

УДК 339.564 (470.56)

Михайлова Ольга Петровна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры маркетинга,
коммерции и рекламы
Оренбургского государственного университета
dom-hors@mail.ru

МАРКЕТИНГОВАЯ ДИАГНОСТИКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация:

В статье рассмотрены подходы различных ученых и выведено авторское понятие сущности экспортного потенциала региона. Проведенная маркетинговая диагностика состояния внешней торговли Оренбургской области с акцентом на экспортной составляющей позволила выявить основные направления усиления экспортного потенциала области.

Ключевые слова:

потенциал, регион, маркетинговая диагностика, внешняя торговля, экспорт, импорт, конкурентоспособность, внешнеторговый оборот.

Mikhailova Olga Petrovna

PhD in Economics,
Assistant Professor of the Marketing,
Commerce and Advertising Department,
Orenburg State University
dom-hors@mail.ru

MARKETING EXAMINATION OF THE ORENBURG REGION'S EXPORT POTENTIAL

The summary:

Considering some scientific approaches the author elaborates an original definition of the region's export potential. The undertaken marketing examination of the Orenburg Region's external trade with a focus on the export part allowed the author to discover the main areas of the export resources enhancement in the Orenburg region.

Keywords:

potential, region, marketing examination, external trade, exports, imports, competitiveness, external turnover.

Для маркетинговой диагностики представляется методологически необходимым уточнение ряда понятий, в первую очередь содержания категории «экспортный потенциал». Концептуальные подходы различных ученых не совпадают или охватывают отдельную сторону рассматриваемого явления, изучение которых позволило сформулировать комплекс положений, связанных общей идеей.

С точки зрения региональной экономики, наибольший интерес вызывает определение экспортного потенциала, данное экономистом А.А. Мальцевым. Согласно данному подходу, экспортный потенциал региона оценивается с учетом определения его экспортной базы на основе количественного измерения внутренних экспортных возможностей региона и емкости потребления иностранного рынка [1, с. 231].

Экспортный потенциал – это способность региональной экономики производить продукцию, которая конкурентоспособна на мировых рынках, и экспортировать ее в достаточных объемах по мировым ценам. Стратегическая роль экспортного потенциала заключается в том, что он должен стать инструментом активизации конкурентных преимуществ региона в международном разделении труда.

В работе М.Э. Сейфуллаевой и В.М. Капицына экспортный потенциал региона рассматривается с ярко выраженным уклоном в его социальное развитие. По их мнению, экспортный потенциал региона – это его ресурсно-сырьевая база и состояние экономики, которые вместе обеспечивают региону научно-техническое, технологическое и социальное развитие. И все это позволяет достичь темпов роста экспорта и высокого уровня жизни населения [2, с. 94].

В следующей своей работе М.Э. Сейфуллаева дает еще одно определение: «экспортный потенциал региона – это его реальные возможности, которые способны формировать и удовлетворять потребности как отечественных, так и зарубежных покупателей» [3, с. 69].

Исходя из вышесказанного, экспортный потенциал характеризуется конкретным набором экспортных ресурсов, которые подготовлены к использованию в совместной предпринимательской деятельности с зарубежным партнером.

Таким образом, экспортный потенциал региона можно определить как способность регионального производства (предприятий, отраслей и экономики региона в целом), расположенного в пределах данной территории, производить и реализовывать на конкретных зарубежных рынках в перспективе конкурентоспособные товары и услуги при имеющемся уровне развития рыночных отношений, экономических факторов и системы организационно-экономической поддержки экспорта. Под экономическими факторами следует понимать основные элементы экспортного потенциала, определяющие конкурентные преимущества территориального хозяйства (трудовые ресурсы, уровень развития науки, наличие природных и финансовых ресурсов, инфраструктурных отраслей, приграничных зон и т. д.). Данное определение экспортного потенциала региона представляется более приемлемым для последующего анализа, поскольку оно более полно учитывает реалии современного периода развития отечественной экономики, а именно углубление дифференциации регионов по уровню социально-экономического развития, расширение товарной структуры экспорта за счет коммерческих услуг, организационно-экономическую компоненту, уровень развития рыночных отношений в региональной хозяйственной системе.

От экспортного потенциала необходимо отличать экспортные ресурсы. Наиболее распространенным является следующее определение этого понятия, а именно экспортные ресурсы – это виды и объемы экономических продуктов или финансовых ресурсов, предназначенных для продажи на внешних рынках. Однако это определение так же, как и определение экспортного потенциала, не отражает такого важного компонента экспортных ресурсов, как услуги. Кроме того, экспортные ресурсы – более узкое понятие, это часть экспортного потенциала страны, предназначенная для текущей реализации.

Конкурентоспособность региона целесообразнее всего определить как его способность формировать, удерживать, развивать и использовать свои конкурентные преимущества во взаимоотношениях и взаимодействии с другими субъектами рыночных отношений с целью обеспечения устойчивого социально-экономического развития региона и роста благосостояния его населения. Чем больше конкурентных преимуществ создано и накоплено регионом или просто унаследовано от природы и чем полнее они реализуются, тем выше его конкурентоспособность. При этом только простое наличие тех или иных конкурентных преимуществ само по себе еще не означает конкурентоспособности системы, поскольку их необходимо еще реализовать.

При оценке конкурентоспособности региона, применяемые показатели могут быть как качественными (соответствие экспортной продукции тенденциям моды, отсутствие дефектов и т. д.), так и количественными (производительность, потребляемая мощность предприятия и т. д.) [4, с. 126].

В системе управления конкурентоспособностью экспорта, главное – это ее оценка. Несмотря на то что существует множество различных методик исследования конкурентоспособности, процесс их модификаций и создания новых непрерывно продолжается.

Оценка конкурентоспособности региона должна проводиться периодически, а не только при возникновении проблем. Эта необходимость обусловлена тем, что принятие предупреждающих мер на основе выявления знаков о потенциальном ухудшении конкурентоспособности продукции эффективнее, нежели попытки увеличить ее реальную низкую конкурентоспособность.

Постоянные изменения внешней среды диктуют необходимость трансформации существующих методик оценки конкурентоспособности региона и разработки новых вариантов [5, с. 134].

Для оценки конкурентоспособности предприятий и выпускаемой ими продукции, в том числе на экспорт, можно рассмотреть еще методику количественной оценки конкурентоспособности с элементами комплексной сравнительной рейтинговой оценки финансового состояния и деловой активности предприятий.

Для управления конкурентоспособностью региона и экспортной продукцией необходим объективный инструмент ее оценки. Конкурентоспособность представляет собой оценочную величину. Она отображает отличия процесса развития данного предприятия от конкурента по степени удовлетворения своими товарами конкретной покупательской потребности. Оценка конкурентоспособности – это расчет, интерпретация и анализ комплекса показателей, характеризующих конкурентоспособность продукции, маркетинговой деятельности, предприятия в целом.

Теория конкурентного преимущества заключается в том, что для обеспечения конкурентоспособности региона необходимо наиболее полно и эффективно использовать все имеющиеся ресурсы. Конкурентные преимущества включают в себя такие характеристики, которые обуславливают определенное превосходство над постоянными конкурентами.

Исходя из вышесказанного, приходим к выводу, что данные методы при оценке конкурентоспособности не учитывают соответствие продукции предприятия реальным запросам потребителей, игнорируют показатели объема продаж продукции и прибыли [6, с. 147].

Таким образом, конкурентоспособностью является характеристика, которую нельзя выразить односложно, в виде единого показателя. Основу ее составляют многочисленные различные факторы. Причем каждый из них в частности не дает законченного представления о данном явлении. Именно поэтому в рыночном механизме управления необходимо использовать систему таких показателей, которые учитывают особенности рыночной ситуации, специфику хозяйствующего субъекта как элемента рынка [7, с. 44].

Важным аспектом конкурентоспособности экспортной продукции является наличие у нее конкурентных преимуществ, тех, которые являются стратегически важными для рынка и позволяющими побеждать в конкурентной борьбе. Для того чтобы продукция предприятий области, как и они сами, стали лидерами на местном рынке и рынке соседних регионов, необходимо всегда опережать конкурентов как в нововведениях в производстве и сбыте продукции, так и в установлении новых цен и снижении издержек. Исходя из этого, можно сделать вывод, что конкурентоспособность не постоянна, ведь преимущество над конкурентами может утрачиваться со временем. Это может происходить как за счет факторов внешней среды, так и внутренних факторов [8, с. 152].

После выхода на рынок экспортируемый товар постепенно начнет расходовать потенциал своей конкурентоспособности. Этот процесс возможно замедлить, но остановить – нет. Поэтому любой новый продукт проектируется так, чтобы обеспечить ему выход на рынок тогда, когда наступит момент значительной потери конкурентоспособности предыдущим продуктом. Конкурентоспособность нового продукта должна быть опережающей и долговременной.

Внешняя торговля является наиболее развитой формой внешнеэкономической деятельности. Она является эффективным и удобным способом достижения сбалансированности экономики области и страны в целом. Внешнюю торговлю можно определить как своеобразный сектор экономики любой страны, области, который связан с реализацией части валового продукта на зарубежных рынках и части зарубежной валовой продукции на национальном рынке. Экспорт является одним из инструментов расширения рынка и одним

из способов получения доступа к современным технологиям из других регионов. В то же время экспортирование продукции означает необходимость участия в жесткой конкурентной борьбе, которая позволяет открыть возможности повышения эффективности.

Оренбургская область, обладая мощным экономическим и ресурсным потенциалом, развивает международные и внешнеэкономические связи с государствами как дальнего, так и ближнего зарубежья. Для Оренбургской области внешнеэкономический комплекс – фактор стабильности и развития.

Внешнеторговый оборот Оренбургской области в 2010 г. составил 4105,0 млн долларов США, в том числе экспорт – 2990,4, импорт – 1114,6 млн долларов. По сравнению с 2009 г. внешнеторговый оборот увеличился на 12,7 % (экспорт – на 12,9 %, импорт – на 12,3 %). Сальдо торгового оборота в 2010 г. сложилось положительное – 1875,8 млн долларов США.

Динамика структуры экспорта и импорта Оренбургской области представлена в таблице 1.

Таблица 1

Динамика структуры экспорта и импорта Оренбургской области

Показатели	2000		2005		2007		2008		2009		2010		Темп роста в 2010 к 2000, %
	млн долл.	в % к итогу	млн долл.	в % к итогу	млн долл.	в % к итогу	млн долл.	в % к итогу	млн долл.	в % к итогу	млн долл.	в % к итогу	
Внешнеторговый оборот в том числе:	1934,7	100	2872,8	100	4883,0	100	6326,5	100	3641,5	100	4105,0	100	в 2,12 раза
со странами дальнего зарубежья	1347,3	69,6	1987,4	69,2	2964,7	60,7	3921,5	62,0	2124,6	58,3	2690,9	65,5	199,7
со странами СНГ	587,4	30,4	885,4	30,8	1918,3	39,3	2405,0	38,0	1516,9	41,7	1414,1	34,5	в 2,4 раза
Экспорт в том числе:	1333,1	68,9	2077,0	72,3	3538,8	72,5	4590,0	72,5	2649,2	7,4	2991,08	72,9	в 2,24 раза
со странами дальнего зарубежья	1231,9	63,7	1885,6	65,6	2677,7	54,8	3519,5	55,6	1891,7	52,0	2343,34	57,1	190,2
со странами СНГ	101,2	5,2	191,4	6,7	861,1	17,6	1070,5	16,9	757,5	20,8	647,74	15,8	в 6,39 раза
Импорт в том числе:	601,6	31,1	795,8	27,7	1344,2	27,5	1736,5	27,4	992,3	27,3	1114,6	27,1	185,3
со странами дальнего зарубежья	115,4	6,0	101,8	3,5	287,0	5,9	402,0	6,3	232,9	6,4	347,6	8,4	в 3,01 раза
со странами СНГ	486,2	25,1	694,0	24,1	1057,2	21,6	1334,5	21,1	759,4	20,8	767,0	18,7	157,7

В 2011 г. в связи с созданием Таможенного союза наблюдается значительное снижение объемов региональной внешней торговли товарами по причине выпадения из показателей данных взаимной торговли с Республикой Казахстан, а также торговли со странами, не входящими в состав Таможенного союза и выпустившими товары в свободное обращение на территории Республики Беларусь и Республики Казахстан.

В структуре внешней торговли Оренбургской области превалирует экспортная составляющая. Коэффициент покрытия импорта экспортом по итогам 1-го полугодия 2011 г. составил 2,88.

В товарной структуре экспорта в 2010 г. преобладали минеральные продукты (58,6 %), металлы и изделия из них (35,4 %), и по сравнению с 2009 г. их объем увеличился

соответственно на 7,9 % и 27,9 %. В структуре импорта в 2010 г. основное место занимали минеральные продукты (38,4 %), по сравнению с 2009 г. их объем уменьшился на 20,7 %.

Товарная структура внешней торговли Оренбургской области представлена в таблице 2. В 2010 г. основное место в товарной структуре внешней торговли занимала продукция топливно-энергетического комплекса – 2036,2 млн долларов США, или 49,6 % всего внешнеторгового оборота Оренбургской области (в 2009 г. – 2032,1 млн долларов США, или 55,8 %).

Таблица 2

Товарная структура внешней торговли Оренбургской области

млн долл. США

Товарные группы	СНГ			Дальнее зарубежье			Всего внешнеторговый оборот		
	2009	2010	2010 к 2009, %	2009	2010	2010 к 2009, %	2009	2010	2010 к 2009, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Продовольственные товары и сырье	204,0	258,6	126,8	13,1	6,3	48,1	217,1	264,9	122,0
в % к итогу	13,46	18,28		0,62	0,23		5,96	6,45	
Минеральные продукты, кроме ТЭК	53,3	33,9	63,6	79,5	112,1	141,0	132,8	146,0	109,9
в % к итогу	3,52	2,40		3,74	4,17		3,65	3,56	
Продукция ТЭК	1071,8	904,2	84,4	960,3	1132,0	117,9	2032,1	2036,2	100,2
в % к итогу	70,74	63,91		45,2	42,06		55,83	49,59	
Продукция химической промышленности	32,8	36,1	110,1	75,2	93,8	124,7	108,0	129,9	120,3
в % к итогу	2,16	2,55		3,54	3,49		2,97	3,16	
Древесина и изделия из нее	1,5	1,1	73,3	3,2	5,1	159,4	4,7	6,2	131,9
в % к итогу	0,10	0,08		0,15	0,19		0,13	0,15	
Одежда, обувь	4,0	4,8	120,0	52,0	10,1	19,4	56,0	14,9	26,6
в % к итогу	0,26	0,34		2,45	0,38		1,54	0,36	
Черные и цветные металлы	87,6	69,7	79,6	767,4	1030,8	134,3	855,0	1100,5	128,7
в % к итогу	5,78	4,93		36,12	38,30		23,49	26,80	
Продукция машиностроения	58,1	103,1	181,8	173,0	298,3	172,4	230,1	402,1	174,8
в % к итогу	3,77	7,34		8,14	11,08		6,32	9,79	
Прочие	3,8	2,6	83,9	0,9	2,6	в 2,9 раза	4,0	5,2	130,0
в % к итогу	0,20	0,18		0,04	0,10		0,11	0,13	
Итого:	1516,9	1414,1	93,2	2124,6	2690,9	126,6	3641,5	4105,0	112,7

На втором месте – черные и цветные металлы и изделия из них – 1100,5 млн долларов США, или 26,8 % (в 2009 г. – 855,0 млн долларов США, или 23,5 %).

Третье место занимает продукция машиностроения – 402,1 млн долларов США, или 9,8 % (в 2009 г. было 230,1 млн долларов США, или 6,3 %).

Продовольственных товаров в 2010 г. экспортировано на 264,9 млн долларов США, доля в структуре внешней торговли – 6,45 % (в 2009 г. было 6,0 %, или 217,1 млн долларов США).

В 2010 г. хозяйствующими субъектами Оренбургской области экспортировано товаров на 2991,1 млн долларов США (112,9 % к уровню 2009 г.).

В 2010 г. наблюдался рост объемов экспортных поставок в стоимостном выражении по всей основной номенклатуре продукции, кроме продовольственных товаров

(снижение в 2,1 раза); одежды, обуви (снижение на 15,9 %) и продукции машиностроения (снижение на 12,6 %).

Доля экспорта в страны ближнего зарубежья в 2010 г. составила 21,7 %, или 647,7 млн долларов США (в 2009 г. – 28,6 %). Снижение к уровню 2009 г. – на 109,8 млн долларов США, или на 14,5 %, что связано с выпадением из региональных внешнеторговых показателей с 1 июля 2011 г. данных торговли с Республикой Казахстан в связи с созданием Таможенного союза.

Основу экспорта в страны ближнего зарубежья составляет продукция ТЭК – 523,0 млн долларов, или 80,7 % от всего экспорта области в страны СНГ (в 2009 г. – 74,6 %).

Доля экспорта в страны дальнего зарубежья по итогам 2010 г. составила 78,3 %, или 2343,3 млн долларов США (в 2009 г. – 71,4 %). Рост к уровню 2009 г. – на 451,6 млн долларов США, или на 23,9 %.

Экспорт в страны дальнего зарубежья представлен продукцией топливно-энергетического комплекса – 1119,9 млн долларов США, или 47,8 % всего экспорта области в дальнее зарубежье (в 2009 г. было 50,8 %), и продукцией металлургии – 1016,9 млн долларов США, или 43,4 % регионального экспорта в дальнее зарубежье (по итогам 2009 г. было 40,4 %).

Основу регионального экспорта продовольственных товаров в 2010 г. составляли: колбасные изделия, пшеница, масло подсолнечное, масличные семена, сырая и консервированная плодоовощная продукция, яйца птиц.

Крупнейшие экспортеры продовольственных товаров: ООО «Птицефабрика «Гайская» (яйца птиц); ОАО «Оренбургский маслоэкстракционный завод» (масло подсолнечное); ООО «Савола Агро Трейд» (семена подсолнечника); ЗАО «Орский мяскокомбинат», ООО «ЖеЛеН» (колбасные изделия); ООО «ООО «Золотая нива», ОАО «Айдырлинский элеватор», ООО «РусАгроТрейд» (пшеница).

Динамика экспорта основных товаров Оренбургской области в физических объемах представлена в таблице 3.

Таблица 3

Экспорт основных товаров Оренбургской области в физических объемах

Наименование товара	Ед. изм.	2008	2009	2010	2010 к 2009, в %
Яйцо птиц	тыс. штук	24 269,0	44 837,3	23 472,0	52,4
Овощи	тыс. тонн	2,6	21,6	11,9	55,1
Фрукты	тыс. тонн	5,6	4,5	1,6	35,6
Пшеница	тыс. тонн	12,7	41,1	25,8	62,8
Рожь	тыс. тонн	0,9	-	-	-
Мука	тыс. тонн	5,0	0,5	-	-
Масличные семена	тыс. тонн	26,1	32,9	5,1	15,5
Масло подсолнечное	тыс. тонн	14,9	9,3	4,1	44,1
Колбасные изделия	тыс. тонн	2,4	3,2	2,2	68,8
Продукты переработки овощей, плодов	тонн	341,4	708,2	673,1	95,0
Цемент	тыс. тонн	204,5	301,8	122,7	40,7
Асбест	тыс. тонн	295,0	427,3	399,8	93,6
Газ природный	тыс. тонн	5058,0	5439,9	2430,2	44,7
Нефтепродукты	тыс. тонн	974,1	1060,8	1139,8	107,5
Кокс	тыс. тонн	73,8	37,9	57,4	151,5
Нефть сырая, включая газовый конденсат	тыс. тонн	3132,9	1 741,4	1350,4	77,6
Продукты неорганической химии	тыс. тонн	66,4	93,0	57,6	61,9
Удобрения	тыс. тонн	34,3	31,2	17,0	54,5
Черные металлы и изделия из них	тыс. тонн	1781,6	2178,9	1918,8	88,1
Цветные металлы и изделия из них, в том числе	тыс. тонн	19,3	19,6	21,9	111,7
никель и изделия из него	тыс. тонн	14,4	13,5	12,4	91,9

Как видно из таблицы 3, по экспорту большинства основных товаров в 2010 г. наблюдался спад: по яйцу птиц (на 47,6 %), овощам (на 44,9 %), фруктам (на 64,4 %), пшенице (на 37,2 %) и т. д. Рожь и мука вообще не шли на экспорт. Это связано с неблагоприятными природными условиями летом 2010 г. Рост экспорта наблюдался по нефтепродуктам (на 7,5 %), коксу (на 51,5 %) и цветным металлам (на 11,7 %).

Товарная структура экспорта Оренбургской области представлена в таблице 4.

Таблица 4

Товарная структура экспорта Оренбургской области

млн долл. США

Товарные группы	СНГ			Дальнее зарубежье			Всего экспортировано в СНГ		
	2009	2010	2010	2009	2010	2010	2009	2010	2010
			2009, %			2009, %			2009, %
Продовольственные товары и сырье	39,60	19,93	50,3	8,70	3,35	38,5	48,30	23,28	48,2
в % к итогу	5,23	3,08		0,46	0,14		1,82	0,78	
Минеральные продукты, кроме ТЭК	29,90	14,33	47,9	69,40	96,49	139,0	99,30	110,82	111,6
в % к итогу	3,95	2,21		3,67	4,12		3,75	3,71	
Продукция ТЭК	565,20	522,96	92,5	960,10	1119,85	116,6	1525,30	1642,81	107,7
в % к итогу	74,61	80,74		50,75	47,79		57,58	54,92	
Продукция химической промышленности	12,90	10,67	82,7	65,70	83,47	127,1	78,60	93,84	119,4
в % к итогу	1,70	1,65		3,47	3,56		2,97	3,14	
Древесина и изделия из нее	1,48	0,81	54,7	1,37	2,37	173,0	2,85	3,18	111,6
в % к итогу	0,20	0,13		0,07	0,10		0,11	0,11	
Одежда, обувь	0,87	0,70	80,5	0,01	0,04	в 4,0 раза	0,88	0,74	84,1
в % к итогу	0,11	0,11		0,030	0,030		0,03	0,02	
Черные и цветные металлы	64,60	43,37	67,1	764,00	1016,85	133,1	828,60	1060,22	128,0
в % к итогу	8,53	6,70		40,39	43,39		31,28	35,45	
Продукция машиностроения	41,10	34,47	83,9	22,30	20,91	93,8	63,40	55,38	83,4
в % к итогу	5,43	5,32		1,18	0,89		2,39	1,85	
Прочие	1,85	0,77	41,62	0,12	-	-	1,97	0,77	39,09
в % к итогу	0,24	0,12		0,07	-		0,07	0,03	
Итого:	757,50	647,74	85,5	1891,70	2343,34	123,9	2649,20	2991,08	112,9

Динамика привлечения иностранных инвестиций в экономику Оренбургской области представлена в таблице 5.

Таблица 5

Динамика привлечения иностранных инвестиций в экономику Оренбургской области

млн долл. США

Виды инвестиций	2006	2007	2008	2009	2010	2010 к 2009, в %
Прямые	56,8	71,4	280,8	119,2	137,9	115,7
доля в общем объеме инвестиций, %	30,0	13,5	57,7	21,8	21,2	-
Портфельные	0	6,0	0,006	9,2	0,0025	-
Прочие	132,6	452,0	206,1	417,2	511,3	122,6
Объем инвестиций всего	189,4	529,4	486,8	545,6	649,2	119,0

Как видим из таблицы 5, общий объем инвестиций в 2010 г. по сравнению с 2009 г. возрос на 19 %, в том числе прямые на 15,7 %. Доля иностранных инвестиций в экономику Оренбургской области в общем объеме инвестиций за пять лет снизилась с 30 % до 21,2 %.

На сегодняшний день структура экспорта российских регионов определяется сырьевой направленностью. Доминирующей моделью развития в последние годы является модель, базирующаяся на экспорте сырьевых ресурсов, но она начинает изживать себя. В ближайшее время регионы могут столкнуться с трудностями в расширении сырьевого экспорта, а стимулирующее влияние экспорта может проявиться лишь при условии, что экспорт будет представлен продукцией высокой степени переработки. Кроме того, денежные доходы, которые получают в условиях благоприятной сырьевой конъюнктуры на мировом рынке, не являются основой развития высокотехнологичных наукоемких производств, что в целом ограничивает возможности расширения экспортного потенциала региона [9, с. 42].

Постоянное ужесточение международной конкуренции на внешних рынках на фоне государственной поддержки экспорта за рубежом подтверждает необходимость мер в области содействия развитию качественной структуры экспортного потенциала российских регионов.

Ситуация, которая сложилась в экспортном секторе, свидетельствует о том, что государственная поддержка экспортно-ориентированных производств не может считаться удовлетворительной и достаточной для формирования предпосылок осуществления активной экспортной экспансии на внешних рынках [10, с. 112].

Определяя направления развития региона, необходимо опираться на возрастающее значение организационно-экономического потенциала территорий, что значительно позволяет расширить возможности скорейшей организации производства новых товаров и услуг с максимально эффективным использованием производственного потенциала других стран и территорий. С этих позиций формирование благоприятных условий для организации новых производств и реализации инновационных проектов становится основным инструментом модернизации и развития хозяйственного комплекса региона.

Вместе с тем нуждается в решении вопрос отладки эффективной экспортной инфраструктуры отечественных предприятий и их объединений. Речь идет о формировании разветвленной системы сбыта товаров и услуг за границей путем создания сети торговых представительств, коммерческих агентов, выставочных центров и других структур, которые будут обеспечивать маркетинговую и рекламную поддержку экспорта товаров и услуг.

Итак, мировой финансово-экономический кризис значительно скорректировал состояние внешней торговли и намеченные цели по ее развитию. Поэтому в современных экономических условиях основными направлениями внешнеэкономической политики государства становятся ориентация на увеличение экспортного потенциала, развитие национального производства. Повышение конкурентоспособности экспортного потенциала машиностроительного комплекса Оренбургской области должно осуществляться на основе широкомасштабной подготовительной работы по модернизации, реконструкции и созданию новых основных производственных фондов, позволяющих выпускать продукцию высокого мирового уровня. Это предопределяет необходимость проведения объективного и независимого анализа научно-технического и производственного потенциала регионов России с выделением вопросов, касающихся положения отраслей промышленности, состояния внутренних и внешних рынков товаров и услуг и, что самое главное, сравнительной конкурентоспособности предприятий и продукции.

Ссылки:

1. Мальцев А.А. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации : курс лекций. Екатеринбург, 2006. 453 с.
2. Сейфуллаева М.Э., Капицын В.М. Экспортный потенциал российских регионов в условиях глобализации мировой экономики // Регион. 2006. № 3. С. 93–111.
3. Сейфуллаева М.Э. Механизм формирования экспортного потенциала региона // Регион. 2007. № 1. С. 68–83.
4. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2009. 460 с.
5. Там же.
6. Там же.
7. Осипов А.Н. Повышение конкурентоспособности зернового производства России (теория, методология, практика). М., 2008.
8. Лифиц И.М. Указ. соч.
9. Уварова А.Я. Оценка внешнеэкономической деятельности регионов России и пути ее активизации // Региональная экономика. 2007. № 11. С. 40–47.
10. Гаврилов Н.Г. Государственная поддержка российского экспорта в России // Вопросы экономики. 2007. № 3. С. 108–119.

References (transliterated):

1. Mal'tsev A.A. Gosudarstvennoe regulirovanie vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti v Rossiyskoy Federatsii : kurs lektsiy. Ekaterinburg, 2006. 453 p.
2. Seyfullaeva M.E., Kapitsyn V.M. Eksportniy potentsial rossiyskikh regionov v usloviyakh globalizatsii mirovoy ekonomiki // Region. 2006. № 3. P. 93–111.
3. Seyfullaeva M.E. Mekhanizm formirovaniya eksportnogo potentsiala regiona // Region. 2007. № 1. P. 68–83.
4. Lifits I.M. Konkurentosposobnost' tovarov i uslug : manual. 2nd ed., changed and added. M., 2009. 460 p.
5. Ibid.
6. Ibid.
7. Osipov A.N. Povyshenie konkurentosposobnosti zernovogo proizvodstva Rossii (teoriya, metodologiya, praktika). M., 2008.
8. Lifits I.M. Op. cit.
9. Uvarova A.Y. Otsenka vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti regionov Rossii i puti ee aktivizatsii // Regional'naya ekonomika. 2007. № 11. P. 40–47.
10. Gavrilov N.G. Gosudarstvennaya podderzhka rossiyskogo eksporta v Rossii // Voprosy ekonomiki. 2007. № 3. P. 108–119.