

Научная статья

УДК 334.02

DOI: <https://doi.org/10.29039/2949-1258/2024-4/037-046>

EDN: <https://elibrary.ru/VLCWQY>

Методические подходы к определению экспортного потенциала высокотехнологической продукции машиностроения

Осипов Виктор Алексеевич

Российская таможенная академия, Владивостокский филиал

Владивосток, Россия

Аннотация. Предметом исследования являются методологические вопросы определения экспортного потенциала отечественного машиностроения. В качестве цели рассматривается сущность этого явления, связь с понятием конкурентоспособности машиностроительной продукции. Выявляется роль таможенной службы в формировании действующей системы экспортного потенциала. Определяются возможности таможенной службы влиять на экспортный потенциал отечественного машиностроения, возможности управления информационным потоком в виде обратной связи от зарубежной практики реализации товаров до формулировки оптимальных для отечественного машиностроения форм и методов взаимодействия таможенных органов и отечественной промышленности. В качестве рычагов воздействия на экспортный потенциал предлагается оригинальная формула конкурентоспособности продукции машиностроения. В качестве обратной связи в системе управления экспортным потенциалом предлагается считать поток валютной прибыли.

Ключевые слова: экспортный потенциал машиностроения, конкурентоспособность машиностроительной продукции, таможенные органы как элемент управления экспортным потенциалом страны.

Для цитирования: Осипов В.А. Методические подходы к определению экспортного потенциала высокотехнологической продукции машиностроения // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2024. Т. 16, № 4. С. 37–46. DOI: <https://doi.org/10.29039/2949-1258/2024-4/037-046>. EDN: <https://elibrary.ru/VLCWQY>

Original article

Methodological approaches to determining the export potential of high-tech engineering products

Victor A. Osipov

Vladivostok branch of the Russian Customs Academy

Vladivostok, Russia

Abstract. The subject of the paper is the methodological issues of determining the export capacity of domestic engineering. The purpose of the research lies in the study of this phenomenon essence with respect to the concept of competitiveness of engineering products. Revealed here is the role of the customs service in forming the export capacity system that has come into effect. The capabilities of the customs service to influence the export capacity of domestic engineering are examined. Of special emphasis are the capacities to control information flows through feedback ranging from foreign practices in sales to various efficient (for domestic machine-building products) guises of interaction between customs authorities and domestic industry. As the market pressure on the export capacity offered in the paper is the author-developed formula of the competitiveness of machine-building products. The flows of currency profits are offered to consider as a feedback in the export

capacity control system. In addition to their fiscal functions, customs services can perform the part of both a regulator and an incentive for the export capacity development.

Keywords: *the export potential of mechanical engineering, the competitiveness of machine-building products, customs authorities as an element of managing the country's export potential.*

For citation: *Osipov V.A. Methodological approaches to determining the export potential of high-tech engineering products // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University. 2024. Vol. 16, № 4. P. 37–46. DOI: <https://doi.org/10.29039/2949-1258/2024-4/037-046>. EDN: <https://elibrary.ru/VLCWQY>*

Введение

Актуальность статьи состоит в том, что реальное определение экспортного потенциала позволит лицам, принимающим решение, на любом уровне управления разрабатывать меры по получению валютной выручки. Особенно это важно для производств несырьевого сектора и, в частности, машиностроения. Президентом РФ В.В. Путиным практически поставлена задача увеличить долю высокотехнологичной продукции и снизить долю сырьевой составляющей в экспорте страны [1]. Рассмотрены методологические вопросы определения экспортного потенциала (ЭП) машиностроительной продукции и высокотехнологичных производств в целом.

Цель работы – дать новое понимание сущности экспортного потенциала машиностроительной промышленности, отражающего современные реалии определения конкурентоспособности машиностроительной продукции. Задачи: показать генезис данной категории, определить связь между экспортным потенциалом и конкурентоспособностью машиностроительной продукции и предприятий, выявить возможности участия таможенных органов для совершенствования ЭП машиностроительной промышленности.

Предмет исследования – экспортный потенциал как развитие понятия сравнительной эффективности производства. Развитие мировой торговли породило попытки осмысления такого понятия, как экспортный потенциал страны в рамках концепции меркантилизма. Авторская позиция состоит в том, что понятие экспортного потенциала является конструктивным; способствует развитию промышленного производства не только в целях получения валютной прибыли, но и в целях внутреннего потребления высокотехнологичной продукции.

Методы исследования: историзм (рассматривается генезис развития понятия экспортного потенциала, выявляется связь его с состоянием и развитием национальных экономик); системный анализ (сущность явления объекта изучения проявляется в его функции в более высокой системе). Выявляется управленческая функция экспортного потенциала в экономической системе государства, предприятия.

Основная часть

Экспортный потенциал как сущность национальной экономики впервые появился в меркантилизме. Определение меркантилизму дал А. Смит, открыв широкое поле экономической деятельности стран, активно участвующих в мировой торговле XV–XVIII вв.

Наиболее известные представители меркантилизма – Томас Ман (1571–1641), Антуан Монкретьен де Ваттевиль (1575–1621). В последующем «А. Смит перечислил 6 основных практических рекомендаций меркантилизма: 1) ограничение ввоза из тех стран, торговый баланс по отношению к которым считался неблагоприятным; 2) ограничение импорта тех продуктов (для внутреннего потребления), которые

могут быть произведены внутри страны; 3) возврат пошлин (акцизов) отечественным фабрикантам, вывозящим свою продукцию; 4) поощрение премиями новых отечественных мануфактур; 5) требование предоставления привилегий купцам и товарам отдельной страны в торговле с некоторыми государствами (и на их территории) по сравнению с купцами и товарами из других стран; 6) предоставление монополии торговым компаниям при учреждении колоний в дальних странах» [2]. Д. Рикардо в своей работе «Начала политической экономии и налогового обложения» (1817) доказал, что в международной торговле «принцип абсолютного преимущества», проявляющегося в массе продаваемых товаров, является лишь частным случаем общего правила; обосновал теорию «сравнительного преимущества». У него речь идет уже о производстве конкретных товаров. Последующее развитие теории сравнительных преимуществ получила в работе Д. Милля «Принципы политической экономии», опубликованной в 1848 г. [3].

В разных формах идеи монетаризма проявляются до настоящего времени в зарубежной литературе и практике. Особенно известна теория Хекшера – Олина, которая объясняла причины международной торговли товарами обрабатывающей промышленности, которые состояли прежде всего в межстрановых различиях в издержках производства конкретных товаров.

В России идеи монетаризма проявились со времен Петра I с началом выхода России на мировой рынок и развивались по мере расширения внешней торговли. В современной России они проявляются в форме определения экспортного потенциала, обеспечивающего валютные поступления в бюджет государства за счет производства продукции, поступающей на внешний рынок. Для планирования валютных поступлений за счет экспорта продукции возникла потребность определить как теоретически, так и практически экспортный потенциал страны. Пик исследований в таком направлении приходится на 2010–2020 гг. [4–10].

Когда обострилась внешнеэкономическая обстановка и ввелись санкции на широкий ряд российских товаров, относящихся к различным видам экономической деятельности, были разработаны национальные программы развития отраслей экономики РФ, каждая из которых содержала пункты об экспортной ориентации деятельности [11].

Понятие экспортного потенциала как экономической категории возникло из необходимости государства знать, что и в каком объеме можно поставить на зарубежные рынки в целях получения валютного дохода. Опираясь на положения классической политической экономии, следует полагать, что на экспорт может и должна поставляться только та продукция, *которая уже насытила внутренний рынок* и по эффективности производства-потребления стоит наряду с тем, чем обеспечивают зарубежные производители, или выше того.

Можно предложить главный принцип управления внешней торговли: только «победив» на внутреннем рынке экспортную продукцию, следует думать о выходе на аналогичный внешний рынок. В основе экспортного потенциала предприятия, региона или государства лежит конкурентоспособность производимой продукции на зарубежных рынках. Однако часто в случае, когда производство осуществляется на условиях предварительного получения зарубежных кредитов, зарубежная поставка товара является главным условием возврата валютного кредита. Встречаются и случаи, когда экспорт продукции определяется по политическим причинам или по другим организационным условиям экспорта продукции, т.е. объем поставок на экспорт определяется по условиям организации заключенных договоров или по требованиям

Правительства. Это нарушает классический подход выхода на зарубежный рынок «излишков продукции» на условиях конкурентоспособности. Например, становление прогрессивной экономики Республики Кореи.

Таким образом под экспортным потенциалом страны следует понимать тот объем продукции, произведенной на отечественных предприятиях, который в состоянии конкурировать на конкретных рынках зарубежных стран. Этот показатель требуется знать лицам, принимающим решения, для управления внешней экономической деятельностью страны. Экспортный потенциал не обязательно «выходит» на внешний рынок, «он существует в возможности». Прежде всего он должен удовлетворять потребности внутреннего потребителя как единичного, так и массового. Это означает, что интересы собственных граждан должны стоять как минимум на уровне зарубежных покупателей. Этот показатель подвижен, зависит от динамики технического прогресса (особенно для машиностроительных предприятий), целей и способов потребления машиностроительной продукции, способности потребителей освоить методы управления конкурирующими машинами, национальных способов потребления, приспособленности к уровню качества, методов организации технического обслуживания и многих других качеств. При этом следует отметить возможность применения административного воздействия. Теоретически экспортный потенциал может равняться производственной мощности предприятий, отрасли или экономики в целом. Всю производимую продукцию какого-либо сектора экономики можно рассматривать в качестве экспортного потенциала, который директивно можно отправить за границу для извлечения валютного дохода и прибыли. Экспортный потенциал изначально можно и необходимо определять, как и производственную мощность, в натуральных величинах производимой продукции. Затем по мере умножения количества продукции на цену реализации на зарубежных рынках можно получить экспортный потенциал в стоимостных единицах.

Особенности машиностроительной продукции как фактора экспортного потенциала заключаются в том, что производимая машиностроением техника всегда осуществляет переворот в сферах, эксплуатирующих продукцию. Она повышает эффективность жизнедеятельности в потреблении путём: экономии времени, появления новых нетрадиционных возможностей выполнения традиционных функций, освоения новых пространств, добычи новых видов полезных ископаемых, повышения производительности труда и т.д. Все это повышает уровень и качество жизни людей, применяющих новые машины и оборудование для обеспечения своего потребления. Производство и, главное, потребление даже не самой прогрессивной техники всегда приводят к повышению качества жизни потребителей машин. В этом заключается сущность и природа машин в общественном производстве [12].

Опираясь на концепцию ранней политэкономии, в систему международного обмена техники как товара следует вводить некоторые уточнения, которые определяются особенностью потребления и проявлением эффекта. Главная особенность продукции машиностроения – длительность её эксплуатации (потребления). При этом всегда возникают проблемы текущего и капитального ремонтного обслуживания и иногда модернизации. Поэтому процессы потребления не останавливаются в моменте купли-продажи изделия. Естественным образом возникает потребность в сопровождении со стороны изготовителя в течение всего срока службы машин вплоть до списания. Классическим примером такого процесса экспорта можно рассматривать экспорт ядерной технологии, предполагающий возврат опасных отходов

атомной электростанции обратно в Россию. Как часть этой концепции можно рассматривать установленный в РФ «утилизационный сбор» для автомобилей, хотя в этом случае многие авторы полагают, что это своеобразный дополнительный налог на потребителя.

Все это предполагает разработку своеобразной тактики и стратегии выхода каждой продукции на конкретный рынок. Классическим случаем можно считать выход японской автомобильной продукции на американский рынок в 1958 и 1960 гг. На первом этапе японские предприятия вышли на американский рынок со своими автомобилями, разработанными под потребительские стандарты Японии (небольшие автомобили с малыми габаритами, малой мощностью двигателей). Первый выход был провальным. Японский менеджмент сделал вывод: вывоз из США все нераспроданные автомобили, перестроил производство под более крупные автомобили с американскими стандартами потребления и, учитывая вначале не очень качественное производство, завез запасные части по стоимости в три раза больше, чем стоимость основного товара, обеспечивая этим короткий срок ремонта и обслуживания автомобилей. На втором этапе были улучшены качественные характеристики продукции.

Здесь важно отметить, что японский менеджмент впервые на первое место как цель производства поставил *функцию потребления машиностроительной продукции*. До сих пор одним из отмечаемых конкурентных преимуществ японских машин в США является то, что они в среднем в ремонте стоят 2–3 дня в год. При этом часто из подменного фонда клиенту ремонтных служб дается машина на время ремонта.

Аналогичные управленческие процессы происходят на мировом рынке с морскими судами и их двигателями, а также с самолетными двигателями. По всему миру имеются склады с запасными частями для судовых двигателей (например, глобальная сеть сервисных центров MAN Diesel PrimeServ), которые в любой момент могут поставить в ближайший порт необходимый продукт машиностроительного производства для технического обслуживания или для ремонта. При этом не допускается аварийный ремонт за счет повышения надежности этих механизмов.

Роль таможенных органов России как государственных подразделений также может учитываться с точки зрения содействия развитию конкурентоспособного производства. Однако успешных примеров пока мало. Известна история введения таможенной пошлины на ввозимые автомобили. Драматургия её внедрения и развития требует отдельного размышления. Первоначально введение пошлины аргументировалось необходимостью поддержать отечественных производителей автомобилей с целью повышения качества продукции. Однако при этом не был разработан механизм преобразования таможенных поступлений в поддержку отечественного машиностроения, и со временем эта таможенная процедура превратилась в вариант заградительной пошлины [13].

Экспортный потенциал любого объекта управления (изделия, предприятия, его продукции, региона или государства) должен определяться по отношению к конкретному рынку либо конкретной группе потребителей, формируемой по соответствующим признакам стратегической сегментации рынка. Экспортный потенциал характеризует тот ареал, где определяется сравнительная характеристика эффективности объекта управления. В национальных масштабах ЭП может характеризовать степень развития общества (как по степени насыщения внутреннего рынка, так и способности воспроизводить уровень потребления).

Экспортный потенциал предприятия (понимаемый как конкурентоспособность предприятия) зависит от достигнутого уровня конкурентоспособности производимых на предприятии всех видов продукции, которые могут непосредственно вступить в борьбу за реализацию на конкретном зарубежном рынке. Предприятия конкурируют посредством выхода на рынок их конкретных изделий, т.е. каждое изделие является «представителем» предприятия (фирмы). Неслучайно на многих изделиях фирменное наименование (знак марки) находится на самом видном месте изделия (упаковки). Конечно, на каждом определенном рынке положение предприятия зависит не только от конкурентоспособности продукции, но и от совокупности социально-экономических факторов, организационно-правовых условий деятельности. При этом конкурентоспособная национальная экономика определяется конкурентоспособностью предприятий и отраслей.

Споры вокруг определения ЭП продолжаются и по сей день. Возможно, что экспортный потенциал любого объекта управления можно определить только в общем виде. Конкретные показатели ЭП так же многообразны, как и виды продукции и производств. При этом если на предприятии используется неустойчивая технология, не гарантирующая качество, то ЭП может определяться той долей продукции, которая конкурентоспособна на рынке, т.е. в ЭП входит только та часть продукции, которая в будущем реально может быть реализована на рынке.

В зависимости от экономического объекта различают экспортный потенциал изделия, затем предприятия и далее отрасли и национальной экономики, т.е. иерархия ЭП определяется иерархией управляемого объекта и производимой им продукцией. Характеристики и факторы, их определяющие, существенно отличаются. Объединяет эти категории способность исследуемого объекта выполнять свои функции в условиях рынка не менее эффективно, чем конкуренты. При этом понятие потенциала более широкое, чем конкурентоспособность. Экспортный потенциал состоит из продукции, обладающей достаточной конкурентоспособностью, но не обязательно экспортируемой на зарубежные рынки.

Критерием принятия решения о покупке товара на рынке является показатель конкурентоспособности как отражение большей эффективности принятия решений. Для предприятия показателем ЭП должна стать прибыль в валютном измерении, а для государства – та часть валютной прибыли, которая уходит в виде налогов в бюджет от реализации экспортной продукции. Если по каким-либо причинам вся продукция предприятия подлежит реализации за рубежом, то это означает, что экспортный потенциал будет реализован полностью.

Конкурентоспособность продукции можно представить как проявление эффективности производства предприятия непосредственно у потребителя его продукции, как некую форму «удаленной эффективности»:

$$КИ = \frac{ПЦ}{З_1 + З_2}, \quad (1)$$

где $КИ$ – конкурентоспособность изделия (продукта); $ПЦ$ – потребительская ценность изделия (полезный эффект у потребителя); $З_1$ – затраты на приобретение изделия (цена продажи, включая дополнительные издержки из-за санкций); $З_2$ – затраты потребителя по использованию изделия в течение всего времени потребления.

Таким образом, при определении конкурентоспособности товара важно знать удельные затраты на единицу потребительского эффекта от изделия. Обратная

величина показателя конкурентоспособности покажет удельные затраты в расчете на единицу потребительского эффекта. Даже при низком качестве товар будет продан, если задать ему более низкую цену, чем у конкурента. Но прежде всего конкуренция должна быть не ценовая, а по потребительским характеристикам.

В литературе отмечается, что главным препятствием для использования формулы (1) является измерение потребительной ценности продукта. Используются сложные подходы и формулы, которые фактически уводят от сущности конкурентоспособности продукции. Потребительная ценность, на наш взгляд, отражает потенциальный (при планировании) и фактический эффекты от потребления продукта.

Особенно сложно это определять для продукции машиностроения. Конкурентоспособность – это сравнительная характеристика эффективности примерно одинаковых видов продукции и экономических систем. В формуле (1) потребительская ценность изделия машиностроения должна содержать фактор времени его эффективного функционирования. Предлагаем следующую формулу для определения потребительской ценности машины [14]:

$$ПЦ = M \cdot T, \quad (2)$$

где $ПЦ$ – потребительская ценность машины; M – производственная мощность (производительность) машины; T – предстоящий полезный срок службы машины.

Отсюда следует, что потребительская ценность машины – это ее будущая полезность, потенциальная способность удовлетворять потребности в качестве средства труда определенного производственного назначения в течение предстоящего срока службы. Таким образом, это тот объём продукции, который можно получить с помощью данной машины за весь срок её службы.

Изучение конкурентоспособности собственного товара, представленного на рынке, должно вестись производителем непрерывно. Следует учитывать, что новый товар при выходе на рынок сразу начинает в той или иной мере терять свою конкурентоспособность, поэтому конкурентоспособность новых товаров должна быть опережающей и, возможно, долговременной. Сложным вопросом, не решенным в литературе, является функциональная связь конкурентоспособности изделия и прибыли от его реализации. Понятно только то, что конкурентоспособное изделие реализуется с прибылью.

Прибыль – это превышение цены товара над затратами по его изготовлению и доставке до потребителя. Фактически прибыль с изделия определяется как фактическая цена минус собственные издержки на производство и доставку продукции на рынок. В любом случае можно использовать одни и те же формулы определения прибыли с учетом приведения затрат на производство и реализацию, как внутри отечественной экономической системы, так и за рубежом, и привести их к единой валюте [15]:

$$П = (Ц - C) K \cdot T \quad (3)$$

или

$$П = \sum_{j=1}^T (Ц_j - C_j) K_j, \quad (4)$$

где $Ц_j$ – фактическая цена реализации товара на рынке на j -м отрезке времени; C_j – индивидуальная стоимость производства товара на предприятии на j -м отрезке времени с учетом доставки на рынок, включая таможенные платежи; K_j – количество выпускаемой продукции на j -м отрезке времени (месяц, год), потенциально пригодной к экспорту; T – количество периодов времени опережающего снижения уровня индивидуальной стоимости продукта относительно цены товара на рынке.

При этом можно выделить структуру прибыли, состоящую из нормальной прибыли, исходя из складывающихся предельных затрат на основе спроса и предложения. Если есть преимущество по издержкам, то в прибыль можно включить ренту. Именно дифференциальная рента первого и в основном второго рода является, на наш взгляд, той предпринимательской прибылью, которая служит стимулом для повышения эффективности производства, хотя и бывает временным явлением.

Второй уровень иерархии изучаемой категории – это экспортный потенциал предприятия. Известно множество определений конкурентоспособности предприятия. В широком смысле конкурентоспособным является предприятие, которое, осуществляя свою деятельность в условиях открытых рынков, способно длительное время оставаться прибыльным, т.е. прибыльность предприятия, показываемая на рынке, является главным фактором его конкурентоспособности, а потенциальная прибыль, получаемая в валюте, отражает экспортный потенциал предприятия.

В начале статьи было отмечено, что ЭП стал объектом изучения именно на уровне национальной экономики и в целях планирования международной торговли или оценки вариантов выхода страны на международные рынки. Экспортный потенциал страны рассматривается как способность национальных компаний, отраслей, регионов и наций создавать сравнительно высокий уровень качества жизни, высоких доходов и заработной платы, оставаясь открытым для международной конкуренции.

Многочисленные попытки объяснить, каким образом отдельные страны добиваются мирового успеха, не привели к созданию единой теории, объясняющей проявление ЭП на уровне национальной экономики. Наиболее многочисленные попытки определения этого качества экономики делаются с учетом методологии макроэкономики.

В отношении таможенной службы и экспортного потенциала нас интересует то, как таможенная служба может способствовать развитию ЭП страны. Как элемент государственного управленческого механизма таможенная служба прежде всего должна практически без задержки пропускать на сопредельные территории экспортную продукцию. Объем экспортного потенциала предопределяет требуемую пропускную способность таможенной службы. Понятно, что экспортный потенциал напрямую зависит от качества развития производственных мощностей в промышленности. Стратегический интерес государства состоит в развитии экспортного потенциала. Первоначально для этого использовались природные и географические преимущества, выгода размещения производства. Однако для машиностроительной промышленности ЭП определяется предварительным развитием науки и техники. Следовательно, развитие ЭП в стратегическом смысле зависит от упреждающего развития образования, фундаментальной науки и в последующем различных форм ее применения в НИОКР. Передовой уровень производственных мощностей и квалифицированный персонал – главные факторы экспортного потенциала страны. Если в основе изучения ЭП лежат конкретные изделия, реализуемые на рынке, то планирование развития ЭП следует начинать с глобальных затрат на совершенствование производства. Президент РФ В.В. Путин в своем послании Федеральному собранию отметил: «Несырьевой неэнергетический экспорт РФ должен увеличиться за 6 лет на две трети». Для достижения этого предлагается: «Необходимо вдвое увеличить вложения государства и бизнеса в исследования и разработки, доведя их до 2% ВВП» [1].

Таможенные органы, кроме выполнения своей фискальной и контрольной функций, могут оказывать влияние на ЭП страны, зная ЭП по конкретным видам продукции и упреждающе увеличив свою пропускную способность с целью минимизации простоев экспортной продукции. Таможенные органы также могут содей-

ствовать сбору информации для потенциальных производителей продукции в части оценки конкурентоспособности реализуемых товаров стран конкурентов, оперативного оповещения о проведении выставок по тем товарам, которые дают наибольшую экспортную прибыль. Кроме того, сбор информации может дать оперативную картину для организации процессов сопровождения эксплуатации высокотехнологической продукции и разработки рекомендаций по совершенствованию возможных льгот для некоторых видов продукции.

Список источников

1. Послание Президента РФ Федеральному собранию от 29.02.2024. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_471111/?ysclid=lut17eeptn355252646
2. Гловели Г. Дж. Меркантилизм. Большая советская энциклопедия. Опубликовано 8 ноября 2022 г. в 13:54 (GMT+3). Последнее обновление 28 июля 2023 г. в 14:35 (GMT+3). URL: <https://bigenc.ru/c/merkantilizm-d9f5d3>
3. Киреев А.П. Международная экономика. В 2 ч. Ч. 1. Международная экономика: движение товаров и факторов производства: учеб. пособие для вузов. Москва: Международные отношения, 2002. С. 88.
4. Белякова Г.Я., Фокина Д.А. Инструменты управления экспортным потенциалом с учетом стратегии развития предприятия машиностроения // Вестник СибГАУ. 2014. № 5 (57). С. 227–232.
5. Волкова В.В. Методический подход к анализу экспортного потенциала организаций оборонно-промышленного комплекса // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Т. 7, № 6А. С. 22–32.
6. Сапир Е.В., Карачев И.А. Экспортный потенциал предприятия и факторы его роста в условиях регионального кластера. Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2016. 262 с.
7. Сидоренко А.В. Методический подход к оценке повышения эффективности деятельности промышленных предприятий за счет развития экспортного потенциала // Экономические науки. 2010. № 69. С. 57–61.
8. Сычев М.С. Показатели оценки экспортного потенциала предприятия // Инновационное развитие экономики. 2012. № 4. С. 72–77.
9. Шамрай Ю.Ф. Формирование конкурентоспособного экспортного потенциала национальной экономики // Открытое образование. 2010. № 1. С. 102–113.
10. Шум Н.М., Логинов М.П. Экспортный потенциал как основа системы международных экономических отношений // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15, № 5. DOI: 10.15862/34ECVN523. URL: <https://esj.today/PDF/34ECVN523.pdf>
11. Указ Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». 7 мая 2018 года, № 204.
12. Останин, В.А. Техника в эволюции технологических укладов: монография / под ред. С.Е. Ячина. Владивосток: Изд-во Дальневост. федер. ун-та, 2023. DOI: 10.24866/7444-5523-1
13. Самарин В. Заградительные ввозные пошлины: когда они появились, как развивались и нужны ли они сейчас. URL: <https://www.kolesa.ru/article/zagraditelnye-vvozyne-poshliny-kogda-oni-poyavilis-kak-razvivalis-i-nuzhny-li-oni-seychas>
14. Осипов В.А. Эффективность машиностроительного производства. Владивосток: Изд-во ДВГТУ, 2003. 295 с.
15. Осипов В.А. Системные основы управления эффективностью промышленного производства. Петропавловск-Камчатский: Изд-во КамчатГТУ, 2009. 190 с.

References

1. Message of the President of the Russian Federation to the Federal Assembly dated 02.29.2024. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_471111-/?ysclid=lut17eepn355252646
2. Glovely G.J. Mercantilism. The Great Soviet Encyclopedia. Published on November 8, 2022 at 13:54 (GMT+3). Last updated on July 28, 2023 at 14:35 (GMT+3). URL: <https://bigenc.ru/c/merkantilizm-d9f5d3>
3. Kireev A.P. International economics. In 2 hours. Part 1. International economy: movement of goods and factors of production: textbook for universities. Moscow: International Relations; 2002. P. 88.
4. Belyakova G.Ya., Fokina D.A. Tools for managing export potential, taking into account the development strategy of a machine-building enterprise. *Bulletin of SibGAU*. 2014; 5 (57): 227–232.
5. Volkova V.V. Methodological approach to the analysis of the export potential of organizations of the military-industrial complex. *Economics: yesterday, today, tomorrow*. 2017; 7 (6A): 22–32.
6. Sapir E.V., Karachev I.A. The export potential of the enterprise and the factors of its growth in a regional cluster. Novosibirsk: Publishing house of ANS SibAK; 2016. 262 p.
7. Sidorenko A.V. Methodological approach to assessing the efficiency improvement of industrial enterprises through the development of export potential. *Economic sciences*. 2010; (69): 57–61.
8. Sychev M.S. Indicators for assessing the export potential of the enterprise. *Innovative development of the economy*. 2012; (4): 72–77.
9. Shamray Yu.F. Formation of a competitive export potential of the national economy. *Open education*. 2010; (1): 102–113.
10. Shum N.M., Loginov M.P. Export potential as the basis of the system of international economic relations. *Bulletin of Eurasian Science*. 2023; 15 (5). DOI: 10.15862/34ECVN523. URL: <https://esj.today/PDF/34ECVN523.pdf>
11. Decree of the President of the Russian Federation "On national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024". May 7, 2018, No. 204.
12. Ostanin V.A. Technique in the evolution of technological structures: monograph / edited by S.E. Yachin. Vladivostok: Publishing House of the Far Eastern Federal University; 2023. DOI: 10.24866/7444-5523-1
13. Samarin V. Protective import duties: when did they appear, how did they develop and are they needed now. URL: <https://www.kolesa.ru/article/zagraditelnye-vvozyne-poshliny-kogda-oni-poyavilis-kak-razvivalis-i-nuzhny-li-oni-seychas>
14. Osipov V.A. Efficiency of machine-building production. Vladivostok: Publishing house of DVSTU; 2003. 295 p.
15. Osipov V.A. System foundations of industrial production efficiency management. Petropavlovsk-Kamchatsky: Publishing House of Kamchatka State Technical University; 2009. 190 p.

Информация об авторе:

Осипов Виктор Алексеевич, ведущий научный сотрудник, д-р экон. наук, профессор, Российская таможенная академия, Владивостокский филиал, г. Владивосток, professorosipov17@mail.ru

DOI: <https://doi.org/10.29039/2949-1258/2024-4/037-046>

EDN: <https://elibrary.ru/VLCWQY>

Дата поступления:
01.06.2024

Одобрена после рецензирования:
06.08.2024

Принята к публикации:
15.10.2024