https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

2021

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

РЕФЕРАТ

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

ВКР (магистерская диссертация) состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 74 наименования, 4 приложений. Работа включает 26 таблиц, 43 рисунка. Общий объем ВКР (магистерской диссертации) – 129 страниц.

Ключевые слова: промышленное предприятие, внешний рынок, стратегия, трубная продукция, корреляционно-регрессионная модель.

Цель исследования – формирование научно-практических положений по разработке стратегии выхода ПАО «ТАГМЕТ» на внешний рынок на основании изучения теоретических аспектов данной проблемы и результатов анализа наличного потенциала ПАО «ТАГМЕТ». Объект исследования – ПАО «ТАГМЕТ».

Научная новизна заключается в разработке научно-прикладных положений по разработке стратегии предприятия трубной промышленности по выходу на внешние рынки, основанных на результатах исследования теоретических аспектов формирования стратегии выхода предприятия на внешний рынок, анализа и оценки внешнеэкономического потенциала предприятия, обоснования решения по выбору внешних рынков для реализации продукции промышленных предприятий.

Практическая ценность результатов состоит как в обосновании необходимости и целесообразности выхода ПАО «ТАГМЕТ» на внешние рынки и формировании соответствующей аналитической базы, так и в разработке стратегии выхода данного предприятия на конкретный внешний рынок.

Эффективность рекомендаций – предложенные автором рекомендации характеризуются косвенным экономическим эффектом, состоящем в увеличении доходов предприятия за счет стратегически обоснованного решения по выбору внешних рынков и разработки комплексной стратегии выхода на конкретные рынки.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК 7
1.1. Выход промышленного предприятия на внешний рынок: мотивы, факторы, способы 7
1.2. Стратегические основы выхода промышленного предприятия на внешний рынок 18
1.3. Методические подходы к разработке стратегии выхода промышленного предприятия на внешний рынок 31
2. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ПАО «ТАГМЕТ» ПО ВЫХОДУ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК 41
2.1. ПАО «ТАГМЕТ»: основные характеристики и роль на российском рынке трубной продукции 41
2.2. Оценка финансово-экономического потенциала ПАО «ТАГМЕТ» 51
2.3. Анализ тенденций развития российского и мирового рынка трубной продукции 62
3. НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПАО «ТАГМЕТ» НА ВНЕШНИЙ РЫНОК 73
3.1. Разработка корреляционно-регрессионных моделей зависимости результатов деятельности трубной промышленности России от внешних факторов 73
3.2. Обоснование стратегического решения по выбору ПАО «ТАГМЕТ» внешних рынков 85
3.3. Разработка стратегии выхода ПАО «ТАГМЕТ» на внешние рынки 93

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 101

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 105

ПРИЛОЖЕНИЕ А. Основные этапы интернационализации предприятий и их характеристика 112

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Особенности этапов выхода промышленного предприятия на внешние рынки 115

ПРИЛОЖЕНИЕ В. Финансовая отчетность ПАО «ТАГМЕТ» 116

ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия 118

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Выход промышленного предприятия на новый внешний рынок является стратегически сложной и важной задачей, требующей тщательного подхода к обоснованию необходимости ее решения. Поэтому перед принятием решения о выходе на внешний рынок предприятию следует выяснить два основных вопроса: определить причины (мотивы), подтолкнувшие предприятие к принятию решения о выходе на внешний рынок, и обосновать приоритетность решения данной проблемы не на внутреннем, а на внешнем рынке. Особенно с учетом того, что усилившаяся интенсивность конкуренции, как на рынке отдельных стран, так и на общемировом рынке стала требовать от хозяйствующих субъектов адекватной реакции. Исходя из вышеуказанного, были сформулированы цель, задачи и методы проведения данного исследования.

Цель исследования состоит в формировании научно-практических положений по разработке стратегии выхода ПАО «ТАГМЕТ» на внешний рынок на основании изучения теоретических аспектов данной проблемы и результатов анализа наличного потенциала ПАО «ТАГМЕТ».

Для достижения вышеуказанной цели в научно-исследовательской работе поставлены и решены следующие *задачи*:

- изучены теоретико-методические основы проблемы выхода промышленного предприятия на внешний рынок с учетом мотивов, факторов, способов его осуществления в контексте основных теорий развития процесса интернационализации предприятий и опыта предприятий отдельных стран мира;

- по результатам обобщения стратегических основ формирования стратегий предприятий по выходу на внешние рынки проведена типологизация таких стратегий, а также конкретизированы их основные атрибутивные признаки и функциональные составляющие;

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

- изучены методические подходы к разработке стратегии выхода промышленного предприятия на внешний рынок, по результатам которого предложена структурно-логическая схема принятия стратегических решений по выбору зарубежных рынков и их географической диверсификации.

- изучена общая производственно-экономическая характеристика ПАО «ТАГМЕТ» и его роль на мировом и российском рынке трубной продукции;

- проведена оценка финансово-экономического потенциала ПАО «ТАГМЕТ»;

- проанализированы тенденции развития российского и мирового рынка трубной продукции;

- разработаны корреляционно-регрессионные модели зависимости результатов деятельности трубной промышленности России от внешних факторов;

- обосновано стратегическое решение по выбору ПАО «ТАГМЕТ» внешних рынков для реализации своей продукции;

- разработана стратегия ПАО «ТАГМЕТ» по выходу на внешние рынки.

Объект исследования – ПАО «ТАГМЕТ».

Предмет исследования – стратегия ПАО «ТАГМЕТ» по выходу на внешний рынок.

В процессе исследования использовались различные *методические подходы*: общенаучные методы познания (аналогия, синтез, абстрагирование, дедукция и индукция, абстрактно-логический метод), прикладные методы (составление таблиц, графиков), специальные методы экономического анализа (горизонтальный, вертикальный и коэффициентный анализ, SWOT-анализ) метод экономико-математического моделирования (для разработки модели множественной регрессии), абстрактно-логический метод (для формулирования выводов по результатам проведенных исследований). Теоретическую и методологическую основы исследования составили идеи и положения, изложенные в трудах российский и зарубежных учёных, обзоры периодических изданий по проблеме исследования, положения современного экономического

анализа. Экономико-математические расчеты выполнены с применением программы Microsoft Excel.

Степень разработанности темы. Проблеме выбора стратегии выхода промышленного предприятия на внешние рынки в последние десятилетия стало уделяться значительное внимание учеными разных стран. Одной из главных причин такого внимания стали нарастающие темпы процессов глобализации и интернационализации. Усилившаяся наряду с этим интенсивность конкуренции как на рынке отдельных стран, так и на общемировом рынке стала требовать от хозяйствующих субъектов адекватной реакции. Проблемам выбора и анализа стратегий выхода на внешние рынки посвящали свои работы такие американские, английские и немецкие исследователи, как М. Портер, Д. Гринэвэй, А. Бернанд, Р. Вернон, Х. Майснер, К. Махарцина, Р. Хелм, М. Перлитц и другие, работы которых считаются базовыми в исследуемой сфере. Однако предприятиям стран с переходными экономиками, как правило, в исследованиях отводилась роль не субъекта, а объекта выбора. Среди российских исследователей проблем разработки стратегий выхода на внешние рынки следует отметить Трифонову Е.Ю., Приказчикову Ю.В., Довженко Г.В., Шуниборову А.И., Карагулян Е.А., Володина Ю.В., Подквырова П.А., Божеву Е.О., Вирабян С.Н., Кизим А.А., Фокина С.С., которые исследовали как макро-, так и микроэкономические аспекты интернационализации деятельности предприятий. Однако процесс и факторы принятия отечественными предприятиями управленческих решений о выборе наиболее приемлемой стратегии выхода на внешний рынок, равно как и самого рынка, требуют дальнейшего исследования, что и обосновывает актуальность выбранной темы.

Научная новизна исследования заключается в разработке научно-прикладных положений по разработке стратегии предприятия трубной промышленности по выходу на внешние рынки, основанных на результатах исследования теоретических аспектов формирования стратегии выхода предприятия на внешний рынок, анализа и оценки внешнеэкономического потенциала предприятия, разработки корреляционно-регрессионных моделей

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

зависимости результатов деятельности трубной промышленности России от внешних факторов и обоснования решения по выбору внешних рынков для реализации своей продукции.

Практическая ценность результатов, полученных в ходе проведения данного исследования, состоит как в обосновании необходимости и целесообразности выхода ПАО «ТАГМЕТ» на внешние рынки и формировании соответствующей аналитической базы, так и в разработке стратегии выхода данного предприятия на конкретный внешний рынок.

Информационно-эмпирической базой исследования являются научные труды отечественных и зарубежных ученых, как освещающие теоретические, методические и практически аспекты проведения экономического анализа промышленного предприятия, так и посвященные аналитическому и статистическому анализу функционирования современного трубного и нефтегазового рынка, данные World Steel Association, Федеральной таможенной службы, Фонда развития трубной промышленности, информационных агентств Interfax, Knoema, Enerdata, World Economic Forum, Audit-it, ProFinance Service, годовых отчетов ПАО «ТАГМЕТ».

ВКР (магистерская диссертация) состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и 4 приложений. В первой главе рассмотрены теоретические аспекты формирования стратегии выхода предприятия на внешний рынок. Во второй главе проведены анализ и оценка потенциала ПАО «ТАГМЕТ» по выходу на внешний рынок. В третьей главе разработаны научно-практические положения по разработке стратегии выхода ПАО «ТАГМЕТ» на внешний рынок.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

1.1. ВЫХОД ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК: МОТИВЫ, ФАКТОРЫ, СПОСОБЫ

В условиях современной динамичности бизнес-среды под влиянием глобализации все большее количество промышленных предприятий стремится развиваться посредством выхода на внешние рынки. Для обеспечения конкурентоспособности предприятия на таком рынке необходимым условием является формирование соответствующей стратегии, которая будет учитывать, как внутренние возможности предприятия, так и рыночные условия, в которых ему предстоит работать. Однако, перед формированием стратегии выхода на внешний рынок предприятию следует выяснить два основных вопроса: причины и способы выхода. Проблема конкретизации причин, побуждающих промышленные предприятия выходить на внешние рынки, т.е. к интернационализации их деятельности, в последнее время все больше привлекает к себе внимания специалистов разных стран. В экономической литературе на данный момент принято выделять три группы таких причин (мотивов).

Первая группа таких мотивов связана с мотивами роста компании. Так, в исследовании особенностей экспортной деятельности канадских предприятий, проведенном в 2008 г. Б. Орсером, М. Спенсом, А. Риддингом и К. Каррингтоном [41], было показано, что предприятия, собственники которых декларировали намерение расширить свой бизнес, в два раза чаще занимались экспортной деятельностью, чем подобные по размеру и сфере бизнеса предприятия, но без такого намерения. К таким же выводам относительно мотивов расширения компании и получения прибыли как стимулов интернационализации деятельности пришли и ученые, изучавшие деятельность австралийских [17], британских [26], испанских [70], шведских [45] и

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

американских компаний [71]. Дополнительно они отмечали и другие стимулы, связанные с расширением бизнеса, – увеличение размера рынка, прочная рыночная позиция, попытки снизить зависимость от существующих рынков.

Вторая группа мотивов интернационализации связана с мотивами, обусловленными интеллектуальными активами, наличие которых, с одной стороны, «толкает» фирмы на внешние рынки, а, с другой стороны, поиск таких активов «втягивает» компании в него. На внешние рынки фирму «выталкивают» такие факторы, как наличие опыта ведения международного бизнеса у руководителей предприятий и прочие компетенции менеджмента (для канадских, испанских и шведских фирм). Исследование опыта канадских, ирландских, шведский, чилийских, индийских и индонезийских фирм [30] свидетельствует о том, что на внешние рынки фирму толкают и такие мотивы, как научно-исследовательские работы фирмы, уникальный товар или технология фирмы, инновационные возможности, а также такие ресурсы как накопленный опыт, размер и прочие специфические ресурсы фирмы. В число «втягивающих» мотивов по мнению Г. Кохера и К. Бюля [38], которые исследовали бизнес фирм из Бельгии, Франции, Германии, Греции, Италии, Нидерландов, Польши, Испании, Швеции и Великобритании, входит стремление приобрести ноу-хау, необходимые для поддержания лидирующей позиции компаний в своей отрасли.

Третья группа мотивов интернационализации связана с производственными (цепочки поставок) и социальными сетевыми мотивами. Исследование бизнеса американских, канадских, австралийских и португальских фирм [30] продемонстрировало, что важную роль в интернационализации бизнеса играют социальные связи руководителей фирм, которые опираются на их иммигрантское происхождение, и дают возможность установить прочные связи со страной их происхождения. Не менее значимым для интернационализации является и участие компании в сетях по созданию продукции, в рамках которых предприятие поставляет продукцию по всему миру.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Отдельно следует рассмотреть факторы, способствующие интенсификации процессов выхода промышленного предприятия на внешние рынки. В составе таких факторов можно выделить объективные предпосылки, сложившиеся на местном или мировом рынке, и субъективные мотивы, которыми руководствуется предприятие, исходя из сложившихся условий осуществления хозяйственной деятельности (рисунок 1).

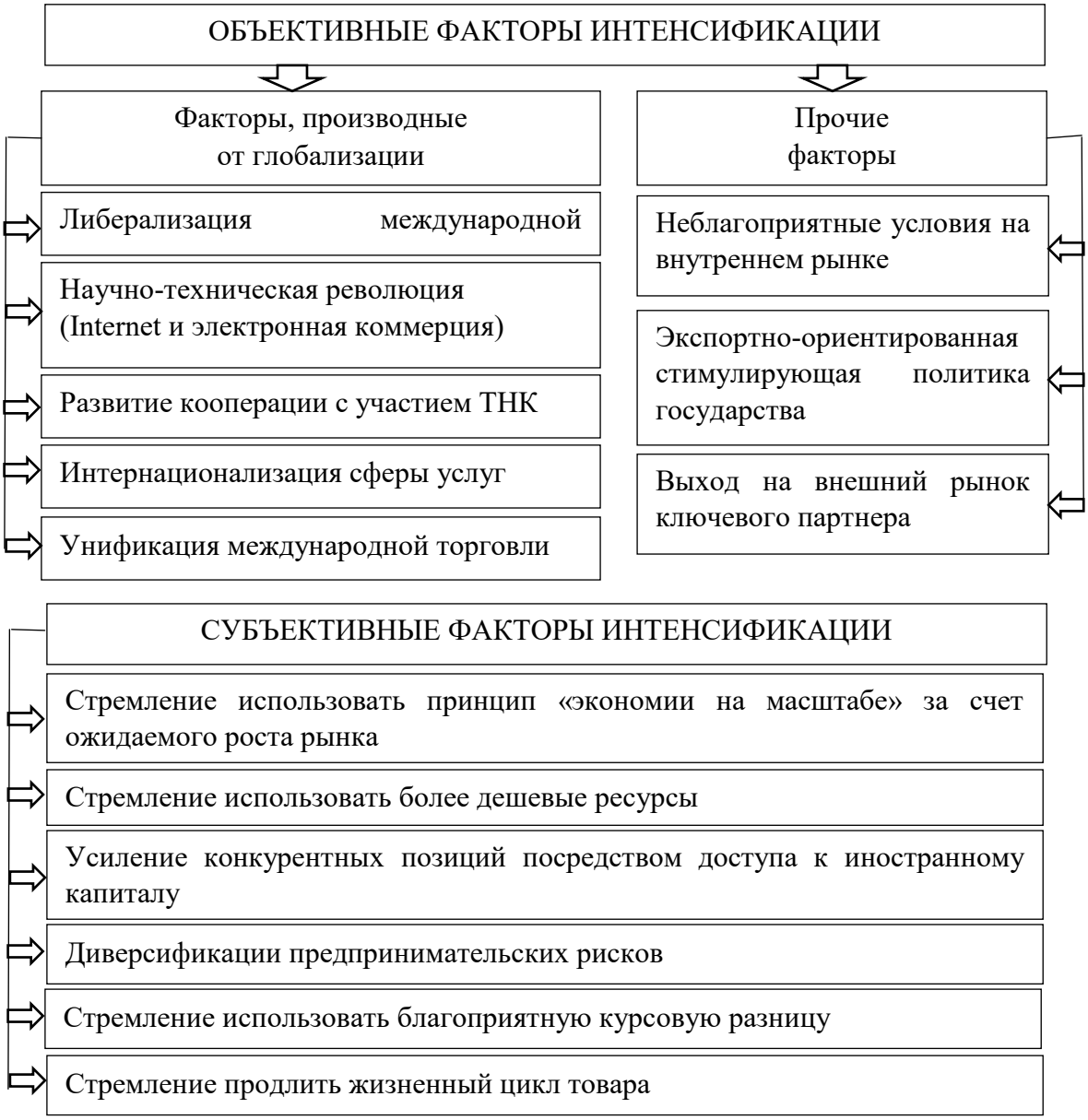


Рисунок 1 – Факторы, способствующие интенсификации выхода промышленного предприятия на внешний рынок[1]

[1] Составлено автором по: [2, 10, 14, 16].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

Особенности современного развития мировой экономики, порожденные интенсификацией процессов глобализации, создают очевидные предпосылки для более активного выхода промышленных предприятий на внешние рынки. В таких условиях промышленные предприятия руководствуются определенными мотивами, наиважнейшими среди которых считается ожидаемое увеличения доли рынка и соответствующее расширение масштабов деятельности предприятия, что, в свою очередь, может обеспечить усиление конкурентных преимуществ такого предприятия.

Согласно результатам исследований Л. Уэлша, Р. Луостаринена, Дж. Йохансона, П. Видершайма, Дж. Вальне, А. Пасифико, Т. Кларка промышленные предприятия выходят на внешние рынки постепенно. Результаты изучения научных публикаций по проблеме разбиения процесса интернационализации деятельности промышленных предприятий на определенные этапы, свидетельствуют об отсутствии единого общепринятого подхода к этой проблеме среди ученых. Наиболее широко в современных публикациях освещается уппсальская теория, согласно которой в процессе интернационализации выделяется четыре последовательных этапа (таблица 1).

Таблица 1 – Этапы интернационализации фирмы согласно уппсальской теории[2]

Название этапа	Характеристика этапа
I. Прединвестиционный этап	Предприятие осуществляет деятельность только на внутреннем рынке путем производства и продажи товаров, предоставления услуг.
II. Экспортный этап	Предприятие экспортирует товары и услуги в соседние страны, с особенностями ведения бизнеса в которых оно хорошо знакомо, через независимых представителей (агентов). Дистанция между странами, которые комплексно оцениваются как языковые, культурные отличия, особенности политического устройства, уровень образования, промышленного развития, является определяющей при принятии решения об экспортировании. На этой стадии потенциальный размер рынка является менее весомым в сравнении с физическим расстоянием до страны, в которую экспортируются товары и услуги.

[2] Составлено автором по: [7].

Продолжение таблицы 1

Название этапа	Характеристика этапа
III. Сетевой этап	Предприятие создает ряд подразделений (сеть представительств), которые осуществляют непосредственную продажу на территории других стран. Размер рынка является главным фактором выбора страны-партнера. Как правило, предприятие начинает свою деятельность в странах, похожих по размерам и уровню развития с его собственной страной.
IV. Инвестиционный этап	Создание нового предприятия, поглощение или слияние с предприятием другой страны. На создание производственных мощностей за рубежом оказывают влияние следующие факторы: физическое расстояние, тарифные ограничения, нетарифные барьеры, транспортные расходы.

В то же время следует отметить, что уппсальская теория предполагает несколько исключений, на которые приведенная в таблице 1 последовательность не распространяется. Такими исключениями являются:

- предприятия со значительным финансовым и трудовым потенциалом;

- предприятия, которые работают на рынках однородной и стандартизированной продукции;

- предприятия с опытом деятельности на рынках с аналогичными характеристиками;

- предприятия, имеющие значительный опыт деятельности на рынках с высоким уровнем глобализации [22, с. 12].

Согласно уппсальской теории экспортная деятельность выступает предпосылкой иностранного инвестирования, поскольку сначала экономический агент изучает иностранный рынок с соответствующим товаром или услугой, его особенности, вкусы и взгляды потребителей, впоследствии принимая или отклоняя решение о целесообразности ведения собственной деятельности на нем. Преимущества прямого иностранного инвестирования над экспортом заключаются в способности фирмы обойти торговые барьеры и протекционистские меры правительств стран, которые стремятся защитить национальных производителей. Кроме того, экспортная деятельность не всегда способна рационально представить интересы предприятия на международном рынке. При инвестировании происходит привлечение внутренних сырьевых, человеческих, информационных ресурсов страны-реципиента, что

одновременно позволяет иностранному инвестору эффективно реагировать на изменения рынка, удовлетворять потребностей внутреннего рынка, обеспечивать экономическое развитие страны-реципиента и, как результат, формировать положительное отношение такой страны к инвестору.

В то же время, прохождение всех этапов интернационализации, приведенных в таблице 1, как уже отмечалось, не является обязательным. Так, крупные транснациональные корпорации (ТНК) с опытом работы на рынках зарубежных стран обычно пропускают экспортный или сетевой этапы, а для предприятий сферы услуг осуществление непосредственной инвестиционной деятельности посредством создания дочерних компаний нередко является единственно возможным способом выхода на внешний рынок.

В процессе интернационализации деятельности фирмами активно внедряется стратегия лицензирования. Основными угрозами лицензирования в сфере услуг является то, что фирма-лицензиар не всегда имеет возможности осуществлять жесткий контроль за качеством реализуемой по лицензии продукции (товаров, услуг), что может негативно отразиться как на уровне ее доходов, так и на ее имидже. Несмотря на это в последние годы франчайзинг получает все более широкое распространение и признание в качестве эффективной стратегии ведения международного бизнеса.

Выбирая стратегию интернационализации, предприятие должно взвесить все преимущества и недостатки определенного вида деятельности. Компаративный анализ альтернативных видов деятельности экономических субъектов на иностранных рынках, представленный в таблице 2, подтверждает целесообразность выбора соответствующего способа выхода на рынок в зависимости от уровня участия в управлении, уровня риска и протекционизма, ожидаемой прибыли, а также отрасли, в которой предполагается деятельность.

Так, для экспортеров услуг характерна деятельность на рынках, требующих прямого или через посредников контакта с потребителем (туристические, консалтинговые), лицензирования (услуги общественного питания, гостиничного бизнеса).

Таблица 2 – Сравнительный анализ альтернативных видов деятельности экономических агентов на иностранных рынках[3]

Критерии	Прямые иностранные инвестиции	Портфельные иностранные инвестиции	Экспорт	Лицензирование
Концепция деятельности	Непосредственное участие в управлении или руководство компанией	Получение прибыли без участия в управлении	Продажа продукции иностранным потребителям	Продажа лицензии на осуществление деятельности
Доступ к потребителю	Непосредственный	Не предусмотрен	Через собственного представителя или торговых посредников	Через фирму-лицензиата
Контроль над управлением	Полный или частичный в зависимости от контрольного пакета инвестора	Надзорный	Полный (при прямом экспорте), отсутствует при работе с посредниками	Минимальный (только через фирму-лицензиата путем изменения лицензионных условий)
Протекционистские меры	Ограничения на инвестиции в отдельных отраслях	Ограничения на размер контрольного пакета акций	Торговые ограничения (экспортная пошлина, импортные квоты, налоги на экспорт)	Отсутствуют
Уровень риска	Минимальный (наибольший контроль деятельности фирмы)	В зависимости от вида портфеля (рисковый, консервативный или умеренный)	Высокий (не имеет влияния на посредника)	Средний (контроль только через изменение лицензионных условий)
Прибыль от деятельности	Максимальная	В зависимости от вида ценных бумаг и состава портфеля	Наименьшая (в связи с высокими затратами)	Средняя (зависит от ставки роялти и эффективности деятельности лицензиата)

[3] Составлено автором по: [14].

Для прямых инвесторов характерна деятельность на рынках, не требующих непосредственного участия в управлении (производство, торговля, транспортные, деловые услуги), для портфельных инвесторов – финансирование крупных проектов (торговые и развлекательные комплексы, банковские услуги, услуги связи).

Помимо уппсальской теории выделяют целый ряд инновационных теорий интернационализации, которые базируются на исследованиях А. Андерсена [23]. Данные теории основываются на трех общих теориях инновационной деятельности предприятия: классической теории инноваций [10], теории диффузии инноваций [11], а также бихевиористской теории [1]. В этих теориях интернационализация рассматривается как инновация, которая заключается во входе на новый зарубежный рынок. Предприятие поэтапно повышает уровень интернационализации, преодолевая сопротивление управленческого персонала и работников перед изменениями (инновациями).

К наиболее известным инновационным теориям интернационализации предприятий принадлежат теории, разработанные А. Андерсеном [9], Л. Леониду [18], К. Катсикесом [12], В. Билкеем и Г. Тесаром [13], С. Кавусгилом [14], С. Рейдом [15], М. Чинкотой [16], Н. Барретом и И. Уилкинсоном [17], Х. Муном и Х. Ли [18], Дж. Лимом, Т. Шаркеем и К. Кимом [19], Т. Рао и Г. Найду [20], Д. Криком [21]. В таблице 3 приведена подробная характеристика этапов интернационализации предприятий в соответствии с вышеуказанными теориями.

На основе сравнительного анализа представленных в таблице 3 этапов интернационализации предприятий можно определить три основных этапа интернационализации предприятия. Такими этапами являются:

- отечественный этап (отсутствие интереса у входа на зарубежные рынки);

- этап низкого уровня интернационализации (интерес в деятельности на зарубежных рынках, несистематические экспортные операции, приобретение опыта деятельности на зарубежных рынках);

Таблица 3 – Этапы интернационализации согласно инновационным теориям интернационализации предприятий[4]

Теория	Этапы интернационализации согласно теории
В. Билкей и Г. Тесар	1. Владельцы (управленческие работники) не заинтересованы в осуществлении систематических экспортных операций. 2. Владельцы (управленческие работники) заинтересованы в реализации исключительно отдельных заказов из-за рубежа, однако не тратят ресурсы на расширение деятельности на зарубежных рынках. 3. Владельцы (управленческие работники) рассматривают возможность осуществления систематических экспортных операций. 4. Предприятие для получения опыта осуществляет систематические экспортные операции на рынок с похожими характеристиками (прежде всего ментальными и культурными) к отечественному рынку географически близкой страны. 5. Предприятие приобретает опыт систематических экспортных операций. 6. Владельцы (управленческие работники) рассматривают возможность осуществления систематических экспортных операций на рынки с отличными характеристиками относительно отечественного рынка многих стран
С. Кавусгил	1. Предприятие реализует продукцию исключительно по заказам на отечественном рынке (фаза отечественного маркетинга). 2. Владельцы (управленческие работники) рассматривают возможность осуществления систематических экспортных операций (Предэкспортная фаза). 3. Предприятие для получения опыта осуществляет систематические экспортные операции (в ограниченном объеме) на рынок с похожими характеристиками (прежде всего ментальными и культурными) относительно отечественного рынка географически близкой страны (фаза экспериментальной заинтересованности). 4. Предприятие осуществляет систематические экспортные операции на рынки многих стран с отличными характеристиками по отношению к отечественному рынку, сопровождается существенным ростом объема экспорта (фаза активного интереса). 5. Владельцы (управленческие работники) постоянно принимают решения о аллокации ресурсов между отечественным рынком и зарубежными рынками (фаза полного интереса)
С. Рейд	1. Владельцы (управленческие работники) заинтересованы в осуществлении экспортных операций, поскольку растет потребность входа на зарубежные рынки (фаза осознания экспорта). 2. Определяются мотивы, способы, формируются ожидания относительно деятельности на зарубежных рынках (фаза интенции экспорта). 3. Предприятие для получения опыта осуществляет экспортные операции на один или несколько иностранных рынков (фаза попыток экспорта). 4. Оценка результатов экспортной деятельности (фаза оценки экспорта). 5. Принятие управленческих решений по повышению или снижению уровня интернационализации (фаза принятия экспорта)

[4] Составлено автором по: [27, 29, 31, 33, 34, 39, 40, 43, 44].

Продолжение таблицы 3

Теория	Этапы интернационализации согласно теории
М. Чинкота	1. Владельцы (управленческие работники) не заинтересованы во входе на зарубежные рынки, возможности интернационализации не анализируются. 2. Владельцы (управленческие работники) заинтересованы в реализации исключительно отдельных заказов из-за рубежа, однако не тратят ресурсы на расширение деятельности на зарубежных рынках. 3. Предприятие для получения опыта осуществляет систематические экспортные операции и активно пытается использовать возможности продаж на зарубежных рынках. 4. Предприятие планирует повышение уровня интернационализации. 5. Предприятие осуществляет систематические экспортные операции в ограниченном объеме и активно повышает уровень интернационализации (опытный малый экспортер). 6. Предприятие осуществляет систематические экспортные операции в значительном объеме и расширяет экспортные операции (опытный крупный экспортер)
Н. Баррет, И. Вилкинсон	1. Предприятие реализует продукцию исключительно на отечественном рынке, никогда не осуществляло экспортные операции и не рассматривало возможность ведения деятельности на зарубежных рынках. 2. Владельцы (управленческие работники) заинтересованы во входе на зарубежные рынки. Предприятие не осуществляет экспортные операции, однако определяет необходимость расширения деятельности и планирует вход на зарубежные рынки. 3. Предприятие осуществляет систематические экспортные операции
Х. Мун и Х. Ли	1. Низкий уровень заинтересованности во входе на зарубежные рынки. 2. Средний уровень заинтересованности во входе на зарубежные рынки. 3. Высокий уровень заинтересованности во входе на зарубежные рынки
Дж. Лим, Т. Шаркей, К. Ким	1. Определение потребности и осознание возможности интернационализации. 2. Интерес к экспортным операциям как направлению стратегического развития предприятия. 3. Формирование намерений начать экспортную деятельность. 4. Попытка и внедрение систематических экспортных операций
Т. Рао, Г. Найду	1. Предприятие реализует продукцию исключительно на отечественном рынке, никогда не осуществляло экспортные операции, а владельцы не заинтересованы во входе на зарубежные рынки. 2. Владельцы (управленческие работники) рассматривают возможность входа на зарубежные рынки. 3. Предприятие осуществляет несистематические экспортные операции. 4. Предприятие осуществляет систематические экспортные операции
Д. Крик	1. Владельцы не заинтересованы во входе на зарубежные рынки. 2. Владельцы частично заинтересованы во входе на зарубежные рынки. 3. Предприятие для получения опыта осуществляет систематические экспортные операции. 4. Предприятие активно повышает уровень интернационализации. 5. Опытный малый экспортер. 6. Опытный крупный экспортер

- этап высокого уровня интернационализации (определение экспортных операций как направления стратегического развития предприятия).

Каждый из этих этапов интернационализации предприятия можно описать с помощью следующих показателей: характеристики управленческих работников, стиль управления, рыночная позиция и тип конкурентного преимущества, ресурсы предприятия, характеристики зарубежных рынков, факторы, влияющие на формирование стратегии интернационализации, барьеры входа на зарубежные рынки, методы выбора зарубежных рынков, методы сегментации и выбора целевого рынка (выбор стратегий входа на зарубежный рынок), уровень контроля и стандартизации маркетинговых действий (Приложение А).

Преимуществами инновационных теорий интернационализации предприятия являются:

- определение мотивов входа на зарубежные рынки и их классификация на проактивные и реактивные), предусматривает возможность применения различных стратегий – торговых, кооперативных или иерархических;

- выбор зарубежных рынков базируется на концепции «близости» зарубежных рынков к отечественному рынку;

- исследование базируется на двух принципах: несовершенства рынка и приспособления к его условиям;

- динамический характер большинства видов теорий;

- эмпирические проверки.

Недостатками инновационных теорий интернационализации предприятия являются:

- формальный характер определения конкурентных преимуществ и ресурсов, необходимых для обеспечения интернационализации;

- отсутствие методик анализа взаимосвязей предприятия, которое входит на зарубежный рынок, и других субъектов данного рынка (конкурентов, партнеров);

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

- отсутствие методик оценки влияния уровня интернационализации на финансовые результаты деятельности предприятий;

- статический характер отдельных теорий;

- отсутствие универсализации по критерию вида экономической деятельности (теории применяются исключительно для производственных предприятий);

- для проверки правильности теорий выбирались данные преимущественно малых и средних предприятий;

- теории разработаны в экономически высокоразвитых странах, а потому описывают поведение предприятий, функционирующих на рынках с высоким уровнем конкуренции.

Выделение преимуществ и недостатков инновационных теорий интернационализации способствует оптимальному и более объективному формированию стратегий выхода промышленных предприятий на внешние рынки.

1.2. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЫХОДА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

От правильности разработки и реализации стратегии выхода на внешний рынок зависит, на сколько результативным будет данный шаг предприятия и поможет ли он укрепить позиции предприятия на мировой арене. Очень важно, чтобы между стратегическими решениями, которые принимаются предприятием, и ресурсами, с которыми оно работает, была тесная взаимосвязь. В случае ее отсутствия может возникнуть пробел между тем, что компания хочет сделать, и тем, что она делает. Принимая во внимание важность выхода на внешний рынок для экономического развития предприятия, перед формированием стратегии выхода на внешние рынки и ее реализацией, необходимо провести оценку существующей стратегии предприятия: нельзя

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

спланировать будущее, не имея четкого представления о том, в каком состоянии находится предприятие и какие стратегии оно реализует.

Считается, что среди экономистов и управленцев научный интерес к понятию, содержанию стратегий, процессов, осуществление которых они оговаривают, возник в начале шестидесятых годов прошлого столетия. Именно тогда появилась работа А. Чандлера «Стратегия и структура», которая находилась у истоков данного направления научной мысли и практической деятельности. Гарвардская школа отреагировала на идеи А. Чандлера трудами своих профессоров – К. Ендрю, Ж. Бовера, К. Кристенсена и др. Именно в Гарварде была разработана одна из первых стратегических моделей, которая известна под названием SWOD. Развитию стратегического менеджмента способствовали труды И. Ансоффа. Под влиянием работ М. Портера многие исследователи выполнили аналитические разработки с целью анализа пространства для маневрирования предприятия. Существенное влияние на развитие стратегического подхода к развитию деятельности оказало изучение успеха японских предприятий, что отражено в трудах Р. Паскаля и А. Атоса. Теория стратегий значительное влияние на внешнеэкономическую деятельность предприятий. Ряд российских авторов, изучающих проблемы внешнеэкономической деятельности, международной торговли отмечают необходимость стратегического управления в этой сфере. Особый вклад в этом направлении сделали О. Виханский, А. Зуб, В. Катькало, А. Никитин, В. Парахин, Л. Раменский, Л. Ушвинский [33-36] и др.

По результатам анализа публикаций вышеуказанных ученых основные типы стратегий вхождения на иностранный рынок могут быть систематизированы следующим образом (рисунок 2). Посредством выбора специфической стратегии (рисунок 2) промышленное предприятие определяет позицию, которую оно хочет занимать на конкретном внешнем рынке.

Стратегия лидерства заключается в том, что предприятие стремится занять ведущее место на рынке, развивает новые технологии и предлагает новые продукты, не обращая внимания на потенциальные риски.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

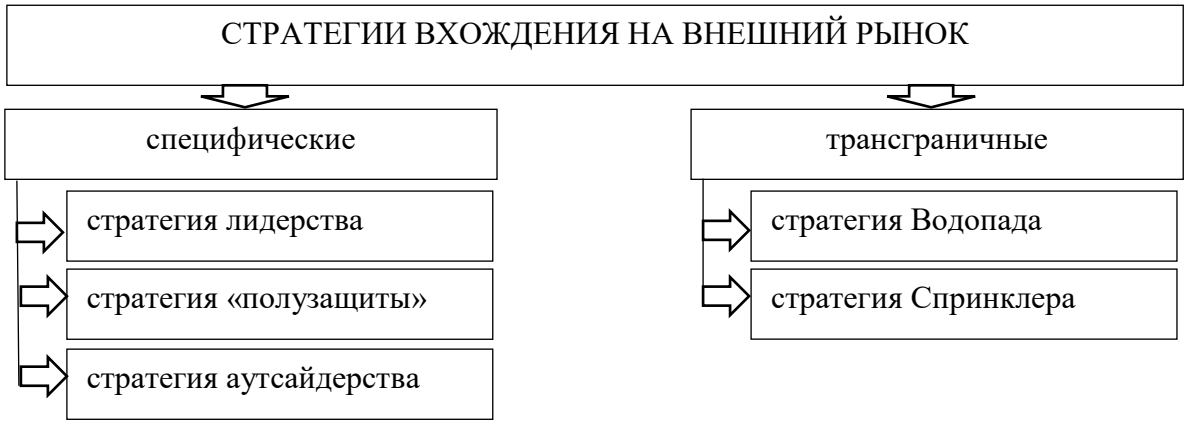


Рисунок 2 – Типология стратегий выхода на внешний рынок[5]

Стратегия «полузащиты»: предприятие двигается вслед за лидером, используя его как таран, пробивающий рыночные барьеры. Несмотря на подчиненное положение, такая стратегия все же требует больших затрат на адаптацию производства вслед за номенклатурной динамикой лидера, тем более если он оставляет свои планы в тайне;

Стратегия аутсайдерства: предприятие работает на «хвостах» жизненного цикла товаров, а не пытается вырваться вперед. Обычно предприятие принимает хорошо отработанные низко затратные технологии и оперирует на освоенных рынках сбыта, производя с небольшими затратами и невысокой рентабельностью апробированную продукцию.

Трансграничные стратегии (рисунок 2) определяют порядок выхода промышленного предприятия на внешние рынки. Отличительным признаком стратегии водопада является последовательный выход на рынки (рисунок 3).

Она применяется для продуктов с длительным жизненным циклом и товаров, которые находятся в стадии зрелости (стратегия аутсайдерства). Ее недостатками являются: длительный период имплементации; осведомленность конкурентов о выходе предприятия на рынок, как следствие – создание ими всевозможных экономических барьеров; потеря возможности использовать стратегию лидерства.

[5] Составлено автором по: [7,10, 16].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

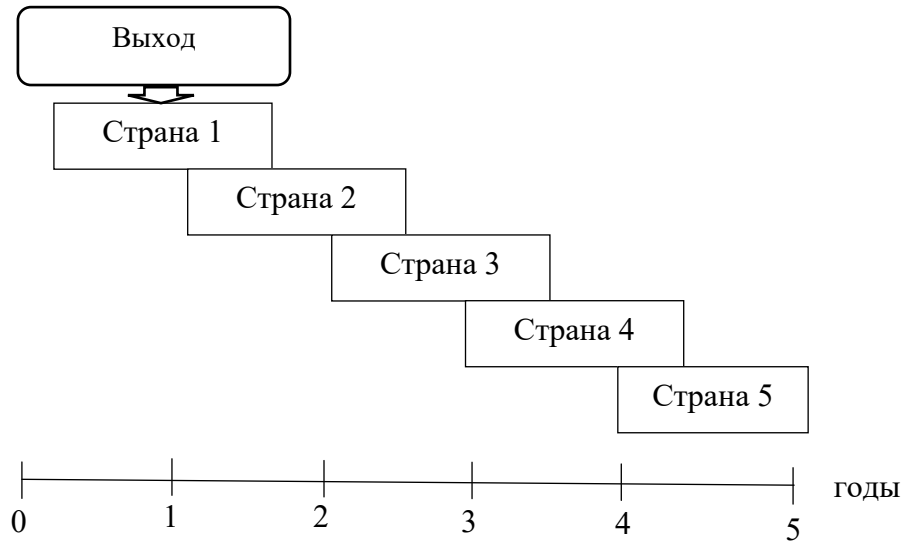


Рисунок 3 – Стратегия выхода предприятия на внешний рынок «Водопад»[10]

С другой стороны, стратегия водопада предлагает длительный промежуток времени для того, чтобы изучить рынок и внести коррективы в комплекс маркетинга для удовлетворения конкретных потребностей каждого рынка. Менеджеры, при этом, могут применять свой опыт работы и передавать управленческие и технические навыки, разработки с одного рынка на другой.

В стратегии Спринклера выход компании на отдельные рынки осуществляются одновременно (рисунок 4).

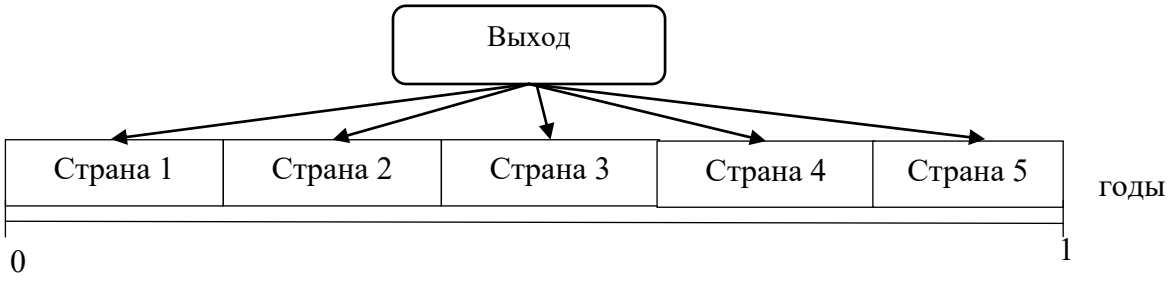


Рисунок 4 – Стратегия Спринклера [107]

Данная стратегия применяется для товаров с коротким жизненным циклом, а также для товаров на стадии внедрения и развития. Ее недостатками выступает потребность в значительном объеме ресурсов, необходимых для выхода на внешний рынок, а также присутствии риска неудачи, связанного с ограниченностью знаний и опыта ведения бизнеса за рубежом. В то же время следует отметить следующие преимущества: реализация продукции за короткий период времени на большом количестве целевых рынков, при этом

есть возможность применения ценовой стратегии скимминга с целью получения максимальной прибыли; способность приспособиться к рынку с постоянно растущей конкуренцией; отсутствует необходимость адаптации стандартизированной продукции к местным нуждам.

Отдельно следует выделить наличие так называемых «стратегий преодоления барьеров входа на внешний рынок». Стратегия преодоления барьеров входа на внешний рынок определяется с учетом уровня барьерности внешнего рынка и внутренних возможностей предприятия по преодолению совокупности существующих барьеров. Поскольку внешние рынки отличаются как природой происхождения барьеров, так и носителями и высотой барьеров входа, то формируются различные стратегии и поведение предприятий в обращении с барьерами входа на рынок. Поэтому на основе проведенного анализа можно сформировать портфель стратегий преодоления барьеров внешнего рынка.

Стратегическими альтернативами преодоления барьеров входа на внешний рынок являются (рисунок 5).

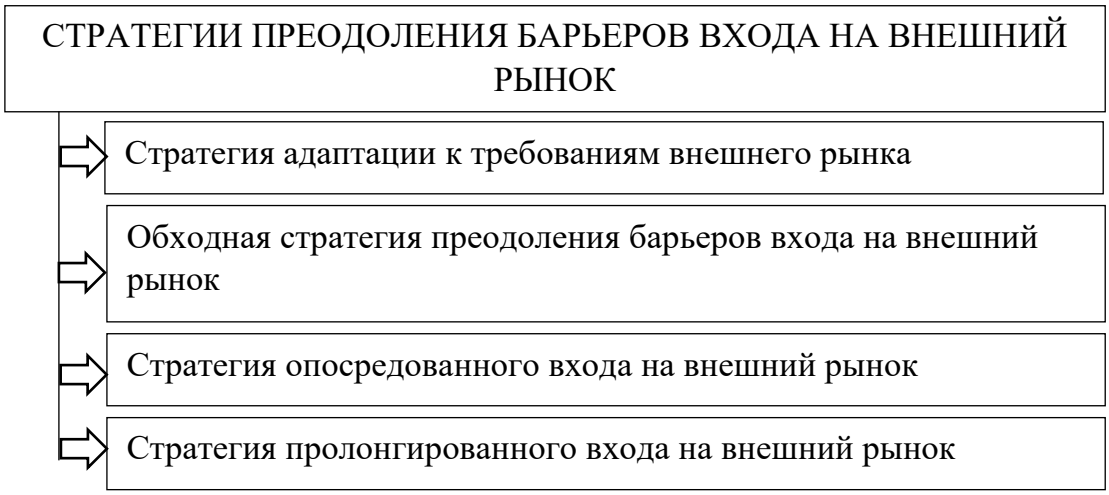


Рисунок 5 – Типология стратегий преодоления барьеров входа на внешний рынок [47]

Стратегия адаптации к требованиям внешнего рынка представляет собой совокупность действий, связанных с формированием плана по выполнению требований, которые являются предпосылкой вхождения на соответствующий внешний рынок, в частности требований к субъекту будущего соглашения в

части выполнения административных процедур и способов организации входа предмета сделки (продукции, инвестиции) на внешний рынок. Реализация стратегии адаптации к внешнему рынку происходит в направлении приспособления предмета соглашения и процедур выхода на внешний рынок как к официальным требованиям, так и к традициям рынка.

Содержание стратегии адаптации к внешнему рынку раскрывается через систему его атрибутивных признаков (таблица 4).

Таблица 4 – Атрибутивные признаки стратегии адаптации к требованиям внешнего рынка [47]

Атрибутивный признак стратегии	Сущность признака
Цель	Использование комплекса организационных и экономических мер по адаптации продукции к совокупности требований всех субъектов внешнего рынка (страны-импортера, импортера, потребителя, конкурентов и т.д.)
Задачи	Согласование стратегических целей предприятия с общественными потребностями и изменением внешней среды и внутренними потребностями предприятия; обеспечение адаптации стратегических целей предприятия к изменению внешней среды с минимальными издержками в кратчайшие сроки
Предпосылки применения	В системе барьеров вхождения на рынок присутствуют исключительно барьеры, которые преодолеваются или принимаются экспортером. В части барьеров, которые преодолеваются страной экспортера и страной импортера, процедуры преодоления барьеров являются официально признанными и согласованными.
Условия применения	Результативность выхода на внешний рынок при условии преобладания дополнительного дохода над расходами на преодоление барьера входа
Функции стратегического управления	Планирование действий и ресурсов на преодоление барьеров входа на внешний рынок. Организация процессов преодоления барьеров. Контроль уровня барьерности рынков и процессов их преодоления. Анализ результативности реализации стратегии адаптации.
Способы реализации	Прямой экспорт на целевой внешний рынок

Адаптивная стратегия преодоления барьеров входа на внешний рынок реализуется благодаря комплексу функциональных стратегий поддержки экспорта промышленной продукции (рисунок 6). Так, адаптация продукции к требованиям внешнего рынка происходит на уровне производства посредством

формирования и реализации производственной стратегии приспособления к требованиям спроса каждого конкретного внешнего рынка.



Рисунок 6 – Функциональные стратегии поддержки адаптивной стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок [47]

Маркетинговой стратегией поддержки входа предприятия на внешний рынок является стратегия недифференцированного маркетинга, в основе которой лежит единый комплекс маркетинга, направленный на удовлетворение общих потребностей потребителей, которые рассматриваются как единая однородная совокупность потребителей.

Среди совокупности логистических стратегий поддержкой адаптивной стратегии преодоления барьеров входа на рынок является стратегия оптимизации общих логистических затрат, цель которой состоит в сокращении общих логистических издержек путем выбора оптимального логистического решения в каждой из логистических функций.

Стратегия низких цен формирует конкурентные преимущества промышленной продукции на высококонкурентных рынках и рынках с низкой покупательной способностью потребителей.

Инвестиционная стратегия поддержки стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок заключается в реализации инвестиционных программ страны импортера. Так, африканские страны в поддержку реализации

национальной политики товарного наполнения внутренних рынков и развития национального производства активно привлекают иностранных инвесторов к участию в инвестиционных проектах на условиях государственно-частного партнерства.

Обходная стратегия входа на внешний рынок представляет собой совокупность действий по реализации стратегических целей входа предприятия на высокобарьерные внешние рынки путем вхождения через транзитные рынки. Обходная стратегия может быть реализована разными способами. Так, возможно использование производственной кооперации с промышленными предприятиями транзитной страны, путем прямого инвестирования в создание производственных мощностей в стране целевого рынка или способом комбинированного использования вышеуказанных возможностей.

При реализации способа производственной кооперации национальный производитель промышленной продукции осуществляет поставки полуфабрикатов на производственные мощности целевого рынка, где происходит их доработка с изменением кода товарной номенклатуры и последующей продажей на данном рынке. Разница в уровнях барьерности рынка для входа полуфабрикатов и входа готовой продукции формирует экономическую эффективность реализации данного способа обходной стратегии.

Привлекательным способом реализации обходной стратегии также является инвестирование в производственные мощности предприятия целевого рынка, в том числе поглощение путем приобретения контрольных пакетов акций, слияния иностранного производителя с национальным производителем промышленной продукции с преобразованием последнего в структурное подразделение объединенного предприятия, реализация инвестиционного проекта по строительству нового предприятия. Обходная стратегия преодоления барьеров входа на внешний рынок характеризуется совокупностью атрибутивных признаков, которые являются ее

идентификаторами среди существующих стратегических альтернатив (таблица 5).

Таблица 5 – Атрибутивные признаки обходной стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок [47]

Атрибутивный признак стратегии	Сущность признака
Цель	Использование возможностей вхождения на целевой рынок через транзитные рынки
Задачи	Согласование стратегических целей с высотой барьеров входа и внутренними возможностями их преодоления, выбор транзитного рынка с минимальными затратами и кратчайшим сроков входа
Предпосылки применения	В системе барьеров вхождения на целевой рынок присутствуют барьеры запретительного характера
Условия применения	Суммарные расходы на вход на транзитный и целевой рынки покрываются дополнительными доходами от экспорта
Функции стратегического управления	Планирование действий и ресурсов на преодоление барьеров входа на транзитный внешний рынок. Организация процессов преодоления барьеров. Контроль уровня барьерности рынков и процессов их преодоления. Анализ результативности реализации обходной стратегии.
Способы реализации	Производственная кооперация с предприятиями транзитного рынка. Инвестирование в создание производственных мощностей в целевой стране.

Комплекс стратегий поддержки реализации обходной стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок формируется на основе внедрения стратегии производственной кооперации с предприятиями страны импорта (рисунок 7).

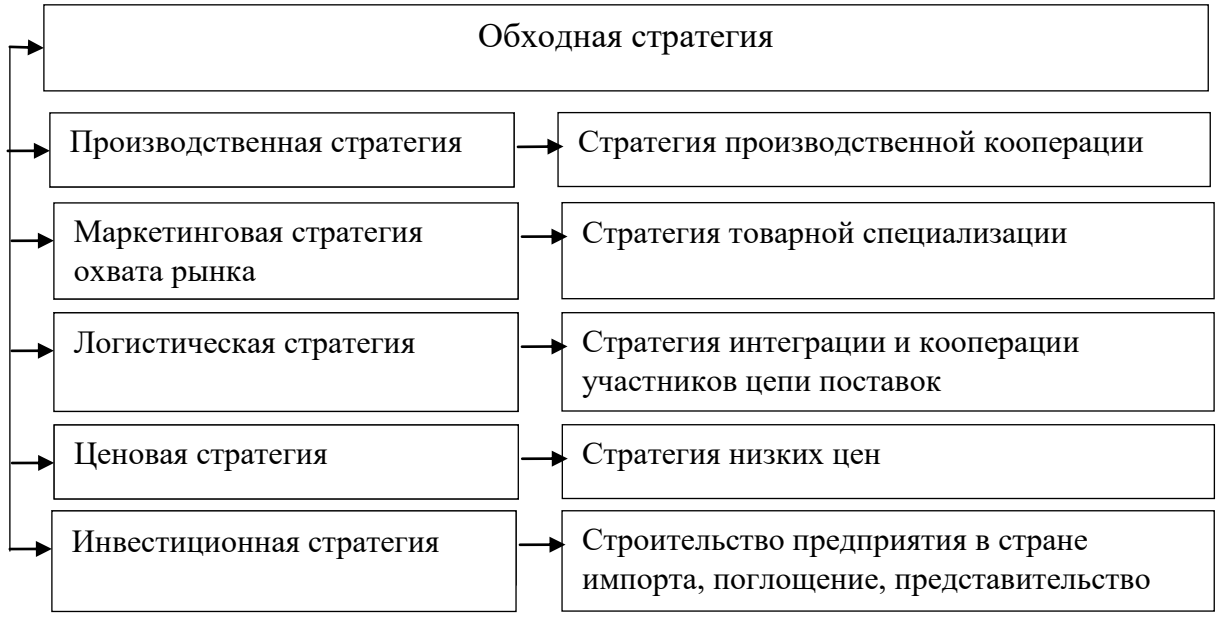


Рисунок 7 – Функциональные стратегии поддержки обходной стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок [47]

Значительным потенциалом поддержки для реализации обходной стратегии преодоления барьеров входа на рынок обладает инвестиционная стратегия, которая формируется как комплекс стратегических целей строительства предприятия в стране импорта, поглощение предприятий или организация представительства на территории страны импорта.

Логистическая стратегия интеграции и кооперации участников цепи поставок базируется на стратегическом партнерстве и интеграционном взаимодействии в процессе выполнения логистических функций на всех внешних рынках (транзитном и целевом).

Стратегия опосредованного входа на внешний рынок представляет собой совокупность действий по построению многоканальных логистических цепей распределения продукции с участием международных и национальных посредников.

Принимая во внимание, что на большинстве внешних рынков функционируют олигополистические торговые компании, данный способ проникновения на внешний рынок иногда остается единственной возможностью входа.

Бурное развитие опосредованной торговли привело к становлению разнообразия посредников с различными объемами прав и обязательств в части преодоление барьеров входа на внешний рынок.

Целесообразность реализации стратегии опосредованного входа на внешний рынок является оправданной в условиях существования высоких барьеров входа на соответствующий рынок и при отсутствии у экспортера организационно-экономических возможностей их преодоления, олигопольного или монопольного состояния компаний по распределению продукции на соответствующем внешнем рынке, отсутствии опыта преодоления барьеров внешнего рынка и т.д. Атрибутивные признаки данной стратегии представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Атрибутивные признаки опосредованной стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок [47]

Атрибутивный признак стратегии	Сущность признака
Цель	Использование международных и местных посредников соответствующего рынка для вхождения на целевой высоко барьерный рынок
Задачи	Выбор вида посредничества, который обеспечивает наивысшую эффективность при входе на внешний рынок
Предпосылки применения	Высокие барьеры входа на внешний рынок, высокие расходы на преодоление барьеров входа
Условия применения	Расходы на преодоление барьеров входа на соответствующий рынок превышают величину упущенной выгоды от привлечения посредников
Функции стратегического управления	Поиск посредников и организация сотрудничества с ними. Анализ результативности реализации опосредованной стратегии
Способы реализации	Опосредованный экспорт

Кроме того, реализация стратегии опосредованного входа на внешний рынок имеет ряд недостатков, связанных, прежде всего, с отсутствием контроля за процессом реализации продукции и изменением требований потребителей к продукции в условиях изменчивости внешних факторов, отсутствия контроля за процессом формирования и соблюдением имиджа производителя на внешнем рынке, потерей части прибыли экспортера за счет роста расходов продукции на величину комиссионного вознаграждения посредника и т.п.

Опосредованная стратегия преодоления барьеров входа на внешний рынок реализуется посредством комплекса функциональных стратегий (рисунок 8), среди которых следует выделить стратегию ограниченной специализации производственного процесса, в соответствии с которой производственный процесс предприятия специализируется на изготовлении продукции повышенного качества для определенного сегмента рынка.

Стратегия логистического аутсорсинга базируется на выборе оптимального количества посредников в цепях распределения продукции.

Усложненный недифференцированный маркетинг имеет место, когда предприятие акцентирует внимание на функциональности продукции и возможности удовлетворять спрос всех категорий потребителей.

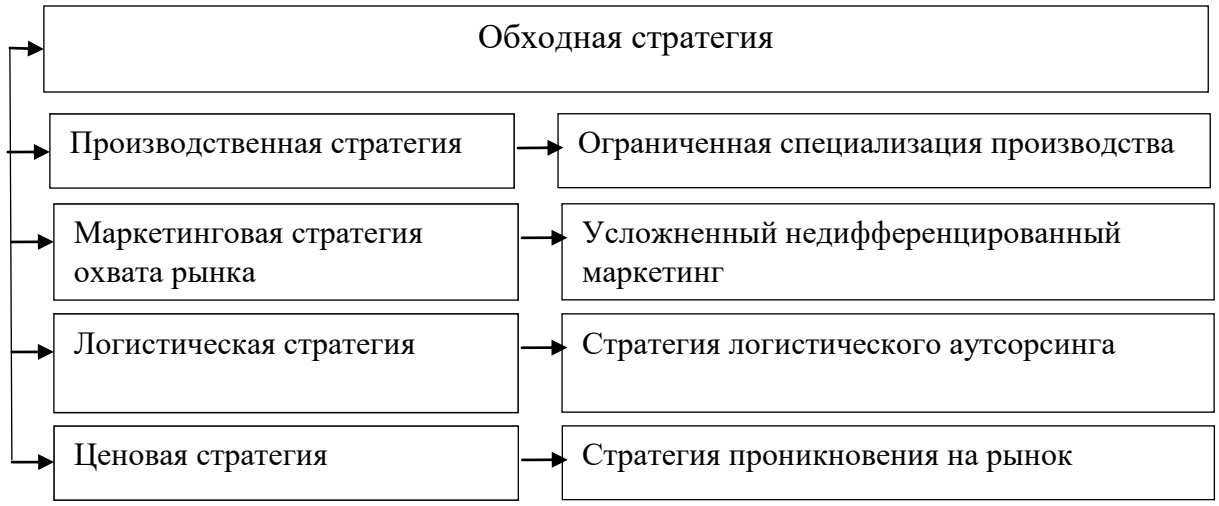


Рисунок 8 – Функциональные стратегии поддержки опосредованной стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок [47]

В основу стратегии проникновения на рынок положена политика ценообразования, которая позволяет быстро сформировать спрос, обеспечить определенную долю рынка, получить преимущество относительно возможных конкурентов.

Стратегия пролонгированного входа на внешний рынок – это логично обобщенная модель действий, реализующих цель подготовки производства и продукции к будущему входу на внешний рынок. Подготовка производства заключается в совокупности действий по выполнению соответствующих требований целевого рынка в части обеспечения технологических особенностей производства.

Подготовка продукции – это комплекс мероприятий по доведению качественных характеристик продукции, упаковки, маркировки к требованиям местных потребителей внешнего рынка.

Проведенное обобщение стратегий входа предприятия на внешний рынок позволило проанализировать целесообразную последовательность их реализации в зависимости от уровня барьерности внешнего рынка и внутренних возможностей предприятия по преодолению барьеров входа (рисунок 9).

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

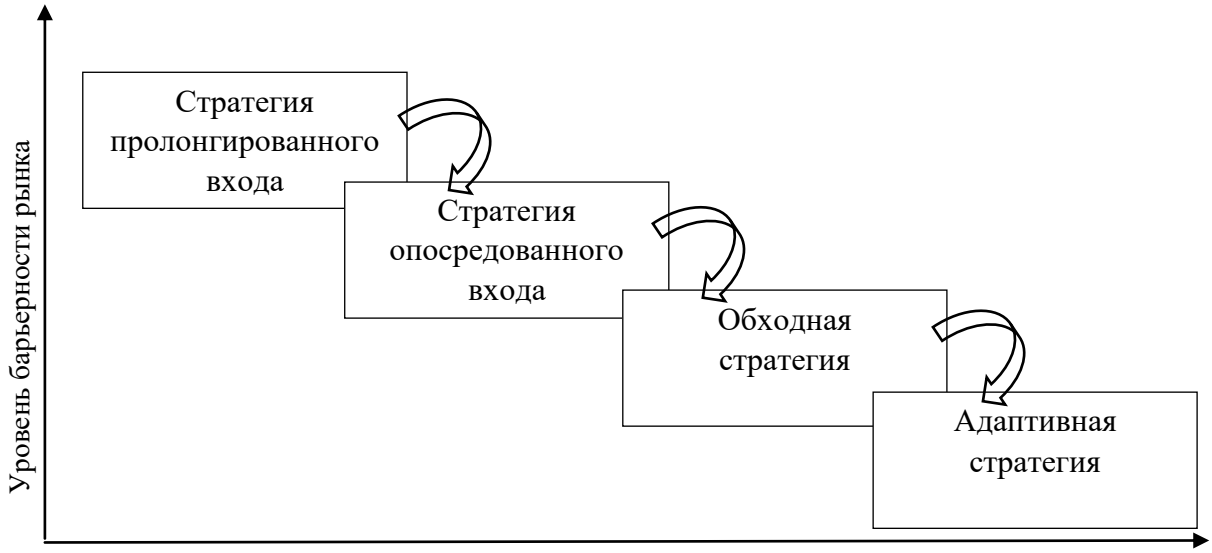


Рисунок 9 – Каскад временной периодизации стратегий входа предприятия на внешний рынок в зависимости от уровня его барьерности[6]

В условиях высокой барьерности внешнего рынка для импорта промышленной продукции и при отсутствии опыта преодоления его барьеров целесообразной является реализация стратегии опосредованного входа, которая позволяет использовать возможности международных посреднических компаний.

Приобретение опыта преодоления барьеров входа на внешний рынок позволяет предприятию реализовать обходную стратегию входа на внешний рынок как способ входа на целевой внешний рынок через рынки третьих стран.

В зависимости от уровня барьерности рынка возможна реализация такой стратегии параллельно со стратегией опосредованного входа на внешний рынок.

Невысокий уровень барьеров входа в совокупности с невысокими затратами на их преодоление позволяет реализовать предприятию адаптивную стратегию.

Информационным источником идентификации стратегий преодоления барьеров входа на внешний рынок могут являться официальные статистические данные по субъектам экспорта продукции, данные финансовой отчетности, в

[6] Составлено автором по: [47].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

том числе наличие различий в показателях дохода операционной деятельности и чистого дохода, наличие торговых структур в составе холдингов, созданных с участием промышленных предприятий или наличие статуса связанных лиц между промышленным и торговым предприятием.

Сформированные стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок позволяют выбирать промышленными предприятиями тот тип стратегического поведения, который в наибольшей степени соответствует уровню барьерности внешнего рынка и внутренним возможностям предприятий по преодолению совокупности имеющихся барьеров.

1.3. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Эффективность ВЭД промышленного предприятия напрямую зависит от правильно спланированной и организованной работы по выходу на внешние рынки в долгосрочной перспективе. Осуществляя ВЭД, предприятия функционируют в мире, который постоянно усложняется. Современная международная среда, определяющаяся характеристиками современного бизнеса, требует новых подходов к стратегическому управлению. К таким характеристикам можно отнести:

- сложность внешней среды. Количество и разнообразие факторов значительно увеличивается при осуществлении ВЭД;

- изменчивость внешней среды. Скорость изменений во внешнем окружении не поддается какому-либо внутреннему контролю. Современная мировая экономика испытывает глубокие и быстрые изменения, проявляющиеся в стремительно усиливающемся процессе глобализации, которая, в свою очередь, приводит к многомерной конкуренции, приобретающей характер гиперконкуренции, усилению инновационных и интеграционных процессов в мировом масштабе;

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

- взаимосвязанность факторов внешней среды. Изменение одного фактора с определенной силой вызывает изменение ряда других факторов;

- неуправляемость внешней среды. Предприятие, осуществляющее деятельность на внешнем рынке, имеет очень ограниченные возможности для влияния на внешний контекст условий. Компании вынуждены непрерывно адаптироваться к изменениям;

- турбулентность внешней среды. Изменения во внешней среде происходят с высоким уровнем неопределенности и непредсказуемости.

Разработка стратегии и тактики определяется оптимально спланированным и организованным освоением иностранных рынков и реализуется посредством определенных этапов, каждый из которых предусматривает проработку конкретных специфических задач. Стратегическое управление ВЭД предприятия, по мнению Трифоновой Е.Ю. и Приказчиковой Ю.В. [6], представляет собой процесс управления предприятием на основе синтеза четырех методимческих подходов (функционального, ситуационного, рискового и системного), учитывающий национальные особенности осуществления бизнеса, направленный на разработку и реализацию внешнеэкономической стратегии на предприятии при своевременном осуществлении инноваций, отвечающих требованиям внешней среды, с целью обеспечения конкурентоспособности на внешних рынках в долгосрочной перспективе. Для того чтобы успешно работать на внешних рынках, руководителям необходимо четко понимать специфику международного бизнеса при использовании функционального, ситуационного, системного и рискового подходов к стратегическому управлению.

Так, функциональный подход позволит выстроить курс развития предприятия, должным образом организовать деятельность различных его подразделений. При этом, функциональный подход может быть сведен к реализации основополагающих функций управления: планирования, мотивации, организации и контроля. В каждой стране и у каждого народа существуют свои, только им присущие психологические, социальные и другие

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

особенности, к которым относятся, прежде всего, ценности, убеждения, привычки, традиции, обычаи при ведении бизнеса. Знание этих систем ценностей существенно повышает эффективность управления.

При осуществлении стратегического управления ВЭД на основе ситуационного подхода будет получена необходимая информация относительно факторного влияния извне. Однако она не позволит из всего разнообразия факторов выделить наиболее значимые для предприятия, представляющие угрозу для его деятельности. Четкому курсу развития и системности выполняемых операций, эффективной реализации функций управления в целях достижения стратегического видения также не будет уделено должного внимания. Ситуационный подход к процессу стратегического управления ВЭД предприятия становится необходимым в дополнение к функциональному подходу. Функции управления нужно реализовывать с учетом влияния ситуационных факторов, возникающих на том или ином целевом рынке. В этом случае руководству предприятия необходимо решить важную задачу, которая заключается в обеспечении управления в условиях непрерывных изменений во внешней среде с помощью разработки и реализации стратегии изменений. При этом под реализацией стратегии изменений понимается достижение не какого-то планируемого результата, а успеха, связанного со способностью предприятия эффективно адаптироваться к новым условиям внешней среды и сохранять устойчивость развития.

Рисковый подход проявляется в учете вероятности возможных негативных воздействий среды при работе на внешнем рынке и способствует отбору наиболее значимых факторов с точки зрения наибольшей угрозы деятельности предприятия. Ориентация на рисковый подход даст возможность выделить факторы, составляющие угрозу деятельности предприятия. Однако в этом случае будет учтен не весь перечень факторных признаков, оказывающих влияние извне, как при ситуационном подходе, а только наиболее значимые для деятельности предприятия с точки зрения наступления возможных рисков.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

Также будут отсутствовать четкий курс разработки внешнеэкономической стратегии предприятия и системность ее формирования.

Системный подход предполагает взаимосвязь всех подразделений предприятия при осуществлении стратегического управления, системность функций управления (их неразрывную связь друг с другом), ситуационного подхода, учета рисковой составляющей. Системный подход, по мнению авторов [6], представляет собой объединение следующих процессов при разработке внешнеэкономической стратегии: процесса осмысления; формального процесса; аналитического процесса; процесса предвидения; ментального процесса; развивающегося процесса; процесса ведения переговоров; коллективного процесса; реактивного процесса; процесса трансформации. Системный подход обеспечит предприятию взаимосвязь, согласованность всех подразделений в контексте решаемых задач, рассматривая функции управления в неразрывной связи друг с другом. Кроме того, с помощью системного подхода менеджеры предприятия смогут учесть весь перечень факторных признаков в комплексе. Как и при функциональном подходе, будет нивелирована значимость ситуационных и рисковых факторов, а также будет отсутствовать четкое функциональное понимание решаемых задач.

В связи с этим стратегическое управление ВЭД предприятия, по мнению авторов, представляет собой процесс управления предприятием на основе синтеза четырех подходов (функционального, ситуационного, рискового и системного), учитывающий национальные особенности осуществления бизнеса, направленный на разработку и реализацию внешнеэкономической стратегии на предприятии при своевременном осуществлении инноваций, отвечающих требованиям внешней среды, с целью обеспечения конкурентоспособности на внешних рынках в долгосрочной перспективе.

Таким образом, реализуя функции управления, необходимо ориентироваться на ситуационные особенности, возникающие в стране ведения бизнеса. В свою очередь, возникновение той или иной ситуации на внешнем

рынке предлагается сопровождать рисковой составляющей, т.е. описывать возможный риск для предприятия при возникновении определенного события в стране и оценивать вероятность возникновения данной рисковой ситуации. Вышеперечисленные действия следует осуществлять системно.

Преимуществами использования стратегического управления ВЭД на предприятии в условиях глобализационных процессов мировой экономики являются: минимизация рисков негативных динамических воздействий международной среды; подготовленность к непредсказуемым изменениям условий внешнего окружения; стимулирование менеджеров к реальному внедрению принятых управленческих решений в долгосрочной перспективе; повышение скоординированности действий; создание предпосылок повышения квалификации руководителей и специалистов; рационализация использования ресурсного потенциала предприятия; формализация полномочий и ответственности его работников.

Стратегическое управление предполагает определенный набор действий и решений, разработанных менеджерами предприятия, которые ведут к формированию специфических стратегий. Сам процесс разработки стратегии выхода предприятия на внешний рынок также включает ряд этапов (рисунок 10).

Разработка стратегии выхода предприятия на внешние рынки начинается с определения миссии предприятия, в которой раскрывается цель, приоритетные ценности и направления деятельности. Именно на основании сформулированной миссии на втором этапе разработки стратегии определяются приоритетные ценности, цели и направления деятельности; проводится тщательный анализ сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз, свойственных внешней среде ведения ВЭД, определение стратегических целей, определение стратегических и тактических задач и составление оперативных планов, а также разработка общей схемы управления деятельностью предприятия. Стратегия позволяет сосредоточиться на главных проблемах и отбросить второстепенные; определить и скоординировать

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

действия по реализации миссии и основных целей фирмы, пути ее превращения в новое состояние, способы использования необходимых для этого ресурсов.



Рисунок 10 – Этапы разработки стратегии выхода промышленного предприятия на внешние рынки[7]

Третий и четвертый этапы разработки стратегии предполагают проведение всестороннего анализа внешней и внутренней среды

[7] Составлено автором по: [17, 22].

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

соответственно с целью выбрать на пятом этапе целевой рынок (рынки) согласно приведенной на рисунке 11 структурно-логической схеме.

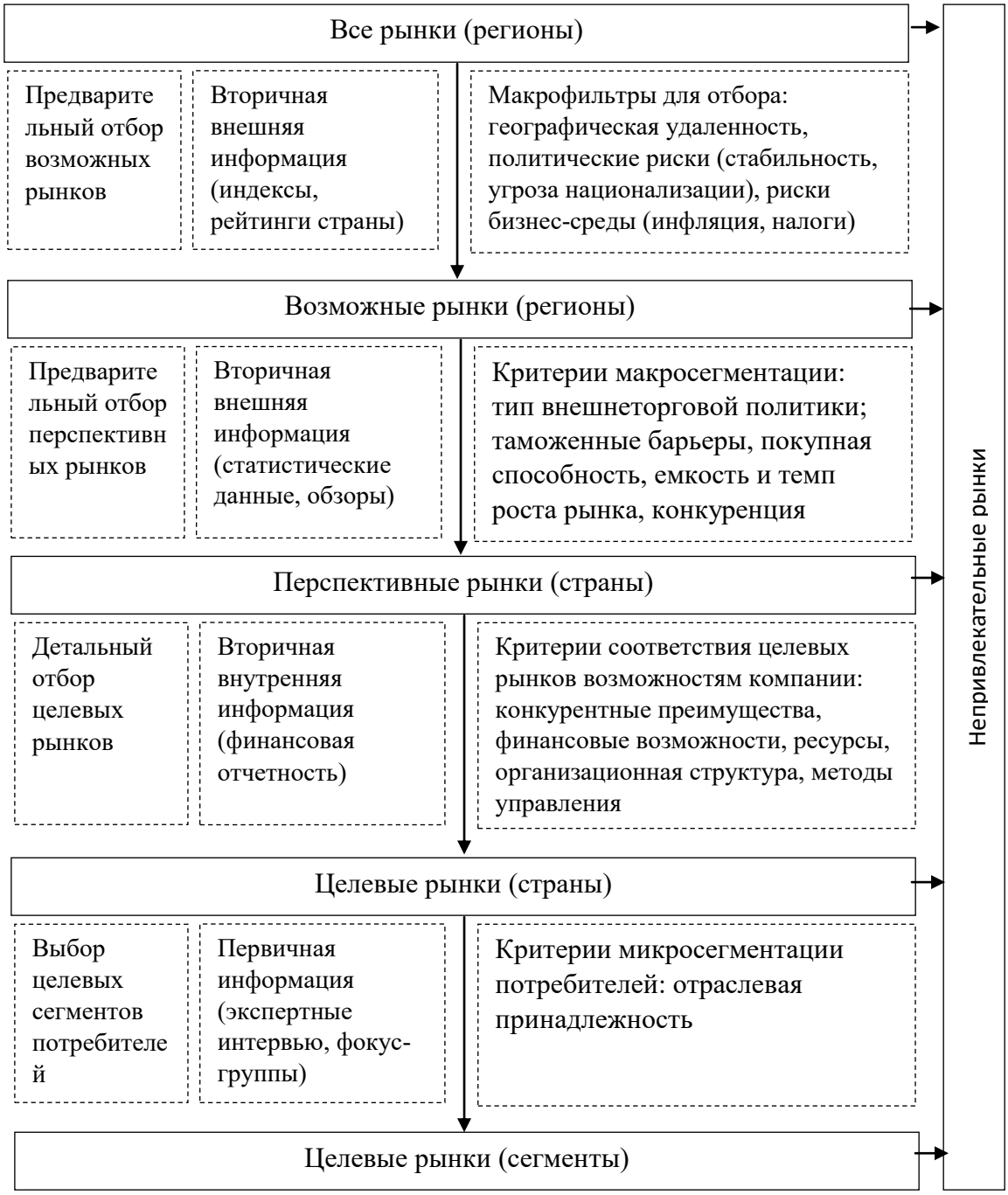


Рисунок 11 – Структурно-логическая схема принятия стратегических решений по выбору внешних рынков и сегментов[8]

Предварительный отбор возможных рынков происходит с помощью макрофильтров. Целью этого этапа является сокращение количества

[8] Составлено автором по: [23].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

потенциально привлекательных стран для дальнейшего анализа. Происходит первичный отбор рынков (стран) в соответствии с внешними критериями отбора (макроориентованих критериев): политические риски (политическая стабильность, угроза национализации, военных действий и т.п.), риски бизнес-среды (конвертируемость валюты, инфляция, отношение к иностранным инвесторам, ограничения экспорта товаров из одной страны в другую и т.д.), а также географическая удаленность страны.

На этом этапе большую роль играет создание системы мониторинга международных индексов и рейтингов стран, таких как рейтинг экономической свободы (американский исследовательский центр «Heritage Foundation» и газета «Wall Street Journal»), рейтинг коррумпированности стран (международное агентство «Transparency International»), рейтинг качества деловой среды (компания «КОФАС»), индекс политического риска BERI Political Risk Index (PRI), индекс рисков деловой среды Business Environment Risk Index (BERI) и др.

На этапе предварительного отбора перспективных рынков важно оценить привлекательность тех стран, которые остались в результате отбора возможных рынков, по таким критериям, как тип внешнеторговой политики, величина таможенных барьеров, покупательная способность потребителей, емкость и темпы роста рынка, условия конкуренции (концентрация, интенсивность), отраслевая структура промышленности страны и т.п. Детальный отбор целевых рынков предусматривает оценивание адекватности целевых рынков ресурсам и конкурентным преимуществам компании. Также на этом этапе принимается стратегически важное решение о географической концентрации ресурсов на ограниченном количестве похожих рынков или диверсификации ресурсов на большом количестве различных рынков. Не каждое предприятие может себе позволить одновременно охватить большое количество стран. Решение о концентрации ресурсов на ограниченном количестве похожих рынков или диверсификации ресурсов на большом количестве различных рынков следует

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

принимать с учетом большого количества факторов, часть из которых приведена в таблице 7.

Таблица 7 – Факторы, определяющие географическую диверсификацию предприятия[9]

Группа факторов	Факторы, способствующие концентрации по странам	Факторы, способствующие диверсификации по странам
1	2	3
Факторы, касающиеся предприятия	Осознание низкой степени риска управления. Умение выбирать «лучшие» рынки	Осознание высокой степени риска управления. Недостаточный объем знаний о рынках
Факторы, касающиеся товара	Продукт, имеющий неограниченную сферу применения. Продукт, приобретаемый повторно. Середина жизненного цикла товара. Продукт, требующий адаптации к разным рынкам.	Продукт, имеющий ограниченную сферу применения. Продукт, который повторно не приобретается. Ранний или поздний этап жизненного цикла товара. Стандартный продукт, не требующий адаптации к разным рынкам.
Факторы, касающиеся рынка	Большие рынки, не перенасыщенные конкуренцией. Зрелые рынки. Ключевые рынки поделены между многими конкурентами. Высокие темпы роста каждого рынков. Высокая лояльность потребителей. Длительный период воспроизводства продукта конкурентами.	Большие рынки, насыщенные конкуренцией. Новые рынки или рынки на этапе спада жизненного цикла товара. Ключевые рынки поделены между несколькими сильными конкурентами. Низкие темпы роста каждого рынков. Низкая лояльность потребителей. Короткий период воспроизводства продукта конкурентами.
Маркетинговые факторы	Высокие коммуникационные расходы для дополнительных рынков. Высокие расходы на обработку заказов для дополнительных рынков. Высокие расходы на физическое распределение для дополнительных рынков. Средства коммуникации требуют адаптации для разных рынков.	Низкие коммуникационные расходы для дополнительных рынков. Высокие расходы на обработку Низкие для дополнительных рынков. Низкие расходы на физическое распределение для дополнительных рынков. Стандартизированные средства коммуникации на разных рынках.

После определения наиболее привлекательных стран целесообразно с помощью стандартных методов провести сегментацию потребителей в каждой

[9] Составлено автором по: [17, 22].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

отобранной стране по критериям, которые определяют отраслевую принадлежность, платежеспособность потребителей, структуру их закупочного центра и т.д. После выбора зарубежного рынка или рынков, условия которых наиболее адекватно соответствуют потенциалу предприятия и его конкурентным преимуществам, необходимо решить вопрос о стратегии выхода на этот рынок из стратегических альтернатив, рассмотренных в предыдущем разделе данного исследования. Принятием такого решения и завершается процесс разработки стратегии и начинается этап ее реализации и последующей корректировки.

Таким образом, реализуя функции управления, необходимо ориентироваться на ситуационные особенности, возникающие в стране ведения бизнеса. В свою очередь, возникновение той или иной ситуации на внешнем рынке предлагается сопровождать рисковой составляющей, т.е. описывать возможный риск для предприятия при возникновении определенного события в стране и оценивать вероятность возникновения данной рисковой ситуации. Вышеперечисленные действия следует осуществлять системно, т.к. для достижения стратегического видения деятельности на внешнем рынке в условиях инновационного развития экономики менеджерам необходимо: своевременно принимать управленческие решения на основе функций планирования, мотивации, организации и контроля; ситуационно реагировать на внешние воздействия и адаптироваться в условиях сложной, изменчивой, неуправляемой и турбулентной международной среды; учитывать различного рода риски, которые могут возникнуть при ведении международного бизнеса; придерживаться при разработке внешнеэкономической стратегии комплексности различных процессов (процесса осмысления, формального процесса, аналитического процесса, процесса предвидения, ментального процесса, развивающегося процесса, переговорного процесса, коллективного процесса, реактивного процесса, процесса трансформации), рассматривая их в совокупности.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Принимая во внимание все вышеизложенное, предприятие, ориентированное на осуществление деятельности на внешнем рынке, обеспечит себе достойное конкурентное положение в долгосрочной перспективе.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

2. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ПАО «ТАГМЕТ» ПО ВЫХОДУ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

2.1. ПАО «ТАГМЕТ»: ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И РОЛЬ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУБНОЙ ПРОДУКЦИИ

ПАО «ТАГМЕТ» зарегистрировано 22.12.1992 г. Постановлением № 2646 Администрации г. Таганрога Ростовской области, но история Таганрогского металлургического завода берет свое начало с 1895 г в Бельгии с учреждения акционерного Русско-Бельгийского общества по строительству металлургического завода.

На данный момент ПАО осуществляет основную деятельность в Уральском федеральном округе России и является одним из наиболее высокотехнологичных производителей трубной продукции в мире, производящим практически все виды стальных труб, в том числе высокопрочные трубы со специальными свойствами, коррозионностойкие трубы, трубы с герметичными резьбовыми соединениями, бурильные трубы со сварными соединениями инструмента, обсадные трубы с муфтами, трубы для обслуживания скважин, стальные сварные круглые и фасонные трубы, водогазопроводные трубы и оцинкованные трубы.

Трубы изготавливаются в соответствии со стандартами API, DIN, ASTM, а также российскими региональными и национальными стандартами и техническими условиями. Продукция TAGMET сертифицирована в Системе добровольной сертификации INTERGAZCERT. Система менеджмента качества компании сертифицирована на соответствие международным стандартам ISO 9001, API Q1, IATF 16949, СТО Газпром 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 50001, а также в Системе добровольной сертификации INTERGAZCERT.

ПАО «ТАГМЕТ» входит в состав ПАО «Трубная Металлургическая Компания» (ПАО «ТМК»), которая владеет 96,38% голосующих акций завода и

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

является ведущим производителем трубной продукции на российском рынке (таблица 8).

Таблица 8 – Основные участники российского трубного рынка[10]

Наименование компании	Состав компании
ПАО «Трубная Металлургическая Компания»	АО «Волжский трубный завод», ПАО «Северский трубный завод», ПАО «Синарский трубный завод», ПАЛ «Таганрогский металлургический завод», ЗАО «ТМК-КПВ», ООО «ТМКИНОКС», ТОО «ТМК-Казтрубпром»
Группа «Челябинский трубопрокатный завод»	ПАО «Челябинский трубопрокатный завод», ОАО «Первоуральский новотрубный завод»
Объединённая металлургическая компания	АО «Выксунский металлургический завод», АО «Альметьевский трубный завод»
Северсталь – Групп	ЗАО «Ижорский трубный завод», ПАО «Северсталь», ООО «Трубопрофильный завод Шексна»

Основные участники российского трубного рынка представлены «трубной четверкой» (таблица 8), доля которой на внутреннем рынке составляет около 80%. В России также функционирует еще более 50 предприятий по производству труб сварного сортамента.

На долю головного предприятия группы ПАО «ТМК» на протяжении 2015-2019 гг. приходилось около четверти всего российского трубного рынка (рисунок 12).

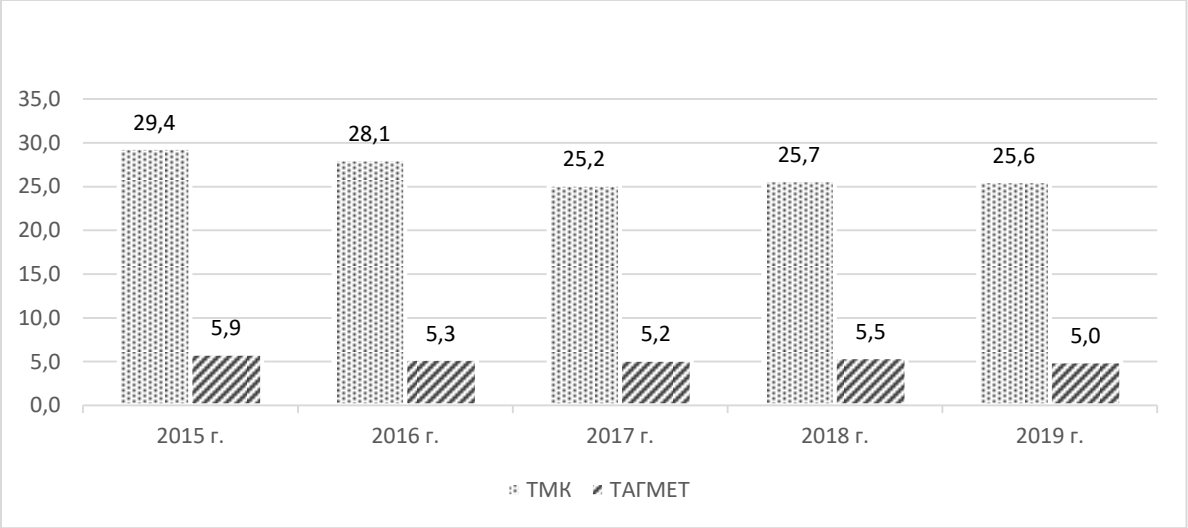


Рисунок 12 – Доля ПАО «ТАГМЕТ» и головного предприятия группы на российском трубном рынке, %[11][1-5]

[10] Составлено автором по: [55].
[11] Составлено автором по: [51-55]

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

На протяжении 2015-2017 гг. доля ПАО «ТМК» на российском рынке имела тенденцию к снижению (рисунок 12), что сопровождалось и соответствующим снижением доли ПАО «ТАГМЕТ». Так, доля ПАО «ТМК» снизилась с 29,4% в 2015 г. до 25,2% в 2017 г., а ПАО «ТАГМЕТ» с 5,9% до 5,2%. В 2018 г. произошло некоторое восстановления позиций на рынке как ПАО «ТАГМЕТ», так и всей группы, в результате чего рыночная доля ПАО «ТАГМЕТ» возросла до 5,5%, превысив, таким образом уровни 2017 г. и 2016 г., но так и не достигнув уровня 2015 г. В 2019 г. имело место очередное снижение доли как по ПАО «ТАГМЕТ», так и по ПАО «ТМК» в целом. В результате доля рынка ПАО «ТАГМЕТ» в 2019 г. имела наименьшее значение за весь анализируемый период.

Более подробно динамика структуры рынка производителей трубной продукции представлена в таблице 9.

Таблица 9 – Структура российского рынка производителей трубной продукции[12]

Наименование предприятия	Доля, %					2019 г. / 2015 г.
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	
Выксунский металлургический завод	18,6	16,3	17,7	15,7	12,3	-6,3
Челябинский трубопрокатный завод	11	9,3	10,3	9,5	10,6	-0,4
Первоуральский новотрубный завод	7,9	7,8	8,3	8,4	7,7	-0,2
Волжский трубный завод	11,4	10,6	8,2	8,4	12,3	0,9
Северский трубный завод	6,1	6,5	6,4	6,5	6,4	0,3
Синарский трубный завод	6	5,7	5,4	5,3	5	-1
Таганрогский металлургический завод	5,9	5,3	5,2	5,5	5	-0,9
Прочие	33,1	38,5	38,5	40,7	43,8	10,7

Из динамики структуры рынка (таблица 9) видно, что сократилась доля не только группы, возглавляемой ПАО «ТМК», но и представителей двух других ведущих производителей: АО «Выксунский металлургический завод» (Объединённая металлургическая компания) – на 6,3%; ПАО «Челябинский трубопрокатный завод» (Группа «Челябинский трубопрокатный завод») – на 0,4%, ОАО «Первоуральский новотрубный завод», входящего в состав Группы

[12] Составлено автором по: [51-55].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

«Челябинский трубопрокатный завод» - на 0,2%. Из ведущих производителей ни у одного из предприятий не имело место увеличение доли рынка вв динамике за 2015-2019 гг. Таким образом, ПАО «ТМК», в состав которой входит ПАО «ТАГМЕТ», по потере доли рынка со значением в 3,8% следует за Объединённой металлургической компанией, чей Выксунский металлургический завод утратил 6,3% рынка и замыкает группу лидеров Группа «Челябинский трубопрокатный завод» с совокупным значением в 0,4%. При этом потери рыночной доли ПАО «ТАГМЕТ», как отдельного субъекта рынка, составили только 0,9%.

Результаты проведенного анализа дают основания считать, что в течение 2015-2019 гг. имело место перераспределение рынка в пользу более мелких производителей трубной продукции, и сокращение производства ПАО «ТАГМЕТ» является результатом влияния не столько внутренних, сколько внешних факторов. Об этом свидетельствует и активная инновационная деятельность ПАО «ТАГМЕТ». Так, в течение 2019 г. заводом было осуществлена модернизация ряда участков и освоено производство новых видов продукции, а именно:

- освоение пяти новых марок стали для производства труб нефтегазовой отрасли и товарной заготовки отрасли машиностроения;

- отгружено в адрес потребителей более 25000 тонн товарной заготовки, освоенной колесной стали;

- проведена значительная модернизация и продолжается обновление оборудования отделочной части трубопрокатного производства с расширением муфтового участка (с установкой трубо и муфтонарезных станков ф. «Emag»), обеспечивающее стабильность качества выпускаемой продукции;

- проведена модернизация линии по производству бурильных труб (приобретена установка УЗК сварного шва бурильных труб);

- освоено производство бурильных труб с резьбовым соединением ТМК UP EXD SG;

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

- освоены новые виды премиальных резьбовых соединений обсадных труб по новой конструкторской документации с учетом расширения сортамента (TMK UP CENTUM; TMK UP SIMPLEX), отвечающих всем высоким требованиям, предъявляемым к соединению при проектировании и освоении месторождений в особо сложных условиях;

- освоено производство труб для подводных трубопроводов с укладкой трубопровода с барабана;

- освоено производство обсадных труб с ужесточенными требованиями относительно стандартов API и ГОСТ для ведущих нефтегазодобывающих компаний в т.ч. для эксплуатации в кислых средах и с дополнительными требованиями к испытаниям на сульфидное растрескивание под напряжением 80, 90, 100% от минимального предела текучести;

- широкий ассортимент выпускаемой продукции, более 300 позиций освоенной товарной НЛЗ и трубной продукции.

Как свидетельствуют данные Годовых отчетов ПАО «ТАГМЕТ» [51-55] (таблица 10), сократилась не только доля ПАО «ТАГМЕТ», но и объемы произведенной продукции.

Таблица 10 – Объемы произведенной продукции ПАО «ТАГМЕТ»[13]

Наименование продукции	Объем производства, тыс. т					Прирост 2019 г./ 2015 г.	
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	тыс.т.	%
Трубы бесшовные, в. т.ч.	437,2	404,1	407,9	438,1	411,3	-25,9	-5,9
Бурильные	19,1	25,8	18,2	19,5	24,9	5,8	30,4
Обсадные	179,1	182,0	191,1	209,1	218,0	38,9	21,7
Нефтепроводные и общего назначения	130,2	76,4	75,1	209,5	168,3	38,1	29,3
Трубы сварные, в. т.ч.	229,9	160,9	194,6	210,5	198,8	-31,1	-13,5
Водогазопроводные	85,6	86,5	98,7	93,8	70,7	-14,9	-17,4
Общего назначения	80,8	39,9	47,0	55,3	58,5	-22,3	-27,6
Нефтегазопроводные	55,0	27,9	38,2	37,9	45,8	-9,2	-16,7
Профильные	36,0	6,6	10,7	23,5	23,8	-12,2	-33,9
в т.ч. трубы сварные оцинкованные	41,8	51,7	61,3	60,3	59,1	17,3	41,4
Всего	667,1	565,0	602,5	648,6	610,1	-56,9	-8,5

[1313] Составлено автором по: [51-55].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

Так, в 2018 г. в сравнении с 2015 г. общий объем производства трубных изделий ПАО «ТАГМЕТ» сократился на 2,8%, что составило 18,5 тыс.т. При этом сокращение это произошло за счет снижения производства сварных труб на 8,4% (19,4 тыс.т) и частично было компенсировано ростом производства бесшовных труб на 0,2% (0,9 тыс.т).

Наибольший прирост производства за этот период имел место по такому виду продукции как обсадные трубы – 38,9 тыс. т (21,7%) и бесшовные нефтепроводные трубы и трубы общего назначения – 38,1 тыс. т (29,3%); наибольшее снижение производства в абсолютном значении– по следующим трем видам продукции:

- сварные трубы общего назначения – 27,6% или 22,3 тыс. т;
- бесшовные трубы – 5,9% или 25,9 тыс. т;
- сварные водогазопроводные трубы – 17,4% или 14,96 тыс. т.

Положительную динамику в течение анализируемого периода показало производство сварных оцинкованных труб, объем которого вырос на 41,4%, что составило 17,3 тыс.т. Наихудшие производственные показатели по обеим группам продукции (трубы бесшовные и трубы сварные) отмечались в 2016 г., после которого последовало постепенное восстановление объемов производства вплоть до 2018 г. Аналогичная динамика имела место и по такой подгруппе продукции как оцинкованные сварные трубы. Однако, если по бесшовным трубам объемы производства 2018 г. не только достигли уровня 2015 г., но и немного превысили его, то объемы производства сварных труб к 2018 г. так и не достигли значения 2015 г. Анализируя динамику производственных показателей особо следует подчеркнуть, что в 2019 г. по многим позициям произошло значительное ухудшение: производство нефтепроводных труб и труб общего назначения в течение этого года сократилось на 41,2 тыс. т, водогазопроводных – на 23,1 тыс. т.

Влияние отдельных групп продукции на динамику общих объемов производства трубной продукции в течение 2015-2019 гг. отображено на рисунке 13.



Рисунок 13 – Влияние отдельных групп продукции на общие объемы производства ПАО «ТАГМЕТ»[14]

Основные технико-экономические показатели деятельности ПАО «ТАГМЕТ» [1-5] приведены в таблице 11.

Таблица 11 – Технико-экономические показатели деятельности ПАО «ТАГМЕТ»[15]

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Прирост 2019 г./ 2015 г.	
						абс.	%
Выручка от продаж товаров, услуг, млн.руб.	30802,9	29642,4	36255,9	43827,9	43503,9	12701,0	41,2
Себестоимость проданных товаров, услуг, млн.руб.	26468,3	26023,1	32961,4	40483,6	38349,5	11881,2	44,9
Прибыль от продаж, млн.руб.	1196,9	208,2	-660,8	-1423,2	260,7	-936,2	-78,2
Чистая прибыль, млн.руб.	211,0	-884,9	-1858,9	-2138,9	-1625,5	-1836,5	-870,4
Численность персонала, чел.	6685	6297	6005	5848	5775	-910,0	-13,6
Численность промышленно-производственного персонала, чел.	6602	6217	5928	5766	5693	-909,0	-13,8
Средняя заработная плата, руб./мес.	31596	33435	35662	38504	41622	10026,0	31,7
Средняя заработная плата промышленно-производственного персонала, руб./мес.	31628	33456	356857	38941	41608	9980,0	31,6
Производительность труда, тыс.руб./чел.	384	392	503	625	628	244,0	63,5

[14] Составлено автором по: [51-55].
[15] Составлено автором по: [51-55].

По сравнению с 2015 г. выручка в 2016 г. снизилась на 3,8 % (или 1160,5 млн. руб.). Чистый убыток ПАО «ТАГМЕТ» составил 884,9 млн. руб. в то время как в 2015 г. чистая прибыль предприятия составила 211,0 млн. руб. Среднемесячная зарплата одного работника списочного состава (без выслуги лет) за 2016 г. составила 33435 руб., т.е. возросла по сравнению с 2015 г. на 5,8 %. Производительность труда по итогам 2016 г. в сравнении с прошлым годом выросла на 2,1%.

По сравнению с 2016 г. выручка в 2017 году выросла на 22,3% (или 6613,5 млн. руб.). Чистый убыток составил 1 858,9 млн. руб., что на 974, млн.руб. превысило убыток 2016 г. Среднемесячная зарплата одного работника списочного состава (без выслуги лет) за 2017 г. составила 35662 руб., показав рост в сравнении с 2016 г на 6,7%. Производительность труда по итогам 2017 г. в сравнении с прошлым годом выросла на 28,3% тыс.руб.

По сравнению с 2017 г. выручка в 2018 г. выросла на 20,9% (или 7571,0 млн.руб.). Чистый убыток составил 2138,9 млн.руб. что на 11,4% превышало убыток 2015 г. и в 2,4 раза убыток 2016 г. Среднемесячная зарплата одного работника списочного состава (без выслуги лет) за 2018 г. составила 38504 руб., что на 8,0% выше предыдущего года. Производительность труда по итогам 2018 г. в сравнении с прошлым годом выросла на 24%.

По сравнению с 2018 г. выручка в 2019 г. снизилась на 0,4% (или 7324,0 млн.руб.). Чистый убыток составил 1625,5 млн.руб. что на 24,1% ниже убытка 2018 г. и в 1,8 раза убытка 2016 г. Среднемесячная зарплата одного работника списочного состава (без выслуги лет) за 2019 г. составила 41622 руб., что на 8,0% выше предыдущего года. Производительность труда по итогам 2018 г. в сравнении с прошлым годом выросла на 0,4%.

В целом, несмотря на рост выручки в 2019 г. в сравнении с уровнем 2015 г. на 41,2%, предприятие за это время перешло из зоны прибыльности в зону убыточности. При этом уровень убытков после нарастания 2015-2018 гг., в 2019 г. значительно сократился (рисунок 14).

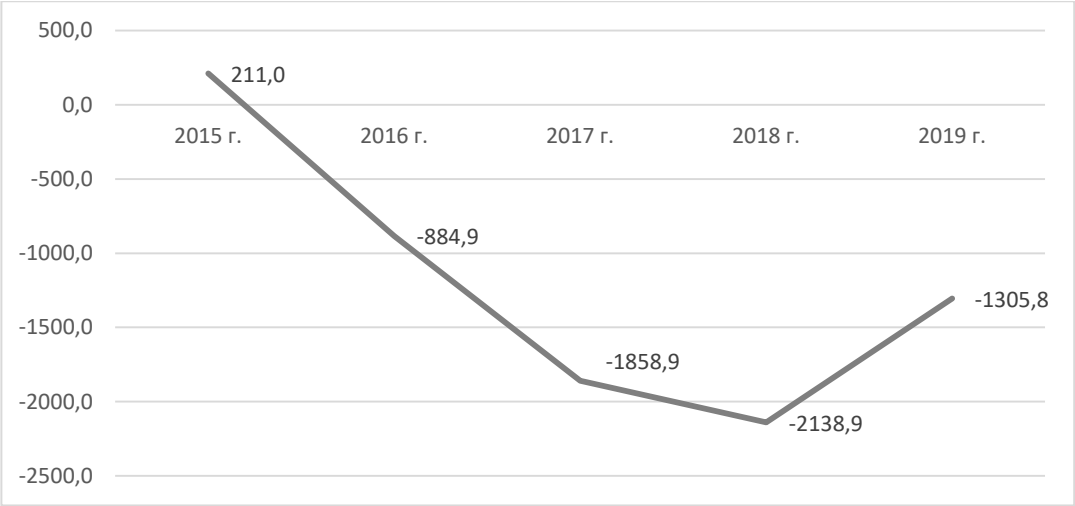


Рисунок 14 – Финансовые результаты (чистая прибыль/убыток) ПАО «ТАГМЕТ», млн. руб.[16]

Во многом возникновение в 2016 г. и дальнейшее нарастание отрицательного финансового результаты объясняется опережающими темпами роста себестоимости выпускаемой продукции в сравнении с выручкой. В результате этого доля себестоимости в полученной выручке возрастала в течение всего анализируемого периода, за исключением 2019 г. (рисунок 15).

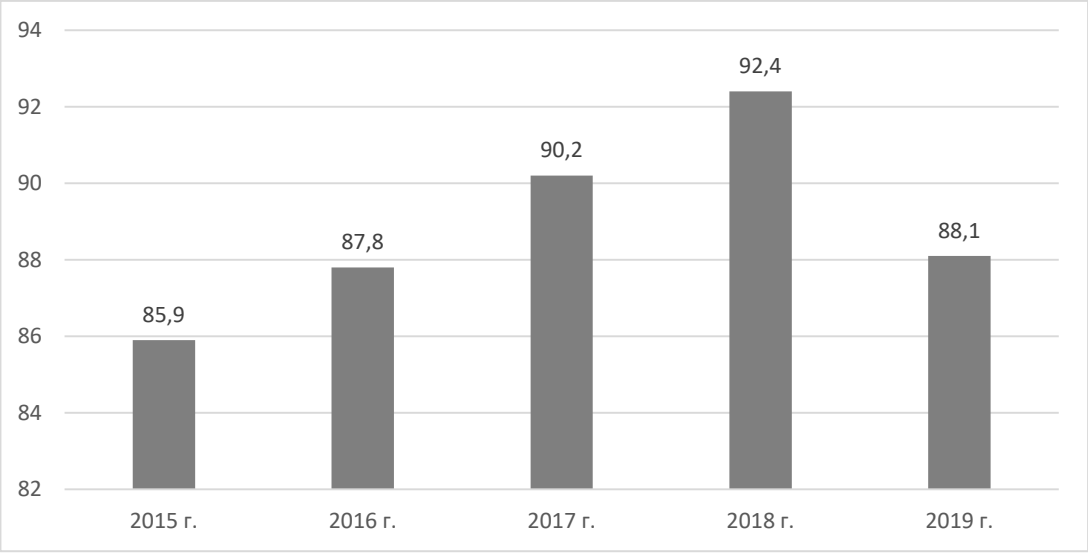


Рисунок 15 – Доля себестоимости в выручке ПАО «ТАГМЕТ», %[17]

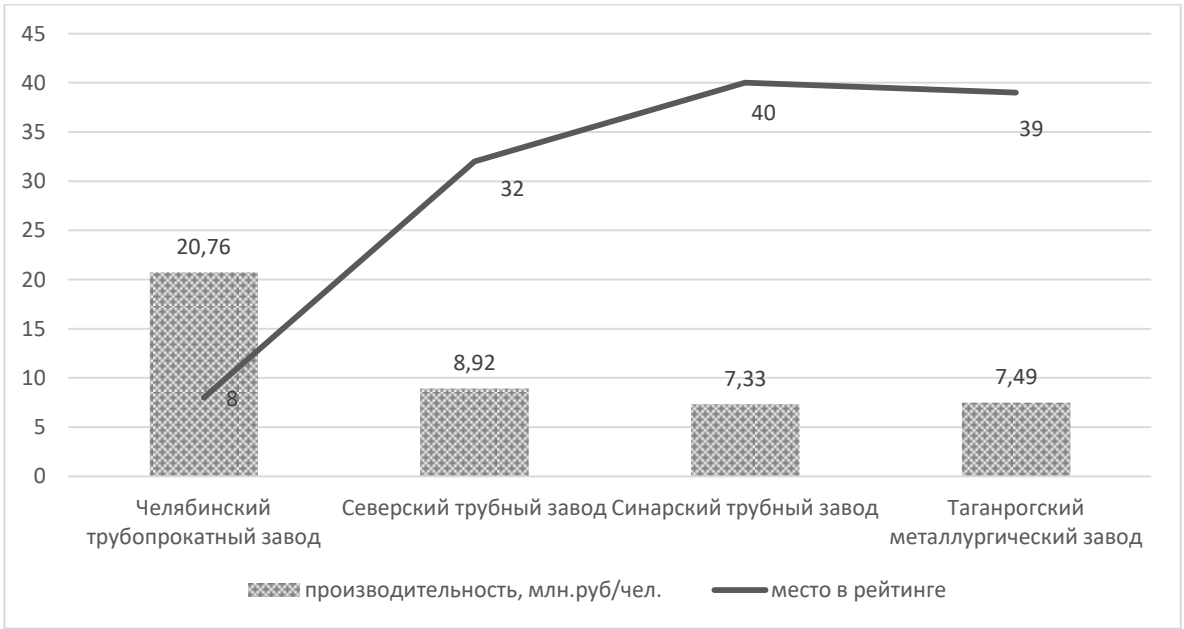
Как видно на рисунке 15 с 2015 г. по 2018 г. доля себестоимости в выручке возросла 85,9% до 92,4%. И только в 2019 г. предприятию удалось достичь ее снижения за счет внедрения инноваций. Частично рост

[16] Составлено автором по: [62].
[17] Составлено автором по: [62].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

себестоимости объяснялся ростом средней заработной платы на предприятии, которая зв течние 2015-2018 гг. увеличилась с 31596 руб. до 38504 руб. В свою очередь, рост средней заработной платы был компенсирован сокращением численности персонала, составившим в 2018 г. 12,7% в сравнении с 2015 г. Тем не менее, несмотря на наличие негативных тенденций в хозяйственной деятельности в течение 2015-2018 гг., ПАО «ТАГМЕТ» характеризовалось постоянным ростом производительности труда, сохранившимся и в 2019 гг. (хоть и значительно замедленным) Так, если в 2015 г. производительность труда одного промышленно-производственного работника составляла 384 тыс.руб. в месяц, то к 2018 г. данный показатель вырос на 62,8%, достигнув значения в 625 тыс.руб., а в 2019 г. – еще на 0,4%, достигнув значения в 326 тыс.руб на 1 человека.

Отдельно стоит отметить, ПАО «ТАГМЕТ» входит в ТОП-70 лидеров по производительности труда в металлургии России [5] и занимает в этом рейтинге 39 место со значением 7,49 млн.руб. на в год на одного работника. При этом не все основные участники российского трубного рынка (табл. 1.1) в этом рейтинге (рисунок 16).



https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Рисунок 16 – Позиции основные участники российского трубного рынка в ТОП-70 лидеров по производительности труда в металлургии России -2019[18]

Как видно на рисунке 16 в ТОП-70 лидеров по производительности труда в металлургии России не вошли такие крупные производители трубной продукции как АО «Выксунский металлургический завод» (Объединённая металлургическая компания) и ПАО «Челябинский трубопрокатный завод», входящий в состав одноименной группы. При этом в вышеуказанном рейтинге представлены три из четырех предприятий ПАО «ТМК», в том числе и ПАО «ТАГМЕТ», что подчеркивает эффективность производственной стратеги, реализуемой головным предприятием группы.

Подводя итог общей производственно-экономической характеристике ПАО «ТАГМЕТ» можно отметить, что большинство производственных показателей ПАО «ТАГМЕТ» в 2019 г. существенно снизились в сравнении с 2015 г., в том числе доля рынка трубной продукции, объем производства сварных труб (особенно нефтегазовых, профильных труб и труб общего назначения). При этом предприятие, получившее в 2015 г. 211,0 млн.руб. чистой прибыли, 2016 г. закончило с убытком в 884,9 млн.руб., который к 2018 г. увеличился в 2,4 раза, а в 2019 г. – сократился на 24,1%. На предприятии в течение 2015-2019 гг. постоянно увеличивалась средняя заработная плата и производительность труда, но сокращалась численность персонала. Вышеуказанное дает основания полагать о наличии на предприятии негативных тенденций, требующих внесения корректив в экономическую стратегию предприятия.

2.2. ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПАО «ТАГМЕТ»

Одним из основных требований функционирования предприятий в условиях рыночной экономики являются безубыточность хозяйственной и

[18] Составлено автором по: [49].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. По мнению профессора Демчука О.В. [1] главная задача предприятия должна состоять в хозяйственной деятельности, направленной на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия.

Действительно, в современных условиях наибольший интерес для коммерческих организаций представляет финансовый результат. Однако по одному показателю прибыли нельзя произвести адекватную оценку работы предприятия и менеджеров высшего звена, в частности. Так как на данный показатель влияют не только факторы, находящие под управлением руководителей организации, но также и экзогенные факторы. Например, ставки налогообложения, которые во многих странах подвержены достаточно частому изменению или трудности сбыта продукции, возникающие вследствие принимаемых экономических или политических решений государства, которые в конечном итоге приводят к сокращению выручки. Все это указывает на то, что прибыль не может служить универсальным показателем эффективности деятельности предприятия и необходимо использовать систему показателей, отражающую совокупное влияние всех факторов на результаты работы компании. Оценить эффективность финансово-хозяйственной деятельности можно с помощью экономического анализа [1].

Вопросы методического обеспечения проведения подобной оценки являются дискуссионным и выступают объектом исследования во многих научных работах. Так, Веревка Т.В. [3] в этих целях предлагает рассчитывать показатели, характеризующие инновационный, научно-технологический и интеллектуальный потенциал, А.И. Нифонтов и О.П. Черникова [19] – систему показателей безубыточности, Гущенская Н.Д. и Загоруко А.Ю. [8] – показатели обеспеченности ресурсами производства, технологической и экономической эффективности предприятий, вариации показателей и факторов

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

производственных и коммерческих рисков; Антонов А.П. [1] – показатели денежных потоков, Доронина Ф.Х. [11] – систему частных и интегральных показателей эффективности использования ресурсов. Однако, несмотря на наличие различных подходов, многие авторы сходятся во мнении, что для оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия целесообразно использовать данные его финансовой отчетности.

Основные показатели хозяйственной деятельности ПАО «ТАГМЕТ», рассчитанные по данным его финансовой отчетности (Приложение А) приведены в таблице 12.

Таблица 12 – Показатели хозяйственной деятельности ПАО «ТАГМЕТ»[19]

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Прирост 2018 г./ 2015 г.	
						абс.	%
Фондоотдача	1,427	1,377	1,751	2,315	2,361	0,934	65,5
Оборачиваемость оборотных средств, об./год	1,767	2,417	2,020	2,107	2,242	0,475	26,9
Рентабельность деятельности предприятия, %	0,7	-3,0	-5,1	-4,9	-3,0	-3,7	х
Рентабельность продаж продукции, %	3,9	0,7	-1,8	-3,2	0,6	-3,3	-84,6
Чистая прибыль на одного промышленно-производственного работника, тыс.руб.	32,0	-142,3	-313,6	-371,0	-226,47	-258,47	х

На протяжении 2015-2018 гг. хозяйственная деятельность ПАО «ТАГМЕТ» показала разнонаправленную динамику. Так, фондоотдача, показывающая эффективность использования основных средств в процессе осуществления хозяйственной деятельности, возросла на 65,5%: если в 2015 г. 1 руб., вложенный в основные средства, приносил предприятию 1,427 руб. дохода, то к концу 2019 г. – уже 2,361 руб. Оборачиваемость оборотных средств, показывающая эффективность использования средств, непосредственно вложенных в производство и реализацию продукции, возросла с 1,767 в 2015 г. до 2,242 в 2019 г. Таким образом прирост оборачиваемости за

[1919] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

анализируемый период составил 0,475 оборота или 26,9%. Кроме того, показатели оборачиваемости свидетельствуют о том, что если в 2015 г. 1 руб., вложенный в оборотные средства, возвращался в среднем через 206,6 дней, то в 2019 г. – через 162,8 дня. Это значит, что для поддержания объемов производства уровня 2015 г., ПАО «ТАГМЕТ» необходимо значительно меньший объем денежных средств, а высвободившиеся оборотные средства могут вложены в дальнейшее развитие производства и наращивание его объемов.

Показатели хозяйственной деятельности, характеризующие общую эффективность, в отличие от рассмотренных ранее показателей, значительно ухудшились: положительная рентабельность деятельности предприятия, характеризующая эффективность всей его хозяйственной деятельности, имевшая место в 2015 г., сменилась отрицательной в 2016 г., которая продолжала ухудшаться и далее. В результате этого в 2018 г. рентабельность деятельности предприятия была ниже уровня 2015 г. на 5,6%. Ситуация несколько улучшилась в 2019 г., по итогам которого рентабельность деятельности предприятия составила -3,0%, т.е. соответствовала уровню 2016 г. Таким образом, в 2019 г. ПАО «ТАГМЕТ» удалось преодолеть негативную тенденцию динамики прибыли. Аналогичная ситуация имела место и по показателю рентабельности продаж продукции: после снижения в течение 2015-2018 г., предприятия закончило 2019 г. с положительным значением в 0,6%. Показатели чистой прибыли ПАО «ТАГМЕТ» приведены на рисунке 17.

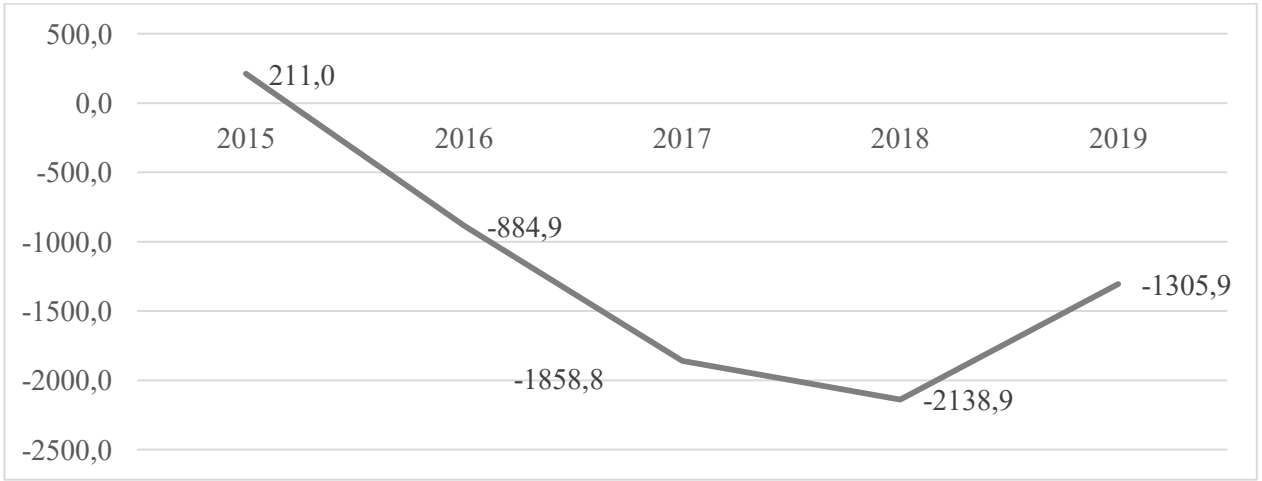


Рисунок 17 – Чистая прибыль ПАО «ТАГМЕТ», млн.руб.[20]

Несмотря на отрицательное значение чистой прибыли в течение 2016-2018 гг. валовая прибыль ПАО «ТАГМЕТ» сохраняла положительное значение в течение всего периода (рисунок 18).

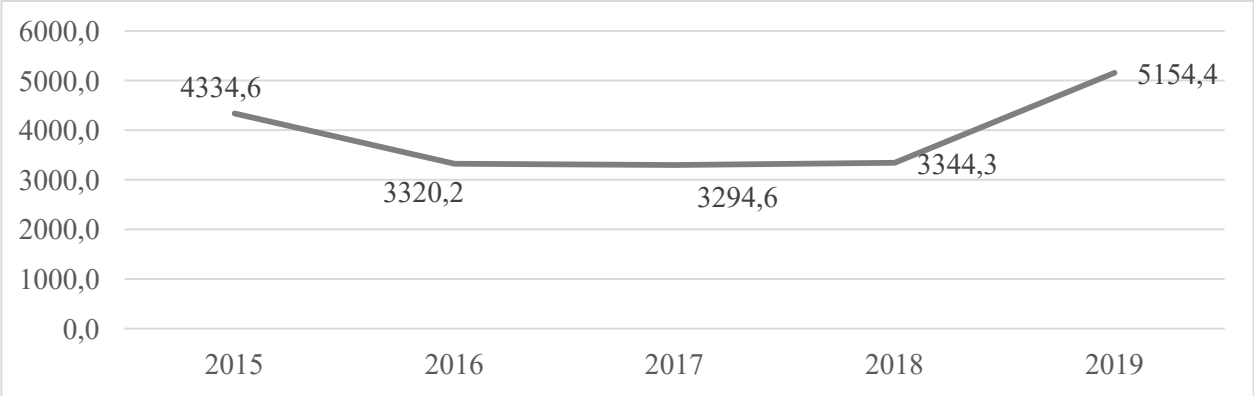


Рисунок 18 – Валовая прибыль ПАО «ТАГМЕТ», млн.руб.[21]

Прирост валовой прибыли 2019 г. относительно 2015 г. составил 819786 тыс.руб. или 18,9%. Значительная разница между валовой прибылью, характеризующей производственную деятельность ПАО «ТАГМЕТ», и чистой прибылью, как итоговым показателем эффективности деятельности предприятия, поясняется значительным уровнем коммерческих, управленческих и прочих расходов (рисунок 19).



Рисунок 19 – Расходы ПАО «ТАГМЕТ» непроизводственного характера, млн.руб.[22]

[20] Составлено автором по: [62].
[21] Составлено автором по: [62].

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ПАО «ТАГМЕТ» активно вкладывает средства в инвестиционную деятельность, несмотря на то, что оно, начиная с 2016 г., находится в зоне убыточности по показателю чистой прибыли, т.к. для того чтобы предприятие могло эффективно существовать и занимать устойчивое положение на рынке, привлекать потенциальных клиентов, оставаться конкурентоспособным, необходимо постоянно изучать структуру производства; внедрять и разрабатывать новые виды продукции; использовать новейшие достижения НИОКР. В связи с

Так, Инвестиционная программа 2019 г. была направлена на решение следующих основных задач: увеличение объемов производства и освоение новых видов продукции; экологические мероприятия и мероприятия, связанные с промышленной и экономической безопасностью; модернизация, реконструкция, техническое перевооружение существующего производства; развитие информационных технологий и информационной безопасности; проведение мероприятий по пожарной безопасности.

Состав инвестиционных проектов 2019 г. формировали не только проекты, входящие в инвестиционную программу данного года, но переходящие проекты прошлых периодов, а именно:

- переходящие стратегические инвестиционные проекты и мероприятия – 278 648 тыс. руб.

- переходящие прочие проекты и мероприятия – 329 183 тыс. руб.

- новые прочие проекты и мероприятия – 1 134 563 тыс. руб.

При этом, объемы финансирования инвестиционной деятельности в 2019 г. не только превысили уровень в 2015 г., но и были самыми крупными за весь пятилетний период (таблица 13).

Так, если на реализацию инвестиционной программы 2015 г. было затрачено 1676,9 млн.руб., то на реализацию программы 2019 г. на 318,7 млн.руб. рублей меньше, что составило 19,0%.

---

[22] Составлено автором по: [62].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Таблица 13 – Затраты ПАО «ТАГМЕТ» на инвестиционную деятельность[23]

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Прирост 2019 г./ 2015 г.	
						абс.	%
Инвестиционная программа, млн.руб. в том числе	1676,9	1871,9	1950,9	1447,2	1995,6	318,7	19,0
Стратегические проекты:							
млн.руб.	296,8	303,2	301,2	178,4	184,7	-112,1	-37,8
удельный вес в инвестиционной программе, %	17,7	16,2	15,4	12,3	9,7	-8,4	-47,7
Прочие инвестиционные проекты:							
млн.руб.	1380,0	1568,7	1649,6	1268,7	1810,9	430,9	31,2
удельный вес в инвестиционной программе, %	82,3	83,8	84,6	87,7	90,3	8,4	10,3

При этом в течение 2015-2017 гг. финансирование увеличивалось, а итоговое сокращение стало результатом влияния 2018 г., когда объем инвестиционной программы сократился на 25,9%. Однако, как уже отмечалось, 2019 г. стал рекордным за пять лет по уровню вложений.

Объемы вложения средств в инвестиционную деятельность за анализируемый период приведены на рисунке 20.

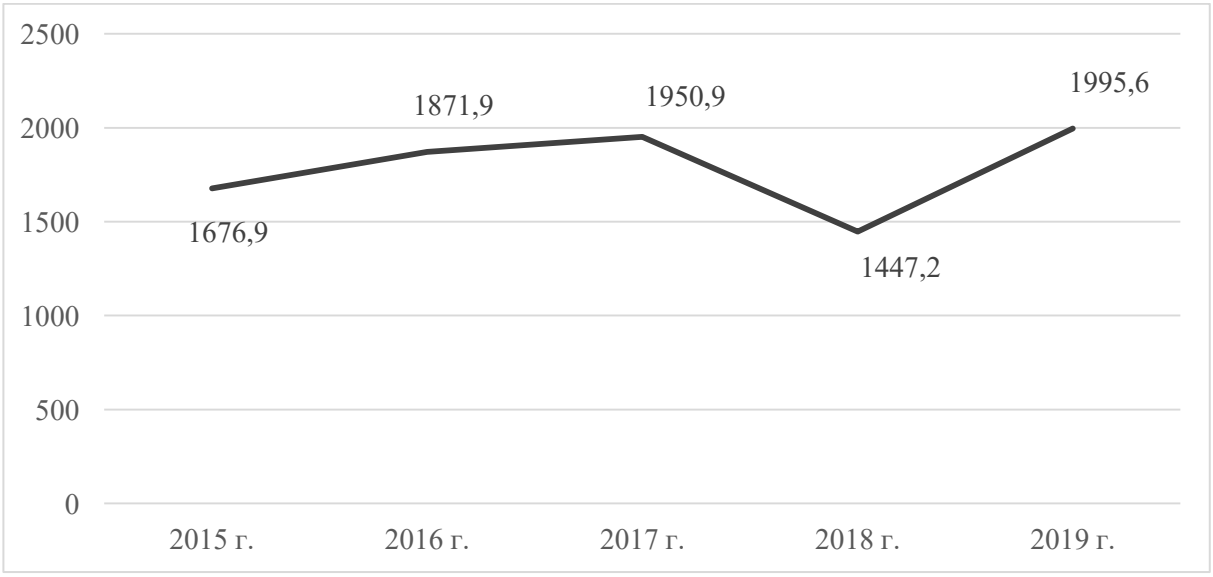


Рисунок 20 – Затраты ПАО «ТАГМЕТ» на реализацию инвестиционных программ, млн. руб.[24]

[23] Составлено автором по: [51-55].
[2424] Составлено автором по: [51-55].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Следует также отметить, что сокращение инвестиций в стратегические и прочие проекты было примерно равным: 118,4 млн. руб. против 111,3 млн.руб. Однако в процентном отношении финансирование стратегических проектов сократилось на 39,9%, а прочих – только на 8,1%. В результате доля стратегических проектов в инвестиционных программах сократилась с 17,7% в 2015 г. до 12,3% в 2018 г., а прочих проектов – возросла с 82,3% в 2015 г. до 87,7% в 2018 г.

Несмотря на сокращение финансирования, в предстоящих периодах ПАО «ТАГМЕТ» планирует продолжить реализацию намеченных мероприятий по дальнейшему развитию и повышению эффективности своего производственно-технологического комплекса, расширению номенклатуры и совершенствованию качественных характеристик выпускаемой продукции, последовательному укреплению системы экологической, производственной безопасности и охраны труда.

Помимо вышеуказанных показателей эффективность хозяйственной деятельности оценивается посредством анализа финансового состояния предприятия. Как правило, финансовое состояние характеризуется системой коэффициентов, которые показывают финансовую независимость по каждому элементу активов предприятия и по имуществу в целом и дают возможность измерить, достаточно ли устойчива компания в финансовом отношении. В краткосрочной перспективе финансовая независимость характеризуется показателями ликвидности, а в долгосрочной перспективе – коэффициентами финансовой устойчивости (Приложение Б). Рассчитав показатели ликвидности и платежеспособности можно сделать вывод о достаточности уровня финансовой устойчивости организации, а проанализировав показатели за ряд лет, можно выявить тенденцию и сделать выводы о динамике финансового положения и перспективах банкротства в компании. Результаты расчетов вышеуказанных показателей представлены в таблице 14.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Таблица 14 – Показатели ликвидности и платежеспособности ПАО «ТАГМЕТ»[25]

Показатели	Норма	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Прирост	
							абс.	%
Коэффициент текущей ликвидности	2,0-2,5	0,654	0,668	0,733	0,611	0,526	-0,128	-19,6
Коэффициент срочной ликвидности	0,5-1,0	0,340	0,305	0,351	0,305	0,176	-0,164	-48,2
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,05-0,2	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,001	х

Как видно из таблицы 14, ни один из показателей не достигал уровня нормативных значений. При этом наихудшая ситуация наблюдалась по показателю абсолютной ликвидности, который в течение всего анализируемого периода имел нулевое значение, за исключением 2016 г., когда данный показатель составлял 0,001, что также значительно ниже нормативного уровня.

Рассмотрим более подробно остальные показатели. Коэффициент текущей ликвидности, нормативное значение которого представлено диапазоном 2,0-2,5, показал незначительный рост с 0,654 в 2015 г. до 0,733 в 2017 г. с последующим снижением в 2018 г. до 0,611 и 0,526 в 2019 г., т.е. до уровня ниже значения 2015 г. Коэффициент срочной ликвидности показал аналогичную динамику: рост в период 2015-2017 гг. с последующим снижением до уровня, не достигшего значения 2015 г. В результате срочная ликвидность ПАО «ТАГМЕТ» снизилась с 0,340 в 2015 г. до 0,176 в 2019 г.

Результаты анализа ликвидности ПАО «ТАГМЕТ» свидетельствуют о неликвидности и неплатежеспособности предприятия, что в случае непринятия срочных мер, направленных на восстановление финансового равновесия, может привести к возникновению угрозы банкротства (особенно учитывая нарастание уровня убыточности предприятия).

Коэффициенты финансовой устойчивости ПАО «ТАГМЕТ», определенные в соответствии с Приложением Б, приведены в таблице 15. Исходя из данных таблицы 15, можно сказать о преобладании негативных тенденций в динамике финансовой устойчивости ПАО «ТАГМЕТ».

[25] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Таблица 15 – Показатели финансовой устойчивости ПАО «ТАГМЕТ»[26]

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Прирост 2019/2015	
						абс.	%
Коэффициент автономии	0,227	0,235	0,158	0,101	0,076	-0,151	-66,5
Коэффициент финансовой зависимости	0,773	0,765	0,842	0,899	0,924	0,151	19,5
Коэффициент финансового риска	3,401	3,253	5,329	8,866	10,757	7,356	216,3
Коэффициент маневренности собственного капитала	-1,484	-1,759	-2,503	-3,928	-5,942	-4,458	300,4
Коэффициент мобильности капитала	0,522	0,669	0,446	0,501	0,484	-0,038	-7,3
Коэффициент обеспеченности запасов собственным оборотным капиталом	-0,478	-0,435	-0,558	-0,626	-1,454	-0,976	204,2

Степень финансовой независимости оставалась чрезвычайно низкой на протяжении всего периода, что свидетельствует о высокой зависимости предприятия от кредиторов. При этом в 2016 г. имело место наиболее высокое его значения, которое практически в два раза ниже нормативного значения, составляющего 0,500.

Так, в 2015 г. из каждой 1000 руб. на собственный капитал приходилось 227 руб., а в 2019 г. – только 76 руб., что может считаться критичным для предприятия. Негативной динамике финансовой независимости (автономии) всегда соответствует противоположная динамика показателя финансовой зависимости, что подтверждает правильность произведенных расчетов. Коэффициент маневренности собственного капитала достиг своего минимального значения в 2019 г. на уровне -5,942, а максимального – в 2015 г. на уровне -1,484. Отрицательное значение показателя маневренности капитала и обеспеченности запасов собственным оборотным капиталом говорит о том, что все запасы предприятия были сформированы за счет заемных источников финансирования, тогда как для поддержания финансовой устойчивости эта часть активов должна формироваться исключительно за счет собственных источников формирования капитала. Об этом свидетельствуют отрицательные

[26] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

значения соответствующего коэффициента. Так, если в 2015 г. на 1000 руб., вложенных в запасы, недостача собственных источников составляла 478 руб., то в 2018 г. это значение достигло 1454 руб. Вышеуказанные показатели свидетельствуют о негативном значении собственного оборотного капитала (рисунок 21), положительное значение которого выступает залогом финансовой устойчивости для любого предприятия.



Рисунок 21 – Собственные оборотные средства ПАО «ТАГМЕТ», млн. руб.[27]

Подводя итог результатам оценки эффективности хозяйственной деятельности, можно отметить, что эффективность хозяйственной деятельности ПАО «ТАГМЕТ» не только была низкой в течение всего анализируемого периода, но и характеризовалась тенденцией к дальнейшему снижению. Так, несмотря на повышение эффективности производственно-организационной деятельности, о чем свидетельствовала динамика показателей фондоотдачи и оборачиваемости оборотных средств, рентабельность предприятия, начиная с 2016 г., оставалась отрицательной. При этом ПАО «ТАГМЕТ» ведет активную инвестиционную политику, что влечет за собой увеличение потребности в заемных средствах для финансирования. Однако отсутствие чистой прибыли, нарастание убытков и увеличение доли заемного капитала ведут к дальнейшему ухудшению финансового состояния. При этом, предприятие на протяжении 2015-2019 гг. оставалось неликвидным и финансово неустойчивым с

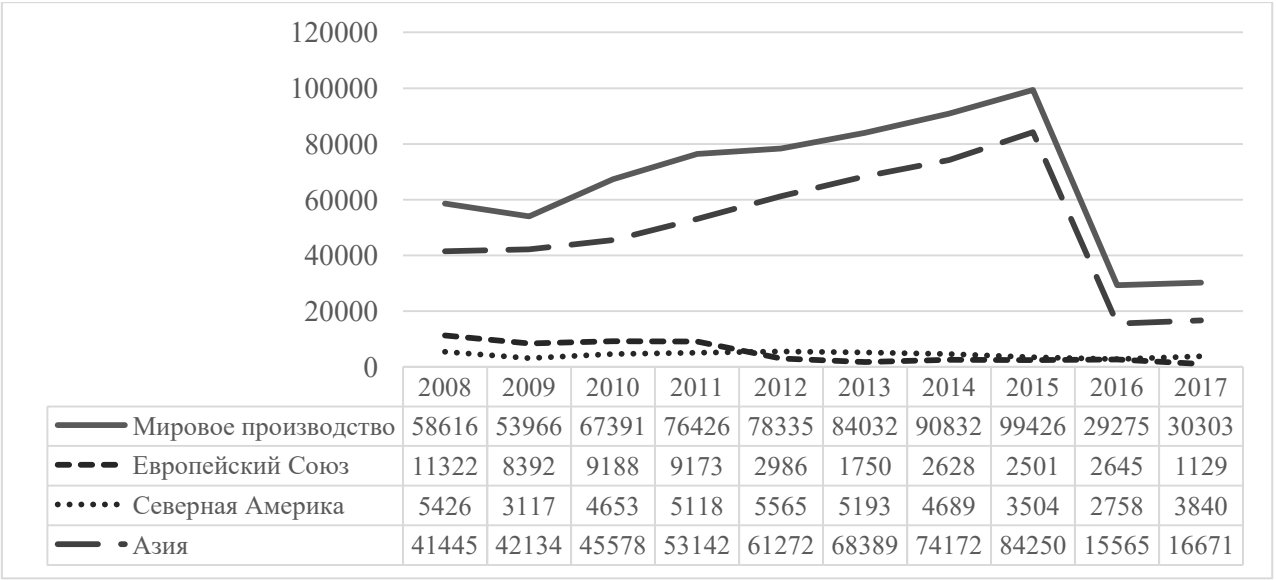
[27] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

тенденцией к дальнейшему ухудшению. Вышеуказанное обосновывает необходимость разработки мероприятий, направленных на расширение рынков сбыта продукции, производимой ПАО «ТАГМЕТ».

2.3. АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО И МИРОВОГО РЫНКА ТРУБНОЙ ПРОДУКЦИИ

Снижение эффективности хозяйственной деятельности ПАО «ТАГМЕТ» во многом стало результатом влияния внешних факторов и характерно для всей российской трубной промышленности, главным вызовом для которой в 2018 г. стало усиление протекционизма на ключевых рынках потребления. Вследствие недостаточности внутреннего спроса российская трубная промышленность сильно зависит от спроса на мировом рынке, который в 2016 г. продемонстрировал существенный спад (рисунок 22).



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Мировое производство	58616	53966	67391	76426	78335	84032	90832	99426	29275	30303
Европейский Союз	11322	8392	9188	9173	2986	1750	2628	2501	2645	1129
Северная Америка	5426	3117	4653	5118	5565	5193	4689	3504	2758	3840
Азия	41445	42134	45578	53142	61272	68389	74172	84250	15565	16671

Рисунок 22 – Мировое производство трубной продукции, тыс. т[28]

Как видно на рисунке 22, в 2016 г. на мировом уровне произошло резкое сокращение объемов производства трубной продукции, составившее 70,6% в сравнении с 2015 г. При этом сокращение мирового рынка было неоднородным относительно разных стран. Так, объем производства в Китае сократился на 81,5%, в странах Северной Америки сократился на 21,3%, а в странах

[28] Составлено автором по: [69].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

Евросоюза, наоборот – возрос на 5,7%. Таким образом, тенденция роста мирового рынка трубной продукции, имевшая место в течение 2009-2015 гг., сменилась в 2016 г. резким спадом, за которым последовал небольшой рост в 2017 г., составивший 3,5%. Отдельно следует отметить, что регионы, показавшие резкий спад в 2016 г., – Северная Америка и Азия – в 2017 г. восстановили объемы производства на 39,2% и 7,1% соответственно, а Евросоюз, наоборот, продемонстрировал сокращение производства на 57,3%. Итогом развития мирового рынка в течение 2015-2017 гг. стал сокращение объема производства, составившее на мировом уровне 69,6%, по странам Азии – 80,2%, Евросоюза – 54,9%, и рост производства по странам Северной Америки на 9,6%.

Российская трубная промышленность в течение 2015-2019 гг. функционировала относительно стабильно в сравнении с мировой динамикой (рисунок 23).

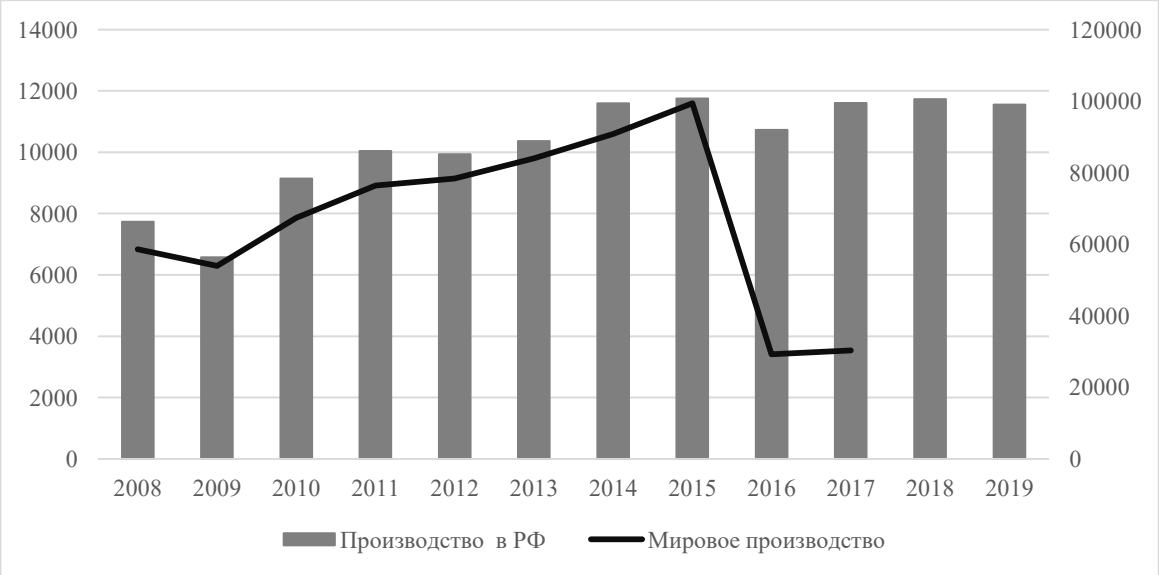


Рисунок 23 – Сравнении производства трубной продукции в Российской Федерации и мире[29]

После сокращения производства в 2016 г. на 8,8% (рисунок 22) российская трубная промышленность в 2017 г. продемонстрировала прирост на 8,2% в основном за счет прироста экспорта, составившего 64,6% к уровню прошлого года при относительной стабильности импорта (таблица 16).

[2929] Составлено автором по: [57, 69].

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Таблица 16 – Внешнеторговые операции российских производителей трубной продукции 2014-2019 гг., млн.т[30]

Вид операции	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Прирост 2019 г./2014 г.	
							абс.	%
Экспорт	1,5	1,3	1,3	2,14	2,0	2,0	0,5	33,3
Импорт	0,7	0,4	0,5	0,7	0,4	0,4	-0,3	-42,9

В 2018 г. объему производства российской трубной промышленности продолжили свой рост, составивший 1%, сменившийся в 2019 г. небольшим снижением на уровне 172 тыс.т. При этом если экспорт в 2018-2019 гг. оставался относительно стабильным, то импорт был почти в 2 раза ниже уровня 2017 г. В условиях сжатия внутреннего спроса российские производители в 2017 г. отправили на экспорт 1017 тыс.т труб большого диаметра (ТБД), вследствие чего Россия впервые стала крупнейшим в мире экспортером ТБД. Основную роль в этом сыграли поставки ТБД в объеме 665 тыс.т в Финляндию для «Северного потока-2» и 190 тыс. тонн в Турцию для «Южного потока». [18] Кроме того, в 2017 г. Объединенная металлургическая компания осуществила поставки в Норвегию 870 т ТБД для строительства 600-метрового моста через фьорд в 100 километрах от города Тронхейм. Трубы использованы в фундаменте всех пяти главных опор моста. На сегодняшний день Россия является одним из ведущих производителей труб различного сортамента в мире (рисунок 24).

К сожалению отчеты World Steel Association с 2019 г. перестала предоставлять свои статистические отчеты в бесплатном публичном доступе, что не дает провести точную оценку структуры мирового рынка трубной продукции на текущий момент. Тем не менее согласно краткой версии отчета компании IndexBox крупнейшим производителем и поставщиком труб на мировой рынок является Китай, что определяет, как его значительное влияние на мировой рынок, так и сильную зависимость от мировых тенденций.

[30] Составлено автором по: [61].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

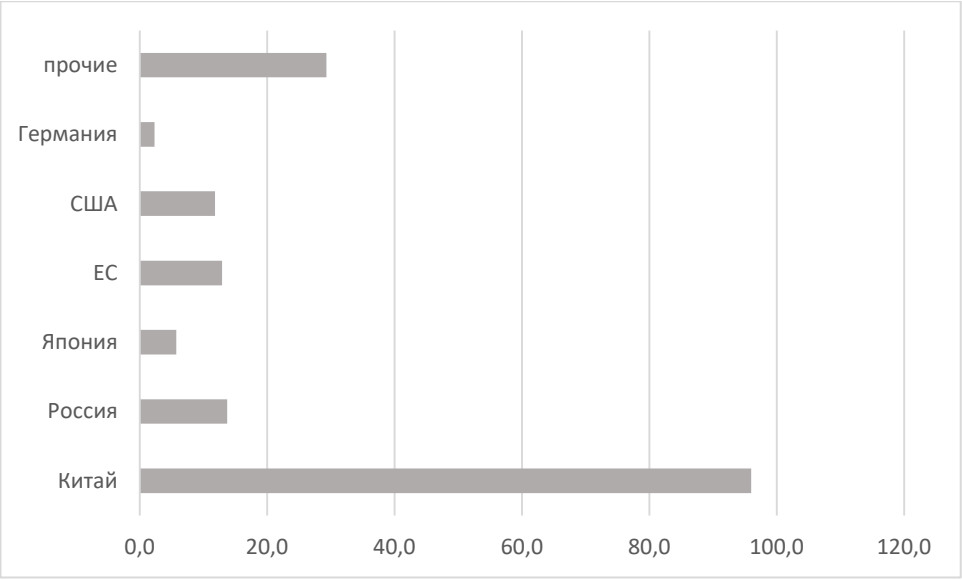


Рисунок 24 – Крупнейшие страны-производители трубной продукции, млн.т, 2019 г.[31] [74]

Несмотря на то что рост объемов производства стальных труб в КНР в целом обеспечивал растущие потребности внутреннего рынка, экспорт также увеличивался. За пять лет доля китайской продукции на мировом трубном рынке возросла с 20 до 26%.

Трубную промышленность России, являющуюся одной из базовых специализированных подотраслей черной металлургии, характеризует интенсивная динамика развития (таблица 17).

Таблица 17 – Динамика развития трубной отрасли Российской Федерации в 2000-2019 гг. [57]

Параметры и тренды	2000 г.	2019 г.
Производственные мощности	9 млн.т в год	> 23 млн.т в год
Износ основных фондов	> 60%	< 40%
Инвестиции в отрасль	> 500 млрд.руб.	
Доля высокотехнологической продукции	< 5%	> 60%
География экспорта	15 стран мира	> 80 стран мира
Доля импорта на рынке	30%	< 5%

За девять лет (табл. 2.2) производственные мощности отрасли выросли в 2,5 раза, износ основных фондов сократился более, чем на 20%, рост удельного веса высокотехнологической продукции превысил 12 раз, доля импорта

[31] Составлено автором по: [57].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

сократилась с 30% до 5%, а география экспорта превысила 60 стран. Также наблюдается тенденция роста производства трубной продукции (рисунок 25).

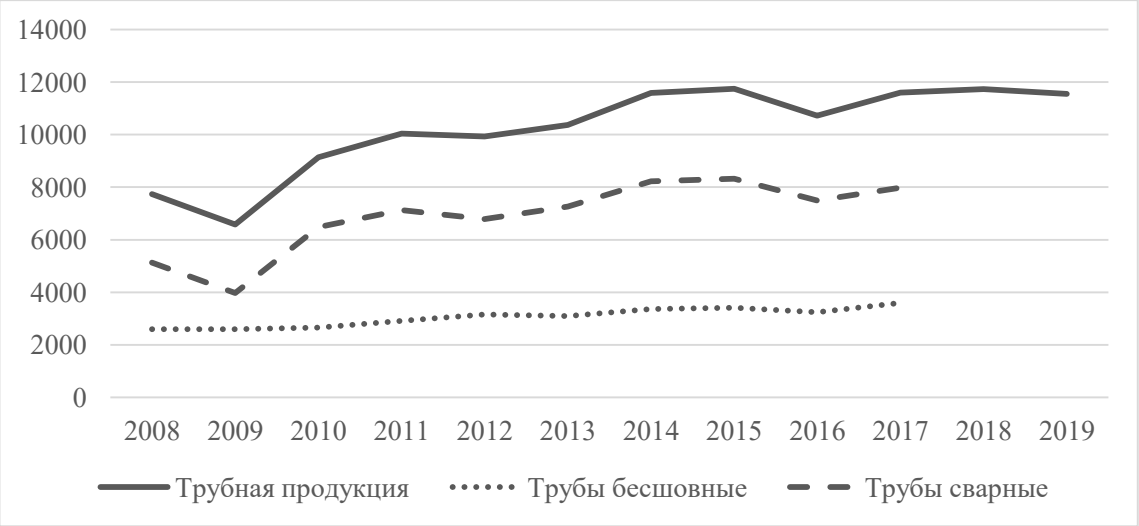


Рисунок 25 – Производство трубной продукции в Российской Федерации, тыс. т[32]

Наибольший удельный вес в трубной продукции, производимой в России (рисунок 25), приходится на сварные трубы, которые составляют около 2/3 общего объема производства. В течение 2008-2017 гг. минимальный удельный вес в 60,5% наблюдался в 2009 г., а максимальный – 70,9% – в 2010 г., 2011 г. и 2014 г.

Так как двигателем промышленного роста в России в течение долгого периода были экспортоориентированные отрасли, то глобальные преобразования коснулись и трубной промышленности. Нефте- и газовые компании традиционно являлись и являются основными потребителями трубной продукции в России. Данный сектор формируется спросом на ТБД (трубы большого диаметра), OCTG (нарезные трубы нефтяного сортамента), НГП (нефтегазопроводные трубы), на долю которых в 2019 г. приходилось 51,7% (рисунок 26).

В то же время значительная доля трубной продукции используется в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ). В 2018 г. было потреблено 3989 тыс.т такой продукции.

[32] Составлено автором по: [57].

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

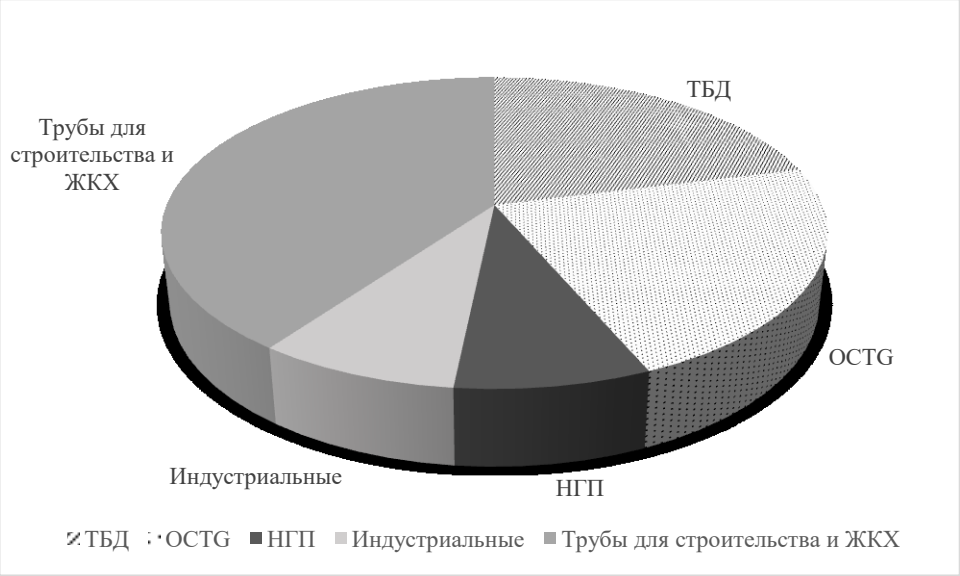


Рисунок 26 – Структура потребления трубной продукции в Российской Федерации в 2019 г., %[33]

В целом динамика российского рынка трубной продукции за 2015-2019 гг. может быть охарактеризованы следующим образом: сокращение внутреннего потребления, рост экспорта и нарастание профицита производственных мощностей. В связи с этим показательна динамика рынка ТБД в России (таблица 18).

Таблица 18 – Основные характеристики рынка ТБД в России[34]

Показатель	тыс.т					2019 г./2015 г.	
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	тыс.т	%
Внутреннее потребление	3353	2140	1606	2072	2065	-1288	-38,4
Отгрузка на экспорт	197	365	1060	766	790	593	301,0
Профицит мощностей	1557	2702	2741	2839	3072	1515	97,3

Так, внутреннее потребление на российском рынке ТБД за 2015-2019 гг. сократилось на 38,4%; на экспорт было отгружено в три раза больше ТБД при этом профицит производственных мощностей в секторе ТБД возрос на 97,3%. В итого к 2019 г. профицит мощностей по производству ТБД примерно был равен суммарной отгрузке ТБД на внутреннее потребление и экспорт. Для сравнения в 2015 г. профицит мощностей по производству ТБД достигал только половины

[33] Составлено автором по: [57].
[34] Составлено автором по: [48, 57].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

суммарной отгрузки ТБД на внутреннее потребление и экспорт. Еще хуже обстоит ситуация с загрузкой мощностей по производству сварных труб среднего и малого диаметров (СТСМД) (рисунок 27).

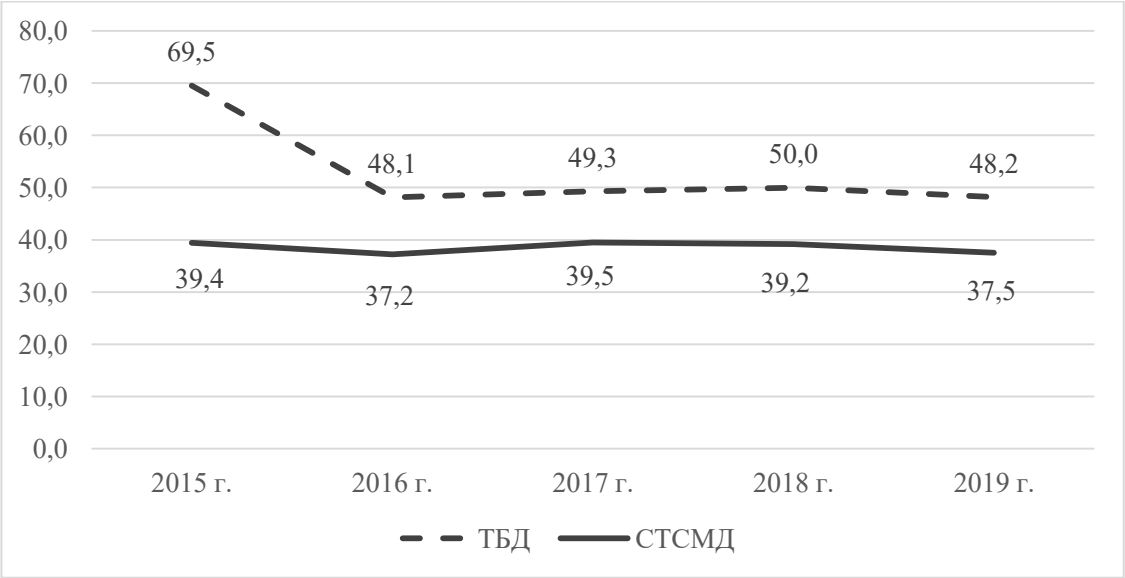


Рисунок 27 – Загрузка мощностей по производству отдельных видов труб, % [57]

Следует отметить, что загрузка мощностей по производству СТСМД существенному снижению в течение 2015-2019 гг. не подверглась – 39,4% в 2015 г. против 37,5% в 2019 г., но изначально была низкой. Так, если в 2015 г. загрузка мощностей по производству ТБД составляла 69,5%, то по СТСМД – только 39,4%, т.е. была меньше почти в 2 раза. Таким образом, российские производитель трубной продукции обладают большим потенциалом, который на данный момент в полной мере не реализуется на на внутреннем, ни на внешнем рынке. Кроме того, объемы неиспользуемых мощностей дают основания считать необходимым расширение внешних рынков сбыта трубной продукции, поскольку увеличение внутреннего потребления до подобных объемов представляется сомнительным. Потребность в выходе на новые внешние рынки в полной мере распространяется и на ПАО «ТАГМЕТ», столкнувшимся с проблемами сбыта и связанной с этим низкой эффективности хозяйственной деятельности, как показали результаты исследований в прошлых разделах работы.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

В то же время нельзя не отметить и усиление внешнего присутствия на российском рынке трубной продукции, о чем свидетельствует динамика импорта, приведенная на рисунок 28.

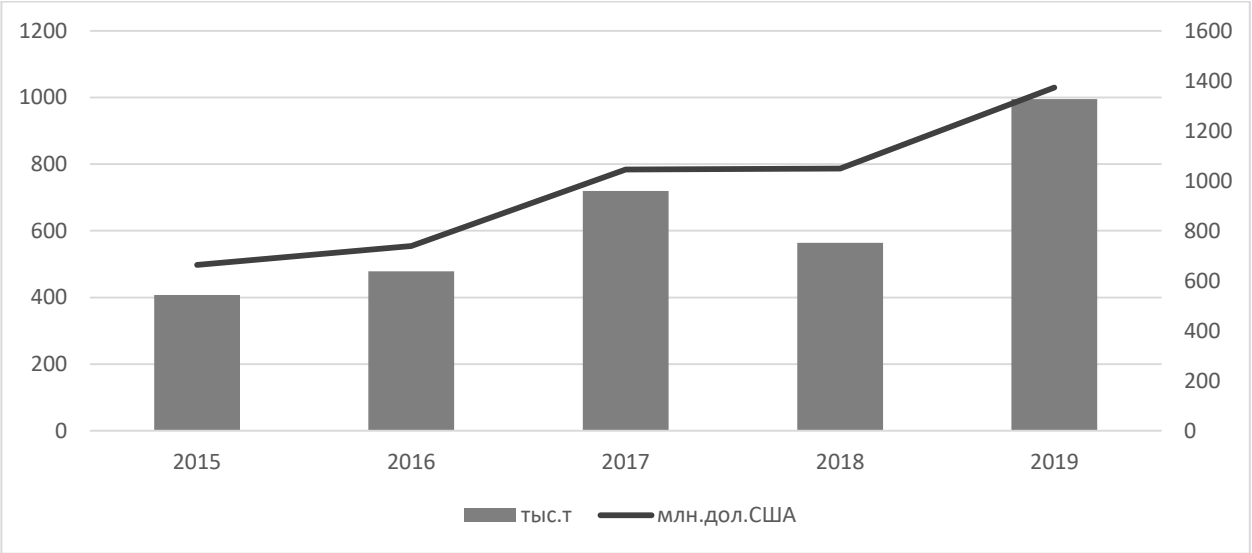


Рисунок 28 – Объемы трубной продукции, импортируемой Российской Федерацией, тыс. т [57]

Наиболее сильно ощущалось влияние на российский рынок украинских и китайских поставщиков, которые обладали ценовым конкурентным преимуществом. Однако импорт китайской продукции с момента введения защитных мер снижается. В то же время динамика поставок украинских труб изменчива. Объемы импорта из Украины резко снижались дважды: после введения ЕЭК антидемпинговых пошлин в июне 2011 г. и на фоне кризиса в 2015 г. Однако в 2016 г. украинские заводы увеличили объемы поставок на фоне улучшения ценовой конъюнктуры, несмотря на прекращение действия договора о зоне свободной торговли и введение таможенных пошлин (в дополнение к антидемпинговым). Крупнейшим украинским поставщиком труб на российский рынок являлся «Интерпайп». Продуктовый портфель трубной продукции компании составляют нарезные трубы (обсадные и насосно-компрессорные), линейные бесшовные и сварные трубы. Среди других важных участников рынка – компания «Сентравис», которая специализируется на производстве высокотехнологичных нержавеющих труб.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

Достаточно стабильны на российском рынке позиции белорусских и казахстанских компаний (в первую очередь – БМЗ15 и KSP Steel). Причем казахстанские компании в 2016 г. заметно упрочили свои позиции, увеличив объемы поставок. По сравнению с другими зарубежными поставщиками, производители Беларуси и Казахстана обладают преимуществами резидентов свободного рынка ЕАЭС. Доля производителей из стран дальнего зарубежья (не считая КНР) на рынке России мала. В основном это поставщики высокотехнологичных труб для нефтегазовой отрасли (японская Sumitomo Corporation, европейская VALLOUREC и др.). Сводный анализ трубной промышленности Российской Федерации, резюмирующий сильные и слабые стороны, а также возможности и ограничения расширения присутствия российских производителей на мировом рынке представлен в таблице 19.

Таблица 19 – SWOT-анализ российской трубной промышленности[35]

Сильные стороны	Возможности
Существенно меньшая стоимость энергоносителей, Более низкие экологические платежи, затраты на персонал (по сравнению с большинством иностранных конкурентов) Одни из самых современных мощностей по производству ТБД Рост инвестиций в разработку высокотехнологичной продукции	Поставки на крупные инфраструктурные проекты, реализуемые за рубежом при участии РФ Снятие дискриминационных торговых ограничений на внешних рынках Наращивание поставок высокотехнологичной продукции с большей добавленной стоимостью на внешние рынки
Слабые стороны	Угрозы
Длинное логистическое плечо до основных потребителей Отставание от мировых лидеров в сегменте производства высокотехнологичных труб Нехватка инновационного потенциала, зависимость от зарубежных поставщиков оборудования Зависимость от поставщиков сырья (проката) Зависимость от небольшой группы покупателей в сегменте ТБД и OCTG Недостаточный ассортимент качественного сырья для производства нержавеющих труб	Экономическая нестабильность (на местном и глобальном уровне) Ухудшение конъюнктуры на мировом рынке Рост издержек (сырье, электроэнергия, транспортные тарифы) Протекционизм на национальных рынках, санкционные ограничения Дальнейшее падение спроса со стороны ключевых потребляющих отраслей Ужесточение конкуренции со стороны мировых производителей, усиление экспансии китайских поставщиков Рост конкуренции со стороны товаров-субститутов Геополитические риски, которые могут повлиять на реализацию крупных инфраструктурных проектов, а также на спрос со стороны стран-потребителей

[35] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Для ПАО «ТАГМЕТ» характерны те же характеристики, что и для российской трубной промышленности в целом (таблица 19), равно как и основные направления развития деятельности в перспективе.

Так, в долгосрочной перспективе, как отмечает А.В. Волкова [12] по мере роста спроса на трубы на мировом рынке и восстановления баланса, можно ожидать роста объемов экспортных отгрузок.

При этом ПАО «ТАГМЕТ», как и прочим российским производителям будет достаточно сложно конкурировать по цене в так называемом «массовом сегменте» с китайскими производителями. В этом плане перспективными в среднесрочной перспективе могут быть поставки товаров с высокой добавленной стоимостью (в первую очередь высокотехнологичных труб OCTG, труб для нужд энергетики и химических производств). В данном сегменте идет «конкуренция технологий» – т.е. экспортный потенциал определяется не столько ценовым преимуществом, сколько инновационным потенциалом и убедительной маркетинговой политикой. Соперничать с лидерами рынка будет непросто, однако заявленные российскими компаниями инвестиции в рост компетенций может позволить им выйти на новый уровень конкурентоспособности.

Присутствие российских компаний на североамериканском рынке, по всей вероятности, снизиться по причине протекционистских заявлений новой администрации США. В сегменте ТБД наиболее вероятными проектами, где российские компании могут получить заказы, являются трубопроводы в среднеазиатском регионе (новая линия газопровода «Центральная Азия–Китай», возможно – ТАПИ).

Перспективными рынками сбыта для ПАО «ТАГМЕТ» могут стать: Иран (возрождение нефтегазовой отрасли после снятия санкций), Сирия (после прекращения военных действий); Вьетнам (зона свободной торговли с ЕАЭС), страны Латинской Америки (после восстановления экономики и модернизации энергетического сектора).

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Подводя итог результатам проведенного анализа, можно отметить следующее: для российских производителей характерно наличие значительного избытка производственных мощностей, задействования которых требует выхода на новые внешние рынки. При этом Россия входит в число ведущих мировых производителей трубной продукции, что дает им преимущество при выходе на новые рынки в силу наличия хорошей репутации. Однако, существование на таких рынках сильной конкуренции требует от производителя, каковым является и ПАО «ТАГМЕТ» взвешенного подхода и разработки обоснованной стратегии выхода на конкретный внешний рынок в отдельности.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

3. НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПАО «ТАГМЕТ» НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

3.1. РАЗРАБОТКА КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННЫХ МОДЕЛЕЙ ЗАВИСИМОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРУБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ ОТ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ

Трубная промышленность является одним из главных поставщиков товаров для нужд топливно-энергетического комплекса, в связи с чем мировая нефтегазовая и трубная промышленности в достаточной мере взаимосвязаны между собой: трубная продукция не только используется при добыче нефти и природного газа, но и обеспечивает один из способов их транспортирования. Высокие требования топливно-энергетического комплекса ставят большое количество новых вызовов перед трубной промышленностью, толкают к повышению инвестиций в модернизацию производственных мощностей и НИОКР, стимулируют производство новых материалов, видов продукции.

Не является исключением и ПАО «ТАГМЕТ», в суммарном производстве которого на трубную продукцию, связанную с нефтегазовой отраслью, в течение 2015-2019 гг. приходилось более 50% (рисунок 29).

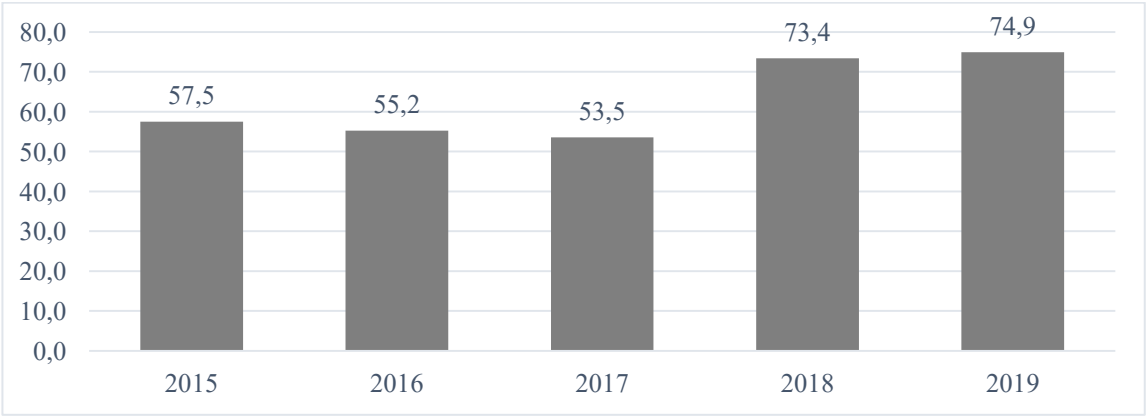


Рисунок 29 – Доля трубной продукции ПАО «ТАГМЕТ», связанная с нефтегазовой отраслью[36] [1]

[36] Составлено автором по: [51-55].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Так, доля вышеуказанной продукции (рисунок 29) возросла с 57,5% в 2015 г. до 74,9% в 2019 г. Однако, для того, чтобы ПАО «ТАГМЕТ» действовало обоснованно при выходе на внешние рынки, а также разработало конкурентную стратегию, при которой его трубная продукция в полной мере будет соответствовать спросу на мировом рынке, необходимо выявить основные факторы, оказывающие влияние на объемы производства российской трубной промышленности в целом, т.к. ПАО «ТАГМЕТ» является одним из ведущих представителей данной отрасли.

Объективная оценка влияния отдельных факторов требует применения одного из методов экономико-математического моделирования (рисунок 30).

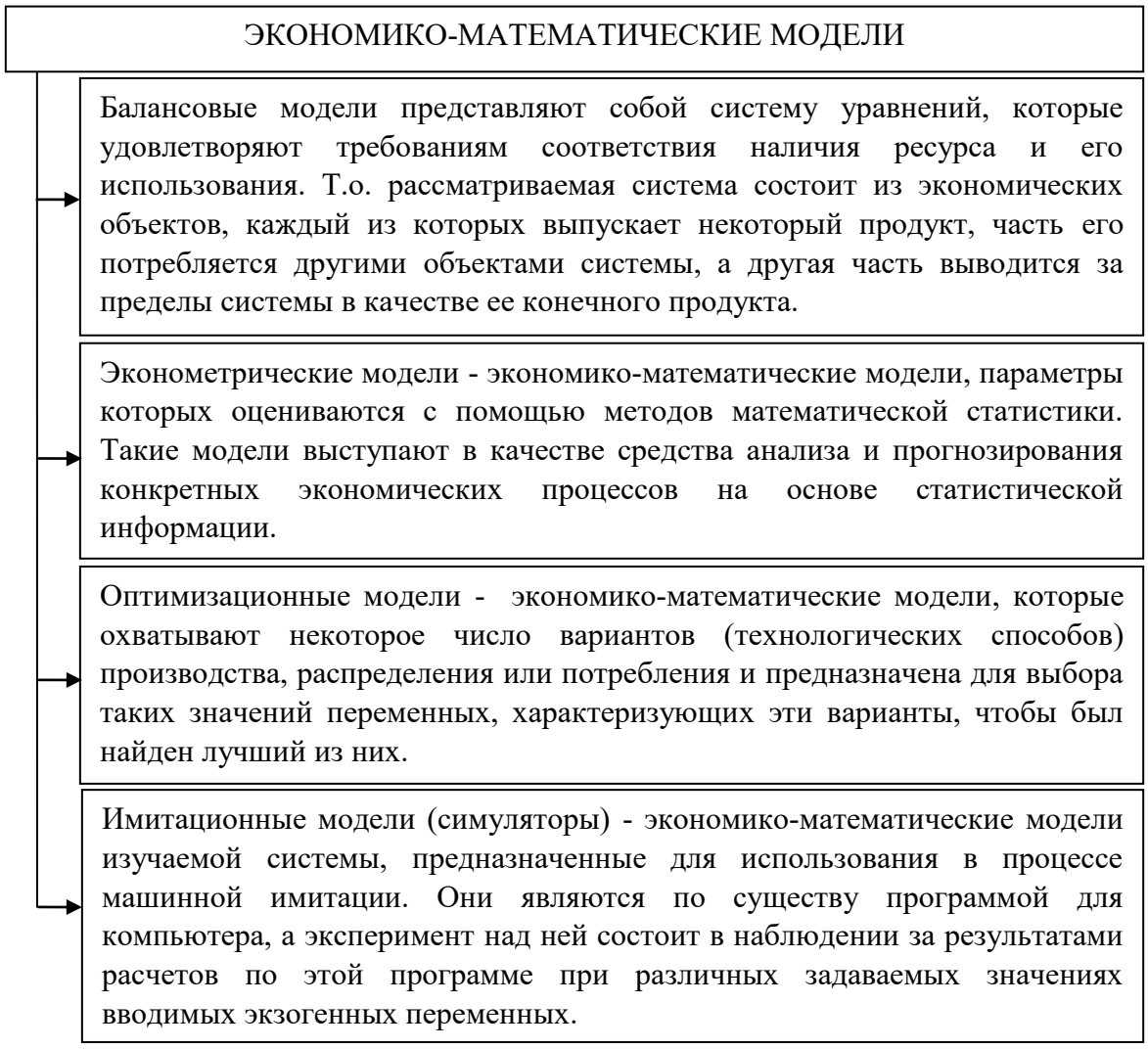


Рисунок 30 – Виды экономико-математических моделей[37]

[3737] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Для проведения оценки зависимости эффективности экспортной деятельности от внешних факторов была использована эконометрическая модель, как наиболее соответствующая целям, поставленным в данном исследовании, а именно: разработана модель множественной регрессии. Основными преимуществами данного метода являются:

- аналитическое отображение взаимосвязи между показателем и исследуемыми факторами;

- возможность оценки меры воздействия отдельных факторов на показатель;

- обеспечение оцени влияния всех факторов на показатель;

- возможность проверки современными математическими методами на адекватность действительным статистическим данным;

- простота в реализации.

Для выявления влияния факторов влияния общего характера на объемы производства стальных труб в России по данным за период 2011-2019 гг. были использованы данные электронных ресурсов Фонда развития трубной промышленности [57], Audit-it [58], ProFinance Service [68], Knoema [46], Enerdata [59], позволившие сформировать матрицу исходных данных (таблица 20).

Таблица 20 – Матрица исходных данных для анализа влияния внешних факторов общего характера[38]

Период	Параметры корреляционно-регрессионной модели					
	Объем производства стальных труб в России, млн.т	Курс доллара, рос.руб. (X_1)	Цена на нефть марки Ural, долл.\bbls (X_2)	Мировой ВВП, млрд.долл. (X_3)	Мировая добыча сырой нефти, Mt (X_4)	Мировая добыча природного газа, bcm (X_5)
2011	10,02	29,39	109	73413	3366	3366
2012	9,66	31,09	110,52	74805	3424	3424
2013	10,05	31,85	107	67989	3494	3494
2014	11,46	38,42	97,6	79060	3542	3542

[38] Составлено автором по: [46, 57-59, 68].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Окончание таблицы 20

Период	Параметры корреляционно-регрессионной модели					
	Объем производства стальных труб в России, млн.т	Курс доллара, рос.руб. (X_1)	Цена на нефть марки Ural, долл.\bbls (X_2)	Мировой ВВП, млрд.долл. (X_3)	Мировая добыча сырой нефти, Mt (X_4)	Мировая добыча природного газа, bcm (X_5)
2015	11,38	60,95	51,23	74829	3587	3587
2017	11,2	58,35	53,03	80716	3833	3833
2018	10,15	62,71	70,01	85690	3959	3959
2019	11,56	64,73	63,59	8552	4084	4084

По результатам анализа можно судить об отсутствии значительной связи между объемом производства стальных труб в России и внешними факторами общего характера (рисунок 31).

Вывод итогов						
Регрессионная статистика						
Множественный R	0,658498					
R-квадрат	0,43362					
Нормированный R-квадрат	-0,38276					
Стандартная ошибка	0,809945					
Наблюдения	9					
Дисперсионный анализ						
	df	*SS*	*MS*	*F*	*Значимость F*	
Регрессия	5	2,008959	0,401792	0,765598	0,630534	
Остаток	4	2,624041	0,65601			
Итого	9	4,633				
	Коэф фициенты	*Стандартная ошибка*	*t-статистика*	*P-Значение*	*Нижние 95%*	*Верхние 95%*
Y-пересечение	11,46924	7,844828	1,462013	0,217551	-10,3115	33,24997
Переменная X 1	-0,09467	0,109748	-0,8626	0,437006	-0,39938	0,210041
Переменная X 2	-0,05142	0,050724	-1,01372	0,368052	-0,19225	0,089413
Переменная X 3	-9,7E-06	1,49E-05	-0,64887	0,551796	-5,1E-05	3,18E-05
Переменная X 4	0,002328	0,00288	0,80818	0,464309	-0,00567	0,010324
Переменная X 5	0	0	65535	0	0	0

Рисунок 31 – Результаты регрессионного анализа зависимости Y (объем производства стальных труб в России от внешних факторов общего характера (X_i)[39]

[39] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Как видно из рисунка 31, результаты регрессионного анализа: коэффициент корреляции R = 0,66, коэффициент детерминации R^2 =0,43, показывают, что изменения в объемах производства российской трубной продукции на 66% объясняются независимыми факторами, включенными в модель (X_i), коэффициент регрессии a_1 = -0095, a_2 = -0,051, a_4 = 0,002, a_3 близко 0, a_5 = 0, t-статистика: -0,863; -1,014; -0,649; 0,808 и 65535 соответственно, P-значение: 0,218; 0,437; 0,368; 0,552; 0,464 и 0 соответственно.

Таким образом, в результате использования прикладного пакета «Excel» была получена корреляционно-регрессионная модель следующего вида:

$$Y = 10{,}986 + 0{,}095X_1 - 0{,}009X_2\ , \qquad (1)$$

где Y – объем производства стальных труб в России, млн.т.

X_1 – курс доллара США к российскому рублю.

X_2 – цена на нефть марки Ural, дол./bbls.

Результаты расчетов свидетельствуют об отрицательном влиянии курса доллара США к российскому рублю и цены на нефть марки Ural на объем производства стальных труб в России и положительном влиянии мировой добычи сырой нефти. Наличие влияния мировой добычи природного газа на трубную промышленность России по результатам корреляционно-регрессионного анализа не установлено. Однако, мировой рынок нефте- и газодобычи общепринято в географическом плане разделять на 8 регионов, и степень присутствия российских производителей трубной продукции в отдельных регионах, равно как и динамика добычи нефти и природного газа, существенно разнятся (рисунок 32).

Так, если в Европе, Африке, Азии, Латинской Америке и Тихоокеанском регионе объемы добычи сырой нефти в 2019 г. были ниже уровня 2011 г., то добыча в Ближневосточном и Североамериканском регионах существенно выросла – на 5,2% 34,6% соответственно.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

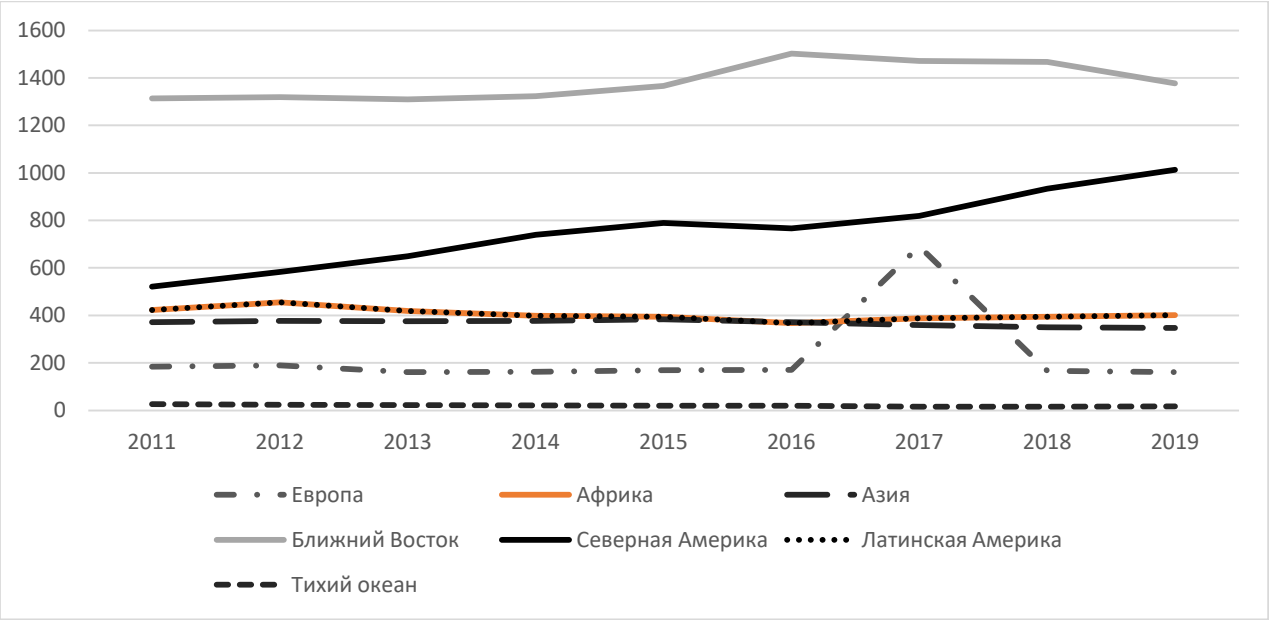


Рисунок 32 – Мировая добыча сырой нефти в региональном разрезе[40]

Несколько иной была динамика мировой добычи природного газа (рисунок 33).

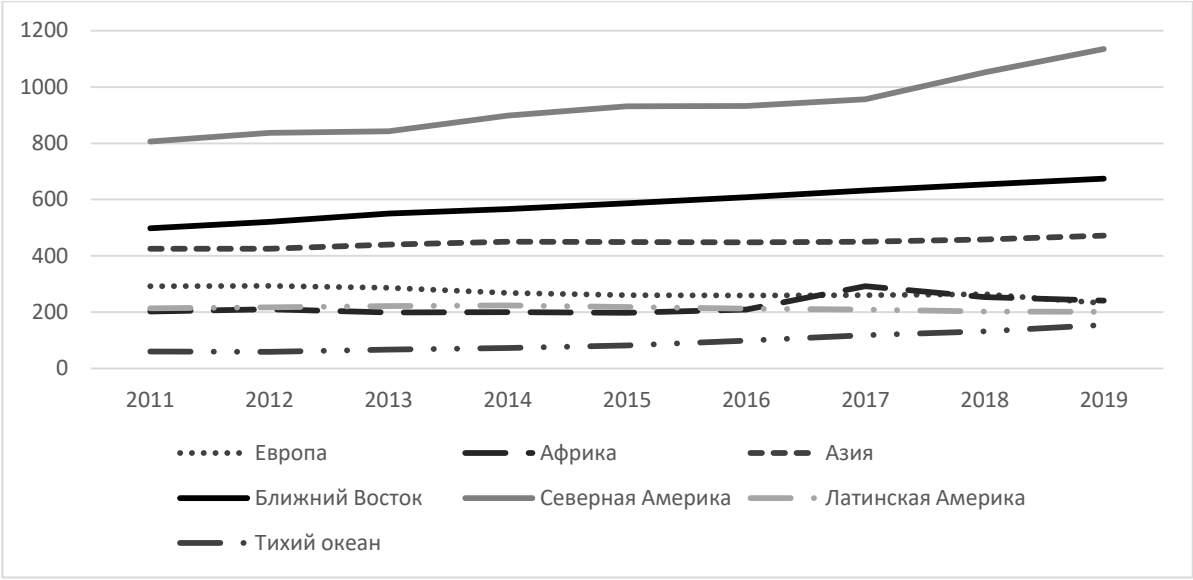


Рисунок 33 – Мировая добыча природного газа в региональном разрезе[41]

Сокращение добычи природного газа в 2019 г. относительно 2011 г. имело место только по европейскому и латиноамериканскому региону – 20,5% и 5,6% соответственно. По остальным регионам имело место наращивание объемов добычи. Так, по африканскому региону прирост составил 18,7%, по

[40] Составлено автором по: [59].
[41] Составлено автором по: [59].

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Азии – 11,1%, по Ближнему Востоку – 35,3%, по Северной Америке – 40,8%, а по Тихоокеанскому региону добыча возросла в 2,5 раза.

В связи с неоднозначной динамикой нефте- и газодобычи в разрезе отдельных мировых регионов для получения более точных выводов о степени влияния мировой на российские предприятия трубной промышленности результаты ранее приведенного анализа целесообразно дополнить корреляционно-регрессионным анализом в региональном разрезе отдельно по рынку добычи сырой нефти и добыче природного газа.

На основании данных Статистического ежегодника мировой энергетики 2020 [6] была составлена матрица исходных данных для анализа влияния региональной добычи сырой нефти на российскую трубную промышленность (таблица 21).

Таблица 21 – Матрица исходных данных для анализа влияния региональной добычи сырой нефти на российскую трубную промышленность[42]

Период	Параметры корреляционно-регрессионной модели							
	Объем производства стальных труб в России, млн.т	Добыча сырой нефти, млн.т						
		Европа (X_1)	Африка (X_2)	Азия (X_3)	Ближний Восток (X_4)	Северная Америка (X_5)	Латинская Америка (X_6)	Тихий океан (X_7)
2011	10,02	184	423	371	1314	521	423	26
2012	9,66	189	455	377	1319	583	455	24
2013	10,05	161	419	376	1310	649	419	22
2014	11,46	162	398	377	1323	740	398	21
2015	11,38	169	394	383	1367	789	394	19
2016	10,07	170	368	371	1502	766	368	19
2017	11,2	691	387	359	1472	819	387	16
2018	10,15	167	395	350	1467	934	395	15
2019	11,56	161	401	347	1377	1013	401	17

По результатам анализа можно судить о наличии тесной связи между объемом производства стальных труб в России и добычей природного газа по регионам мира (рисунок 34). Как видно на рисунке 34, для результатов регрессионного анализа коэффициент корреляции R = 0,999, коэффициент детерминации R2 = 0,999, показывают, что изменения в объемах производства

[42] Составлено автором по [59].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

российской трубной продукции на 99,9% объясняются независимыми факторами, включенными в модель (Xi), коэффициент регрессии a_1=0,003, a_2=-0,017, a_3=0,031, a_4 =-0,007, a_5=0,010, a_7=0,236, a_6= 0, t-статистика: 49,19; -28,19; 25,45; -27,16; 39,05; 65535 и 21,63 соответственно, P-значение: 0,246; 0,013; 0,023; 0,025; 0,023; 0,0163 и 0,029 соответственно.

Зависимость добычи сырой нефти в Латинской Америке и объема производства стальных труб в России по результатам анализа не выявлена.

Вывод итогов						
Регрессионная статистика						
Множественный R	0,999951					
R-квадрат	0,999901					
Нормированный R-квадрат	0,999212					
Стандартная ошибка	0,021364					
Наблюдения	9					
Дисперсионный анализ						
	df	*SS*	*MS*	*F*	*Значимость F*	
Регрессия	7	4,632544	0,661792	1449,912	0,020219	
Остаток	1	0,000456	0,000456			
Итого	8	4,633				
	Коэффициенты	*Стандартная ошибка*	*t-статистика*	*P-Значение*	*Нижние 95%*	*Верхние 95%*
Y-пересечение	2,980501	1,211093	2,461	0,245709	-12,4079	18,3689
Переменная X 1	0,003245	6,6E-05	49,18916	0,01294	0,002407	0,004084
Переменная X 2	-0,01685	0,000598	-28,1897	0,022574	-0,02444	-0,00925
Переменная X 3	0,030905	0,001214	25,44995	0,025002	0,015475	0,046335
Переменная X 4	-0,00698	0,000257	-27,1603	0,023429	-0,01024	-0,00371
Переменная X 5	0,00968	0,000248	39,04748	0,0163	0,00653	0,012829
Переменная X 6	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0
Переменная X 7	0,234325	0,010836	21,62542	0,029418	0,096645	0,372005

Рисунок 34 – Результаты регрессионного анализа зависимости Y (объем производства стальных труб в России) от добычи сырой нефти в регионах мира (X_i)[43]

Таким образом в результате использования прикладного пакета «Excel» была получена корреляционно-регрессионная модель следующего вида:

$$Y = 2{,}981 + 0{,}003X_1 - 0{,}017X_2 + 0{,}031X_3 - 0{,}007X_4 + 0{,}010X_5 + 0{,}234X_6 , \quad (2)$$

где Y – объем производства стальных труб в России, млн.т.

[43] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

X_1 – добыча сырой нефти в Европе, млн.т;

X_2 – добыча сырой нефти в Африке, млн.т;

X_3 – добыча сырой нефти в Азии, млн.т;

X_4 – добыча сырой нефти на Ближнем Востоке, млн.т;

X_5 – добыча сырой нефти в Северной Америке, млн.т;

X_6 – добыча сырой нефти в Тихоокеанском регионе, млн.т;

На основании данных Статистического ежегодника мировой энергетики 2020 [6] также была составлена матрица исходных данных для анализа влияния региональной добычи природного газа на российскую трубную промышленность (таблица 22).

Таблица 22 – Матрица исходных данных для анализа влияния региональной добычи природного газа на российскую трубную промышленность[44]

Период	Параметры корреляционно-регрессионной модели							
	Объем производства стальных труб в России, млн.т	Добыча природного газа и, млн.т						
		Европа (X_1)	Африка (X_2)	Азия (X_3)	Ближний Восток (X_4)	Северная Америка (X_5)	Латинская Америка (X_6)	Тихий океан (X_7)
2011	10,02	292	203	425	498	806	214	61
2012	9,66	294	211	425	521	837	218	59
2013	10,05	287	199	440	551	843	222	67
2014	11,46	269	200	451	566	898	224	73
2015	11,38	261	198	449	587	931	219	82
2016	10,07	260	209	448	609	932	213	99
2017	11,2	261	292	451	632	956	209	119
2018	10,15	264	254	459	654	1052	203	132
2019	11,56	232	241	472	674	1135	202	155

По результатам анализа можно судить о наличии тесной связи между объемом производства стальных труб в России и добычей сырой нефти по регионам мира (рисунок 35).

Как видно на рисунке 35, для результатов регрессионного анализа коэффициент корреляции R = 0,991, коэффициент детерминации R^2 = 0,984, который показывает, что изменения в объемах производства российской трубной продукции на 99,1% объясняются независимыми факторами,

[44] Составлено автором по [59].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

включенными в модель (Xi), коэффициент регрессии a_1=-0,062, a_2=0,027, a_3=0,099, a_4 =-0,020, a_5=0,005, a_6=-0,56, a_7=-0,071, t-статистика: -3,55; 3,54; 1,94; -2,22; 0,88; -0,58 и -1,44 соответственно, Р-значение: 0,175; 0,175; 0,303; 0,269; 0,541; 0,667 и 0,386 соответственно.

Вывод итогов						
Регрессионная статистика						
Множественный R	0,991811					
R-квадрат	0,983689					
Нормированный R-квадрат	0,869508					
Стандартная ошибка	0,274902					
Наблюдения	9					
Дисперсионный анализ						
	df	*SS*	*MS*	*F*	*Значимость F*	
Регрессия	7	4,557429	0,651061	8,615238	0,256671	
Остаток	1	0,075571	0,075571			
Итого	8	4,633				
	Коэффициенты	*Стандартная ошибка*	*t-статистика*	*P-Значение*	*Нижние 95%*	*Верхние 95%*
Y-пересечение	2,739175	14,04309	0,195055	0,877364	-175,695	181,1736
Переменная X 1	-0,06234	0,017562	-3,54953	0,174822	-0,28549	0,160812
Переменная X 2	0,027727	0,007823	3,544161	0,175074	-0,07168	0,12713
Переменная X 3	0,099175	0,051143	1,939189	0,303102	-0,55065	0,749005
Переменная X 4	-0,02036	0,009166	-2,22134	0,269291	-0,13683	0,096104
Переменная X 5	0,005035	0,005723	0,879708	0,540685	-0,06768	0,077753
Переменная X 6	-0,05561	0,096561	-0,57591	0,667357	-1,28254	1,171317
Переменная X 7	-0,07093	0,049173	-1,4424	0,385925	-0,69572	0,553871

Рисунок 35 – Результаты регрессионного анализа зависимости Y (объем производства стальных труб в России) от добычи природного газа в регионах мира (X_i)[45]

Таким образом, в результате использования прикладного пакета «Excel» была получена корреляционно-регрессионная модель следующего вида:

$$Y = 2{,}739 - 0{,}062X_1 + 0{,}028X_2 + 0{,}099X_3 - 0{,}020X_4 + \\ +0{,}005X_5 - 0{,}056X_6 - 0{,}071X_7\ , \qquad (3)$$

где Y – объем производства стальных труб в России, млн.т.

X_1 – добыча природного газа в Европе, млн.т;

X_2 – добыча природного газа в Африке, млн.т;

X_3 – добыча природного газа в Азии, млн.т;

[45] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

X_4 – добыча природного газа на Ближнем Востоке, млн.т;

X_5 – добыча природного газа в Северной Америке, млн.т;

X_5 – добыча природного газа в Северной Америке, млн.т;

X_6 – добыча природного газа в Латинской Америке, млн.т;

X_7 – добыча природного газа в Тихоокеанском регионе, млн.т.

Для определения, за счет каких факторов обеспечивается наибольший прирост объемов экспорта, были рассчитаны коэффициенты эластичности по формуле:

$$E_{xi} = \frac{\beta_i \overline{x_i}}{\overline{Y}} \quad (4)$$

где E_{xi} - коэффициент эластичности результативного признака (Y) по i-тому фактору.

Результаты расчетов коэффициентов эластичности согласно корреляционно-регрессионным моделям (1.2) и (1.3) по формуле (1.4) приведены в таблице 23.

Таблица 23 – Расчет коэффициентов эластичности объем производства стальных труб в России от региональной добычи[46]

Показатель	Среднее значение	Коэффициент регрессии	Коэффициент эластичности
Объем производства стальных труб в России	10,62	х	х
Добыча сырой нефти			
Европа	172,7	0,003	0,049
Азия	404,4	-0,017	-0,647
Африка	367,9	0,031	1,074
Ближний Восток	1383,4	-0,007	-0,912
Северная Америка	757,1	0,010	0,713

Окончание таблицы 23

Показатель	Среднее значение	Коэффициент регрессии	Коэффициент эластичности
Тихий океан	19,9	0,134	0,251
Добыча природного газа			
Европа	268,9	-0,062	0,076
Азия	223,0	0,028	-0,357
Африка	446,7	0,100	1,304

[46] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Ближний Восток	588,0	-0,020	-0,388
Северная Америка	932,2	0,005	0,878
Латинская Америка	213,8	-0,056	2,698
Тихий океан	94,1	-0,071	0,000

Результаты расчета коэффициентов эластичности (табл. 3.5) позволяют прийти к выводу, что наиболее перспективными для ПАО «ТАГМЕТ» являются рынки нефте- и газодобычи Европы, Африки, Северной Америки; рынок нефтедобычи Тихоокеанского региона и газодобычи латиноамериканского, т.к. именно по этим рынкам имеют место положительные значения коэффициентов эластичности (рисунок 36).

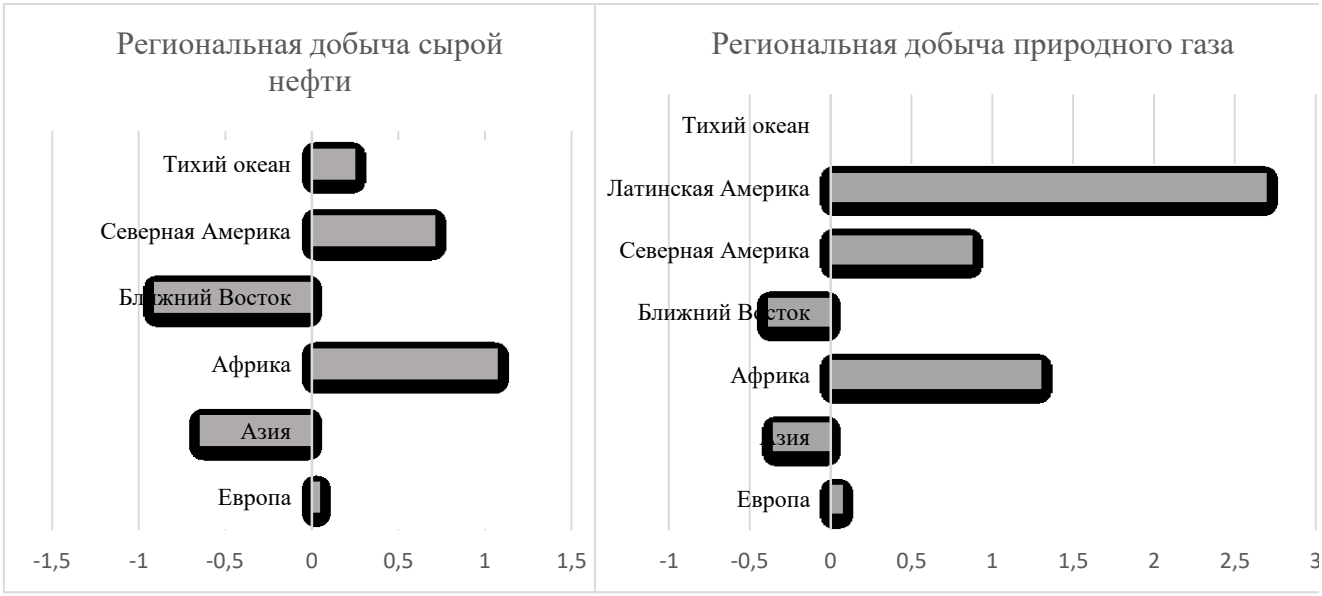


Рисунок 36 - Коэффициенты эластичности объем производства стальных труб в России от нефте- и газодобычи в регионах мира[47]

Так, рост добычи сырой нефти на 1% в европейском регионе влечет за собой рост объем производства стальных труб в России на 0,049%; в африканском регионе – на 1,074%, в североамериканском – 0,713%, в тихоокеанском – 0,251%. Рост добычи природного газа на 1% в европейском регионе влечет за собой рост объем производства стальных труб в России на 0,076%; в африканском регионе – на 1,304%, в североамериканском – 0,878%, в латиноамериканском – 2,698%. При этом североамериканский и латиноамериканский регионы представляются малоперспективными для реализации продукции ПАО «ТАГМЕТ» в силу доминирующего присутствия

[47] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

на этих рынках трубной продукции США и Канады. Азиатско-тихоокеанский регион характеризуется доминирующим влиянием Китая. Вышеуказанное позволяет прийти к выводу, что наиболее перспективными рынками для реализации трубной продукции нефтегазового сортамента ПАО «ТАГМЕТ» является европейский рынок (на нем присутствует много конкурентов, однако ПАО «ТАГМЕТ» может конкурировать с помощью цены и ассортимента) и рынок Африки, характеризующийся низкими барьерами вхождения, что также генерирует высокую конкуренцию.

3.2. ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ ПО ВЫБОРУ ПАО «ТАГМЕТ» ВНЕШНИХ РЫНКОВ

Для того, чтобы ПАО «ТАГМЕТ» действовало обоснованно при выходе на внешние рынки, а также разработало конкурентную стратегию, при которой его продукция в полной мере будет соответствовать спросу на мировом рынке, необходимо конкретизировать рынок, на который предприятие планирует выйти со своей продукцией. Высокие требования топливно-энергетического комплекса ставят большое количество новых вызовов перед трубной промышленностью, толкают к повышению инвестиций в модернизацию производственных мощностей и НИОКР, стимулируют производство новых материалов, видов продукции.

Исследуя привлекательность европейского рынка поставок газа и его перспектив для реализации ПАО «ТАГМЕТ» на этом рынке труб нефтегазового сортамента, следует отметить, что к 2025 г. по оценкам экспертов потребление газа в ЕС (с учетом темпов декарбонизации потребления топлива) ожидается на уровне 590 млрд. $м^3$, т.е. прогнозируемый рост составит 5,1% [15]. При этом спрос со стороны промышленности ЕС на газ остается практически неизменным (несмотря на экономический кризис), а электрогенерация, несмотря на усилия по внедрению возобновляемых источников энергии (ВИЭ), только на 13,7% увеличила его закупки. Спад на 4,9% (на 27, млрд. $м^3$) в 2019 г.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

был обусловлен климатическим фактором общего потепления в Европе. Однако кризисное влияние на динамику потребления газа в 2019 г. не наблюдалось и имело место общее повторение результатов 2018 г. с некоторыми поправками.

Несмотря на то, что Европа является одним из самых популярных рынков, производство газа в Европе значительно уменьшилось в 2018-2019 гг. (рисунок 37).

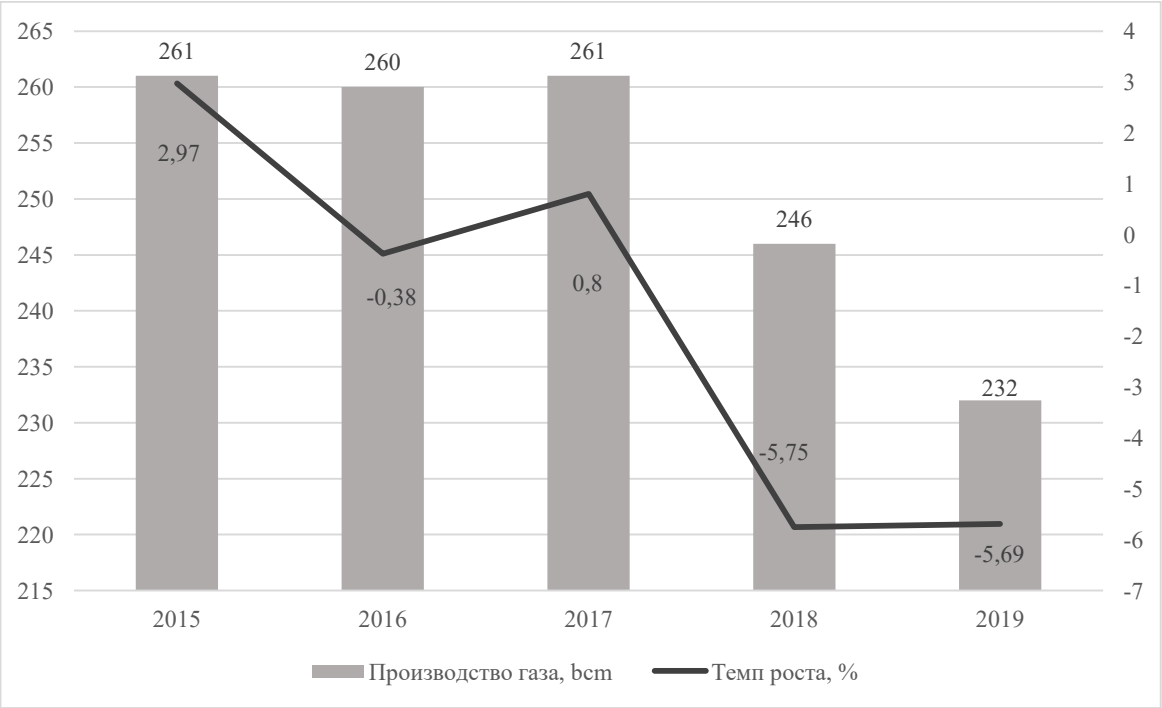


Рисунок 37 – Производство природного газа в Европе[48]

Что касается потребления природного газа в Европе, то в 2019 г. наблюдалось некоторое увеличение объемов, однако такой рост был незначительным по сравнению с 2016-2017 гг. (рисунок 38).

Из общего объема потребления в 2019 г. 170 млрд. м^3 было покрыто за счет собственной добычи и 390 млрд. (по другим источникам – 325,5 млрд. м^3) – получено из внешних источников, в т.ч. 20,6 млрд. м^3 из Алжира, 23 млрд. м^3 из Катара, 8 млрд. м^3 из Нигерии.

[48] Составлено автором по: [50].

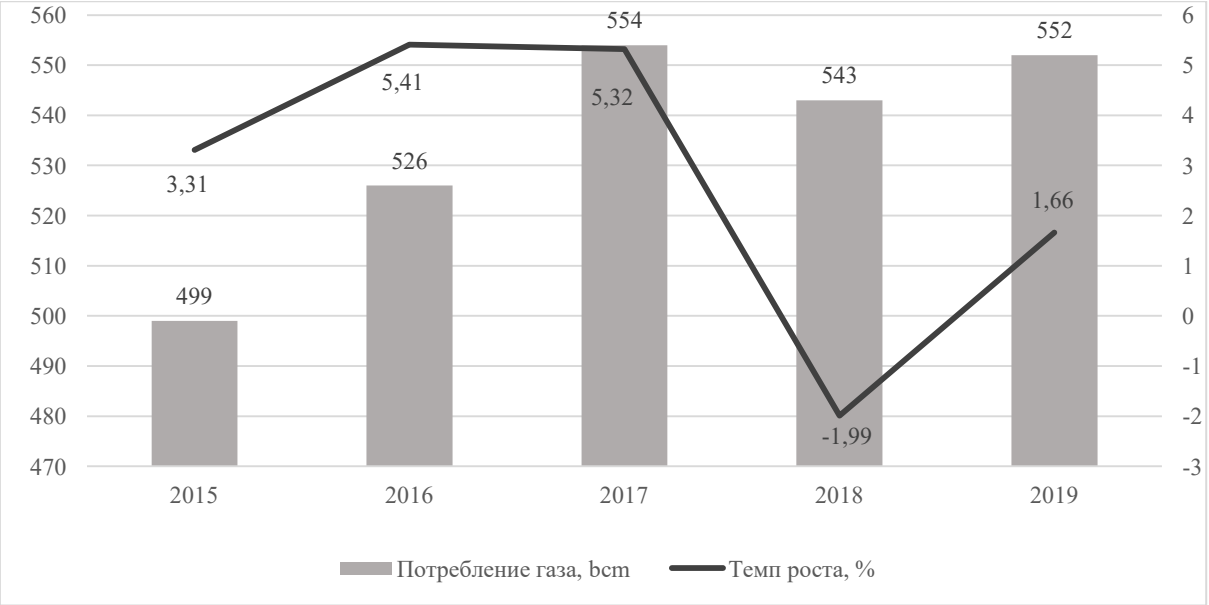


Рисунок 38 – Потребление природного газа в Европе[49]

Однако, несмотря на географическую близость, страны Европы получают большую часть сырья из стран Северной Африки благодаря танкерным перевозкам, а не через систему трубопроводов. Причина кроется в том, что средняя глубина Средиземного моря составляет 1500 м, максимальная – более 5000 м, и в таких условиях прокладывать газопроводы и, тем более, нефтепроводы сложно или невозможно.

Крупнейшим поставщиком трубопроводного газа в ЕС является российский концерн «Газпром». Норвегия и Алжир, занимающие второе и третье места в списке важнейших экспортеров газа в ЕС, тоже поставляют голубое топливо в основном по трубопроводам. Норвежские месторождения в Северном море связаны подводными магистралями сразу с несколькими европейскими странами, в том числе с Германией, Великобританией, Францией и Бельгией. Алжир поставляет газ, прежде всего, в Южную Европу. Эта страна связана двумя морскими газопроводами с Испанией и одним с Италией. Еще один морской газопровод (пропускной способностью около 9 млрд. $м^3$ в год) соединяет Италию с газовыми месторождениями в Ливии, но с 2011 г. практически не эксплуатируется. Таким образом между Европой и Африкой в регионе Средиземноморья проложено лишь считанное число газопроводов

[49] Составлено автором по: [50].

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

(таблица 24) и только в тех районах, где строительство их было технически возможно.

Таблица 24 – Экспортные газопроводы из Северной Африки в Европу[50]

Газопровод	Маршрут	Мощность, млрд м^3 / год	Диаметр труб, мм (сухопутный уч)	
			Сухопутный участок	Морской участок
Greenstreem	Ливия-Италия	11	810	-
Trans-Mediterranean	Алжир-Тунис-Италия	30	1200	650
MedGaz	Алжир-Испания	8	1200	610
Maghreb-Europe	Алжир-Марокко-Испания	12	1200	560

Современная Африка нередко рассматривается как территория, условно разделенная на два региона: Северная Африка и Африка южнее Сахары. Страны Северной Африки, к которым относятся Алжир, Марокко, Тунис, Ливия и Египет, являются частью Средиземноморья, Арабского Востока и исламской цивилизации. Географическое расположение, а также исторические аспекты развития этих государств во многом определили то, что сегодня главным направлением их внешнеэкономической политики является Европа.

Государства Африки южнее Сахары значительно отличаются от своих северных соседей в культурном, языковом, религиозном аспектах, а также по уровню жизни населения и экономического развития. При этом страны Африки южнее Сахары продолжают играть крайне низкую роль в экономической политике государств Северной Африки: к примеру, их доля сегодня не превышает 3–4% в структуре торгового оборота Марокко, Туниса, Алжира, Египта и Ливии. Совместные инвестиционные проекты тоже носят исключительный характер. Отсутствует и необходимая транспортная, энергетическая инфраструктура, способная обеспечить взаимодействие и торговлю между двумя частями континента. Не будет преувеличением сказать, что экономическое сотрудничество между двумя регионами практически не осуществляется. Все это является очень необычным явлением для современной

[50] Составлено автором по: [63].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

экономики и имеет отрицательные последствия как для Северной, так и для Южной Африки [63].

Исследуя основные страны-производители газа в Африке, можно отметить, что основные запасы углеводородов в Мавритании сосредоточены на шельфе Атлантического океана и оцениваются в 5 млрд. бар нефти и 30 трлн $м^3$газа. Для крайне уязвимой экономики Мавритании очень важны новые источники доходов, и именно они могут обеспечить ей геологоразведочные работы по выявлению месторождений углеводородов.

В целом добыча природного газа в Африке растет ежегодно, но наибольший темп роста был зафиксирован в 2017 г. (рисунок 39).

В 2013 г. компания BNP Paribas назвала Мавританию наряду с Французской Гвианой, Кенией и Габоном в качестве одной из четырех главных разведывательных точек для нефти и газа.

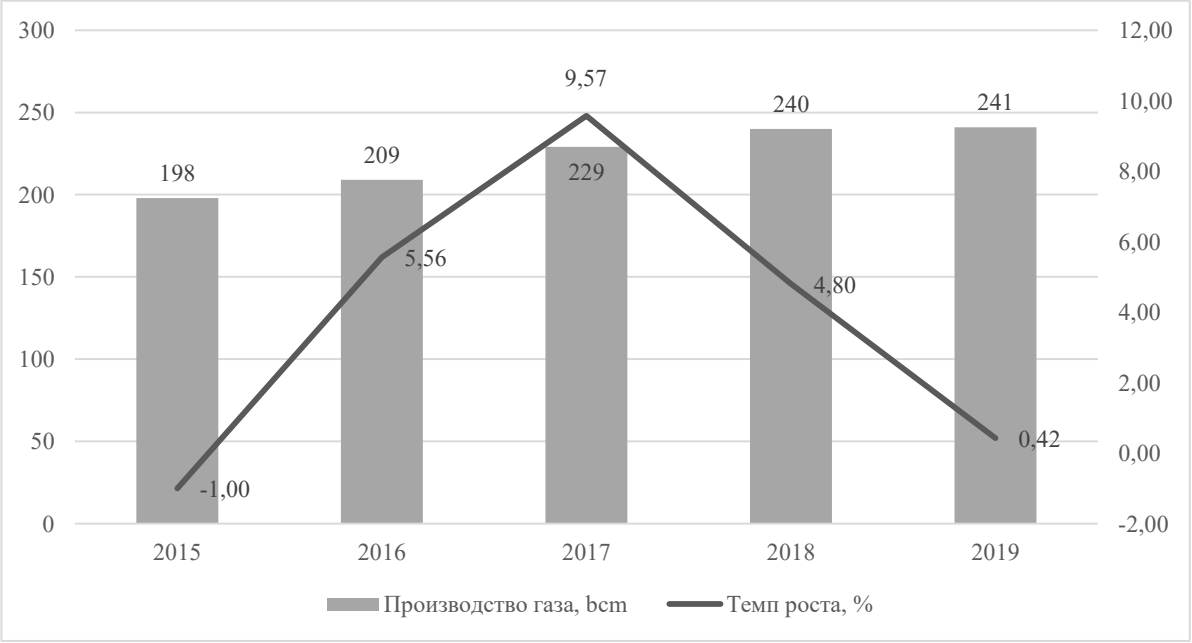


Рисунок 39– Производство природного газа в Африке[51]

В конце 2016 г. BP подписала соглашение с KosmosEnergy о приобретении долей в проектах по разработке крупных месторождений в Мавритании и Сенегале и о сотрудничестве в будущих разведывательных проектах. BP приобрела прямую 62% -ную долю участия, включая операторские функции, в разведке участков KosmosEnergy в Мавритании.

[51] Составлено автором по: [64, 73].

Проекты в Мавритании и Сенегале для BP особенно важны, поскольку в перспективе они могут заложить основу для создания газового хаба в Африке. В декабре 2018 г. появился пресс-релиз компании Total, в котором сообщалось о том, что она подписала соглашение с Министерством нефти и энергетики Мавритании о заключении двух новых контрактов на разведку и добычу шельфовых блоков C15 и C31 площадью 14175 км^2.

Мозамбик – одна из самых слаборазвитых стран мира с населением около 30 млн. чел., которое в основном занимается земледелием и имеет низкие доходы. Однако на территории Мозамбика ведется добыча природного газа юго-африканской компанией Sasol. Основная часть добытого на месторождениях Панди и Тимане в провинции Инхамбане газа (доказанные запасы которого составляют около 73 млрд. м^3) экспортируется по трубопроводу протяженностью 865 км и мощностью около 0,5 млрд.м^3 в год в Южную Африку с небольшим ответвлением на внутреннее потребление в районе столицы Мапуту. В мае 2016 г. компания Sasol начала новый проект рядом с новыми лицензионными участками. В 2010 г. американская нефтегазовая компания Anadarko и итальянский консорциум Eni обнаружили значительные запасы природного газа на глубоководном шельфе страны сразу позволило ей занять 14-е место по запасам газа в мире. Крупнейшее месторождение получило название «Prosperidade». При оценочном бурении оказалось, что оно настолько велико, что его пределы идут и на зону в соседнем блоке, где оператором является компания Eni (месторождение «Mamba»). Впоследствии компании объединили свои усилия по разработке этого газового комплекса. В октябре 2011 г. Eni также анонсировала открытие гигантского месторождения природного газа на блоке 4. В 2012 г. этой же компанией было открыто месторождение Coral (чуть южнее).

Также следует отметить, что потребление природного газа в Африке ежегодно растет, несмотря на некоторое снижение темпов в течение 2018-2019 гг. (рисунок 40).

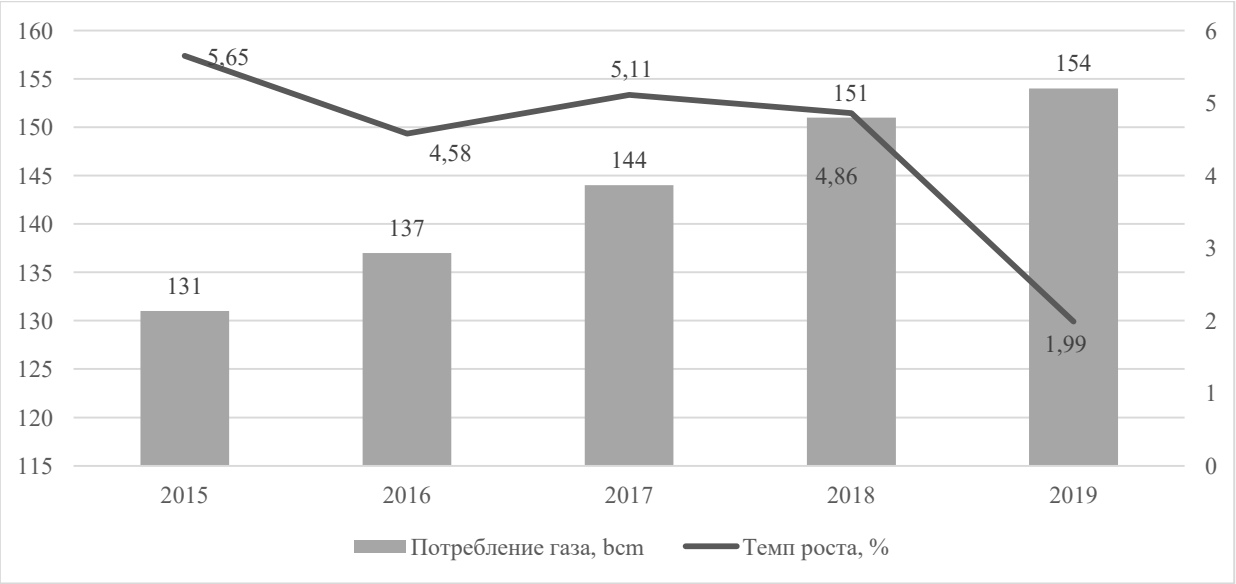


Рисунок 40 – Потребление природного газа в Африке[52]

Вышеуказанное дает основания считать, Африка станет главным игроком на рынках природного газа как производитель, потребитель и экспортер, и в следующие два десятилетия увеличит добычу газа вдвое. Из мировых открытий газа в период 2011-2019 гг. свыше 40% пришлось на Мозамбик, Танзанию, Египет, Сенегал, Мавританию и Южную Африку. Эти открытия могут служить толчком Африки к росту промышленности и удовлетворению ее потребности в надежной поставке электроэнергии, в результате чего Африка станет третьим по величине источником роста мирового спроса на газ.

Анализируя тенденции рынка газа Африки в 2020 г., отметим, что его показатели уменьшились, что обусловлено пандемией Covid-19 [65]. Ситуация с Covid-19 и ее последствия также разнятся в зависимости от страны, ведь влияние пандемии не является одинаковым для всех них. На данный момент всесторонних исследований по этим воздействиям не существует, однако комментарии по этому поводу свидетельствуют о некоторых последствиях для энергетического сектора Африки. Эти последствия варьируются от уменьшения экспорта энергоресурсов до срывов в строительстве новых энергетических проектов [67].

[52] Составлено автором по: [64, 73].

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Помимо газопроводов Северная Африка имеет и сеть нефтегазопроводов (таблица 25).

Таблица 25 – Нефтегазовые трубопроводные системы Африки[53]

Нефтегазовые сети	Характеристика
Ливийская нефтегазовая трубопроводная система	Нефте- и газопроводы обеспечивают поступления сырья в морские порты на севере: Тобрук, эз-Зувейтина, эль-Бурайка, Рас-Лануф, ас-Сидр, эз-Завия, Мелита.
Туниская сеть нефтегазовых трубопроводов	Соединяет месторождения на юге, западе и севере страны с тремя основными портами на востоке – а Сфакс, Сехира и Габес. Однако, крупные объемы углеводородов на экспорт поступают лишь через транзитный газопровод из Алжира. Есть также два трансграничных трубопровода, по которым Тунис получает алжирские углеводороды. Это трубопроводы Ин-Аменас-Сехира, эль-Борма-Сехира и эль-Борма-Габес.
Марокканская нефтегазотранспортная инфраструктура	Практически не развита, за исключением транзитного газопровода из Алжира

Территория района Африки к югу от Сахары в последние годы также становится очень привлекательной для реализации различных нефтегазовых проектов, и конкуренция там достаточно большая. Тем не менее, наряду с очевидными преимуществами выхода российских предприятий на рынки африканских стран, существует и ряд негативных факторов и рисков для проектов на их территории:

во-первых, это политическая нестабильность и территориальные споры. Например, Судан, Кения и Эфиопия – ведут борьбу за Илемский треугольник, Конго претендует на озеро Альберт, принадлежащее Уганде, Танзания, Кения и Сомали не могут определить морские границы и т.д.;

во-вторых, есть много пробелов в законодательстве, а уровень коррупции очень высок, что порождает недобросовестную конкуренцию, а также сложности при реализации проектов и их удорожание [63].

Южная Африка является потенциально крупным рынком газа, но пока страна не примет меры по привлечению внутренних инвестиций, которые

[53] Составлено автором по: [63].

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

позволят увеличить приток природного газа в экономику, эта отрасль не будет развиваться [9]. В связи с этим африканский рынок газа, несмотря на все существующие риски, характеризуется высокой привлекательностью для российских поставщиков труб нефтегазового сортамента. Особый интерес, как свидетельствуют результаты вышеприведенного анализа, для ПАО «ТАГМЕТ» могут представлять нефтегазопроводные и газопроводные системы Алжира, Марокко и Мавритании.

3.3. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПАО «ТАГМЕТ» НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

Внешнеэкономическая сфера деятельности для ПАО «ТАГМЕТ», как и для многих других российских предприятий, является весьма перспективным инструментом дальнейшего развития и повышения своей конкурентоспособности. Вместе с тем, ПАО «ТАГМЕТ» нельзя рассматривать внешний рынок как еще один канал сбыта в силу значительных качественных различий внутреннего и внешнего его сегмента, что характерно как для развивающихся, так и для развитых стран. Сейчас подавляющее большинство организаций используют функциональный подход к управлению предприятием в целом и внешнеэкономической деятельностью в частности. Этот подход состоит в том, что все функции организации представляются по отдельности, вне зависимости друг от друга, приводя к разрыву единой цепочки системы управления. Объективным результатом такого подхода к управлению организацией, а в частности ВЭД предприятия, является рост численности аппарата управления, создание функциональных барьеров, усложнение взаимодействия между подразделениями и возникновение препятствий на пути внедрения новых технологий, снижение конкурентоспособности как на внешнем, так и на внутреннем рынке и т.д. [23].

В этой связи существует объективная необходимость в разработке механизмов адаптации процессно-ориентированного управления экспортными

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

операциями, позволяющих использовать эффективные способы производственной деятельности с учетом динамичности внешней среды. Ведь именно с помощью процессного подхода создаются и поддерживаются условия, необходимые для обеспечения качества процессов производства, гарантирующие удовлетворение потребителей. Он позволяет руководителям определять и управлять ключевыми процессами, создающими добавленную стоимость, а также интегрировать часто разрозненные действия функциональных департаментов и направлять их усилия на единый результат. Таким образом, весьма актуальным становится вопрос радикальной модернизации и переосмысления процесса реализации продукции на внешнем рынке, в связи с чем целесообразным представляется формирования механизма оценки эффективности такого бизнес-процесса как «управление экспортными операциями».

Вышеуказанный бизнес-процесс включает следующие подпроцессы (количество которых не должно превышать десяти, поскольку руководитель не сможет эффективно руководить и воспринимать информацию от большего количества основных направлений деятельности):

- определение потребностей зарубежных рынков;

- измерение удовлетворенности зарубежных потребителей;

- осуществление мониторинга изменений на рынке или в ожиданиях потребителей;

- разработка концепции продукта, его позиционирование на зарубежных рынках;

- исполнение внешнеторгового контракта: подготовка и проведение переговоров; обработка заказов потребителей; управление процессом экспортного производства и поставки; контроль расчетов;

- планирование внешнеэкономической деятельности предприятия;

- формирование спроса, стимулирование сбыта;

- развитие и обучение персонала в рамках службы;

- управление производительностью.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Примерная карта потока создания ценности (процесса) «Управление экспортными операциями» приведена на рисунке 41.

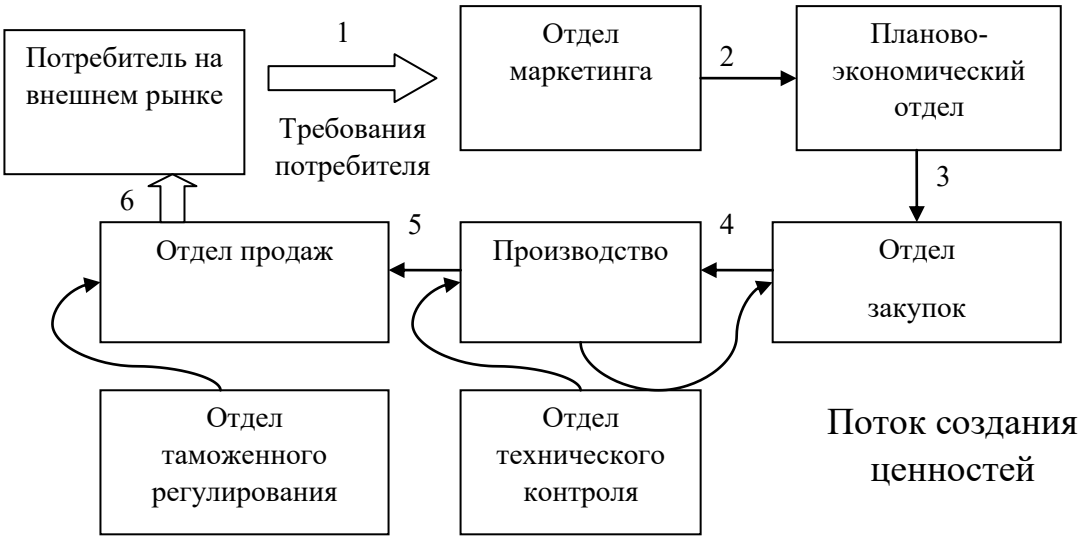


Рисунок 41 – Процессно-ориентированная модель управления экспортными операциями ПАО «ТАГМЕТ»[54]

На первом этапе отделом маркетинга проводится тщательный анализ внешнего рынка и требований потребителей к удовлетворению потребностей. После проведения подобного анализа предполагается совместно с отделом продаж подготовка номенклатуры продукции, способной максимально удовлетворить потребности потребителей.

На следующем этапе планово-экономическим отделом составляется план производства, позволяющий минимизировать все возможные издержки производства с соблюдением принципов «нет запасов» и «точно вовремя». На этом этапе предполагается слаженная работа и от дела продаж, и отдела закупок, и непосредственно самого производства, для того чтобы разработанный план был реализуем. На 3 и 4 этапах координируя деятельность службы закупок и производства, осуществляется закупка необходимых материалов для производства конкретного заказа, соблюдая принцип «нет запасов», т. е. отсутствие перепроизводства, производства на склад и незавершенного производства. Эти этапы весьма важны, т. к. от эффективности работы на этих этапах зависит, возникнут ли у компании дополнительные

[54] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

издержки или нет. Как можно заметить, из привычной структуры исключены этапы складирования, т.к. при процессно-ориентированной модели сокращение издержек производства напрямую нацелено на удовлетворение конкретного потребителя, а не производства на склад. Именно поэтому точно выясняются потребности, создается план, производится только необходимое количество продукции нужного качества. На 5 этапе отделом продаж совместно с отделом технического контроля (может быть исключено, т. к. при процессно-ориентирован ной модели у каждого промежуточного потребителя в рамках процесса есть «встроенные» требования качества для результатов предыдущего этапа процесса) проверяется конечная продукция на предмет соответствия заявленным требованиям и т.д. И наконец, на 6 этапе продукция реализуется с максимальным удовлетворением потребностей потребителя, а, следовательно, с завоеванием доверия потребителя, получением нового заказа и перспективы завоевания рынка.

Формирование стратегии выхода ПАО «ТАГМЕТ» на внешние рынки базируется на результатах анализа и систематизации теоретико-методологических основ, которые являлись объектом исследования, проведенного ранее в рамках выполнения магистерской диссертации. В связи с тем, что трубная продукция является продуктом с длительным жизненным циклом и находится в стадии зрелости, а также принимая во внимание наличие у предприятия имеющим значительных производственных ресурсов, в качестве специфической стратегии ПАО «ТАГМЕТ» целесообразно применить стратегию аутсайдерства, а в качестве трансграничной – стратегию водопада. Такие выводы базируются на результатах анализа стратегических основ выхода промышленного предприятия на внешний рынок, проведенного в первом разделе магистерской диссертации. Несмотря на то, что такие стратегии характеризуются длительным периодом имплементации и возможности создания конкурентами всевозможных экономических барьеров для ПАО «ТАГМЕТ», у предприятия будет длительный промежуток времени для того, чтобы изучить рынок и внести коррективы в комплекс маркетинга для

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

удовлетворения конкретных потребностей каждого из рынков, а у менеджеров – возможность применить свой опыт работы и передать управленческие и технические навыки по мере продвижения с одного рынка на другой.

Как показали результаты проведенного исследования, африканский рынок характеризуется высоким уровнем конкуренции в силу низких барьеров вхождения. Для оценки конкурентных преимуществ в сравнении с зарубежными производителями была использована универсальная методика стратегического менеджмента – SWOT-анализ, который позволяет достаточно просто, в правильном разрезе взглянуть на положение компании на рынке, и поэтому является наиболее популярным инструментом в управлении рисками и принятии управленческих решений. Для ПАО «ТАГМЕТ» характерны те же характеристики, что и для российской трубной промышленности в целом (таблица 19). Таким образом, сильными сторонами ПАО «ТАГМЕТ» является существенно меньшая стоимость энергоносителей, более низкие экологические платежи, затраты на персонал, одни из самых современных мощностей по производству ТБД, рост инвестиций в разработку высокотехнологичной продукции. Такие преимущества дают возможность ПАО «ТАГМЕТ» осуществлять поставки на крупные инфраструктурные проекты, реализуемые за рубежом, и наращивать поставки высокотехнологичной продукции с большей добавленной стоимостью на внешние рынки.

В результате проведенного анализа в качестве целевых рынков для ПАО «ТАГМЕТ» были обозначены рынки Алжира, Марокко и Мавритании.

В целях определения перспективности вышеуказанных секторов африканского рынка с точки зрения реализации стратегии ПАО «ТАГМЕТ» по выходу на внешние рынки были составлены профили соответствующих рынков с позиций качества их институциональной среды, уровня развития инфраструктуры, макроэкономической стабильности и динамики деловой активности.

В качестве вышеуказанных характеристик рынков соответствующих стран были использованы субиндексы Глобального индекса

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index, GCI) – глобального исследование и сопровождающего его рейтинга стран мира по показателю экономической конкурентоспособности по версии Всемирного экономического форума. На основании данных отчета The Global Competitiveness Report 2019 [15] была сформирована исходная база данных для построения профилей отдельных рынков (таблица 26).

Таблица 26 – Исходные данные для построения профилей рынков отдельных стран Африки, ранг в рейтинге GCI 2019 г.[55]

Параметры оценки	Алжир	Марокко	Мавритания
Институциональная среда	111	45	136
Инфраструктура	82	53	137
Макроэкономическая стабильность	102	43	104
Динамика деловой активности	93	71	135

Как видно из данных, приведенных в таблице 27, наивысшими показателями характеризуется Марокко, за ним следует Алжир и третье место занимает Мавритания.

Профили указанных стран по четырем вышеуказанным показателям приведены на рисунке 42.



Рисунок 42 – Профили рынков африканских стран – потенциальных импортеров продукции ПАО «ТАГМЕТ»[56]

[55] Составлено автором по: [72].
[56] Составлено автором по: [72].

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Как видно на рисунке 42, результаты построения профилей африканских стран – потенциальных импортеров продукции ПАО «ТАГМЕТ» свидетельствуют о наибольшей привлекательности рынка Марокко. Данная страна занимает в рейтинге GCI-2019 из 141 страны 43 место по уровню макроэкономической стабильности, 45 место – по качеству институциональной среды, 53 место по уровню развития инфраструктуры и 71 по динамике деловой активности. Принимая во внимание вышеуказанное ПАО «ТАГМЕТ» целесообразно начать реализацию стратегии «водопад»п именно с рынка Марокко. Вторым по привлекательности, согласно разработанному профилю, является рынок Алжира, занимающего 102 место по уровню макроэкономической стабильности, 111 место – по качеству институциональной среды, 82 место по уровню развития инфраструктуры и 93 по динамике деловой активности. На заключительном этапе проникновения на африканский рынок ПАО «ТАГМЕТ» целесообразно сосредоточить внимание на Мавритании, которая из 141 стран рейтинга занимает 104 место по макроэкономической стабильности, 135 место по динамике деловой активности, 136 место по качеству институциональной среды и 137 место – по уровню развития инфраструктуры. Таким образом, согласно составленным профилям рекомендуемая последовательность выхода ПАО «ТАГМЕТ» на африканские рынки представлена на рисунке 43.

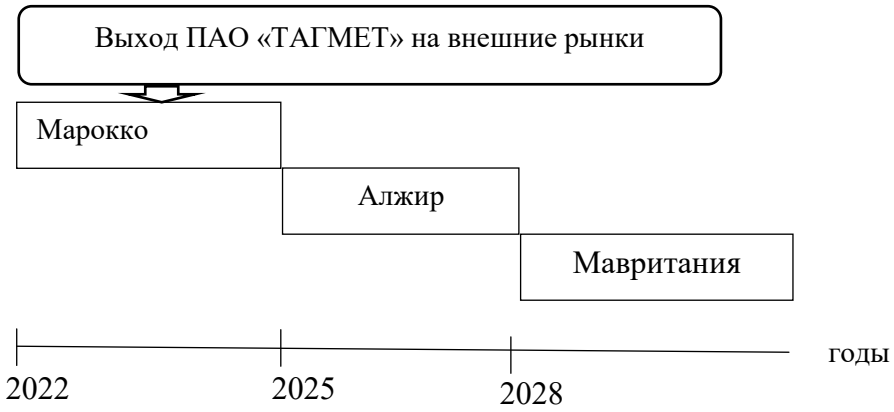


Рисунок 43 – Стратегия выхода ПАО «ТАГМЕТ» на рынки африканских стран[57]

[57] Составлено автором.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Относительно стратегии преодоления барьеров входа на внешний рынок, принимая во внимание характерную для африканских стран низкую барьерность входа, ПАО «ТАГМЕТ» сразу приступить к реализации адаптивной стратегии, предполагающей прямой экспорт на целевой внешний рынок. С функциональной точки зрения данная стратегия базируется на производственной стратегию приспособления, недифференцированном маркетинге, логистической стратегии минимизации затрат, стратегии низких цен и предполагает участие в реализации инфраструктурных инвестиционных проектов стран-импортеров.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из проведенного исследования следует, что основными способами выхода предприятия на внешние рынки является экспорт, совместная предпринимательская деятельность и прямое инвестирование. Каждый из приведенных путей имеет перечень своих преимуществ, рисков и недостатков. Наиболее простым способом выхода предприятия на международный рынок является развитие и стимулирование экспорта, в то время, как прямое инвестирование является одновременно наиболее сложным, рискованным, но самым прибыльным и уверенным способом выхода на внешний рынок. Каждому предприятию присущи различные специфические причины, побуждающие направлять хозяйственную деятельность на международный рынок. Такой процесс может быть по своему характеру медленным и затяжным, требуя при этом приложения многих усилий и расходования ресурсов. Прежде всего, для отечественных предприятий нужно правильно исследовать международный рынок для того, чтобы конкретно сформировать свои стратегические цели, осуществить структурные сдвиги внутри организации, правильно оценить свои возможности, потенциал и ресурсы.

Каждое предприятие является уникальным, поэтому процесс формирования стратегии выхода на внешний рынок является очень сложным и длительным, так как среди множества стратегических альтернатив необходимо выбрать ту, которая бы максимально соответствовала направлениям деятельности предприятия, рыночной среде, в которой оно функционирует, чтобы успешно освоить внешние рынки для дальнейшего сбыта собственной продукции. Выход предприятия на внешний рынок существенно меняет маркетинговую ориентацию предприятия. Стадии поиска путей выхода на международные рынки и выбор партнеров могут изменяться в соответствии с экономическими интересами и стратегий предприятия. Любая стратегия может быть успешной при условии, что фирма выделит время на тщательное изучение

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

привлекательности рынка, потенциала его роста в долгосрочной перспективе, а также доходов и расходов, связанных с выходом на него.

Исследование совокупности и высоты барьеров входа промышленных предприятий на внешние рынки позволило идентифицировать следующие стратегические альтернативы преодоления барьеров входа на внешний рынок: стратегия адаптации к требованиям внешнего рынка; обходная стратегия преодоления барьеров входа на внешний рынок; стратегия опосредованного входа на внешний рынок; стратегия пролонгированного входа на внешний рынок. Также проведенное исследование условий реализации предложенных стратегий преодоления барьеров входа на внешний рынок позволило сформировать логическую последовательность реализации данных стратегий в зависимости от уровня барьерности внешнего рынка и внутренних возможностей предприятия по преодолению барьеров входа. Реализация стратегий в указанной последовательности обеспечивает рациональное использование ресурсов предприятия, последовательное формирование компетенций по преодолению барьеров входа на рынок и минимизацию затрат входа на внешний рынок.

Для достижения стратегического видения деятельности на внешнем рынке в условиях инновационного развития экономики менеджерам необходимо разрабатывать стратегию выхода на внешние рынки придерживаясь основных этапов, своевременно принимать управленческие решения на основе функций планирования, мотивации, организации и контроля; ситуационно реагировать на внешние воздействия и адаптироваться в условиях сложной, изменчивой, неуправляемой и турбулентной международной среды.

Анализ тенденций развития российского и мирового рынка трубной продукции позволил установить, что производственные мощности российских производителей трубной продукции имеют большой профицит, что говорит о недостаточности существующих рынков сбыта и необходимости выхода на новые внешние рынки. Несмотря на то, что российские производители

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

сталкиваются со значительной конкуренцией на внутреннем и внешнем рынках, они имеют ряд сильных сторон и возможностей. При этом североамериканский и европейский рынок для российских производителей является малоперспективным, а наиболее привлекательными – рынки Ирана, Сирии, Вьетнама и стран Латинской Америки.

В результате оценки финансово-экономического потенциала ПАО «ТАГМЕТ» установлено, что данное предприятие входит в состав ПАО «ТМК», являющегося одним из крупнейших производителей трубной продукции в России. В течение 2015-2019 гг. предприятие преодолело существенный спад производства. Однако, несмотря на рост выручки и высокое качество выпускаемой продукции, начиная с 2016 г. ПАО «ТАГМЕТ» терпит убытки, которые к 2019 г. существенно возросли.

Изучение общей производственно-экономической характеристики ПАО «ТАГМЕТ» показало, что данное предприятие входит в состав ПАО «ТМК», являющегося одним из крупнейших производителей трубной продукции в России. В течение 2015-2019 гг. предприятие преодолело существенный спад производства. Однако, несмотря на рост выручки и высокое качество выпускаемой продукции, начиная с 2016 г. ПАО «ТАГМЕТ» терпит убытки, которые к 2019 г. существенно возросли. Таким образом, ПАО «ТАГМЕТ» для выхода на внешний рынок имеет как мотивы (повышение эффективности хозяйственной деятельности), так и возможности (перспективные рынки и высококачественную продукцию).

Для достижения стратегического видения деятельности на внешнем рынке в условиях инновационного развития экономики менеджерам ПАО «ТАГМЕТ» необходимо разрабатывать стратегию выхода на внешние рынки придерживаясь основных этапов, своевременно принимать управленческие решения на основе функций планирования, мотивации, организации и контроля; ситуационно реагировать на внешние воздействия и адаптироваться в условиях сложной, изменчивой, неуправляемой и турбулентной международной среды

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

В результате применения корреляционно-регрессионных метода построения экономико-математических моделей установлено наличие взаимосвязи между результатами деятельности российских производителей трубной продукции и добычей сырой нефти и газа в отдельных регионах мира. Полученные результаты позволили установить, что наиболее перспективными рынками для реализации трубной продукции нефтегазового сортамента ПАО «ТАГМЕТ» является европейский и африканский региональные рынки.

Анализ особенностей рынка нефти и газа Европы и Африки позволил установить, что африканский рынок газа и его транспортирования посредством трубопроводов, несмотря на все существующие риски, характеризуется высокой привлекательностью для российских поставщиков труб нефтегазового сортамента. На основании этого было обосновано стратегическое решение по выбору ПАО «ТАГМЕТ» наиболее привлекательных рынков Африки, каковыми были обозначены ранки Алжира, Марокко и Мавритании.

В целях организационно-экономического обеспечения деятельности ПАО «ТАГМЕТ» на внешних рынках предложена процессно-ориентированная модель управления экспортными операциями. Посредством применения универсальной методика стратегического менеджмента – SWOT-анализа определены конкурентные позиции ПАО «ТАГМЕТ» относительно зарубежных производителей трубной продукции. Результаты исследований позволили прийти к выводу о целесообразности применения в качестве специфической стратегии ПАО «ТАГМЕТ» стратегию аутсайдерства, в качестве трансграничной – стратегию водопада, в качестве стратегии преодоления барьеров – адаптивную. На основании построения профилей стран-потенциальных импортеров продукции ПАО «ТАГМЕТ», определена последовательность выхода предприятия на отдельные африканские рынки в рамках реализации стратегии «водопада».

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антонов А.П. Подход к оценке эффективности хозяйственной деятельности организации // Инновационная наука. 2017. № 4-1.

2. Божева Е.О. Обучающие эффекты экспорта в российской софтверной индустрии // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2019. № 2 (107).

3. Веревка Т.В. Оценка эффективности хозяйственно-финансовой деятельности и результативности управления высокотехнологичных предприятий // Российское предпринимательство. 2018. № 2.

4. Вирабян С.Н. Измерение эффективности сделок по слиянию и поглощению: особенности применения метода DEA // Эффективное антикризисное управление. 2017. № 6.

5. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. М.: Гардарика, 1998.

6. Владимирцев А.В. Системы менеджмента качества и процессный подход // Методы менеджмента качества. 2011. № 2.

7. Володин Ю.В., Подковыров Стратегия выхода на международные рынки: анализ немецких и российских компаний // Риск-менеджмент. 2018. № 4.

8. Гущенская Н.Д., Загоруйко А.Ю. Методика оценки эффективности хозяйственной деятельности организаций в условиях производственно-коммерческих рисков // Вестник Курганской ГСХА. 2015. № 2 (14).

9. Демчук О.В. Роль и значение эффективности хозяйственной деятельности предприятия // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. №1 (27).

10. Довженко Г.В., Шуниборова А.И. Стратегии выхода предприятий на внешние рынки // THESAURUS. 2015. Вып. 1.

11. Доронина Ф.Х. Интегральный подход в комплексной оценке эффективности деятельности предприятия // Вестник Московского

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2017. № 1 (20).

12. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика; 2-е изд., доп. М.: Аспект Пресс, 2004.

13. Иванов И.Н. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник Под редакцией проф. И.Н. Иванова. М.: ИНФРА-М, 2010.

14. Карагулян Е.А. Методическое пособие для экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства ХМАО Югры: «Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки». Екатеринбург: ООО «Пресс групп», 2015.

15. Катькало В.С. Теория стратегического управления: этапы развития и основы парадигмы // Вестник СПбГУ. Сер. 8 «Менеджмент». 2012. Вып. 2. С. 3.

16. Кизим А.А., Фокин С.С. Стратегии выхода российских предприятий на международные рынки: проблемы и перспективы // Финансы и кредит. 2008. № 8 (296).

17. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента. М.: Альпина Паблишер, 2013. 367 с.

18. Никитин А. Стратегическое управление крупным промышленным предприятием // Проблемы теории и практики управления 2003. №6.

19. Нифонтов А.И., Черникова О.П. Методика многоуровневой оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности угледобывающих предприятий // Организатор производства. 2014. № 3 (62).

20. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость . М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

21. Проданова Н.А., Малых Н.И. Экономическая сущность и значение оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации // Бизнес и дизайн ревю. 2016. №1 (1).

22. Томпсон-мл. А., Стрикленд Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. М.: Издательский дом «Вильямс», 2009.

23. Трифонова Е.Ю., Приказчикова Ю.В. Концептуальные основы стратегического управления внешнеэкономической деятельностью предприятия // Российское предпринимательство. 2014. №7 (253).

24. Туманян Ю.Р. Тенденции развития предпринимательской деятельности региона // Вестник Института дружбы народов Кавказа «Теория экономики и управления народным хозяйством». 2018. № 7.

25. Andersen O. On the internationalization process of firms: a critical // Journal of international business studies. 1993. Volume 24, Issue 2.

26. Barnes B.R., Chakrabart R. and Palihawadana D Investigating the export marketing activity of SMEs operating in international healthcare markets // Journal of Medical Marketing. 2006. № 6 (3).

27. Barrett N.J., Wilkinson I.F. Export stimulation: a segmentation study of Australian manufacturing firms // European Journal of Manufacturing. 1985. Volume 19, Issue 2.

28. Bernard A.B., Wagner J. Export Entry and Exit by German Firms // Weltwirtschaftliches Archiv. 2001. Vol. 137, № 1.

29. Bilkey W., G.Tesar The export behavior of smaller sized Wisconsin manufacturing firms // Journal of International Business Studies. 1977. Volume 8, Issue 1.

30. Câmara F.J.L. Simões V.C. Social Networks as Drivers of Internationalization Patterns: A Case Study on Fish Exports. 2008.

31. Cavusgil S. T. On the internationalization process of finns // European Research. 1980. Volume 8 (November).

32. Clark T., Pugh D., Mallory G. The Process of Internationalization in the Operating Firm // International Business Review. 1997. Vol. 6. № 6.

33. Crick D. An investigation into the targeting of UK export assistance // European Journal of Marketing. 1995. Volume 29, Issue 8.

34. Czinkota M. R. Export Development Strategies: U.S. promotion policy. NY.: Praeger Publishers, 1982.

35. Garvey D., Brennan L. The Internationalization of Indigenous Irish Software Technology Companies: An Exploratory Study // Irish Journal of Management. 2006. 22 (2).

36. Greenaway D., Kneller R. Firm Heterogenity, Exporting and Foreign Direct Investment: A Survey // Economic Journal Features. 2006.

37. Helm R. Lohmar Internationale Markteintrittsstrategien: Einflussfaktoren auf die Wahl der optimalen Form des Markteintritts in Exportmärkte; Köln: Eul, 1997.

38. Kocker G.M. Internationalisation of Networks Barriers and Enablers: empirical analysis of selected European Networks. Kompetenznetze Deutschland, Federal Ministry of Economics and Technology Germany, 2007.

39. Lim J., Sharkey T., Kim K. An empirical test of an export adoption model // Management International Review. 1991. Volume 31, Issue 1.

40. Moon H., Lee H. On the Internal Correlates of Export Stage Development: An Empirical Investigation in the Korean Electronics Industry // International Marketing Review. 1990. Volume 7, Issue 5.

41. Orser,B. Spence M., Riding A., Carrington C., Tefler. Canadian SME Exporters. School of Management, University of Ottawa and Small Business Policy Branch of Industry Canada, Government of Canada, 2008.

42. Perlitz M., Seger F. Konzepte internationaler Markteintrittsstrategien // Markentritts-Management. –Stuttgart: Schäfer-Poeschel, 2000.

43. Rao T.R., Naidu G.M. Are the stages of internationalization empirically supportable? // Journal of Global Marketing. 1993. Volume 6, Issue 1/2.

44. Reid S. The Decision-Maker and Export Entry and Expansion // Journal of International Business Studies. 1981. Volume 12, Issue 2.

45. Rundh B. International Marketing Behavior amongst exporting firms // European Journal of Marketing. 2007. 41 (1/2). pp.

46. Весь мир Валовый внутренний продукт [Электронный ресурс]. URL: https://knoema.ru

47. Власова К.Н. Стратегии преодоления барьеров входа на внешние рынки // Формирование рыночных отношений в Украине. 2019. №6 (217). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-preodoleniya-barierov-vhoda-na-vneshnie-rynki (дата обращения: 26.05.2021).

48. Волкова А.В. Рынок стальных труб 2017 [Электронный ресурс]; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; Центр развития. URL: https://dcenter.hse.ru/

49. Всероссийская премия «Производительность труда: Лидеры промышленности России 2019» [Электронный ресурс]; Альманах «Управление производством», Россия. URL: http://www.up-pro.ru/imgs/specprojects/lidery-promyshlennosti/2019/Productivity_2019.pdf

50. Газовый рынок Европы 2019: итоги и перспективы [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://regnum.ru/news/economy/2810486.html.

51. Годовой отчет ПАО «Таганрогский металлургический завод» за 2015 г. [Электронный ресурс] ПАО «ТАГМЕТ»; Офиц. сайт, г. Таганрог, Россия. URL: https://tagmet.tmk-group.ru/

52. Годовой отчет ПАО «Таганрогский металлургический завод» за 2016 г. [Электронный ресурс] ПАО «ТАГМЕТ»; Офиц. сайт, г. Таганрог, Россия. URL: https://tagmet.tmk-group.ru/

53. Годовой отчет ПАО «Таганрогский металлургический завод» за 2017 г. [Электронный ресурс] ПАО «ТАГМЕТ»; Офиц. сайт, г. Таганрог, Россия. URL: https://tagmet.tmk-group.ru/

54. Годовой отчет ПАО «Таганрогский металлургический завод» за 2018 г. [Электронный ресурс] ПАО «ТАГМЕТ»; Офиц. сайт, г. Таганрог, Россия. URL: https://tagmet.tmk-group.ru/

55. Годовой отчет ПАО «Таганрогский металлургический завод» за 2019 г. [Электронный ресурс] ПАО «ТАГМЕТ»; Офиц. сайт, г. Таганрог, Россия. URL: https://tagmet.tmk-group.ru/

56. Кобер П. Старый мир вылетает в трубу [Электронный ресурс]; Эксперт-Урал № 23-24. URL: https://expert.ru/

57. Российский рынок стальных труб и перспективы его развития [Электронный ресурс]; Фонд развития трубной промышленности Офиц. сайт, г. Москва, Россия. URL: http://frtp.ru/

58. Средневзвешенные курсы валют [Электронный ресурс]. URL: https://www.audit-it.ru

59. Статистический ежегодник мировой энергетики 2020 [Электронный ресурс]. URL: https://yearbook.enerdata.ru

60. Трубный рынок проверяет теорию Маркса [Электронный ресурс]. URL: https://www.interfax.ru/business/688329

61. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]; Офиц. сайт, г. Москва, Россия. URL: http://customs.ru/folder/515

62. Финансовая отчетность ПАО «Таганрогский металлургический завод» за 2015 г. [Электронный ресурс] ПАО «ТАГМЕТ»; Офиц. сайт, г. Таганрог, Россия. URL: https://tagmet.tmk-group.ru/

63. Черное золото Черной Африки [Электронный ресурс]. URL: http://www.ngv.ru

64. Africa's Oil & Gas Market 2019/2020 [Электронный ресурс]. URL: https://apnews.com

65. Covid-19 to have lasting impact on gas [Электронный ресурс]. URL: https://www.petroleum-economist.com

66. Global Readiness Index national results report [Электронный ресурс]. 2018. April. EFIC. URL: http://reports.weforum.org/

67. Impactof COVID-19 on Global Gas Markets [Электронный ресурс]. URL: https://www.oxfordenergy.org

68. ProFinance Service [Электронный ресурс]. URL: https://www.profinance.ru/chart/urals/

69. Steel Statistical Yearbook 2018 [Электронный ресурс] World Steel Association; Офиц. сайт, г. Брюссель, Бельгия. URL: https://www.worldsteel.org/

70. Stoian, M-C. Managerial Determinants and their Influence upon the Export Behaviour of the Firm: Case Studies of Catalan Exporting SMEs, [Электронный ресурс]. 2006. URL: http://selene.uab.es/dep-economiaempresa/Jornadas/Papers/2006/Maria-Cristina%20Stoian.pdf

71. Survey: American Businesses Missing Global Opportunities [Электронный ресурс] / Business Monitor. 2007. URL: www.pressroom.ups.com/pressreleases/current/0.

72. The Global Competitiveness Report 2019 [Электронный ресурс]. URL: http://www3.weforum.org/

73. Where is the Gas Market, in Africa Itself? [Электронный ресурс]. URL: https://africaoilgasreport.com

74. World Steel Tube Production [Электронный ресурс]. URL: https://www.itatube.org/epaper/ITA-tubejournal_1-20/index.html

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Основные этапы интернационализации предприятий и их характеристика

Таблица А.1 – Показатели, характеризующие основные этапы интернационализации предприятий

Показатели	Основные этапы		
	Национальный этап	Этап низкого уровня интернационализации	Этап высокого уровня интернационализации
Характеристика управленческого персонала	Управленческие работники являются резидентами страны базирования предприятия, характеризуются низким уровнем экономического образования и знания иностранных языков	Управленческие работники являются резидентами страны базирования предприятия, характеризуются средним уровнем экономического образования и знания иностранных языков	Управленческие работники являются резидентами разных стран, характеризуются высоким уровнем экономического образования и знания иностранных языков
Стиль управления	Неформальный – значительная роль собственников предприятия	Возрастающий уровень формализации операций на национальном рынке, но низкий уровень планирования деятельности на зарубежных рынках, ограниченный спектр методов осуществления операций на зарубежных рынках	Стиль формализированный и четко структурированный, широкий спектр методов осуществления операций ёна зарубежных рынках
Рыночная позиция и тип конкурентного преимущества	Завоевание позиции и поиск конкурентных преимуществ на национальном рынке	Обладание конкурентными преимуществами, которые обеспечивают зарубежную экспансию	Использование и укрепление конкурентных преимуществ благодаря осуществлению операций на внешних рынках
Ресурсы предприятия	Локализация ресурсов исключительно на национальном рынке	Возрастание уровня алокации ресурсов между национальным и зарубежным рынками	Алокация ресурсов между отдельными рынками исходя из их характеристик и стратегических преференций управленческих работников (собственников)

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Продолжение таблицы А.1

Показатели	Основные этапы		
	Национальный этап	Этап низкого уровня интернационализации	Этап высокого уровня интернационализации
Информация о зарубежных рынках	Отсутствие информации о характеристиках зарубежных рынков и методики операций на них.	Предприятие имеет ограниченным опытом деятельности на зарубежных рынках и ограниченным спектром методик осуществления операций на зарубежных рынках. Предприятие активно приобретает новую информацию о деятельности на зарубежных рынках, опираясь не только на собственный опыт	Предприятие имеет значительный опыт деятельности на зарубежных рынках и активно приобретает как общую, так и специфическую информацию о деятельности на зарубежных рынках
Факторы, влияющие на формирование стратегии интернационализации	Предприятия не реагируют на стимулирующие факторы интернационализации	Интернационализация предприятий стимулируется, в основном, с помощью факторов внешнего характера и мотивации реактивного характера. Пассивное налаживание экспортных операций	Интернационализация предприятий стимулируется, в основном, с помощью факторов внутреннего характера и мотивации, имеющей проактивный характер.
Барьеры входа на зарубежные рынки	Управленческие работники (собственники) определяют большое количество барьеров входа на зарубежные рынки. Основным барьером является неспособность идентификации и анализа характеристик зарубежных рынков.	Барьеры входа связаны исключительно с применением методов систематического осуществления экспортных операций	Барьеры входа связаны исключительно с формированием и реализацией стратегических мер в пределах стратегии интернационализации и внешними факторами, обусловленными особенностями ведения деятельности на зарубежных рынках
Выбор зарубежных рынков	Предприятие действует исключительно на национальном рынке	Предприятие планирует деятельность на нескольких рынках со схожими характеристиками (прежде всего	Предприятие постепенно входит на рынки географически близких и удаленных стран, увеличивая количество зарубежных рынков, на

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Продолжение таблицы А.1

Показатели	Основные этапы		
	Национальный этап	Этап низкого уровня интернационализации	Этап высокого уровня интернационализации
		ментальными и культурными) с национальным рынком географически близких стран, исходя из более низкого уровня затрат входа	которых оно осуществляет деятельность
Методы сегментации и выбора целевого рынка (выбор стратегии входа на зарубежные рынки)	Предприятие реализует продукцию исключительно через те каналы сбыта. Которые функционируют на национальном рынке, на зарубежном рынке размещаются исключительно сбытовые виды деятельности цепочки стоимости (торговая стратегия входа)	Предприятие входит на зарубежные рынки через сотрудничество с зарубежным партнером, п ксимально широкий сп дничества (кооперативная стратегия входа)	Предприятие осуществляет деятельность на зарубежных рынках без какого-либо посредничества, размещая весь (либо большую часть видов) цепочки стоимости на зарубежном рынке (иерархическая стратегия входа)
Контролирование маркетинговых действий	Предприятие осуществляет полное или обеспечивает высокий уровень контролирования маркетинговой деятельности	Предприятие осуществляет ограниченное контролирование маркетинговых действий, поскольку в значительной мере зависит от бизнес-партнера	Предприятие постепенно повышает уровень контролирования маркетинговых действий на зарубежных рынках в зависимости от целей мер координации в пределах маркетинговой стратегии интернационализации
Стандартизация маркетинговых действий	Предприятие обеспечивает высокий уровень стандартизации маркетинговых действий, поскольку обслуживает исключительно клиентов национального рынка	Предприятие адаптирует маркетинговые действия к специфике зарубежных рынков, за счет чего уровень стандартизации снижается	Предприятие постепенно повышает уровень стандартизации маркетинговых действий на зарубежных рынках в зависимости от целей мер координации в пределах маркетинговой стратегии интернационализации

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Особенности этапов выхода промышленного предприятия на внешние рынки

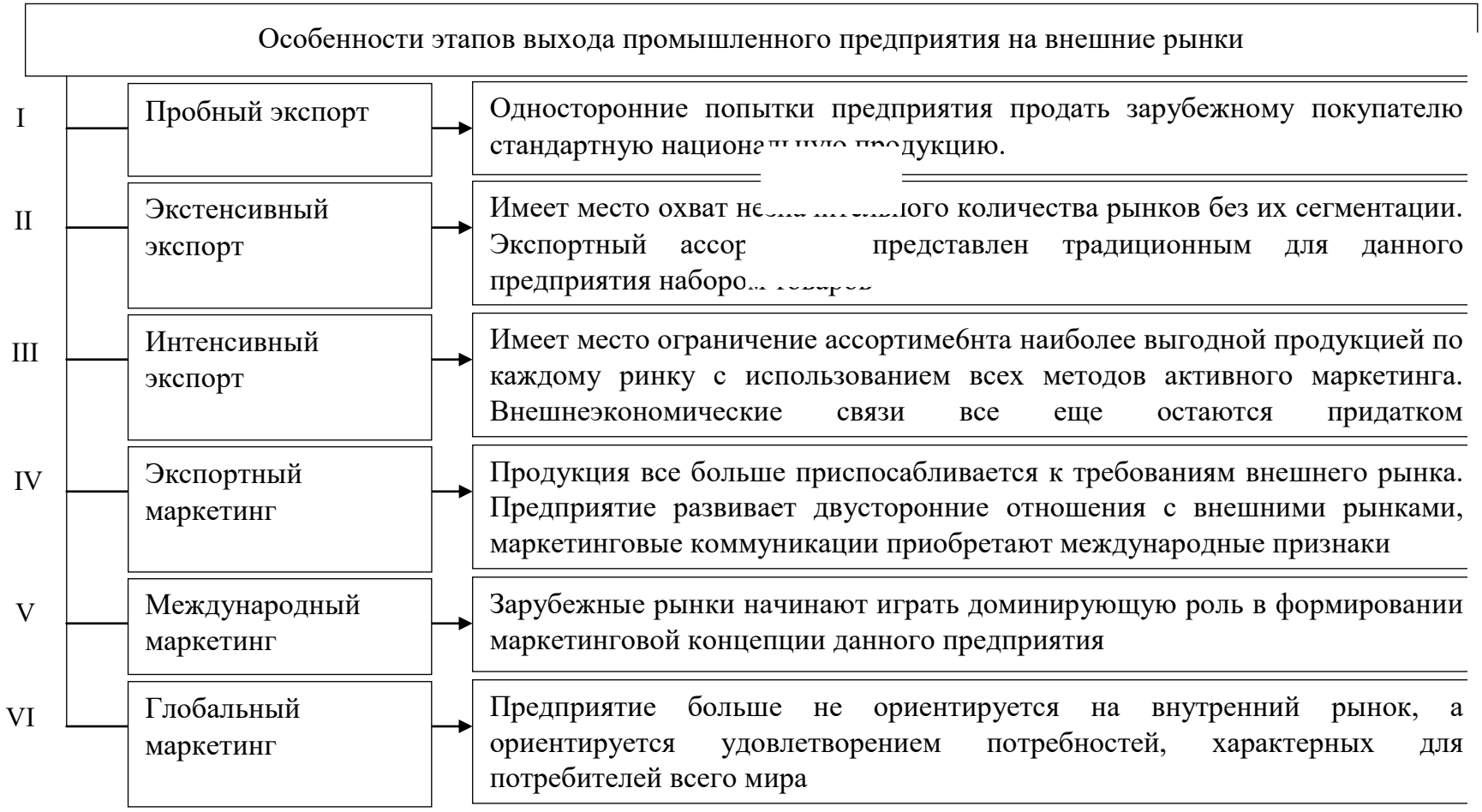


Рисунок Б.1 – Этапы выхода предприятия на внешние рынки

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Финансовая отчетность ПАО «ТАГМЕТ»

Приложение № 6
к Учетной политике ПАО "ТАГМЕТ"

Бухгалтерский баланс

на 31 декабря 20 19 г.

		Коды
	Форма по ОКУД	0710001
	Дата (число, месяц, год)	31 12 2019
Организация Публичное акционерное общество "Таганрогский металлургический завод"	по ОКПО	00186602
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	6154011797
Вид экономической деятельности производство стальных труб, полых профилей и фитингов	по ОКВЭД 2	24.20
Организационно-правовая форма / форма собственности акционерное общество/ частная собственность	по ОКОПФ/ОКФС	12247 16
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384

Местонахождение (адрес) 347928 г. Таганрог ул.Заводская 1 Ростовская обл.

Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту [V] ДА [ ] НЕТ
Наименование аудиторской организации/ ООО "Эрнст энд Янг"
фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального аудитора

Индентификационный номер налогоплательщика аудиторской организации/ индивидуального аудитора	ИНН	7709383532
Основной государственный регистрационный номер аудиторской организации/индивидуального аудитора	ОГРН/ ОГРНИП	1027739707203

Поясне-ния	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 20 19 г.	На 31 декабря 20 18 г.	На 31 декабря 20 17 г.
1	2	3	4	5	6
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
4	Нематериальные активы	1110	10 276	12 043	13 810
5	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
6	Основные средства	1150	17 920 884	18 935 745	20 704 526
	в том числе: незавершенное строительство	1151	2 249 292	2 029 329	1 609 458
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
7	Финансовые вложения	1170	-	-	-
20	Отложенные налоговые активы	1180	1 945 245	1 671 145	1 245 549
11	Прочие внеоборотные активы	1190	296 475	138 236	281 651
	в том числе: дебиторская задолженность, погашаемая более чем через 12 мес.	1191	7 862	4 523	44 320
	авансы, направленные на приобретение внеоборотных активов	1192	277 819	101 993	144 740
	Итого по разделу I	1100	20 173 880	20 757 169	22 245 536
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
8,19	Запасы	1210	11 877 525	10 354 198	8 875 388
	в том числе: сырье,материалы и другие аналогичные ценности	1211	6 745 571	5 550 720	4 420 791
	затраты в незавершенном производстве	1212	4 183 790	3 870 131	3 455 745
	готовая продукция и товары для перепродажи	1213	551 962	330 333	500 189
	товары отгруженные	1214	349 822	547 734	414 907
	расходы будущих периодов	1215	46 380	55 280	83 756
	прочие запасы и затраты	1216	-	-	-
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	81 896	48 182	458 791
9,19	Дебиторская задолженность	1230	6 029 782	10 394 447	8 602 580
	в том числе: покупатели и заказчики	1231	5 178 548	9 780 623	7 940 587
7	Финансовые вложения(за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
10	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	3 448	3 618	996
11	Прочие оборотные активы	1260	-	-	9 938
	Итого по разделу II	1200	17 992 651	20 800 445	17 947 693
	БАЛАНС	1600	38 166 531	41 557 614	40 193 229

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Поясне-ния	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 20 19 г.	На 31 декабря 20 18 г.	На 31 декабря 20 17 г.
1	2	3	4	5	6
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
12	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	508 706	508 706	508 706
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	-	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	1340	881 268	887 134	901 212
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	1 204 042	1 204 042	1 204 042
	Резервный капитал	1360	25 435	25 435	25 435
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	286 882	1 586 895	3 711 439
	Итого по разделу III	1300	2 906 333	4 212 212	6 350 834
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
13	Заемные средства	1410		2 142 857	8 142 857
20	Отложенные налоговые обязательства	1420	985 903	1 031 468	1 093 062
14	Оценочные обязательства	1430	96 937	83 687	65 873
15	Прочие обязательства	1450	-	28 067	56 134
	в том числе: кредиторская задолженность, погашаемая более чем через 12 месяцев	1451	-	28 067	56 134
	Итого по разделу IV	1400	1 082 840	3 286 079	9 357 926
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
13	Заемные средства	1510	2 800 000	2 502 290	1 507 988
15	Кредиторская задолженность, в том числе:	1520	30 611 963	31 014 345	22 543 307
	поставщики и подрядчики	1521	30 039 931	30 564 835	22 037 362
	задолженность перед персоналом	1522	145 157	139 401	125 027
	задолженность перед государственными внебюджетными фондами	1523	87 569	78 721	47 455
	задолженность по налогам и сборам	1524	291 172	94 474	194 896
	задолженность перед участниками (учредителями)по выплате доходов	1525	-	-	293
	прочие кредиторы	1526	48 134	136 914	138 274
16	Доходы будущих периодов	1530	80 667	84 064	87 461
14	Оценочные обязательства	1540	684 728	458 624	345 713
16	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	34 177 358	34 059 323	24 484 469
	БАЛАНС	1700	38 166 531	41 557 614	40 193 229

	Справка о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах	Код	На 31 декабря 20 19 г.	На 31 декабря 20 18 г.	На 31 декабря 20 17 г.
	Обеспечения обязательств и платежей полученные	1800	-	-	-
22,28	Обеспечения обязательств и платежей выданные	1900	115 855 597	102 720 238	116 092 231

Руководитель _____ С.И.Погорелов
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер _____ Т.В.Никоненко
(подпись) (расшифровка подписи)

«02» марта 20 20 г.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Приложение № 6
к Учетной политике ПАО "ТАГМЕТ"

Отчет о финансовых результатах

за год 20 19 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710002		
	Дата (число, месяц, год)	31	12	2019
Организация Публичное акционерное общество "Таганрогский металлургический завод"	по ОКПО	00186602		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	6154011797		
Вид экономической деятельности Производство стальных труб, полых профилей и фитингов	по ОКВЭД 2	24.20		
Организационно-правовая форма/форма собственности акционерное общество/ частная собственность	по ОКОПФ/ОКФС	12247	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384		

Местонахождение(адрес) 347928 г. Таганрог ул. Заводская 1 Ростовской обл.

Пояснения	Наименование показателя	Код	За год 20 19 г.	За год 20 18 г.
17	Выручка	2110	43 503 872	43 827 866
17	Себестоимость продаж	2120	(38 349 480)	(40 483 607)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	5 154 392	3 344 259
17	Коммерческие расходы	2210	(3 223 616)	(3 145 682)
17	Управленческие расходы	2220	(1 670 082)	(1 621 758)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	260 694	(1 423 181)
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	34 296	87
	Проценты к уплате	2330	(426 686)	(753 963)
18	Прочие доходы	2340	790 709	895 012
18	Прочие расходы	2350	(2 284 498)	(1 344 059)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(1 625 485)	(2 626 104)
20	Текущий налог на прибыль	2410	(1 059)	(-)
20	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	4 115	36 966
20	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	45 758	61 800
20	Изменение отложенных налоговых активов	2450	276 283	426 455
20	Прочее,	2460	(1 376)	(1 065)
	в т.ч.:			
	Корректировка налога на прибыль за прошлые периоды	2461	(-)	(-)
	Иные обязательные платежи (штрафы, пени за нарушение налогового законодательства)	2462	( )	( )
	Чистая прибыль (убыток)	2400	(1 305 879)	(2 138 914)

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Поясне-ния	Наименование показателя	Код	За год 20 19 г.	За год 20 18 г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	(1 305 879)	(2 138 914)
	СПРАВОЧНО			
21	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	(3)	(4)
21	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	(3)	(4)
	Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	2920	25 920	148 838
19	Отчисления в оценночные резервы	2930	(1 029 658)	(124 778)

Руководитель _____ Погорелов С.И. Главный бухгалтер _____ Никоненко Т.В.
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

" 02 " марта 20 20 г.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Приложение № 6
к Учетной политике ПАО "ТАГМЕТ"

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 20 18 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710001		
	Дата (число, месяц, год)	31	12	2018
Организация Публичное акционерное общество "Таганрогский металлургический завод"	по ОКПО	00186602		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	6154011797		
Вид экономической деятельности Производство стальных труб и фитингов	по ОКВЭД	24.20		
Организационно-правовая форма/форма собственности публичное акционерное общество/частная собственность	по ОКОПФ/ОКФС	47		16
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384 (385)		

Местонахождение (адрес) г. Таганрог ул. Заводская, 1

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 20 18 г.	На 31 декабря 20 17 г.	На 31 декабря 20 16 г.
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
4	Нематериальные активы	1110	12 043	13 810	16 057
5	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
6	Основные средства	1150	18 935 745	20 704 526	21 529 826
	в том числе: незавершенное строительство	1151	2 029 329	1 609 458	1 735 312
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
7	Финансовые вложения	1170	-	-	-
20	Отложенные налоговые активы	1180	1 671 145	1 245 549	881 762
11	Прочие внеоборотные активы	1190	138 236	281 651	223 997
	в том числе: Дебиторская задолженность, погашаемая более чем через 12 месяцев	1191	4 523	44 320	73
	Авансы, направляемые на приобретение внеоборотных активов	1192	101 993	144 740	161 417
	Итого по разделу I	1100	20 757 169	22 245 536	22 651 642
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
8,19	Запасы	1210	10 354 198	8 875 388	6 277 250
	в том числе: сырье, материалы и другие аналогичные ценности	1211	5 550 720	4 420 791	3 146 602
	затраты в незавершенном производстве	1212	3 870 131	3 455 745	2 340 395
	готовая продукция и товары для перепродажи	1213	330 333	500 189	461 665
	товары отгруженные	1214	547 734	414 907	290 858
	расходы будущих периодов	1215	55 280	83 756	37 730
	прочие запасы и затраты	1216	-	-	-
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	48 182	458 791	349 777
9,19	Дебиторская задолженность	1230	10 394 447	8 602 580	5 600 707
	в том числе: покупатели и заказчики	1231	9 780 623	7 940 587	5 209 596
7	Финансовые вложения(за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
10	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	3 618	996	25 792
11	Прочие оборотные активы	1260	-	9 938	10 035
	Итого по разделу II	1200	20 800 445	17 947 693	12 263 561
	БАЛАНС	1600	**41 557 614**	**40 193 229**	**34 915 203**

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

Поясне-ния	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 20 18 г.	На 31 декабря 20 17 г.	На 31 декабря 20 16 г.
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
12	Уставный капитал (складочный	1310	508 706	508 706	508 706
	Собственные акции, выкупленные у	1320	(-)	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	887 134	901 212	961 899
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	1 204 042	1 204 042	1 204 042
	Резервный капитал	1360	25 435	25 435	69 369
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	1 586 895	3 711 439	5 464 879
	Итого по разделу III	1300	4 212 212	6 350 834	8 208 895
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
13	Заемные средства	1410	2 142 857	8 142 857	7 142 857
20	Отложенные налоговые обязательства	1420	1 031 468	1 093 062	1 142 030
14	Оценочные обязательства	1430	83 687	65 873	66 533
15	Прочие обязательства	1450	28 067	56 134	-
	в том числе: кредиторская задолженность, погашаемая более чем через 12 месяцев	1451	28 067	56 134	-
	Итого по разделу IV	1400	3 286 079	9 357 926	8 351 420
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
13	Заемные средства	1510	2 502 290	1 507 988	1 012 389
15	Кредиторская задолженность	1520	31 014 345	22 543 307	16 985 910
	в том числе: поставщики и подрядчики	1521	30 564 835	22 037 362	16 358 635
	задолженность перед персоналом организации	1522	139 401	125 027	136 984
	задолженность перед государственными внебюджетными фондами	1523	78 721	47 455	66 501
	задолженность по налогам и сборам	1524	94 474	194 896	349 958
	задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов	1525	-	293	1 123
	прочие кредиторы	1526	136 914	138 274	72 709
16	Доходы будущих периодов	1530	84 064	87 461	90 857
14	Оценочные обязательства	1540	458 624	345 713	265 732
16	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	34 059 323	24 484 469	18 354 888
	БАЛАНС	1700	**41 557 614**	**40 193 229**	**34 915 203**

Справка о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах

	Обеспечение обязательств и платежей полученные	1800	-	-	-
22,28	Обеспечение обязательств и платежей выданные	1900	102 720 238	116 092 231	80 509 563

Руководитель _____ Подорога А.В. Главный бухгалтер _____ Никоненко Т.В.
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

" 07 " марта 20 19 г.

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Приложение № 6
к Учетной политике ПАО "ТАГМЕТ"

Отчет о финансовых результатах

за год 2018 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710002		
	Дата (число, месяц, год)	31	12	2018
Организация Публичное акционерное общество "ТАГМЕТ"	по ОКПО	00186602		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	6154011797/997550001		
Вид экономической деятельности Производство стальных труб и фитингов	по ОКВЭД	24.20		
Организационно-правовая форма/форма собственности Публичное акционерное общество/ частная собственность	по ОКОПФ/ОКФС	47	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384 (385)		

Местонахождение(адрес) 347928 г. Таганрог Ростовской обл. Заводская, 1

Пояснения	Наименование показателя	Код	За год 2018 г.	За год 2017 г.
17	Выручка	2110	43 827 866	36 255 955
17	Себестоимость продаж	2120	(40 483 607)	(32 961 405)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	3 344 259	3 294 550
17	Коммерческие расходы	2210	(3 145 682)	(2 496 803)
17	Управленческие расходы	2220	(1 621 758)	(1 458 562)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	(1 423 181)	(660 815)
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	87	440
	Проценты к уплате	2330	(753 963)	(973 776)
18	Прочие доходы	2340	895 012	1 297 455
18	Прочие расходы	2350	(1 344 059)	(1 934 922)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(2 626 104)	(2 271 618)
20	Текущий налог на прибыль	2410	(-)	(-)
20	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	36 966	40 662
20	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	61 800	49 191
20	Изменение отложенных налоговых активов	2450	426 455	364 471
20	Прочее,	2460	(1 065)	(907)
	в т.ч.:			
	Корректировка налога на прибыль за прошлые периоды	2461	(-)	(-)
	Иные обязательные платежи (штрафы, пени за нарушение налогового законодательства)	2462	( )	( )
	Чистая прибыль (убыток)	2400	(2 138 914)	(1 858 863)

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Поясне-ния	Наименование показателя	Код	За год 20 18 г.	За год 20 17 г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	(2 138 914)	(1 858 863)
	СПРАВОЧНО			
21	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	(4)	(4)
21	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	(4)	(4)
	Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	2920	148 838	(79 441)
19	Отчисления в оценочные резервы	2930	(124 778)	126 105

Руководитель _____ Подорога А.В. Главный бухгалтер _____ Никоненко Т.В.
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

" 07 " марта 20 19 г.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Бухгалтерский баланс

на 31 декабря 20 15 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710001		
	Дата (число, месяц, год)	31	12	2015
Организация ПАО "ТАГМЕТ"	по ОКПО	00186602		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	6154011797		
Вид экономической деятельности: Производство стальных труб и фитингов	по ОКВЭД	27.22		
Организационно-правовая форма/форма собственности: Публичное акционерное общество/Частная собственность	по ОКОПФ/ОКФС	47	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384 (385)		

Местонахождение (адрес) г. Таганрог ул. Заводская, 1

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 20 15 г.	На 31 декабря 20 14 г.	На 31 декабря 20 13 г.
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
4	Нематериальные активы	1110	17 990	19 757	21 729
5	Результаты исследований и разработок	1120	370	1 235	2 526
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
6	Основные средства	1150	21 580 781	21 994 942	22 814 794
	в том числе: незавершенное строительство	1151	1 614 707	1 518 732	2 836 145
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
7	Финансовые вложения	1170	-	-	-
20	Отложенные налоговые активы	1180	786 599	775 562	778 485
11	Прочие внеоборотные активы	1190	207 344	177 474	302 597
	в том числе: Дебиторская задолженность, погашаемая более чем через 12 месяцев	1191	2 414	13 512	759
	Авансы, направляемые на приобретение внеоборотных активов	1192	150 507	136 816	292 706
	Итого по разделу I	1100	22 593 084	22 968 970	23 920 131
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
8.19	Запасы	1210	6 456 808	5 044 693	5 116 170
	в том числе сырье, материалы и другие аналогичные ценности	1211	3 159 919	2 624 979	2 726 835
	затраты в незавершенном производстве	1212	2 551 987	1 793 429	1 913 481
	готовая продукция и товары для перепродажи	1213	427 134	408 860	305 599
	товары отгруженные	1214	264 045	175 318	146 198
	расходы будущих периодов	1215	53 723	42 107	21 345
	прочие запасы и затраты	1216	-	-	2 712
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	281 260	324 905	265 716
9.19	Дебиторская задолженность	1230	9 018 657	7 023 179	5 766 871
	в том числе: покупатели и заказчики	1231	8 593 357	6 387 452	5 378 213
7	Финансовые вложения(за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	28 407
10	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	510	2 981	706
11	Прочие оборотные активы	1260	1 672 612	1 550 732	1 412 528
	Итого по разделу II	1200	17 429 847	13 946 490	12 590 398
	БАЛАНС	1600	**40 022 931**	**36 915 460**	**36 510 529**

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 20 15 г.	На 31 декабря 20 14 г.	На 31 декабря 20 13 г.
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
12	Уставный капитал (складочный	1310	508 706	508 706	508 706
	Собственные акции, выкупленные у	1320	(-)	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	968 381	976 778	1 008 146
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	1 204 042	1 204 042	1 204 042
	Резервный капитал	1360	69 369	69 369	69 369
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	6 343 324	6 205 291	6 323 052
	Итого по разделу III	1300	9 093 822	8 964 186	9 113 315
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
13	Заемные средства	1410	3 000 000	7 440 000	750 000
20	Отложенные налоговые обязательства	1420	1 219 544	1 098 879	1 029 925
14	Оценочные обязательства	1430	72 689	92 198	93 766
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	4 292 233	8 631 077	1 873 691
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
13	Заемные средства	1510	7 065 835	1 757 105	2 871 805
15	Кредиторская задолженность	1520	19 238 831	17 372 140	22 453 030
	в том числе: поставщики и подрядчики	1521	17 139 912	15 137 615	20 631 091
	задолженность перед персоналом организации	1522	142 057	134 371	131 139
	задолженность перед государственными внебюджетными фондами	1523	71 799	59 475	56 539
	задолженность по налогам и сборам	1524	164 269	343 760	236 935
	задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов	1525	1 188	6	-
	прочие кредиторы	1526	1 719 606	1 696 913	1 397 326
16	Доходы будущих периодов	1530	94 254	61 317	63 450
14	Оценочные обязательства	1540	237 956	129 635	135 238
16	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	26 636 876	19 320 197	25 523 523
	БАЛАНС	1700	**40 022 931**	**36 915 460**	**36 510 529**

Справка о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах

	Обеспечение обязательств и платежей полученные	1800	-	-	-
22,23,29	Обеспечение обязательств и платежей выданные	1900	93 551 332	87 566 120	56 771 407

Руководитель _____ Подорога А.В. Главный бухгалтер _____ Никоненко Т.В.
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

" 15 " марта 20 16 г.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Приложение № 6
к Учетной политике ПАО «ТАГМЕТ»

Отчет о финансовых результатах

за год 20 15 г.

		Коды		
	Форма по ОКУД	0710002		
	Дата (число, месяц, год)	31	12	2015
Организация ПАО "ТАГМЕТ"	по ОКПО	00186602		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	6154011797/997550001		
Вид экономической деятельности Производство стальных труб и фитингов	по ОКВЭД	27.22		
Организационно-правовая форма/форма собственности Публичное акционерное общество/ частная собственность	по ОКОПФ/ОКФС	47	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384 (385)		

Местонахождение(адрес) 347928 г. Таганрог Ростовской обл. Заводская, 1

Пояснения	Наименование показателя	Код	За 1-12 месяц 20 15 г.	За 1-12 месяц 20 14 г.
17	Выручка	2110	30 802 909	28 448 075
17	Себестоимость продаж	2120	(26 468 273)	(24 350 162)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	4 334 636	4 097 913
17	Коммерческие расходы	2210	(1 996 257)	(1 789 043)
17	Управленческие расходы	2220	(1 141 526)	(1 089 073)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	1 196 853	1 219 797
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	4 335	6 128
	Проценты к уплате	2330	(959 250)	(817 528)
18	Прочие доходы	2340	1 799 730	1 311 300
18	Прочие расходы	2350	(1 720 870)	(1 542 508)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	320 798	177 189
20	Текущий налог на прибыль	2410	(-)	(-)
20	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	33 397	36 439
20	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	(108 594)	(68 954)
20	Изменение отложенных налоговых активов	2450	11 037	(2 923)
20	Прочее,	2460	(12 212)	(88)
	в т.ч.:			
	Корректировка налога на прибыль за прошлые периоды	2461	(-)	(-)
	Иные обязательные платежи (штрафы, пени за нарушение налогового законодательства)	2462	(140)	(88)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	211 029	105 224

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

Поясне-ния	Наименование показателя	Код	За 1-12 месяц 20 15 г.	За 1-12 месяц 20 14 г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	211 029	105 224
	СПРАВОЧНО			
21	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	1
21	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	1
	Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	2920	896 067	601 752
19	Отчисления в оценочные резервы	2930	(537 077)	(562 342)

Руководитель _____ Подорога А.Д. Главный бухгалтер _____ Никоненко Т.В.
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

" 15 " марта 20 16 г.

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия



Рисунок Г.1 – Показатели финансовой устойчивости предприятия и их экономическое значение

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству

https://право.информ2000.рф
Бесплатная электронная библиотека по экономике и праву



Рисунок Г.2. – Показатели ликвидности предприятия и их экономическое значение

https://право.информ2000.рф/ino3/ino3.htm
Вернуться в каталог дипломов по международному сотрудничеству