

Лутфуллаев Х.С.  
Убайдуллаева Л.Ш.  
Лутфуллаева Н.Х.

Ташкентский Государственный Авиационный Институт  
Республика Узбекистан

## **ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА АВИАСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**Постановка проблемы.** Развитие внешнеэкономической деятельности предприятий республики стало актуальной с начала 90-х годов. До этого времени она не представляла особой важности, так как отечественные предприятия осуществляли свою деятельность только в масштабах бывшего СССР и не нуждались в выходе на внешние рынки. В настоящее время в условиях активной интеграции Узбекской экономики в структуру мирового хозяйства ключевым направлением развития отечественных предприятий становится ориентация на внешние рынки сбыта продукции. Проведенная в начале 90-х годов прошлого столетия общеэкономическая реформа в стране и реформа внешнеэкономической деятельности предоставили промышленным предприятиям широкие возможности в сфере формирования и использования их экспортного потенциала [1]. Именно от эффективности использования экспортного потенциала во многом зависит коммерческий успех предприятия на внешнем рынке.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованиями перспектив развития экспортного потенциала гражданской авиации занимаются ученые Костромина Е.В., Щелкунов В.И., Кулаев Ю.Ф., Загоруйко В.М. и другие.

**Нерешенная часть общей проблемы.** Решение данной проблемы напрямую зависит от правильно сформированной и претворенной в жизнь стратегии управления экспортным потенциалом, от выбранной структуры управления, качественного учета и контроля текущей деятельности на предприятии. Процесс формирования и использования экспортного потенциала отдельно взятого предприятия не может протекать эффективно без целенаправленного и активного содействия со стороны государства. В настоящее время у предприятий, осуществляющих экспортную деятельность, как правило, отсутствуют стратегии сбыта продукции на внешних рынках, а планирование экспортной деятельности ограничивается лишь оценкой будущих продаж без какой-либо привязки к производству. Сложность решения

указанной проблемы связана также с тем, что в настоящее время функционирует структура управления внешнеэкономической деятельностью, которая не обеспечивает тесную взаимосвязь ее элементов, отсутствуют государственные органы, обеспечивающие должное развитие экспортной деятельности, недостаточно отработаны методы государственного стимулирования как экспортного производства, так и экспортной деятельности.

**Постановка задания (цели статьи).** Целью статьи является поиск путей повышения экспортного потенциала авиастроительного предприятия Республики Узбекистан в условиях глобализации мировой экономики.

**Изложение основного материала.** Характер трудностей, возникающих при изучении данной проблемы, во многом объясняется отсутствием комплексных научно обоснованных подходов и методов к анализу экспортного потенциала и взаимосвязи между производственными процессами и экспортной деятельностью.

Государственно-Акционерное общество «Ташкентское авиационное производственное объединение им. В.П.Чкалова» является крупнейшим самолетостроительным предприятием стран СНГ и Азиатского континента и специализируется на производстве широкофюзеляжного транспортного самолета Ил-76 и его многочисленных модификаций (ТД, МД, МФ, ТФ и др.), пассажирского самолета для местных и средних авиалиний Ил-114 и его транспортного варианта Ил-114Т.

Сегодня ГАО «ТАПОиЧ» переживает сложный период в своей 70-летней истории, который обусловлен как внешними факторами, так и внутренними причинами. Нарушение или ослабление многолетних экономических и производственных связей с предприятиями – поставщиками сырья, материалов и комплектующих изделий, научно-исследовательскими и проектными организациями стран СНГ отрицательно повлияли на экономическое положение «ТАПОиЧ», которая была и остается ориентированной преимущественно на этот рынок сбыта. К тому же, при большой потребности в авиатехнике низкая платежеспособность потенциальных заказчиков в странах СНГ не позволяет осуществить продажу самолетов производства ГАО «ТАПОиЧ» в планируемых объемах.

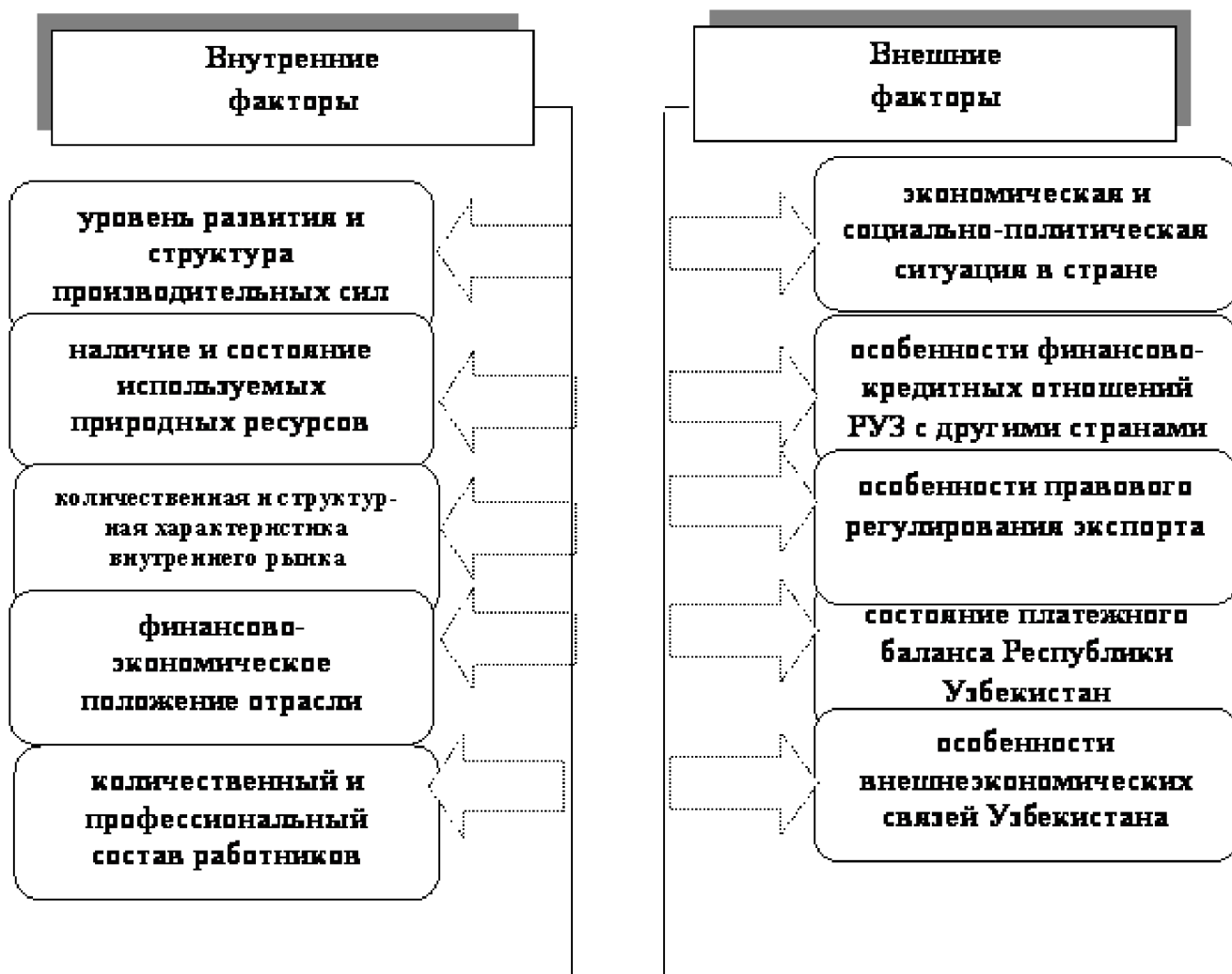
Акционирование предприятия открыло широкие возможности для ведения экономической деятельности, в частности для восстановления и расширения научно-технических и производственных связей с традиционными и новыми иностранными партнерами. Одним из приоритетных направлений деятельности ГАО «ТАПОиЧ» - является выход на мировой авиационный рынок, путем сотрудничества с западными авиакомпаниями.

Формирование внешнеэкономической политики должно осуществляться на основе глубокого анализа и максимально полного учета целого ряда важнейших факторов. С учётом этого, структуру факторов определяющих внешнеэкономическую политику авиастроительного предприятия можно представить в виде рис. 1.

Анализ приведённых на рис.1 факторов позволяет формировать реально

обоснованную внешнеэкономическую политику авиастроительного предприятия, т.е. адаптировать общие принципы внешнеэкономической деятельности к условиям взаимодействия Узбекистана с конкретными странами.

Важно отметить, что развитие экспорта продукции авиастроения требует координации действий всех участников этого процесса – ГАО «ТАПОиЧ», финансово-кредитных учреждений, таможенных служб и внешнеторговых объединений, корпоративных структур, органов государственного управления. Совместная деятельность участников продвижения продукции отечественного самолётостроения на экспорт должна строиться на основе определения наиболее выгодных направлений экспорта при соблюдении общегосударственных интересов.



### **Рис.1. Факторы, определяющие внешнеэкономическую политику авиастроительного предприятия**

Эти процессы во многом определяют особенности и перспективы развития экспорта авиапродукции на основе развития эффективной маркетинговой деятельности. Можно выделить основные задачи маркетинга, характеризующие приоритетные направления развития экспорта авиастроительной продукции: исследование потребностей и спроса заказчиков; изучение возможности её продвижения на внешние рынки; единство стратегии и тактики прогнозирования потенциального спроса импортеров авиастроения; овладение определенной частью рынка и обеспечение эффективной реализации авиапродукции; организацию и контроль научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ; поддержание постоянной связи с заказчиком, с целью своевременного выявления желательного усовершенствования и доработок; совершенствование системы и методов сбыта, распределения, рекламы, установления и налаживания связей с общественностью; четкую координацию всех направлений деятельности, своевременное исправление ошибок и недостаточно обоснованных решений.

Выполнение вышеперечисленных задач требует от ГАО «ТАПОиЧ» разработки и осуществления конкретных маркетинговых программ. Кроме того, маркетинговые исследования, осуществляемые в интересах продвижения авиастроительной продукции на мировой рынок, являются действенным механизмом повышения его эффективности.

В современных условиях углубления рыночных реформ в республике исключительную важность во внешнеэкономической политике ГАО «ТАПОиЧ» играет деятельность, направленная на повышение его конкурентоспособности, развитие его экспортного потенциала. Под экспортным потенциалом авиапредприятия следует понимать совокупность производственных, технологических, научных, трудовых факторов, которые определяют его способность производить высококачественную, конкурентоспособную

продукцию в целях ее реализации на внешнем рынке.

Следовательно, проводя оценку экспортного потенциала авиапредприятия, необходимо учитывать научно-технический потенциал, показатели финансовой устойчивости предприятия, завершённость производимой продукции, стабильность рынка сбыта и ряд других факторов. Для авиастроительных предприятий следует также учитывать специфику выпускаемой продукции и степень диверсификации производства. Учет всех этих факторов позволяет выработать грамотную внешнеэкономическую политику на ГАО ТАПОиЧ.

Следует подчеркнуть, что при реализации экспортного потенциала необходимо учитывать его структуру, которая определяет технологические параметры производственного процесса, как это представлено на рис.2. На наш взгляд, при данном подходе экспортный потенциал может быть определён как взвешенная сумма частных потенциалов.

Исходя из данного подхода, экспортный потенциал авиастроительного предприятия включает в себя следующие частные потенциалы:

- ресурсно-сырьевой, рассчитывается на основе средневзвешенной обеспеченности авиапредприятия балансовыми запасами важнейших видов природных ресурсов;
- производственный – совокупный результат хозяйственной деятельности авиапредприятия;
- трудовой (интеллектуальный) – характеристика работников авиапредприятия, их квалификация и образовательный уровень;
- финансовый – совокупные финансовые возможности авиапредприятия;
- потребительский – объем внутреннего и внешнего рынков, их характеристики;
- инфраструктурный – экономико-географическое положение и качество производственной инфраструктуры;
- инновационный – уровень развития научно-исследовательской деятельности и возможности внедрения достижений научно-технического прогресса;
- институциональный – степень развития ведущих институтов рыночной экономики, форм собственности, малого предпринимательства.



