

УДК 339.564:339.137.24

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО
КАЧЕСТВА ЭКСПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Каплина О. В.,

Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, г. Ярославль,
Россия.

Ключевые слова: качество и конкурентоспособность экспортной продукции, стандартизация и адаптация качества экспортной продукции с учетом особенностей целевого сегмента зарубежного рынка, проблемы и пути обеспечения конкурентоспособного качества экспортной продукции.

Аннотация. В статье обосновывается целесообразность обеспечения качества экспортной продукции через призму ее конкурентоспособности с учетом особенностей целевого сегмента зарубежного рынка; дана характеристика внешних и внутренних проблем обеспечения конкурентоспособного качества экспортной продукции на примере промышленных предприятий ярославской области, и предложен комплекс мер по их решению.

Актуальность исследования качества экспортной продукции предприятий в рамках обеспечения ее конкурентоспособности обусловлена либерализацией внешнеэкономической деятельности российских производителей в процессе продолжающейся интеграции России в мировую экономику. В таких условиях повышается роль их экспортной деятельности, и увеличивается потенциал расширения участия на зарубежных рынках. Наряду с этими возможностями усиливаются угрозы со стороны международной конкуренции, динамичной и жесткой. Как следствие, возникает необходимость повышения конкурентоспособности своей продукции как основного средства конкурентного соревнования в реальных и потенциальных рыночных нишах. Базовой составляющей конкурентоспособности товара является ее качество. К последнему на международном рынке могут предъявляться различные требования. В связи с указанным выше представляется целесообразным рассматривать проблемы обеспечения качества экспортной продукции через призму ее международной конкурентоспособности.

К настоящему моменту разработан огромный пласт исследований, посвященных различным аспектам качества продукции и ее конкурентоспособности. Теория конкуренции как фундамент концептуальных основ конкурентоспособности, впервые обобщенная А. Смитом, была впоследствии развита Д. Риккардо, Ф. Эджоуртом, Э. Чемберлином, Г. Л. Азоевым, И. Ансоффом, Р. Уотерманом, А. Стриклендом, В. Д. Андриановым, П. С. Завьяловым и другими. Большой вклад в развитие теоретических и методологических аспектов конкурентоспособности внесли

американский ученый М. Портер – теория конкурентного преимущества, виды конкурентных стратегий, российские ученые Р.А. Фахтутдинов – разработка теории управления конкурентоспособностью организации, А.Ю. Юданов – модели стратегий конкурентного поведения фирмы, Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников – организационно-экономические аспекты обеспечения конкурентоспособности предприятия, Л.М. Калашникова, Е.А. Иванова, Л.В. Баумгартен, И.М. Лифиц – методы оценки конкурентоспособности предприятия и его продукции.

Вопросы, определяющие качество продукции, его взаимосвязь с реальными экономическими процессами были рассмотрены еще в работах Аристотеля, Е. Бем-Баверка, Л. Вальраса, Гегеля, У. Джевонса, Д. Локка, К. Маркса, К. Менгера, В. Парето, П. Самуэльсона, Ф. Эджуорта. Общие проблемы теории менеджмента качества промышленного предприятия отражались в трудах российских ученых, получивших международную известность, таких как А.А. Богданов, Н.И. Бухарин, И.А. Ильин, Н.Д. Кондратьев, Л.П. Красавин, Е.Г. Слуцкий, В.С. Соловьев, П.Б. Струве, а также в современных отечественных исследованиях, среди которых широко известны работы Л.М. Бадалова, Б.И. Герасимова, Д.С. Димиденко, А.Л. Денисовой, Е.М. Карлика, Д.С. Львова, С.В. Пономарева, В.И. Синько и др. Методологией оценки качества продукции является квалиметрия, для которой характерны достаточно высокие темпы обновления методического аппарата. Существенный вклад в данную область исследований внесли такие отечественные ученые и специалисты как: Г.Г. Азгальдов, А.В. Гличев, Л.Г. Литвак, А.И. Субетто, В.К. Федюкин, Р.М. Хвастунов, А.Д. Шадрин, В.В. Рыжаков и др.

Таким образом, в специальных источниках детально проработаны различные аспекты конкурентоспособности и качества товара. Однако, на наш взгляд, среди них уделяется недостаточное внимание вопросам обеспечения качества продукции региональных производителей сквозь призму ее конкурентоспособности на международном рынке. Данная статья имеет целью отчасти заполнить этот пробел: определить круг проблем такого рода и наметить комплекс мер по их разрешению. Это направление исследования представляется весьма перспективным, поскольку его развитие имеет важное значение для повышения международной конкурентоспособности экспортеров, а также для разработки региональной стратегии развития.

Настоящая работа написана по результатам участия автора в 3 научно-практических грантах на протяжении последних 5 лет, что позволило обобщить в ней опыт и результаты анализа качества и конкурентоспособности экспортной продукции предприятий ярославской области.

Считаем, что существует связь между видом и динамикой применяемой регионом внешнеторговой стратегии и его международными конкурентными преимуществами. Представляется, что устойчивая экспортная ориентированность вида экономической деятельности территории

может быть признаком ее ключевых факторов успеха и косвенно свидетельствовать о высоком уровне конкурентоспособности региональных экспортеров. Заметим, что эта зависимость является вероятностной, так как конкурентные преимущества могут быть как высокого, так и низкого порядка, поэтому наряду с выявлением факта экспортной ориентации следует определить тип конкурентного преимущества отрасли.

Ярославская область традиционно относилась к экспортоориентированным регионам. Анализ ее внешней торговли с 2000 г по 2012 г. выявил наличие устойчивого в течение последних 4 лет отрицательного сальдо внешнеторгового оборота. Среди рассмотренных товарных групп основой экспортной специализации Ярославской области являются продукция машиностроения и химической промышленности. Последняя согласно расчету индекса сравнительных преимуществ имеет более сильные позиции и может стать локомотивом экономики Ярославской области в условиях членства России в ВТО. Несмотря на то, что экономический кризис второй половины нулевых резко ухудшил положение химической отрасли региона – имели место заметный спад промышленного производства и увеличение доли убыточных предприятий - в настоящее время наблюдается восстановление ее положения.

Машиностроительный комплекс традиционно играл ведущую роль в экономике Ярославской области: на его предприятиях сосредоточено более половины от общей численности работников, занятых в промышленности и более 20% - от занятых в экономике области в целом; на долю машиностроения в регионе приходится более 30% от общего объема производства. В то же время на протяжении последнего десятилетия для него были характерны относительно низкие темпы роста объемов производства, недостаточная его эффективность, а также снижение спроса на машиностроительную продукцию.

Таким образом, диагностировано снижение международной конкурентоспособности ряда экспортных товаров региона. Среди наиболее важных причин этого наряду с циклическими ухудшениями мировой рыночной конъюнктуры следует отметить относительно невысокое качество и постепенную потерю ценового преимущества экспортной продукции региона.

Если характеризовать соотношение качества и цены товаров ярославских предприятий, рассматривая последние как совокупность в целом, то можно позиционировать его как среднее. Продукция производителей из ЕС и других развитых стран в общем является более качественной при более высокой цене. На противоположной части шкалы «качество-цена» находятся менее качественные в целом товары китайских производителей, продаваемые по демпинговым ценам.

Заметим, что на практике качество экспортной продукции не может быть «абсолютно конкурентоспособным» на всем мировом экономическом континууме, на котором не всегда выполняется условие «чем качественнее, тем конкурентоспособнее». В разных странах требования уполномоченных

государственных и наднациональных структур, а также потребителей ощутимо различаются, поэтому на разных сегментах международного рынка может оказаться конкурентоспособной экспортная продукция с разным уровнем качественных характеристик. При этом нет сомнения в том, что повышение уровня конкурентоспособности товара может быть обеспечено благодаря улучшению его качества, что находит свое выражение в достижении максимального соответствия потребительских и стоимостных составляющих товара запросам покупателей.

При выходе на внешний рынок продукт обязательно должен обладать основными характеристиками, регламентированными стандартами. Наличие и конкретные параметры дополнительных свойств зависят от определенных условий соответствующего международного рыночного сегмента. Как правило, экспортная деятельность за рубежом предполагает либо обязательную (в случае, если национальные или международные нормы целевого внешнего рынка отличаются от внутреннего), либо добровольную (в случае специфических требований покупателей, не связанных со стандартами) адаптацию качества. Такой подход позволяет фирмам добиваться оптимального соответствия товара спросу потребителей различных зарубежных рынков. Это, естественно, сказывается на издержках, цене и прибыльности экспортных производственных и торговых операций.

Международный рынок сбыта продукции ярославских предприятий укрупнено можно разделить на 4 сегмента: экономическая территория России, СНГ, развитые и развивающиеся страны. Каждый из этих сегментов имеет разное значение для ярославских производителей и разную динамику роста (падения). Региональные предприятия продолжают придерживаться маркетинговой стратегии традиционного экспорта, поэтому основным рынком их сбыта до сих пор остается внутророссийский.

Исторически у региона сложились тесные связи с партнерами по бывшему социалистическому лагерю. Однако в течение последних 10 лет наблюдается значительное превышение внешнеторгового оборота Ярославской области со странами дальнего зарубежья над внешнеторговым оборотом с СНГ. Произведенные автором расчеты коэффициента территориальной специализации экспорта и импорта подтверждают вывод о преимущественной географической ориентации внешней торговли Ярославской области на страны дальнего зарубежья при некоторой активизации внешнеторгового оборота с СНГ в 2002 – 2008 гг. При этом импорт из стран дальнего зарубежья с 2002 г. превышает экспорт, в то время как в отношении внешнеторговых связей с СНГ наблюдается обратная тенденция.

В 2010 году предприятия и организации Ярославской области поддерживали внешнеэкономические связи с 86 странами, в том числе экспортировали продукцию в 71 государство, импортировали из 68 стран. Наибольшие объемы торговли были у области с Китаем, Украиной, Республикой Беларусь, Польшей, Германией, Вьетнамом. Крупнейшим потребителем производимых в области нефтепродуктов являются

Нидерланды. Основными покупателями продукции ярославского машиностроения остаются страны СНГ.

Таким образом, и в первое десятилетие XXI века экспорт в государства с переходной экономикой был для Ярославской области стратегически важным направлением, что объясняется устойчивыми внешнеэкономическими и политическими связями и схожестью требований потребителей к качеству продукции. Большое значение этого географического сегмента для региона обусловлено тем, что ярославские предприятия, осуществляющие массовое производство, используют международную маркетинговую стратегию стандартизации, т. е. реализуют на внешнем рынке ту же продукцию, что и на внутреннем. Ее применение вызвано их невысокими финансовыми возможностями по обновлению технической и технологической базы, что усугубляется периодически проявляющимися экономическими спадами. Наряду с этим отметим также внешние факторы: рынки СНГ не имеют эффективной защиты конкуренции и более чувствительны к цене товаров.

Международная маркетинговая стратегия стандартизации позволяет более-менее успешно работать на рынках, близких по экономическим, политическим, технико-технологическим и культурным условиям к отечественному, но ограничивает выход на те, которые имеют ощутимые отличия. Так, экспортное присутствие технически сложной продукции ярославских производителей на территории развитых стран не очень выражено. Для таких государств характерны жесткие стандарты и особое внимание к соблюдению экологических норм в силу существующей в них тенденции повышения качества жизни. Кроме того высокие и более жесткие стандарты качества на целевом рынке по сравнению с национальным выполняют роль барьеров входа, ограничивающих конкуренцию. Например, доступ некоторых ярославских предприятий на рынки государств западной Европы очень ограничен из-за использования на их территории иных, более строгих, стандартов топлива Евро-5, в то время как в России на автомобили до сих пор в основном действуют нормы Евро-3. В развитых странах функционирует цивилизованная система защиты от контрафактной продукции, что предоставляет экспортерам оригинальной продукции дополнительные возможности.

Конкретные условия стандартов качества продукции автоматически означают определенные требования к системам менеджмента качества, в т. ч. к организации процессов, основным средствам, технологии, документообороту, сертификации и т.д. Бывает, что системы качества отечественных предприятий носят исключительно документарный характер при реально небольших изменениях в управленческих и технологических процессах. Достаточность подобного способа существования системы качества возможна только в случае исключительно формальных требований к ней со стороны иностранных контрагентов. Однако такой подход не способствует получению масштабных и устойчивых заказов: в подобных случаях зарубежные заказчики приезжают на предприятие в целях

ознакомления с фактическим положением дел и, в случае заключения экспортного контракта, затем осуществляют очный контроль; при этом предъявление им «потемкинской деревни» срабатывает не всегда.

Желание предприятий выпускать продукцию, конкурентоспособную на рынках развитых стран, может быть реализовано при перестройке практически всех его процессов, что, как правило, предполагает колоссальные инвестиции. Уровень инвестиционной активности в ярославском машиностроении в последние годы в 3-4 раз ниже норматива для простого воспроизводства, поэтому если фокусироваться на сохранении сложившихся машиностроительных производств, то потребуются значительная модернизация и обновление основных фондов промышленных предприятий и их производственных процессов.

Удовлетворительное финансовое состояние ряда ярославских предприятий обусловлено их поддержкой иностранными инвесторами, для которых регион имеет достаточную привлекательность: с 2004 г. область занимает 4-5 место по объему иностранных инвестиций в Центральном федеральном округе. В территориально-административном разрезе иностранные инвестиционные потоки направляются, по большей мере, в Ярославль, в отдельные годы - в города областного подчинения - Углич, Рыбинск, Ростов, Переславль. Не наблюдается абсолютного доминирования определенного вида инвестиционных потоков, в разные годы преобладающими становились то прямые, то портфельные, то прочие иностранные инвестиции, однако в целом объем прямых иностранных инвестиций превышает величину других видов. Таким образом, уже в настоящее время, до окончания переходного периода в рамках членства России в ВТО, иностранные инвесторы контролируют определенную часть экономики Ярославской области. Политика правительства региона нацелена на дальнейшее увеличение притока иностранных инвестиций.

Судя по распределению средств, наибольший интерес у иностранных инвесторов вызывали отрасли специализации – машиностроение, приборостроение, радиоэлектроника. Один из самых значимых инвестиционных проектов на территории региона реализуется ОАО «НПО «Сатурн». В 2003 году НПО «Сатурн» совместно с французской компанией «Snecma» выиграло конкурс на создание и производство двигателя SaM146, который будет устанавливаться на российские региональные самолёты Superjet, создаваемые компанией «Гражданские самолёты Сухого». Общая сумма инвестиций в проект составит около 10 млрд. руб. В настоящее время компания осуществляет совместный проект с французской корпорацией «Snecma Moteurs» по разработке и выпуску турбовентиляторного двигателя для всех версий нового российского регионального самолета (RRJ). ООО «Тайко Электроникс РУС» (США) изготавливает кабельную арматуру в г. Угличе. ООО «Комацу Мэнүфэкчуринг Рус» (Япония) делает строительную технику одноименной марки в г. Ярославле. ООО «Нексанс СНГ» (Франция)

производит кабельно-проводниковую продукцию «Нексанс» в г. Угличе.

Итак, экспорт ярославских промышленных предприятий наиболее активен в СНГ, есть небольшое их присутствие в развитых странах, в последнее время увеличился внешнеторговый оборот со странами ЮВА. Но практически на всех рыночных сегментах, как внутрироссийских, так и зарубежных, местные предприятия испытывают жесткое давление со стороны китайских производителей, которые часто используют следующую конкурентную практику: приобретают местные изделия в небольшом количестве, разбирают, копируют и продают по демпинговой цене благодаря возможности произвести эту продукцию с более низкими издержками. Поэтому некоторые ярославские предприятия стали отказывать китайским в закупке своих товаров. Стратегия копирования очень успешна на территориях с неразвитой системой исполнения законодательства об интеллектуальной собственности, низким уровнем защиты от недобросовестного конкурентного поведения. Она вообще присуща китайской экономике и, наряду с высокой трудовой дисциплиной, фокусированием на низких издержках, мощным притоком иностранных инвестиций является источником ее высокого экономического роста.

Возможность китайских предприятий производить продукцию с беспрецедентно низкими издержками обусловлена не только мизерной заработной платой и гибкостью производственного процесса, но также дешевыми и не всегда качественными материалами, отсутствием затрат на сертификацию и разработку систем качества. Несмотря на относительно невысокий уровень качества продукции и отсутствие у нее необходимых сертификатов такая стратегия достаточно конкурентоспособна на рынке СНГ и развивающихся стран. Дополнительные конкурентные возможности китайским производителям предоставило повышение чувствительности потребителей к цене в неблагоприятных конъюнктурных условиях.

Подводя итог исследования, кратко определим проблемы обеспечения конкурентоспособного качества экспортных товаров ярославских производителей, выделив 2 их группы:

- внешние:
- высокий уровень конкуренции как добросовестной, так и недобросовестной;
 - существенные отличия требований целевого зарубежного рынка, и возникающая в связи с этим необходимость адаптации к ним продукции ярославских предприятий;
 - циклически проявляющиеся неблагоприятные конъюнктурные факторы;
 - ненадлежащая защита от контрафактной продукции в странах Ближнего зарубежья, в которые преимущественно осуществляется экспорт ярославских производителей;
- внутренние:
- использование дешевых и недостаточно качественных сырья,

материалов, деталей и комплектующих;

- формально-документарный характер систем качества;
- ненадлежащее внимание к патентной защите своей продукции;
- невысокий уровень техники и технологии;
- недостаток собственных источников финансирования для совершенствования систем качества;
- не всегда обоснованное использование маркетинговой стратегии стандартизации без должной адаптации продукции к требованиям зарубежного рынка;
- недостаточно полное использование своего проектного, научного и инновационного потенциала;
- неразвитая система отслеживания и обеспечения качества своей продукции на стадии ее эксплуатации за рубежом;
- пассивное маркетинговое поведение, отсутствие должного стремления к освоению новых зарубежных рынков и их сегментов, поиску новых покупателей и поставщиков.

Управление качеством экспортной продукции должно быть направлено в основном на устранение негативного влияния внутренних факторов как более контролируемых. Для того чтобы выдерживать жесткую конкуренцию на международном рынке ярославским производителям необходимо использовать комплексную программу обеспечения конкурентоспособного качества экспортной продукции, которая, по нашему мнению, может включать в себя:

- Меры, направленные на повышение качества продукции:
- перевод систем качества из исключительно документарной формы существования в реальную;
- приобретение качественных комплектующих и сырья, а также ужесточение входного контроля их качества;
- совершенствование информационной системы обратной связи об уровне качества своей экспортной продукции, причем не только на основе анализа рекламаций.

2) Меры по развитию инновационной деятельности:

- ревизия патентного фонда;
- проведение анализа эффективности инновационной деятельности;
- продолжение собственных научных исследований и разработок ради получения конкурентных преимуществ;
- освоение инновационных видов продукции.

3) Меры по снижению себестоимости продукции:

- аудит поставщиков с точки зрения оптимальности соотношения качества, цены и условий закупки;
- внедрение системы бюджетирования затрат;
- выявление и минимизация непроизводительных затрат.

4) Маркетинговые меры:

- производственный и маркетинговый аудит продукции с целью определения наиболее конкурентоспособных экспортных товаров и

освобождения от неперспективных их видов с точки зрения возможности выдерживать конкуренцию;

- продление жизненного цикла экспортной продукции путем их продажи в странах с относительно невысокими требованиями, указанными в стандартах качества.

С одной стороны дифференциация требований к параметрам экспортной продукции и к соотношению между ценой и качеством требует адаптации, и, следовательно, дополнительных затрат со стороны экспортера, однако она же предоставляет им и дополнительные возможности с другой. Существование в разных странах различных стадий жизненного цикла стандартов качества, запаздывание перехода на нормы более высокого уровня позволяет продлить жизненный цикл экспортной продукции при имеющемся уровне качества, техники и технологических процессов. В связи с этим дополнительные возможности по обеспечению ярославскими предприятиями конкурентоспособного качества своей экспортной продукции видятся в более активном освоении рынков развивающихся государств, особенно с заметными темпами экономического роста, например, со странами BRICS, а также рынков третьих стран.

По нашему мнению, существует потенциал увеличения ярославскими производителями своего присутствия на рынках европейских стран, поскольку они также дифференцированы по уровню развития и системам стандартов качества, поэтому найти и со временем расширить нишу представляется возможным. Это удастся сделать экспортерам, имеющим оригинальную продукцию, гибкий производственный процесс и эффективно функционирующие системы качества. На европейском рынке предприятия Ярославской области имеют возможность выдержать конкуренцию с китайскими производителями, так как выпускают продукцию, как правило, более высокого качества, сертифицируют ее, а также имеют преимущество, которое может перекрыть предлагаемую китайскими конкурентами низкую цену: срок поставки из Ярославля в Европу занимает несколько дней, а не недель, так как Россия географически ближе к Западной Европе, чем Китай.

Представляется, что комплексная реализация этих мер будет способствовать обеспечению конкурентоспособного качества экспортной продукции ярославских производителей. Перспективы дальнейших изысканий в этой сфере видятся в дополнении теории конкурентоспособности анализом особенностей и адаптацией методов управления качеством товара на международном рынке на основе исследования эмпирического материала.

Литература:

1. Конкурентоспособность национальной экономики: регионально-отраслевые аспекты оценки: монография / отв. ред. Ф.Н. Завьялов, Е. В. Сапир; Яросл. Гос.ун-т им. П. Г. Демидова. - Ярославль, ЯрГУ, 2011. С. 317-371.
2. Регионы России: социально-экономические показатели: статисти.2012: Стат. сб./Росстат. – М., 2012 – 990 с.

3. Регионы России: социально-экономические показатели: статисти.2011: Стат. сб./Росстат. – М., 2011 – 990 с.
4. Регионы России: социально-экономические показатели: статисти.2010: Стат. сб./Росстат. – М., 2010 – 996 с.
5. Регионы России: социально-экономические показатели: статисти.2009: Стат. сб./Росстат. – М., 2009 – 990 с.
6. Регионы России: социально-экономические показатели: статисти.2008: Стат. сб./Росстат. – М., 2008 – 999 с.

**PROBLEMS OF ENSURING A COMPETITIVE QUALITY OF EXPORT
PRODUCTS (ON THE EXAMPLE OF THE YAROSLAVL REGION
ENTERPRISES)**

Kaplina OV, Yaroslavl State University after P.G. Demidov, Yaroslavl, Russia.

Key words: quality and competitiveness of export products, the standardization and adaptation of the quality of export products in terms of a target segment of a foreign market, problems and ways of ensuring a competitive quality of export products.

Abstract. The article explains the reasonability of ensuring a quality of export products through the prism of its competitiveness, with regard to the features of the target segment of the foreign market. The article also describes the external and internal problems of ensuring a competitive quality of export products on the example of the Yaroslavl region industrial enterprises, and proposes a set of measures to resolve them.