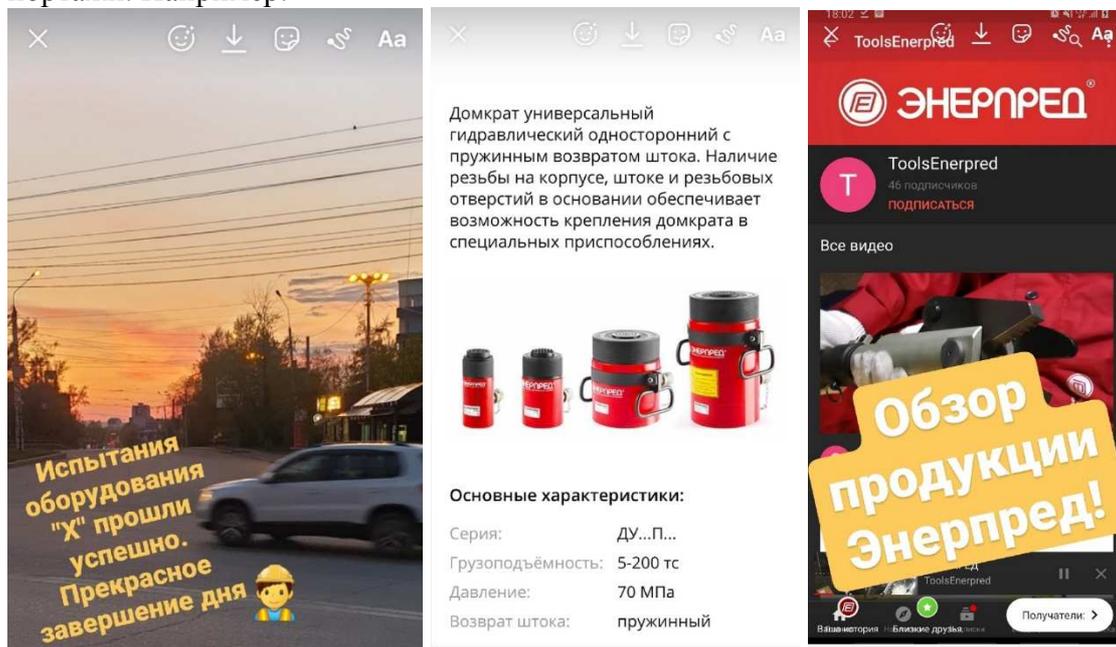
Ниже, приведены примеры использования данных предложений.



Предложения для оформления аккаунта компании «Энерпред» в Instagram	
<p>Аккаунт «Энерпред» с учетом использования представленных предложений:</p>  <p>Иркутский, Irkutskaya Oblast', Russia</p> <p>1/3</p> <p>Как у вас погода? У нас жарковато, работа кипит во всю 🔥          А вы знаете почему ведущие Российские компании выбирают именно нас? 🇷🇺🇺🇸 Гидравлическое оборудование и гидравлический инструмент производства завода «Энерпред» обладают высокой степенью надежности и универсальности. Вся продукция маркируется графическими и словесными товарными знаками, защищенными свидетельствами РФ №152491, №152492, владельцем которых является АО «Энерпред». За высокое качество продукции и активное участие в развитии машиностроения компания «Энерпред» неоднократно награждена дипломами и наградами. Мы заботимся о наших клиентах, поэтому контроль качества является передовой задачей! 🏆✅          #enerpred #hydraulics #hydraulicsequipment #equipment #hydraulicpress #enerpredhydraulic</p>	<p>Аккаунт компании «Энерпред»:</p>  <p>Нравится: 18          enerpred_equipment Специализированное оборудование и новые технологии – залог успешного развития горнодобывающей отрасли, где постоянно открываются и требуют разработки новые месторождения.</p> <p>Помимо традиционной номенклатуры для различных отраслей промышленности – гидравлических домкратов и цилиндров, съемников, насосных станций – компания «Энерпред» выпускает перечень специального оборудования для нужд горно-добывающих и сервисных предприятий.</p> <p>Так, для обслуживания спецмашин – грузовых автомобилей, гусеничной техники – разработаны и производятся выпрессовщики шкворней, выпрессовщики пальцев траков, также активно используемые в лесозаготовительной отрасли.</p> <p>Для одного из крупнейших производителей строительной техники в мире был разработан выпрессовщик пальцев траков усилием 500 тонн.</p> <p>Для обслуживания карьерной техники компанией разработаны грузовые подкатные домкраты. Такие домкраты мобильны и в то же время мощны, управляются дистанционно, снабжаются станцией с электро-, пневмо- или бензоприводом, которая может использоваться и для другого инструмента.</p> <p>Отдельным направлением разработок компании</p>
<p>#hydraulicsequipment #equipment #hydraulicpress #enerpredhydraulic #machinery #russianhydraulic #гидравлика #энерпред #гидравлическоеоборудование #гидравлическиепрессы #гидравлическийпресс #пресс #pressed #оборудование</p>	<p>#энерпред #гидравлика #строительство #опрессовкастроп #гидравлическоеоборудование #российскоепроизводство #hydraulicsequipment #enerpred #hydraulics</p>

## Предложения для оформления аккаунта компании «Энерпред» в Instagram

Истории Instagram. В историях можно публиковать как скриншоты предстоящих предприятий и характеристики товаров, так и незамысловатые посты и небольшие видеорепортажи. Например:



Пример использования популярного тренда с использованием гидравлического пресса:



📍 \_ Проверка на прочность 🍌

В сети набирают популярность ролики с гидравлическими прессами, ну и конечно мы не смогли остаться в стороне!

Теннисные мячи, пластмассовые игрушки и металлические балки не прошли испытание на прочность от нашего гидравлического пресса "Энерпред" 🍌🌟

Однако прелесть данного оборудования заключается в том, что оно может не только сплющить ваш любимый мяч, но и стать превосходным инструментом для гибки, правки, выпрессовки и запрессовки деталей. 🛠️🔧

И не забываем что все оборудование компании доступно для индивидуального заказа! Мы сделаем все, чтобы ваше изделие стало **ИДЕАЛЬНЫМ!** 🏆

Источник: составлено автором.